

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN HIDROPONIK DI SEBELAS MARET HIDROPONIK SURAKARTA

CONSUMER PREFERENCES FOR HYDROPONIC VEGETABLES IN SEBELAS MARET HYDROPONICS SURAKARTA

Agung Setyarini^{1*}, Yoesti S. Arianti², Nugraheni Retnaningsih³

(1) Universitas Veteran Bangun Nusantara, Jl. Soejono Humardani No 1 Kampus Jombor
Sukoharjo, Jawa Tengah 57521, Indonesia
setyoriniaqung16@gmail.com

(2) Universitas Veteran Bangun Nusantara, Jl. Soejono Humardani No 1 Kampus Jombor
Sukoharjo, Jawa Tengah 57521, Indonesia
daringyoesti@gmail.com

(3) Universitas Veteran Bangun Nusantara, Jl. Soejono Humardani No 1 Kampus Jombor
Sukoharjo, Jawa Tengah 57521, Indonesia
nretna@gmail.com

ABSTRAK

Sayuran hidroponik merupakan salah satu produk hortikultura yang mulai banyak diminati. Keistimewaan dari produk sayuran hidroponik ini adalah lebih segar dan bersih dibandingkan sayuran konvensional. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis preferensi konsumen dan mengetahui urutan atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen terhadap sayuran hidroponik. Metode penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Sebelas Maret Hidroponik Surakarta. Metode pengambilan sampel secara *non probability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling* sebanyak 33 responden dengan kriteria telah membeli dan mengkonsumsi sayuran hidroponik yang diproduksi oleh Sebelas Maret Hidroponik. Metode analisis data dengan model multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen pada sayuran hidroponik adalah sayuran yang memiliki kondisi fisik/kesempurnaan daun yang lebar, tidak sobek, tidak berlubang, utuh dan tidak patah. Kondisi kesegaran sayuran yang dipanen secara langsung, dengan warna sayuran hijau muda cerah, rasa sayuran yang berbeda dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Kemasan sayuran secara tertutup dan transparan, serta ada label pada kemasan. Atribut utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik secara berturut-turut adalah tingkat kesegaran, rasa sayuran, kondisi fisik/kesempurnaan daun sayuran, warna sayuran, kemasan dan label.

Kata kunci : fishbein; hidroponik; konsumen; preferensi; sayuran.

ABSTRACT

Hydroponic vegetables are one of the increasingly popular horticultural products. The specialty of hydroponic vegetable products is that they are fresher and cleaner than conventional vegetables. The purpose of this research is to analyze consumer preferences, and determine the order of attributes that are the main considerations for consumers of hydroponic vegetables. The method of determining the location was done purposively at Sebelas Maret Hydroponics Surakarta. The sampling method is non probability sampling with a convenience sampling approach of 33 respondents with the criteria of having bought and consumed hydroponic vegetables produced by Sebelas Maret Hydroponics. Data analysis method with Fishbein's multi-attribute model. The results showed that consumer preferences for hydroponic

vegetables are vegetables that has physical conditions of leaves that are wide, not torn, not perforated, intact and not broken. The condition of freshness of vegetables that are harvested directly, with bright light green vegetable colors, vegetable flavors that are different from conventionally cultivated vegetables. The packaging of vegetables is closed and transparent, and there is a label on the packaging. The main attributes considered by consumers in purchasing hydroponic vegetables are the level of freshness, vegetable taste, physical condition of vegetable leaves, vegetable color, packaging and labels.

Keyword: *fishbein; hydroponics; consumers; preferences; vegetables.*

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan komoditas pertanian yang memiliki nilai ekonomis dan nilai tambah yang tinggi. Kebutuhan masyarakat akan pangan seperti sayuran dan buah-buahan semakin meningkat seiring dengan berkembangnya jumlah penduduk. Namun, hal itu tidak sebanding dengan pertumbuhan lahan (Roidah, 2014).

