



Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik

by Admin Jurusan Agribisnis

Submission date: 29-Mar-2023 09:51AM (UTC+0700)

Submission ID: 2049614414

File name: elian_Sayuran_Hidroponik_Di_Kota_Sungailiat_Kabupaten_Bangka.pdf (431.73K)

Word count: 4620

Character count: 28731

Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka

Consumer Preferences Against Decisions Purchase of Hydroponic Vegetables In Sungailiat City, Bangka Regency

Fifi Lestari¹, Eni Karsiningsih^{*2}, Muntoro³

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Bangka Belitung
Email^{*} : eni_karsiningsih@ubb.ac.id

ABSTRAK

Saat ini sayuran hidroponik merupakan salah satu pilihan konsumen karena dinilai lebih sehat dan bebas dari pestisida sehingga konsumen bersedia membayar lebih untuk mendapatkan sayuran yang lebih sehat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik dan menganalisis sikap konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian. Waktu pengambilan data penelitian ini dilaksanakan pada bulan September sampai bulan Oktober 2022 di Kota Sungailiat. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang responden, dengan teknik *accidental sampling*. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis uji *Chi-square* dan Multiatribut *Fishbein*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari analisis *Chi-square* secara signifikan terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik. Berdasarkan analisis Multiatribut *Fishbein* atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Sungailiat dari yang paling dipertimbangkan adalah atribut kesegaran, kebersihan, rasa, fisik daun, warna, keberagaman jenis dan harga sayuran.

Kata kunci : Preferensi Konsumen, Pembelian, Sayuran Hidroponik

ABSTRACT

Currently hydroponic vegetables are one of the consumer choices because they are considered healthier and free from pesticides so that consumers are willing to pay more to get healthier vegetables. This study aims to analyze consumer preferences in purchasing hydroponic vegetables and analyze consumer attitudes towards the attributes of hydroponic vegetables that are most considered in purchasing decisions. The time for data collection for this research was carried out from September to October 2022 in Sungailiat City. The method used in this study is a survey method. The number of respondents studied was 100 respondents, using accidental sampling technique. The research data were analyzed using the Chi-square test and Fishbein Multiattribute analysis. The results showed that from the Chi-square analysis there were significant differences in consumer preference for the attributes of hydroponic vegetables. Based on the Fishbein Multiattribute analysis, the attributes considered by consumers in purchasing decisions for hydroponic vegetables in Sungailiat City are the attributes of freshness, cleanliness, taste, physical leaves, color, variety of types and prices of vegetables.

Keywords: *Consumer Preference, Purchasing, Hydroponic Vegetables*

PENDAHULUAN

Hidroponik beberapa tahun terakhir ini mulai banyak dikembangkan. Terutama pada kalangan yang sudah mengenal hidroponik. Masyarakat sudah mulai tertarik untuk mencoba bercocok tanam dengan sistem hidroponik. Hal tersebut seiring kemudahan informasi dan perkembangan ilmu pengetahuan mengenai bercocok tanam sayuran hidroponik yang mudah dan praktis. Banyak kalangan pemula yang mulai menanam secara hidroponik bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sayuran sehari-hari. Sistem tanam hidroponik berkembang cukup prospektif mengingat bahwa permintaan sayuran berkualitas yang terus meningkat, di tengah kondisi lingkungan atau iklim yang tidak menunjang, kompetisi penggunaan lahan dan adanya masalah degradasi tanah (Siregar, 2017).

Konsumsi sayur dan buah diperlukan tubuh sebagai sumber vitamin, mineral dan serat dalam memenuhi pola makan sehat sesuai anjuran pedoman gizi seimbang untuk kesehatan yang optimal (Aditianti, 2016). Kondisi tubuh yang sehat dan terhindar dari penyakit merupakan impian setiap orang. Sehingga sekarang masyarakat telah sadar akan pentingnya kesehatan dan gaya hidup sehat kini menjadi tren di kalangan masyarakat. Sayuran merupakan salah satu pilihan masyarakat untuk mencapai hidup yang sehat. Sehingga tingkat konsumsi sayuran meningkat (Anggiasari, 2016).

