

**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK
PADA PRODUK ROMAIN
(Study Kasus: Di Harvest Queen Kota Batu)**

Nur Cholis¹, Ahmad Dedy Syathori², Zainul Arifin²

Mahasiswa program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email: 21701032023@Unisma.com

²Dosen Pembimbing Program Studi Agribisnis Universitas Islam Malang,

Email: ahmaddedy@unisma.ac.id Email: zainul.arifin@unisma.ac.id

Abstract

Harvest Queen is one of the MSME actors who are engaged or based on hydroponic vegetable farming. Currently Harvest Queen has carried out various kinds of hydroponic agricultural products such as hydroponic vegetables, A-B mix fertilizers, and hydroponic vegetable installations. The purpose of this study was to determine the characteristics of consumers of hydroponic vegetables in Harvest Queen Batu City and to analyze the factors that influence consumer decisions in buying hydroponic vegetables in Harvest Queen Batu City. This study uses multiple linear regression analysis with the data needed is primary data obtained through interviews and secondary data obtained from the literature. Harvests Queen Batu City, Temas Village, Batu District, Batu City, East Java is the research site that was chosen by the researcher purposively. The results of this study found that the variables that have a significant effect are price, quality, promotion and income variables. while the variables of age, place and education have no significant effect on consumer decisions to purchase hydroponic vegetables.

Keywords: Consumer Decision, Multiple Linear Regression, Harvest Queen

Abstrak

Harvest Queen adalah salah satu pelaku UMKM yang bergerak atau berbasis pertanian sayur hidroponik. Saat ini Harvest Queen telah melakukan berbagai macam produk pertanian hidroponik seperti sayur sayur hidroponik, pupuk A-B mix, dan instalasi sayur hidroponik. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui karakteristik konsumen sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu dan Menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear Berganda dengan data yang dibutuhkan ialah data primer yang diperoleh melalui wawancara dan data skunder yang diperoleh dari literatur. Harvests Queen Kota Batu, Desa Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur merupakan tempat penelitian yang dipilih peneliti secara purposiv. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa variabel yang berpengaruh secara signifikan ialah variabel harga, kualitas, promosi dan pendapatan. sedangkan untuk variabel umur, place dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian sayur hiroponik.

Kata Kunci: Keputusan Konsumen, Regresi Linear Berganda, Harvest Queen

PENDAHULUAN

Sayur hidroponik merupakan sayuran yang banyak di kembangkan di daerah perkotaan karena hidroponik merupakan system pertanian yang simple dan tidak terlalumembutuhkan tempat yang banyak. Banyak metode pertanian sayur yang di gunakan di Indonesia. Beberapa pakar hidroponik mengemukakan beberapa kelebihan dan kekurangan sistem hidroponik dibandingkan dengan pertanian konvensional (Del Rosario dan Santos 1990; Chow 1990). Kelebihan sistem hidroponik antara lain adalah penggunaan lahan lebih efisien, tanaman berproduksi tanpa menggunakan tanah, tidak ada resiko untuk penanaman terus menerus sepanjang tahun, kuantitas dan kualitas produksi lebih tinggi dan lebih bersih, penggunaan pupuk dan air lebih efisien, periode tanam lebih pendek, dan pengendalian hama dan penyakit lebih mudah.

Kekurangan sistem hidroponik, antara lain adalah membutuhkan modal yang besar; pada “Close System” (nutrisi disirkulasi), jika ada tanaman yang terserang patogen maka dalam waktu yang sangat singkat seluruh tanaman akan terkena serangan tersebut; dan pada kultur substrat, kapasitas memegang air media substrat lebih kecil daripada media tanah; sedangkan pada kultur air volume air dan jumlah nutrisi sangat terbatas sehingga akan menyebabkan pelayuan tanaman yang cepat dan stres yang serius.