Sayuran merupakan salah satu produk hortikultura yang mempunyai permintaan cukup tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat seperti pada hotel, restoran, pasar modern, dan pasar tradisional (Pramesti et al., 2020). Sayur-sayuran selalu dikonsumsi oleh masyarakat setiap hari, maka nilai pasarnya cukup baik karena permintaan pasar akan sayuran yang meningkat (Effendi et al., 2023). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan peningkatan produksi sayuran. Beberapa permasalahan yang menyangkut produksi sayuran antara lain: peningkatan minat konsumsi sayuran masyarakat yang tidak diimbangi dengan produksi sayuran, lahan pertanian yang semakin sempit, perubahan iklim yang dapat mengurangi kuantitas dan kualitas produksi sayuran. Salah satu upaya solusi dari permasalahan tersebut adalah dengan budidaya sayuran dengan teknik hidroponik. Sistem budidaya secara hidroponik sering diterapkan untuk mengatasi kekurangan lahan pertanian seperti di daerah perkotaan, yang dalam hal ini sayuran (Sutarni et al., 2019).

Saat ini teknik budidaya tanaman secara hidroponik mulai berkembang di wilayah Surakarta dan sekitarnya, dan generasi muda cenderung lebih menyukai teknik hidroponik dibanding dengan konvensional. Keistimewaan dari produk sayuran hidroponik ini adalah kualitas yang lebih segar dan lebih bersih jika dibandingkan dengan sayuran konvensional (Rosa & Tinjung, 2019). Produksi sayuran hidroponik sudah masuk di pasar modern dan tradisional. Jenis sayuran yang dijual antara lain selada, sawi hijau, pakcoy, bayam, kailan, kangkung, pagoda, dan lain sebagainya.

Preferensi konsumen menunjukkan kecenderungan kesukaan konsumen terhadap suatu produk dari berbagai pilihan (Kotler & Amstrong, 2003), sedangkan menurut (Fajarani et al., 2021) preferensi konsumen adalah pendapat konsumen tentang kesukaan atau ketidaksuakaan terhadap atribut suatu produk. Teori preferensi konsumen digunakan untuk menganalisa sejauh mana keinginan konsumen terhadap suatu produk. Seorang konsumen terlebih dahulu akan mencari informasi mengenai manfaat dari suatu produk, yang selanjutnya konsumen akan mengevaluasi atribut produk tersebut. Konsumen akan memberikan penilaian pada setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya. Sikap konsumen merupakan komponen penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk (Febrianti et al., 2019). Penting bagi pelaku usaha di bidang pertanian untuk mengetahui preferensi konsumen, khususnya pelaku hidroponik, sehingga dapat memenuhi permintaan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pada beberapa pelaku usaha hidroponik juga menerapkan prioritas strategi masing-masing, seperti "Kebun sayur Surabaya" memprioritaskan 'restoran' dan 'hotel', "JawaRa Farm" memprioritaskan 'pemasok kangkung' dan "One Stop Hidroponik" memprioritaskan 'konsumen perorangan' (*display* sayuran) (Yuliarini et al., 2020).

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan referensi dari penelitian ini (Armiriawan et al., 2021; Arum Sari et al., 2022; Febrianti et al., 2019; Herlianti et al., 2019; Nahraeni et al., 2016; Rahardjo, 2019; Yasmin et al., 2017). Urgensi dilakukan penelitian ini karena produsen sayuran hidroponik membutuhkan informasi mengenai preferensi konsumen untuk meningkatkan kualitas produk serta untuk memenuhi selera konsumen, dimana Sebelas Maret

Hidroponik ini masih terbilang baru karena memulai usahanya pada tahun 2021. Sebelas Maret Hidroponik telah memproduksi berbagai sayuran hidroponik antara lain : kangkung, bayam hijau dan bayam mereah, caisim, pokchoy, pagoda, siomak, naibai, dan tomat chery. Teknik hidroponik yang dilakukan dengan sistem rakit apung (*water culture system*), sistem NFT (*Nutrien Film Technique*), Sistem DFT , dan sistem tetes. Pemasaran sayuran hidroponik melalui gerai dan juga dilakukan secara online.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik, dan mengetahui urutan atribut yang menjadi pertimbangan utama konsumen terhadap sayuran hidroponik.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*). Metode pengambilan sampel responden dengan menggunakan *nonprobability sampling*, karena banyaknya populasi responden tidak dapat diketahui secara pasti. Penentuan sampel dilakukan menggunakan pendekatan *convenience sampling*, dimana responden dipilih berdasarkan kemudahan dan ketersediaan dalam mendapatkannya (berada di waktu dan tempat yang tepat) serta memenuhi persyaratan yang ditentukan. Persyaratan yang ditentukan adalah konsumen telah membeli dan mengkonsumsi sayuran hidroponik yang diproduksi oleh Sebelas Maret Hidroponik minimal satu kali. Jumlah responden sebanyak 33 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden (Sugiyono, 2016)