Rata-rata konsumsi sayuran Perkapita di Indonesia tahun 2017 sayuran bayam mengalami peningkatan sebesar 3,546 kg dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 1,40%, bawang merah sebesar 2,570 kg rata-rata pertumbuhan

sebesar 6,16%, kentang mengalami peningkatan sebesar 2,220 kg dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 11,85% dan tomat mengalami peningkatan juga sebesar 0,302 kg dengan rata-rata pertumbuhan sebesar -23,46% (Pusat Data dan Informasi Pertanian 2017).

Sungailiat merupakan salah satu daerah perkotaan yang memiliki keterbatasan lahan untuk proses pertanian. Pada umumnya yang terjadi di daerah perkotaan untuk memenuhi kebutuhan terhadap pemukiman atau kegiatan ekonomi lainnya seringkali mengorbankan lahan pertanian produktif (Havis *et al.* 2021). Sehingga Sungailiat adalah salah satu kawasan perkotaan yang memiliki prospek untuk dikembangkan sistem *urban farming*. Selain menerapkan sistem *urban farming*, Sungailiat juga sudah terbentuk sebuah komunitas hidroponik. Komunitas tersebut mempelajari dan menerapkan langsung tahapan-tahapan sistem hidroponik. Sehingga sekarang anggota dari komunitas tersebut bisa menjalankan bisnis sayuran hidroponik. Sayuran yang dijual mulai dari Rp10.000/kg. Harga sayuran hidroponik lebih mahal dibandingkan sayuran konvensional. Perbedaan harga sayuran hidroponik berkisar Rp20.000-50.000 per kilogram tergantung dari jenis sayuran. Akan tetapi sayuran hidroponik masih digemari oleh konsumen meskipun sayuran hidroponik jauh lebih mahal. Hal tersebut menandakan bahwa masyarakat telah sadar akan pentingnya kesehatan, saat ini sebagian masyarakat lebih tertarik untuk mengonsumsi sayuran yang benar – benar sehat dan tidak hanya melihat dari tampilan luarnya saja tetapi mereka lebih mendekati pada kondisi dalam sayuran. Salah satu pilihan konsumen tersebut adalah sayuran yang bebas dari pestisida. Dalam mengonsumsi sayuran,

konsumen secara alami memilih sayuran yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen juga akan memperhatikan atribut – atribut atau petunjuk-petunjuk kualitas dari sayuran yang akan dikonsumsi. Sehingga perlu bagi produsen untuk mengetahui preferensi konsumen.

Teori preferensi konsumen digunakan untuk menganalisa sejauh mana keinginan konsumen terhadap suatu produk. Awalnya konsumen akan mencari informasi mengenai manfaat dari suatu produk tersebut, selanjutnya konsumen juga akan mengevaluasi atribut produk. Konsumen akan memberikan penilaian pada setiap atribut produk sesuai dengan kepentingan, maka preferensi konsumen terhadap suatu produk nantinya akan timbul Febrianti *et al.*, (2019).

Dengan memeriksa preferensi konsumen, dapat menemukan informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini akan memenuhi permintaan produk bagi pelaku agribisnis dalam negeri terutama sayuran yang tidak mengandung residu pestisida atau sering disebut sayuran hidroponik, dan menghasilkan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Keputusan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik pasti memperhatikan ciri – ciri fisik atau atribut yang sesuai kriteria. Konsumen akan memperhatikan atribut – atribut atau petunjuk kualitas dari sayuran yang akan dikonsumsi. Apabila sayuran tersebut memenuhi kriteria konsumen akan memutuskan untuk membeli sayuran. Sayuran yang

diminati konsumen biasanya sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan mereka. Dalam memenuhi permintaan konsumen harus senantiasa didasarkan pada preferensi konsumen, karena konsumen merupakan pihak yang memutuskan produk mana yang akan dibeli, serta kualitas seperti apa yang dapat memenuhi harapannya. Berdasarkan keadaan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik dan bagaimana sikap konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik di Sungailiat yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Sungailiat, Kabupaten Bangka. Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Sungailiat tersebut terdapat komunitas hidroponik. Komunitas tersebut memiliki anggota sebanyak 11 orang dan masing-masing mempunyai kebun hidroponik. Pengambilan data dilaksanakan pada awal bulan September 2022 hingga pada bulan Oktober 2022.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* yaitu teknik kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 100 responden. Selaras dengan pendapat

