

INTISARI

Minuman kopi dapat dipesan dan dibayar menggunakan aplikasi daring atau ojek online dan mendapatkan subsidi dari perusahaan teknologi finansial (fintek) dalam bentuk uang kembali (cashback) atau diskon. Harga minuman kopi yang sesuai dengan mekanisme pasar menjadi tidak tergambar karena adanya subsidi. Oleh karena itu, penggunaan *Willingness to Pay* (WTP) dalam menilai barang atau jasa dapat digunakan karena harga atau nilai pasarnya gagal direfleksikan kepada masyarakat atau konsumen ataupun karena keabsenan transaksi-transaksi pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi besaran WTP konsumen dalam membayar minuman Kopi Kenangan dan juga untuk menganalisis besaran WTP itu sendiri. Metode yang digunakan dalam perhitungan WTP adalah *Contingent Valuation Method* (CVM). Analisis data dari model penelitian ini dilakukan dengan estimasi regresi *Ordinary Least Square* (OLS) Klasik. Faktor demografi yang dianalisis pengaruhnya terhadap WTP minuman kopi adalah pendapatan dan usia dari responden, sedangkan faktor sosial ekonomi yang dianalisis adalah adanya barang substitusi, jarak, loyalitas, jumlah pembelian, pembelian secara daring, pemakaian fintek dan adanya *cashback*.

Berdasarkan hasil pengolahan, dapat dijelaskan bahwa pengaruh 9 variabel independen secara simultan adalah 56,9% terhadap variabel dependen dan besaran WTP yang diperoleh adalah sebesar Rp. 17.352. Harga yang diperoleh melalui perhitungan WTP ternyata lebih kecil daripada harga yang ditawarkan Kopi Kenangan.

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pelaku usaha minuman kopi termasuk Kopi Kenangan dalam menentukan harga yang ditawarkan dan juga mewaspadaai keberadaan fintek dan subsidi yang ternyata berpengaruh negatif terhadap WTP pembelian minuman kopi.

Kata kunci: *Willingness to Pay* (WTP), *Contingent Valuation Method* (CVM), *Ordinary Least Square* (OLS), Minuman Kopi, Kopi Kenangan.

ABSTRACT

Coffee drinks can be ordered and paid using online application and get subsidies from financial technology (fintech) companies in the form of cashback or discounts. The price of coffee drinks in accordance with the market mechanism is indescribable due to subsidies. Therefore, the use of Willingness to Pay (WTP) in valuing goods or services can be used because the price or market value fails to be reflected to the public or consumers or because of the absence of market transactions.

This research purposes are to explore what factors affecting the level of consumers' WTP for Kopi Kenangan coffee drinks and also to analyze the magnitude of the WTP itself. The method used in the calculation of WTP is the Contingent Valuation Method (CVM). Data analysis of this research model was performed by estimating the Ordinary Least Square (OLS) regression. The demographic factors analyzed for calculation of WTP of coffee drinks are income and age of the respondents, while the socioeconomic factors analyzed are the presence of substitute goods, distance, loyalty, number of purchases, online purchases, use of financial technology (fintech) and the existence cashback.

Based on research calculations, it can be explained that the effect of 9 independent variables simultaneously was 56.9% on the dependent variable and the amount of WTP obtained was Rp. 17,352. The price obtained through the calculation of WTP was smaller than the price offered by Kopi Kenangan.

The results of this study are expected to be beneficial for coffee beverage industry including Kopi Kenangan in determining the price offered and also be aware of the existence of the fintech and its subsidies, which turned out to have a negative effect on the WTP for coffee drinks purchases.

Keywords: Willingness to Pay (WTP), Contingent Valuation Method (CVM), Ordinary Least Square (OLS), Coffee Drinks, Kopi Kenangan.