Metode analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta menggunakan uji Multiatribut Fishbein. Uji validitas digunakan untuk menguji valid atau tidaknya kuesioner, sedangkan tingkat validitas dapat diukur dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel dari ketentuan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel. Apabila r hitung $>$ r tabel maka dinyatakan valid, tetapi bila r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan statistik Cronbach Alpha. Tujuannya adalah menguji apakah kuesioner benar-benar dapat diandalkan dan konsisten sebagai alat pengukur. Menurut (Ghozali, 2013) keputusan reliabel atau tidaknya sebuah instrumen dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha. Apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka instrumen sudah reliabel, sedangkan apabila nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka instrumen tidak reliabel.

Untuk mengetahui atribut sayuran hidroponik yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, menggunakan model analisis Multiatribut Fishbein yang didasarkan pada pemikiran bahwa sikap dibentuk oleh komponen kepercayaan dan evaluasi. Uji Multiatribut Fishbein dinyatakan dengan rumus:

$$Ao = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan

A_0 : Sikap konsumen terhadap sayuran hidroponik

b_i : Tingkat keyakinan konsumen terhadap atribut i yang dimiliki sayuran hidroponik

e_i : Dimensi evaluatif konsumen terhadap atribut i yang dimiliki sayuran hidroponik

n : Jumlah atribut yang dimiliki sayuran hidroponik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Karakteristik responden menggambarkan ciri-ciri khusus responden yang menjadi sampel penelitian disajikan pada Tabel 1. Dari Tabel 1 diketahui bahwa menurut kategori umur, seluruh responden merupakan termasuk dalam usia produktif, responden tergolong pada fase dewasa dan telah memiliki pemikiran yang rasional untuk memilih bahan pangan yang sehat (Saiful & Kisroh, 2023). Menurut jenis kelamin, mayoritas responden merupakan perempuan sebanyak 28 orang. Hal ini sejalan dengan penelitian (Arum Sari et al., 2022; Febrianti et al., 2019; Nahraeni et al., 2016), yang menyebutkan bahwa pengambilan keputusan pembelian sayuran lebih banyak dilakukan oleh perempuan. Dominansi jumlah responden perempuan dikarenakan perempuan mempunyai peran penting dalam pengambilan keputusan dalam

membeli kebutuhan pokok rumah tangga seperti sayuran. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nudin et al., 2022) yang menjelaskan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di kota Pontianak juga didominasi oleh perempuan yang sudah berumahtangga. Hal ini karena perempuan bertanggungjawab dalam mengatur konsumsi pangan rumah tangga.

Tingkat pendidikan responden mayoritas adalah sarjana (S1) sebanyak 48,48%, sedangkan pasca sarjana (S2) sejumlah 42,42%. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin banyak pengetahuan yang dimilikinya, maka akan semakin selektif dalam memilih produk yang dikonsumsi. Tingkat pendidikan yang tinggi akan memberikan pengetahuan tentang nilai gizi produk dan dampaknya terhadap kesehatan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Yasmin et al., 2017). Status perkawinan mayoritas responden adalah sudah menikah sebanyak 23 orang (69,70%). Jumlah anggota keluarga mayoritas berjumlah 3-4 orang, sedangkan pendapatan mayoritas responden lebih dari Rp. 3.500.000.