Fraenkel *et al.*, (2012) menyebutkan bahwa jumlah sampel minimum untuk penelitian deskriptif yaitu 100 sampel.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber data asli atau melalui wawancara. Data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dan pengisian kuesioner yang disebar kepada responden yang membeli sayuran hidroponik di Sungailiat, Kabupaten Bangka. Sedangkan data sekunder merupakan data yang sudah dipublikasikan oleh pihak lain, pada penelitian ini data sekunder berupa dokumen atau catatan serta berbagai literatur baik buku maupun jurnal-jurnal yang relevan.

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis *chi-square* dan multiatribut *Fishbein*. Atribut dalam penelitian ini yaitu Kesegaran sayuran, fisik daun, warna, rasa, harga dan keberagaman jenis sayuran.

1. Analisis *Chi-Square*

Analisis *Chi-Square* merupakan alat analisa statistik yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik serta mengetahui signifikan perbedaan antara objek yang diamati (*observed*) dengan objek jawaban yang diharapkan (*expected*) berdasarkan hipotesis nol (Simamora, 2002) Rumus *Chi-Square* sebagai berikut :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \left[\frac{(fo-fe)^2}{fe} \right]$$

Keterangan :

- X^2 = *Chi-square*
- fo = frekuensi hasil pengamatan pada penelitian
- fe = frekuensi yang diharapkan pada penelitian
- k = kategori atribut

$$fe = \frac{Ri \times Ci}{\sum Ri}$$

2

Keterangan :

- Ri = jumlah baris ke- i
- Ci = jumlah kolom ke- i
- $\sum Ri$ = jumlah pengamatan

Hipotesis yang digunakan :

H_o : Tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap masing- masing atribut yang ada pada sayuran hidroponik (jika preferensinya dianggap sama, maka frekuensi yang diharapkan untuk setiap kategori atribut adalah $1/3 = 33,3$).

H_a : Terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada sayuran hidroponik.

Pengujian pada tingkat kepercayaan 95% dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika X^2 hitung $> X^2$ tabel, maka H_o ditolak berarti terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik
- b. Jika X^2 hitung $\leq X^2$ tabel, maka H_o diterima berarti tidak terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik

2. Analisis Multiatribut *Fishbein*

Model sikap *Fishbein* dapat menjelaskan dua jenis sikap berdasarkan objek sikap, yaitu sikap terhadap objek dan sikap terhadap perilaku. Sikap dibentuk oleh kepercayaan bahwa suatu objek memiliki beberapa atribut yang diinginkan (bi) dan evaluasi terhadap atribut yang dimiliki suatu objek (ei) (Setiadi, 2010).

Secara simbolis, formulasi model *Fishbein* menurut Engel *et al.* (2012) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n bi.ei$$

Keterangan :

A_o = sikap terhadap suatu objek

Bi = kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut I
 Ei = evaluasi terhadap atribut I

N = jumlah atribut yang dimiliki objek

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen sayuran hidroponik yang

membeli sayuran hidroponik di Kota Sungailiat. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Sayuran Hidroponik di Kota Sungailiat

Karakteristik	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Usia	20 – 25	15	15
	26 – 31	9	9
	32 – 37	11	11
	38 – 43	36	36
	44 – 49	5	5
	> 50	24	24
Jenis Kelamin	Laki – laki	21	21
	Perempuan	79	79
Tingkat Pendidikan	SMP	2	2
	SMA	30	30
	Diploma	30	30
	Sarjana	38	38
Pekerjaan	Ibu RumahTangga	26	26
	Wiraswasta	35	35
	PNS	11	11
	Mahasiswa	6	6
	Pegawai Swasta	11	11
	Lainnya	11	11
Pendapatan	< 3.200.000	35	35
	3.200.000 - < 6.400.000	50	50
	6.400.000 - < 9.600.000	14	14
	< 9.600.000	1	1

