

ABSTRAK

Daging sapi merupakan salah satu jenis daging berprotein tinggi yang konsumsinya selalu meningkat dari tahun 2019 – 2022 di Indonesia. Penting untuk menjaga kualitas keamanan pangan daging sapi mentah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kondisi sosio-ekonomi konsumen, persepsi kosumen terhadap daging sapi mentah bersertifikat halal, besaran willingness to pay (WTP), dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap daging sapi mentah bersertifikat halal.

Responden yang berjumlah 132 orang dengan menggunakan teknik Accidental Sampling di Pasar Jatinegara. Metode penelitian yang digunakan adalah Contingent Valuation Method (CVM) untuk memperkirakan besarnya WTP dan regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi WTP konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah umur, pendapatan, tingkat pendidikan, anggota keluarga, agama, konsumsi daging, kepercayaan. Variabel terikatnya adalah nilai kesediaan membayar.

Hasil penelitian ini adalah dari 132 responden, 99 diantaranya bersedia membayar lebih untuk daging sapi yang terjamin kehalalannya dengan nilai rata-rata Rp 140.000. Variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap WTP antara lain tingkat pendidikan, agama, pendapatan, jumlah anggota keluarga, konsumsi daging, dan kredensial. Satu hal yang tidak berpengaruh adalah variabel umur.

Kata kunci : Konsumen, *Contingent Valuation method*, *Halal*, *Willingness to Pay*