Tabel 1. Karakteristik responden sayuran hidroponik di Sebelas Maret Hidroponik Surakarta

No	Variabel	Karakteristik responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Umur	< 15 tahun	0	-
		15-64 tahun	33	100.00
		> 64 tahun	0	-
		Jumlah	33	100.00
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	5	15.15
		Perempuan	28	84.85
		Jumlah	33	100.00
3	Pendidikan	SMA sederajat	0	-
		D3	3	9.09
		S1	16	48.48
		S2	14	42.42
		Jumlah	33	100.00
4	Status perkawinan	Menikah	23	69.70
		Belum menikah	10	30.30
		Jumlah	33	100.00
5	Jumlah anggota rumah tangga	1-2 orang	10	30.30
		3-4 orang	15	45.45
		>5 orang	8	24.24
		Jumlah	33	100.00
5	Pendapatan	< Rp 1.500.000	0	-
		Rp 1.500.000-Rp 2.500.000	2	6.06
		> Rp 2.500.000-Rp 3.500.000	3	9.09
		>Rp 3.500.000	28	84.85
		Jumlah	33	100.00

Sumber: analisis data primer (2023)

Perilaku Pembelian Konsumen

Perilaku konsumen adalah keterlibatan langsung aktivitas individu dalam membuat keputusan tentang perolehan atau penggunaan barang atau jasa (Febrianti et al., 2019). Perilaku konsumen terhadap sayuran hidroponik di Sebelas Maret Hidroponik meliputi jenis sayuran yang sering dibeli, alasan membeli, cara memperoleh informasi tentang sayuran hidroponik, keputusan membeli, tempat membeli, frekuensi pembelian, dan jumlah pembelian. Dalam melakukan pembelian suatu produk maka konsumen akan menyesuaikan sesuai

dengan kebutuhan. Kebutuhan akan konsumsi sayuran hidroponik memiliki banyak pilihan. Jenis sayuran yang sering dibeli konsumen adalah sawi sendok (pakcoy) sebesar 20,17%.

Alasan membeli sayuran hidroponik yang terbanyak adalah tertarik dengan kualitas sayuran hidroponik yang ditawarkan sebesar 35,44% dan menyadari manfaat sayuran bagi kesehatan sebesar 27,85%. Sayuran hidroponik merupakan sayuran yang memiliki kualitas lebih baik jika dibandingkan dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian (Handaya et al., 2023; Sutarni et al., 2019), yang menjelaskan bahwa konsumen memilih sayuran hidroponik karena kualitas yang baik. Kualitas sayuran hidroponik memiliki tampilan daun mulus tanpa adanya cacat akibat serangan hama, sayuran hidroponik tidak rusak, patah maupun busuk. Sebagian besar responden juga telah memahami sayuran hidroponik memiliki kandungan nutrisi yang bermanfaat untuk pemenuhan gizi dan kesehatan (Armiriawan et al., 2021).

Seiring dengan perkembangan teknologi maka cukup mudah untuk mendapatkan informasi tentang sayuran hidroponik. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa cara memperoleh informasi mengenai sayuran hidroponik paling banyak diperoleh dari lingkungan (keluarga, kerabat, atau teman). Hal ini sejalan dengan penelitian (Armiriawan et al., 2021) yang menyatakan bahwa informasi mengenai sayuran hidroponik lebih banyak disebarluaskan melalui komunikasi orang ke orang (*word of mouth*).

Mayoritas responden sebanyak 51,52% memutuskan untuk membeli sayuran hidroponik secara spontan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Eka Sari, 2014), yang menyatakan bahwa konsumen dapat secara langsung melakukan pembelian karena ketertarikan pada produk atau merk yang ditawarkan. Pembelian sayuran hidroponik yang dilakukan secara spontan diduga karena konsumen tertarik dengan kualitas produk sayur hidroponik yang ditawarkan. Menurut (Sutarni et al., 2019), tingkat kepuasan dapat menimbulkan loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Jika sayur hidroponik dapat memenuhi harapan konsumen maka akan berpengaruh positif menjadikan konsumen akan kembali membeli produk.

Responden membeli produk sayuran hidroponik secara langsung pada produsen sebesar 49,02% dan membeli di supermarket sebesar 31,37%. Pola saluran distribusi pemasaran sayuran hidroponik di Sebelas Maret Hidroponik biasanya dilakukan secara langsung yakni dari produsen ke konsumen. Konsumen memilih membeli langsung pada produsen karena memiliki keuntungan yaitu mendapatkan harga yang lebih murah, atau mendapatkan promo sayuran, serta memperoleh kualitas sayur yang masih segar karena sehabis panen langsung dijual ke konsumen.