Pembagian kelompok usia menurut BAPPENAS (2018) adalah sebagai berikut: <15 tahun (anak-anak), 15-24 tahun (usia muda), 25-34 tahun (usia pekerja awal), 35-44 tahun (usia paruh baya), 45-54 tahun (usia pra pensiun), 55-64 tahun (usia pensiun), > 65 tahun (usia lanjut). Berdasarkan Tabel 1 Menunjukkan bahwa usia responden sayuran hidroponik didominasi pada usia 38 – 43 tahun. Usia kisaran 38 – 43

tahun merupakan usia paruh banyak yang sudah rentan akan penyakit sehingga responden akan lebih memperhatikan kesehatannya sehingga lebih selektif dalam menentukan makanan yang akan dikonsumsi agar terhindar dari berbagai penyakit.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih adanya kecenderungan peran per-

empuan dalam pengambilan keputusan sekaligus pembelian barang kebutuhan pokok rumah tangga termasuk sayuran. Sayuran yang dibeli juga untuk keperluan kesehatan. Selanjutnya, tingkat pendidikan Sarjana yang paling dominan melakukan pembelian sayuran hidroponik di Sungailiat hal ini menunjukkan responden dengan tingkat pendidikan sarjana biasanya memiliki pengetahuan yang lebih luas karena sudah mengampu pendidikan tinggi. Sehingga cenderung berperilaku lebih kritis dalam pembelian dan pemilihan suatu produk dan sudah mengetahui informasi tentang sayuran hidroponik yang memiliki manfaat baik untuk kesehatan. Karakteristik jenis pekerjaan responden didominasi oleh jenis pekerjaan wiraswasta, hal ini menunjukkan bahwa sayuran hidroponik cukup disukai oleh berbagai kalangan dari berbagai jenis pekerjaan terutama jenis pekerjaan wiraswasta, khususnya bagi mereka yang menyadari bahwa sayuran hidroponik sangat baik untuk kesehatan. Pendapat responden yang paling dominan adalah pendapatan Rp 3.200.000 - < Rp 6.400.000, hal ini berarti mayoritas responden sayuran hidroponik berada pada keadaan mampu. Sehingga mampu untuk membeli sayuran hidroponik.

2. Proses dan Keputusan Pembelian Konsumen

Perilaku konsumen merupakan perilaku seorang konsumen dan rumah tangga. Perilaku konsumen suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengonsumsi dan menghabiskan suatu produk. Keputusan konsumen akan mempengaruhi terhadap pembelian yang akan dilakukan konsumen pada suatu produk. Pengambilan keputusan pembelian juga berdasarkan atribut - atribut yang terdapat pada suatu produk. Taha-

pan dalam pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik di Sungailiat dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebesar 57 % beralasan mengonsumsi sayuran hidroponik untuk mencari manfaat kesehatan. Sebagian besar responden telah memahami bahwa sayuran hidroponik memiliki kandungan dan mineral yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan gizi dan kesehatan. Selanjutnya sebanyak 40 orang responden yang mengonsumsi sayuran hidroponik 6 – 10 hari dalam sebulan. Hal tersebut menandakan bahwa responden menyesuaikan dengan waktu lama responden mengonsumsi sayuran hidroponik sudah lebih dari 12 bulan lalu. Hal ini menandakan bahwa konsumen sudah cukup lama mengetahui tentang sayuran hidroponik dan mereka sudah merasakan manfaat dari sayuran tersebut. Sumber informasi responden terhadap pemberi informasi awal konsumen terhadap sayuran hidroponik adalah yang lebih banyak diperoleh informasi dari teman. Selanjutnya dasar pertimbangan responden dalam melakukan pembelian sayuran hidroponik adalah karena daya tarik tampilan dari sayuran hidroponik tersebut. Solusi yang dipilih responden apabila sayuran di tempat langganan habis yaitu responden akan menunda pembelian dan akan tetap melakukan pembelian di tempat langganannya. Hal ini berarti di tempat langganan tersebut sayuran hidroponik yang dijual sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari responden. Selanjutnya, keputusan pembelian yang paling banyak dilakukan oleh konsumen adalah keputusan terencana yaitu sebanyak 83 orang. Presepsi konsumen tentang pendapat sayuran hidroponik adalah sayuran hidroponik memiliki harga mahal. Harga sayuran hidroponik yang dijual di Sungailiat sebesar Rp

10.000/ bungkus. Selanjutnya kepuasan responden terhadap sayuran hidroponik di Sungailiat semua responden menyatakan puas terhadap sayuran hidroponik yang mereka konsumsi. Kepuasan responden tersebut akan mempengaruhi juga sikap konsumen dalam melakukan pembelian ulang sayuran hidroponik dan menyarankan orang lain dalam mengkonsumsi sayuran hidroponik.

Tabel 2. Hasil Analisis *Chi-Square*

Atribut Sayuran Hidroponik	X ² hitung	Df	X ² tabel	Keterangan
Kesegaran	60,840	1	3,841	Berbeda nyata
Fisik Daun	107,540	2	5,991	Berbeda nyata
Harga	145,520	3	7,815	Berbeda nyata
Rasa	57,760	1	3,841	Berbeda nyata
Warna	6,760	1	3,841	Berbeda nyata
Keberagaman	28,340	2	5,991	Berbeda nyata
Kebersihan	53,660	2	5,991	Berbeda nyata

(sumber : Olahan Data Primer, 2022)

Hasil analisis *chi-square* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata pada taraf kepercayaan 95 % yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena dari semua atribut yang diamati, X² hitung lebih besar daripada X² tabel. Artinya, preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Sungailiat tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik.

Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Sungailiat dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh konsumen. Preferensi konsumen sayuran hidroponik dapat diketahui bahwa sayuran hidroponik yang disukai oleh konsumen adalah sayuran hidroponik yang tingkat kesegaran sayuran segar (kurang dari 2 hari), berdaun lebar tidak berlubang, harga cukup mahal (lebih mahal 10 %

3. **Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayuran Hidroponik**
 Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik dapat diketahui dengan melihat evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut yang ada pada sayuran hidroponik serta kategori-kategorinya. Hasil analisis *Chi-Square* untuk atribut-atribut sayuran hidroponik dapat dilihat pada Tabel 2.

dari sayuran konvensional), rasa sayuran manis renyah, warna sayuran hijau muda cerah, dan keberagaman jenis ≥ 3 .

1) **Tingkat Kesegaran Sayuran**

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai sayuran hidroponik dengan tingkat kesegaran kurang dari 2 hari. Sebagian konsumen memilih tingkat kesegaran sayuran kurang dari 2 hari karena sayuran hidroponik masih sangat segar dan enak dikonsumsi. Frekuensi pembelian sayuran hidroponik yang dibeli oleh responden tidak banyak sehingga langsung dikonsumsi, tanpa harus disimpan dalam lemari pendingin. Berbeda dengan penelitian Febrianti *et al.*, (2019) bahwa tingkat kesegaran kurang dari 3 hari yang menjadi kesukaan konsumen. Sedangkan pada penelitian Armiriawan (2021) preferensi tingkat kesegaran yang disukai oleh responden adalah kurang dari satu hari setelah panen.

2) **Fisik Daun**

Pada atribut fisik daun ada 4 pilihan yai-

tu berdaun lebar berlubang, berdaun lebar tidak berlubang, berdaun kecil berlubang dan berdaun kecil tidak berlubang. Karena daun yang tidak berlubang ditandai dengan tidak adanya kerusakan akibat budidaya dan pasca panennya.

3) Harga

Preferensi konsumen terhadap atribut harga pada sayuran hidroponik adalah cukup mahal (lebih mahal sampai 10 % dari sayuran konvensional). Konsumen banyak memilih atribut harga sayuran hidroponik yang ideal adalah cukup mahal karena hal ini sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh sayuran hidroponik itu sendiri. Sayuran hidroponik bebas dari bahan kimia sehingga lebih menyehatkan daripada sayuran konvensional hal ini juga yang membuat konsumen tidak memperlmasalah harga sayur hidroponik yang cukup tinggi walaupun ada sebagian orang yang menginginkan harga sayuran hidroponik turun.