Pembelian sayuran oleh konsumen disesuaikan dengan kebutuhan rumah tangga. Mayoritas responden membeli sayuran hidroponik 2-3 kali dalam sebulan, hal ini sejalan dengan penelitian (Armiriawan et al., 2021) menyatakan bahwa frekuensi pembelian sayuran hidroponik sekitar 2-3 kali per bulan. Hal ini diduga juga dipengaruhi oleh perubahan pola hidup. Salah satu perubahan yang cukup signifikan adalah mulai beralihnya pola konsumsi masyarakat dari mengkonsumsi sayuran yang berkadar gizi rendah menjadi sayuran berkualitas dan berkadar gizi tinggi (Yolandika et al., 2017) sedangkan menurut (Ananda, 2019) menyatakan bahwa harga, pelayanan, kelengkapan barang, dan kenyamanan yang semakin baik akan meningkatkan frekuensi pembelian oleh konsumen.

Mayoritas responden sebanyak 48,48% membeli sebanyak 3-4 pack pada satu kali pembelian. Jika pembeli merasa puas akan kualitas sayuran hidroponik biasanya akan membeli sayuran jenis lainnya. Menurut (Ananda, 2019) menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, promosi dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Validitas dan reliabilitas

Instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Dari Tabel 2 diketahui bahwa semua komponen pada instrument penelitian dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji validitas instrument penelitian

No	Variabel	R hitung	R tabel	Kesimpulan
1	Kondisi /kesempurnaan fisik sayuran hidroponik	0.458	> 0.291	Valid
2	Evaluasi kondisi /kesempurnaan fisik sayuran hidroponik	0.748	> 0.291	Valid
3	Tingkat kesegaran sayuran hidroponik	0.435	> 0.291	Valid
4	Evaluasi tingkat kesegaran sayuran hidroponik	0.634	> 0.291	Valid
5	Kemasan sayuran hidroponik	0.805	> 0.291	Valid
6	Evaluasi Kemasan sayuran hidroponik	0.713	> 0.291	Valid
7	Rasa sayuran hidroponik	0.672	> 0.291	Valid
8	Evaluasi Rasa sayuran hidroponik	0.592	> 0.291	Valid
9	Warna sayuran hidroponik	0.763	> 0.291	Valid
10	Evaluasi warna sayuran hidroponik	0.479	> 0.291	Valid
11	Label sayuran hidroponik	0.791	> 0.291	Valid
12	Evaluasi Label sayuran hidroponik	0.814	> 0.291	Valid

Sumber : analisis data primer (2023)

Instrumen dapat dikatakan reliabel atau tidak dengan melakukan uji statistik Cronbach Alpha. Keputusan reliabel atau tidaknya sebuah instrumen dapat dilihat dari nilai Cronbach Alpha. Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa seluruh komponen pada instrument penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji realibilitas instrument penelitian

No	Uraian	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Evaluasi (ei)	0,742	Reliabel
2	Kepercayaan (bi)	0,737	Reliabel

Sumber : analisis data primer (2023)

Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik

Dari indeks nilai sikap konsumen akan diurutkan dari yang tertinggi sampai terendah. Nilai atribut yang paling tinggi merupakan atribut yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik dapat dilihat pada Tabel 4.

Berdasarkan atribut kondisi fisik/kesempurnaan fisik daun sayuran hidroponik sebanyak 93,94% responden memilih sayuran yang berdaun lebar, tidak sobek, tidak berlubang, utuh tidak patah , karena jumlah yang dikonsumsi akan lebih banyak daripada yang berdaun kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yasmin et al., 2017), sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Mutmainah & Dwi, 2022) menyatakan bahwa tampilan fisik sayuran yang berdaun lebar atau kecil tidak berpengaruh terhadap pembelian sayuran hidroponik.

Berdasarkan atribut tingkat kesegaran sayuran maka 78,79% memilih sayuran yang sayuran yang dipanen secara langsung/segar. Kesegaran sayur akan memberikan kesan visual yang baik serta dapat memanjakan mata konsumen sehingga akan menimbulkan daya tarik bagi konsumen sayur hidroponik (Dewati & Saputro, 2023).

Pada penelitian yang dilakukan (Saiful & Kisroh, 2023) menjelaskan bahwa konsumen menyukai sayuran yang layu 3 hari, konsumen mempunyai alasan menyukai sayuran yang layu setelah tiga hari karena meskipun konsumen sayuran hidroponik di kabupaten Sumenep banyak yang mengetahui bahwa sayuran akan tahan lebih lama didalam lemari pendingin, namun dikarenakan konsumen melakukan pembelian setiap hari maka konsumen lebih menyukai sayuran yang tahan tidak melebihi 3 hari.Berdasarkan atribut warna daun, maka sebanyak 72,73% memilih warna daun hijau muda cerah. Hal ini disebabkan karena sayuran dengan warna daun hijau muda cerah lebih menarik dan lebih enak untuk dikonsumsi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Yasmin et al., 2017), dimana konsumen lebih memilih warna daun yang muda dibandingkan yang tua.

Berdasarkan atribut rasa maka 69,70% konsumen menjelaskan bahwa rasa sayuran hidroponik berbeda dengan sayuran konvensional. Pada sayuran hidroponik berdaun memiliki rasa yang terkesan lebih manis jika dibandingkan dengan sayuran konvensional (Saiful &

Kisroh, 2023). Berdasarkan atribut kemasan maka sekitar 72,73% responden memilih kemasan transparan dan tertutup. Penggunaan kemaan bening atau transparan dan tertutup serta disimpan dalam suhu dingin akan lebih efektif dalam mempertahankan kesegaran sayuran. Hal ini berbeda dengan penelitian (Dewati & Saputro, 2023) yang menyimpulkan bahwa konsumen sayur hidroponik lebih menyukai produk sayur yang dikemas menggunakan plastik bening namun tidak di seal atau tidak di press, sehingga plastik tetap terbuka dibagian atas/bawah sehingga konsumen lebih mudah memegang fisik sayuran secara langsung. Responden juga lebih menyukai keberadaan label pada produk sayuran hidroponik. Sebesar 81,82% responden memilih ada label pada sayuran.

Tabel 4. Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik

No	Atribut sayur hidroponik	Kategori atribut sayuran hidroponik	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)	Preferensi konsumen
1	Kondisi fisik/kesempurnaan fisik daun sayuran hidroponik	Lebar, tidak sobek, tidak berlubang, utuh tidak patah	31	93,94	Lebar, sobek, berlubang, utuh tidak patah
		Lebar, sobek, berlubang	0	0	
		Kecil, tidak sobek, tidak berlubang, utuh tidak patah	1	3,03	
		Kecil, sobek, berlubang	0	0	
2	Tingkat kesegaran sayuran	Lainnya	1	3,03	
		Dipanen langsung/segar	26	78,79	Dipanen langsung/segar
		1 hari setelah panen	4	12,12	
		2-3 hari setelah panen	1	3,03	
3	Warna sayuran hidroponik	>3 hari setelah panen	2	6,06	
		Hijau muda cerah	24	72,73	Hijau muda cerah
4	Rasa sayuran hidroponik	Hijau tua matang	9	27,27	
		Sama seperti sayuran yang dibudidayakan secara konvensional	10	30,30	
5	Kemasan sayuran hidroponik	Berbeda dengan sayuran konvensional	23	69,70	Berbeda dengan sayuran konvensional
		Kemasan transparan dan terbuka	9	27,27	
6	Ketersediaan label pada sayuran hidroponik	Kemasan transparan dan tertutup	24	72,73	Kemasan transparan dan tertutup
		Ada	27	81,82	Ada label pada sayuran hidroponik
		Tidak	6	18,18	

Sumber : analisis data primer (2023)

Sikap konsumen terhadap sayuran hidroponik di Sebelas Maret Hidroponik

Hasil perhitungan sikap konsumen dengan menggunakan alat analisis multiatribut fishbein menunjukkan bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh responden ketika melakukan pembelian sayuran hidroponik secara berturut-turut dari tertinggi ke terendah adalah tingkat kesegaran, rasa sayuran, kondisi fisik/kesempurnaan daun sayuran, warna sayuran, kemasan dan label.