4) Rasa Sayuran

Atribut rasa sayuran pada sayuran hidroponik di Kota Sungailiat responden cenderung menyukai rasa sayuran yang manis renyah daripada gurih renyah. Rasa sayuran manis dan renyah paling banyak disukai karena sesuai dengan selera yang diinginkan oleh konsumen dan produsen atau pemasar tidak bisa bertindak untuk merubah rasa tersebut karena rasa manis dan renyah sudah menjadi ciri khas dari sayuran hidroponik. Hal ini juga selaras dengan pendapat Febrianti *et al.*, (2019) bahwa responden lebih menyukai sayuran hidroponik karena memiliki rasa sayuran yang berbeda dibandingkan dengan rasa sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Sayuran hidroponik memiliki rasa yang khas yaitu terasa lebih manis, renyah dan segar bila dikonsumsi.

5) Warna Sayuran

Atribut warna sayuran hidroponik disukai konsumen didominasi oleh warna sayuran hidroponik yang berwarna hijau muda cerah. Warna hijau muda cerah lebih dominan disukai karena dari segi tampilan sayuran hidroponik lebih terlihat segar dan menarik. Hal ini juga sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yasmin *et al.*, (2017), bahwa pada atribut warna konsumen lebih memilih warna daun yang lebih muda karena warna sayuran muda lebih menarik dan lebih enak dikonsumsi.

6) Keberagaman Jenis Sayuran

Mayoritas konsumen sayuran hidroponik menyukai keberagaman jenis sayuran ≥ 3 jenis sebanyak 53 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai keberagaman jenis yang berbeda setiap harinya. Hal ini selaras dengan pendapat Febrianti *et al.*, (2019), bahwa seorang konsumen memerlukan sayuran yang bermacam – macam setiap harinya, sehingga variasi dari sayuran hidroponik menurut konsumen penting untuk memenuhi kebutuhan sayuran.

7) Kebersihan Sayuran

Tingkat kebersihan yang menjadi preferensi konsumen yaitu kebersihan sayuran yang bersih. Sebanyak 60% responden yang memilih tingkat kebersihan bersih, 39% responden memilih sangat bersih. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai tingkat kebersihan pada sayuran hidroponik karena sayuran hidroponik yang bebas dari hama dan penyakit, sehingga minim akan terjadinya kerusakan pada fisik daun sayuran hidroponik.

4. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik

Menurut Sumarwan (2011) analisis *multiatribut Fishbein* menjelaskan bah-

wa sikap konsumen terhadap suatu objek sikap sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut – atribut yang dievaluasi. Sikap konsumen sayuran hidroponik di Kota Sungailiat ditentukan Tabel 3.

Tabel 3. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Hidroponik di Kota Sungailiat

Atribut Sayuran Hidroponik	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat	Kategori
Kesegaran	4,9	4,62	22,638	I	Sangat Positif
Fisik daun	4,25	4,3	18,275	IV	Positif
Harga	3,78	3,62	13,683	VII	Netral
Rasa	4,38	4,43	19,403	III	Positif
Warna	4,03	4,04	16,281	V	Positif
Keberagaman	3,9	3,78	14,742	VI	Netral
Kebersihan	4,83	4,6	22,218	II	Sangat Positif

(Sumber : Olahan Data Primer, 2022)

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa dari analisis multiatribut *Fishbein* diketahui besarnya indeks sikap konsumen sehingga dapat diketahui bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik berturut-turut adalah kesegaran sayuran, kebersihan, rasa, fisik daun, harga, warna, dan keberagaman jenis.

1) Kesegaran Sayuran

Atribut kesegaran sayuran merupakan atribut yang paling dipertimbangkan konsumen. Pada penilaian sikap konsumen, atribut tingkat kesegaran sayuran hidroponik memperoleh nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan atribut lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tingkat kesegaran menduduki peringkat pertama dibandingkan atribut sayuran hidroponik lainnya. Artinya, atribut tingkat kesegaran sayuran hidroponik merupakan atribut yang paling penting dan paling dipertimbangkan konsumen pada saat melakukan pembelian sayuran hidroponik. Konsumen lebih menyukai tingkat kesegaran sayuran yang masih tinggi karena cita rasa

oleh dua hal, yakni keyakinan terhadap atribut (bi) dan evaluasi pentingnya atribut produk (ei). Hasil analisis *multiatribut Fishbein* dapat dilihat pada

yang dimiliki sayuran masih enak dan segar untuk dikonsumsi. Hal ini sama dengan pendapat Andari (2016), menyebutkan bahwa tingkat kesegaran dari sayuran menunjukkan kondisi sayur dalam keadaan masih segar. Sayuran yang memiliki cita rasa yang enak dan kandungan yang terdapat didalam sayuran masih terjaga merupakan ciri sayuran yang masih memiliki tingkat kesegaran tinggi.

2) Kebersihan

Atribut kebersihan menempati peringkat kedua setelah atribut kesegaran. Kebersihan merupakan prioritas penting kedua setelah tingkat kesegaran sayuran. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan menjadi hal yang penting kedua dan selalu dipertimbangkan konsumen pada saat melakukan pembelian sayuran hidroponik.

3) Rasa

Sayuran hidroponik memiliki ciri khas rasa yang dimilikinya, sebagian orang juga beranggapan cita rasa sayuran hidroponik sedikit berbeda dengan sayuran konvensional. Sayuran hidroponik memiliki rasa manis renyah dan

gurih lunak. Hal ini menunjukkan bahwa atribut rasa merupakan atribut paling penting ketiga setelah kebersihan yang paling dipertimbangkan konsumen pada saat melakukan pembelian sayuran hidroponik.

4) Fisik Daun

Kondisi fisik daun juga menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik. Kondisi fisik daun yang tidak berlubang menunjukkan bahwa sayuran masih segar. Atribut fisik daun berdasarkan penilaian konsumen memperoleh peringkat keempat setelah rasa sayuran. Fisik daun menjadi prioritas keempat yang selalu dipertimbangkan konsumen pada saat membeli sayuran hidroponik di Kota Sungailiat.

5) Warna

Atribut warna merupakan prioritas kelima yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sayuran hidroponik. Warna sayuran hidroponik yaitu hijau tua matang dan hijau tua cerah. Konsumen mempertimbangkan atribut warna dalam keputusan pembelian karena konsumen menyukai tampilan luar pada sayuran hidroponik dan dari segi warna menandakan bahwa sayuran tersebut masih segar atau tidak.

6) Keberagaman Jenis

Atribut keberagaman jenis sayuran hidroponik pada penilaian sikap konsumen menjadi atribut keenam yang dipertimbangkan oleh konsumen. Selaras dengan pendapat Juarwan (2013), atribut keberagaman jenis sayuran menduduki urutan paling akhir dalam mempertimbangkan keputusan pembelian. Preferensi konsumen terhadap atribut keberagaman jenis sayuran hidroponik, konsumen menyukai keberagaman ≥ 3 jenis sayuran hidroponik. Hal ini juga tidak menyulitkan konsumen dalam mendapatkan jenis sayuran yang dimina-

ti. Semakin banyak pilihan jenis sayuran, maka konsumen akan lebih tertarik untuk mengonsumsi sayuran hidroponik. Konsumen yang menyukai banyak macam keberagaman jenis sayuran menganggap bahwa atribut keberagaman jenis sangat penting dan paling dipertimbangkan.