Tabel 5. Sikap konsumen terhadap sayuran hidroponik

No	Atribut	Kepercayaan Bi	Evaluasi ei	Sikap Ao	Peringkat
1	Kondisi fisik/kesempurnaan daun sayuran	4,33	4,64	20,09	III
2	Tingkat kesegaran	4,70	4,88	22,92	I
3	Kemasan	4,24	4,21	17,87	V
4	Rasa	4,52	4,55	20,52	II
5	Warna	4,39	4,55	19,97	IV
6	Label	4,21	3,67	15,44	VI

Sumber : Analisis data primer (2023)

Tabel 5 menunjukkan bahwa tingkat kesegaran merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Tingkat kesegaran yang disukai oleh konsumen yaitu dipanen secara langsung atau dalam kondisi segar. Sayuran yang masih memiliki tingkat kesegaran tinggi memiliki cita rasa sayuran yang lebih enak serta kandungan vitamin pada sayuran masih terjaga (Febrianti et al., 2019).

Atribut kedua yang paling dipertimbangkan adalah rasa sayuran hidroponik yang berbeda dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian (Armiriawan et al., 2021) yang menjelaskan bagi sebagian besar konsumen, rasa merupakan atribut yang paling penting dan mempengaruhi konsumsi pangan dibandingkan dengan atribut lainnya. Berdasarkan preferensi konsumen, responden lebih menyukai sayuran hidroponik karena memiliki rasa sayuran yang berbeda dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Hal ini sejalan dengan penelitian (Febrianti et al., 2019), yang menjelaskan bahwa responden lebih menyukai sayuran hidroponik karena lebih manis, lebih renyah dan lebih segar saat dikonsumsi. Rasa renyah sayuran hidroponik disebabkan oleh jumlah nutrisi yang diberikan ke tanaman sesuai dengan jenis tanaman sehingga tanaman dapat tumbuh optimal untuk menghasilkan tekstur dan rasa sayuran yang renyah.

Atribut selanjutnya adalah kondisi fisik sayuran. Fisik daun memiliki kaitan erat dengan kualitas sayuran (Armiriawan et al., 2021). Konsumen lebih menyukai kesempurnaan fisik daun yang lebar, tidak sobek, tidak berlubang, utuh dan tidak patah menunjukkan bahwa sayuran tersebut masih segar dan sehat. Hal tersebut juga karena konsumen sangat memperhatikan kualitas sayuran hidroponik yang mereka beli sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Pada penelitian ini atribut warna sayuran menduduki peringkat keempat. Warna yang disukai konsumen adalah sayuran yang berwarna hijau muda cerah. Hal ini berbeda dengan penelitian (Rahardjo, 2019) yang menunjukkan bahwa warna sayuran merupakan atribut utama dibandingkan atribut harga, kebersihan dan kesegaran sayuran. Atribut selanjutnya adalah atribut kemasan dan label. Kemasan yang disukai oleh konsumen adalah kemasan yang transparan dan tertutup, dan juga ada labelnya.

PENUTUP

Preferensi konsumen pada sayuran hidroponik adalah sayuran yang memiliki kondisi fisik/kesempurnaan daun yang lebar, tidak sobek, tidak berlubang, utuh tidak patah. Kondisi kesegaran sayuran yang dipanen secara langsung, dengan warna sayuran hijau muda cerah, rasa sayuran yang berbeda dengan sayuran yang dibudidayakan secara konvensional. Kemasan sayuran secara tertutup dan transparan, serta ada label pada kemasan.

Atribut utama yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam pembelian sayuran

hidroponik secara berturut-turut adalah tingkat kesegaran, rasa sayuran, fisik/kesempurnaan daun sayuran, warna sayuran, kemasan dan label.