7) Harga

Atribut harga terhadap sayuran hidroponik menduduki peringkat terakhir setelah atribut keberagaman jenis. Hal ini menunjukkan bahwa harga masih menjadi atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik. Konsumen tidak keberatan apabila harga sayuran hidroponik lebih mahal dibandingkan sayuran konvensional, karena jika harga yang tinggi tersebut sesuai dengan kualitas yang ada pada sayuran hidroponik. Responden yang membeli sayuran hidroponik di Kota Sungailiat mayoritas yang mendapatkan penghasilan dalam satu bulan sebesar < Rp 6.400.000 sehingga konsumen di Sungailiat tidak keberatan untuk melakukan pembelian sayuran hidroponik. Hal ini juga selaras dengan pendapat Febrianti *et al.*, (2019 menyatakan bahwa Responden yang membeli sayuran hidroponik di Kota Sukabumi mayoritas berpenghasilan tinggi sehingga konsumen tidak memperlakukan harga ketika mengeluarkan sejumlah uang lebih untuk membeli sayuran hidroponik, beberapa responden juga tidak memperlakukan harga sayuran hidroponik, karena harga sayuran yang sudah ditetapkan oleh produsen saat ini sudah sebanding dengan kualitas sayuran yang didapatkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di Sungailiat tidak sama atau terdapat perbedaan preferensi terhadap sayuran hidroponik. Sayuran hidroponik yang menjadi preferensi konsumen di Kota Sungailiat adalah sayuran hidroponik yang tingkat kesegaran sayuran segar (kurang dari 2 hari) berdaun lebar tidak berlubang, har-

ga cukup mahal (lebih mahal 10 % dari sayuran konvensional), rasa sayuran manis renyah, memiliki warna sayuran hijau muda cerah, dan keberagaman jenis ≥ 3 . Atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik di Sungailiat berturut – turut adalah atribut kesegaran sayuran, kebersihan, rasa, fisik daun, warna, keberagaman jenis dan harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditianti, A., Prihatini, S., & Hermina, H. 2016. Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Individu Tentang Makanan Beraneka Ragam sebagai Salah Satu Indikator Keluarga Sadar Gizi (KADARZI). *Buletin Penelitian Kesehatan* : 44(2) 117-126.
- Andari, and N. Murty. 2016. Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Super Indo Sultan Agung Yogyakarta. *Res. Repos.* <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/6547>.
- Anggiasari, Made N, Indriani, Endaryanto Y, dan Teguhet. 2016. Sikap dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung. *Jiia*, 4(4), 391–397.
- Armiriawan, F. N., Kusnandar, & Setyowati. 2021. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta. *Agrista*, 9(2), 5–24.
- BAPPENAS. 2018. *Kelompok Usia Sepakat*. https://sepakat.bappenas.go.id/wiki/kelompok_usia.
- Engel, Blackwell, Miniard. 2012. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara
- Febrianti T, Tsani A, & Nur Mila, A. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*. 7(1), 1–8.
- Fraenkel, J.R., Wallen, N.E. & Hyun, H.H. 2012. *How to Design and Evaluate. Research in ducation*. 8 ed. Boston: McGraw-Hill Higher Education
- Haviz Meidy, Restu A Suryaman, & Reggy T. 2021. Fenomena Alih Fungsi Lahan :Apakah Tenaga Kerja dapat Berpindah dari Sektor Pertanian Ke Sektor Lain ?(Studi Kasus Kabupaten Bekasi. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, Vol 1(1), Hal. 1-11.
- Juarwan, Imaddudin. 2013. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Organik Di Kota Bogor*. Bogor.
- Siregar, M. 2017. "Respon Pemberian Nutrisi Abmix Pada Sistem Tanam Hidroponik Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Tanaman Sawi (Brassica

juncea)". *Journal of Animal Science and Agronomy Panca Budi*, Vol 2(2)

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sumarwan, U. 2002. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Suhardi. 2016. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Yasmin, Afrina .2017. Impact of Brand Image on Consumer Interest buying. The result of this has shown that brand image has strongly positive impact on consumers' interest buying of laptop in Bangladesh. *International Journal of Research in Social Sciences* Vol. 7 Issue 10,p1-18.

Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX	9% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	1% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.ummi.ac.id Internet Source	2%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
3	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	1%
4	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	1%
5	etd.umy.ac.id Internet Source	1%
6	repo.darmajaya.ac.id Internet Source	1%
7	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 35 words