Kesegaran sayuran merupakan atribut utama yang dipertimbangkan oleh konsumen, maka produsen harus menjaga mutu dan kualitas sayuran agar tetap segar dengan cara perlakuan pasca panen yang baik dan juga memperhatikan pengemasan. Untuk menjaga kontinuitas produk sayuran hidroponik perlu diperhatikan rotasi tanaman. memuat temuan hasil penelitian yang mencerminkan kebaruan, keorisinilan, kepioneran, keuniversalan, dan kontribusi ilmiah dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Ananda, G. C. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Frekuensi Beli Konsumen Pada Pasar Swalayan Maju Bersama Marendal Medan. *Jurnal Ilmiah Abdi Ilmu*, 12(2), 20–32.

Armiriawan, F. N., Kusnandar, & Setyowati. (2021). Analisis Preferensi Kondumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Surakarta. *Agrista*, 9(2), 5–24.

Arum Sari, M. ., Antriyandarti, E., & Khairiyakh, R. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Di Kota Surakarta Pada Masa Pandemi Covid-19. *PAspalum : Jurnal Ilmiah Pertanian*, 10(2), 249–258.

Dewati, R., & Saputro, W. A. (2023). Preferensi Konsumen Sayur Hidroponik Di Komunitas Hidroponik Solo Raya. *Agrisaintifika*, 7(1), 97–105.

Effendi, M., Galingging, H., & Putra, G. A. (2023). Kontribusi Usahatani bayam terhadap pengeluaran Rumah Tangga petani: Sebuah Analisis Ekonomi. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 16(1), 1–12. <https://doi.org/10.19184/jsep.v16i1.38006>

Eka Sari, A. (2014). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Spontan. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 13(1), 55–73. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/13964>

Fajarani, E., Widayana, E., & Putri, N. . (2021). Preferensi Konsumen terhadap keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Kali Agri*, 2(1), 38–50.

Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Handaya, W., Dasipah, E., Karyana, Permana, N. S., & Sukmawati, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik. *Mimbar Agribisnis*, 9(1), 965–982.

Herlianti, H., Abdul, M., & Christoporus. (2019). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik di Kota Palu. *J. Agroland*, 26(1), 39–48.

Kotler, & Amstrong. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. (9th ed.). PT Indeks Kelompok Gramedia.

Mutmainah, & Dwi, S. (2022). JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan). *Jurnal Ketahanan Pangan*, 6(2), 19–29. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/JU-ke/article/view/7296/5865>

Nahraeni, W., Rahayu, A., & A.Yusdiarti. (2016). Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Indijenes. *Jurnal AgribiSains*, 2(2), 32–40.

Nudin, I., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2022). Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak : Sebuah Analisis Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 15(3), 247–256.

Pramesti, K. N., Wiyono, N. S., Karyani, T., & Pardian, P. (2020). Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku Rockwool Pada Usaha Hidroponik. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 724–739.

Rahardjo, S. (2019). Preferensi Konsumen dalam Membeli Produk sayur Hidroponik. *Performa*, 4(1).

Roidah, I. S. (2014). Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. *Bonorowo*, 1(2), 43–50.

Rosa, D. S., & Tinjung, M. P. (2019). Analisa Permintaan Sayuran Hidroponik di PT. Hidroponik Agrofarm Bandung. *AGRILAN: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 7(2), 164–180.

Saiful, G., & Kisroh, S. (2023). Preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di kabupaten sumenep. *Agriscience*, 4(1), 184–199.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.

Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System & Agribusiness*, 2(1), 17–24. <https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>

Yasmin, T. R., Prastiwi, W. D., & Handayani, M. (2017). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 85–93. <https://scholar.archive.org/work/qc7vs4tynzc4hgdjknlyqay2ia/access/wayback/https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP/article/download/20281/8919>

Yolandika, C., Nurmalina, R., & Suharno, S. (2017). Analisis Nilai Tambah Brokoli Kemasan Cv. Yan'S Fruits and Vegetable Di Kecamatan Lembang Bandung Barat. *Journal of Food System & Agribusiness*, 1(1). <https://doi.org/10.25181/jofsa.v1i1.84>

Yuliarini, T., Soeharsono, Lamid, M., Arif, M. A. Al, Sarmanu, & Hidanah, S. (2020). Analysis of Marketing Opportunity Increase based on Consumer Criteria for Hydroponic Vegetable Producers in Surabaya. *Caraka Tani: Journal of Sustainable Agriculture*, 35(2), 278–288. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v35i2.29622>