Pemasaran sayur hidroponik di Indonesia di nilai semakin naik, hal tersebut dapat nilai dengan banyaknya sayur hidroponik yang di jual di supermarket besar di Indonesia. Dalam bidang penelitian faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayur hidroponik ini merupakan salah satu model database yang bisa di gunakan sebagai acuan para pengusaha sayur hidroponik untuk melebarkan sayapnya dalam melakukan pemasaran melakukan tergetig market yang tepat. Pemasaran merupakan hal terpenting di samping dari proses produksi, bagaimana kita bisa melancarkan proses pemasaran yang dapat di terima dengan baik di masyarakat dan di sambutdengan antusias.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mengunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan data skunder yang diperoleh dari literatur yang memiliki sumber jelas. Tempat penelitian ini dipilih dengan sengaja (purposive) di Harvets Queen Kota Batu, Desa Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Didasarkan karena merupakan salah satu tempat usaha pertanian Hidroponik yang memasarkan produknya melalui online dan offline. Penelitian ini dilakukan bulan Novembeber 2021 sampai Januari 2022. Sampel pada penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan pembelian di Harvest Queen. Penentuan sampel ini menggunakan teknik lemeshow. Sehingga responden yang didapat adalah 96 responden yang diambil dari penyebaran kuisioner. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis deskriptif untuk mendiskripsikan karakteristik konsumen. Untuk analisis kedua yakni menggunakan metode analisis model regresi linear berganda yang digunakan sebagai analisa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayur hidroponik di Harvest Queen Kota Batu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Romain di Harvest Queen Kota Batu. Populasi konsumen tidak diketahui secara pasti, sehingga pengambilan sampel dilakukan dengan metode Lemeshow yang hasilnya didapatkan 96 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan

teknik purposive sampling dengan menyebarkan kuisioner. Berikut karakteristik responden yang diperoleh dari hasil Wawancara:

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	68	70,8
Wanita	28	29,2
Total	96	100

Sumber: data primer diolah 2022

Tabel 1 menjelaskan jenis kelamin responden, dijelaskan bahwa responden didominasi oleh pria dengan persentase 70,8% dan sisanya oleh wanita sebesar 29,2%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa konsumen wanita lebih rentan untuk membeli Sayur Hidroponik dibandingkan konsumen pria.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan Umur

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
16-35	24	25,0
36-55	60	62,5
>56	12	12,5
Total	96	100

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel 2, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian adalah berumur 16 sampai >56 tahun, dengan nilai tertinggi yaitu umur 36-55 tahun dengan persentase sebesar 62,5%, dan responden terendah yaitu pada usia >56 tahun dengan persentase sebesar 12,5%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa konsumen Sayur Hidroponik adalah didominasi oleh orang dewasa.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan status

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Menikah	76	79,2
Belum Menikah	20	20,8
Total	96	100

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 3, dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan status menikah dan belum menikah terdiri dari 79,2 % sudah menikah dan 20,8% belum menikah. Hal ini mengidentifikasikan bahwa konsumen Sayur Hidroponik mulai dari yang belum menikah sampai yang menikah dengan perbandingan persentase yang cukup jauh.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMP Sederajat	10	10,4
SMA Sederajat	72	75,0
S1	14	14,6
Total	96	100

Berdasarkan tabel 4, Pendidikan Terakhir Responden, pendidikan terakhir responden di dominasi oleh SMA sederajat, yakni sebesar 75 % dan posisi kedua adalah Sarjana (S1) sebanyak 14,6%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa sayur hidroponik pada produk Romaine banyak dikonsumsi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan S1 dan SMA sederajat.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan

Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
2,1 – 3 juta	25	26,0
3,1 – 4 juta	51	53,1
>4 juta	20	20,8
Total	96	100

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 5, Tingkat Pendapatan Responden, dijelaskan bahwa responden memiliki tingkat pendapatan yang bermacam – macam, mulai dari 2,1 Juta smpai > 4 juta/ bulan, dan tingkat pendapatan terbesar yaitu sebesar 3,1-4juta/bulan dengan persentase 53,1%.

Tabel 6. Karakteristik petani responden berdasarkan pendapatan usahatani

No.	Pendapatan Usaha Tani	Jumlah	Presentase
1	< Rp. 30.000.000	36	51%
2	≥ Rp. 30.000.000	34	49%
	Total	70	100%

Sumber: data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 6, didapatkan dari 70 petani responden rata-rata perolehan pendapatan sebesar Rp. 32. 885.714,- dalam satu tahun yang jika di golongan maka sebanyak 36 atau 51% petani responden berpenghasilan kurang dari Rp. 30.000.000,- dan 34 atau 49% petani responden lainnya memperoleh penghasilan lebih dari Rp. 30.000.000,-.

Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Sayur Hidroponik di Harvest Queen

Variabel yang terlibat dalam uji statistik penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel dependen atau variabel terikat penelitian ini yaitu keputusan responden terhadap pembelian sayur hiroponik meliputi variabel harga (X_1), kualitas (X_2), promosi (X_3), place (X_4), pendidikan (X_5), umur (X_6), dan pendapatan (X_7). Untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan responen melakukan pembelian sayur hidroponik, maka dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda , adapun hasil dari analisis regresi model regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,813	,301		-2,706	,008
	X ₁	,166	,058	,397	2,871	,005
	X ₂	,100	,060	,163	1,678	,097
	X ₃	,016	,059	,035	,278	,082
	X ₄	-,036	,039	-,075	-,943	,348
	X ₅	,149	,079	,180	1,877	,064
	X ₆	-,010	,037	-,023	-,274	,785
	X ₇	,031	,030	,090	1,031	,305

Sumber: Variables In the Equation Output Data SPSS diolah 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda tersebut, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,813 + 0,397 X_1 + 0,163 X_2 + 0,035 X_3 + -,075X_4 + 0,180 X_5 + -,023 X_6 + 0,090 X_7$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Harga (X₁)

Variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,008 yang artinya lebih kecil dari 0,1 (0,008 < 0,1) dengan nilai koefisien 0,166 dan eksponen (B) sebesar 0,397 yang memiliki arti bahwa jika Harga bisa dijangkau oleh konsumen, maka peluang keputusan pembelian sayur hidroponik di harvest Queen peningkatan sebesar 0,397. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu tolak ukur dalam pembelian suatu produk sehingga semakin terjangkau harga suatu produk maka membuat konsumen memberikan keputusan untuk pembelian produk tersebut.

2. Kualitas (X₂)

Variabel Kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,005 yang artinya lebih kecil dari 0,1 (0,005 < 0,1) dengan nilai koefisien 0,100 dan eksponen (B) sebesar 0,060 yang memiliki arti bahwa jika Kualitas produk semakin bagus, maka peluang keputusan pembelian sayur hidroponik di harvest Queen peningkatan sebesar 0,060. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas menjadi ukuran konsumen untuk memberikan keputusan dalam pembelian sehingga semakin bagus kualitas suatu produk maka membuat konsumen memberikan keputusan untuk pembelian produk tersebut.

3. Promosi (X₃)

Variabel Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,097 yang artinya lebih kecil dari 0,1 (0,097 < 0,1) dengan nilai koefisien 0,016 dan eksponen (B) sebesar 0,035 yang memiliki arti bahwa jika promosi yang dilakukan oleh harvest Queen Bagus, maka peluang keputusan pembelian sayur hidroponik di harvest Queen peningkatan sebesar 0,035. Hal ini menunjukkan bahwa Promosi menjadi salah satu yang terpenting bagi perusahaan

untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada konsumen. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa sebagian besar responden menyatakan promosi yang dilakukan oleh Harvest Queen sudah berjalan dengan baik, baik melalui Instagram, WhatsApp dan lain sebagainya.

4. Umur (X_4)

Variabel Umur tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,348 yang artinya lebih besar dari 0,1 ($0,348 > 0,1$) dengan nilai koefisien -0,036 dan eksponen (B) sebesar -0,075 yang memiliki arti umur bukan menjadi salah satu pengaruh dalam keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hartono, 2015) yang menyatakan bahwa umur tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Pendapatan (X_5)

Variabel Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,064 yang artinya lebih kecil dari 0,1 ($0,064 < 0,1$) dengan nilai koefisien 0,149 dan eksponen (B) sebesar 0,180 yang memiliki arti bahwa jika pendapatan konsumen semakin meningkat, maka peluang keputusan pembelian sayur hidroponik di Harvest Queen peningkatan sebesar 0,180. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan menjadi salah satu tolak ukur dalam pembelian suatu produk sehingga semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen maka membuat konsumen memberikan keputusan untuk pembelian produk tersebut.

6. Place (X_6)

Variabel Place tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,785 yang artinya lebih besar dari 0,1 ($0,785 > 0,1$) dengan nilai koefisien -0,010 dan eksponen (B) sebesar -0,023 yang memiliki arti Place bukan menjadi salah satu pengaruh dalam keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suarkandi, 2014) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian namun tidak berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian sayur organik.

7. Pendidikan (X_7)

Variabel Pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian sayur hidroponik. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji signifikansi dengan hasil sebesar 0,305 yang artinya lebih besar dari 0,1 ($0,305 > 0,1$) dengan nilai koefisien 0,031 dan eksponen (B) sebesar 0,030 yang memiliki arti pendidikan bukan menjadi salah satu pengaruh dalam keputusan pembelian. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermanianto & Andayani, (2002). bahwa tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang pentingnya kandungan gizi dipengaruhi oleh tingkat pendidikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Karakteristik Karakteristik konsumen berdasarkan umur yaitu rata-rata umur 36-55 tahun sebanyak 60 orang (62,5%), berjenis kelamin pria sebanyak 68 orang (70,8%), status menikah sebanyak 76 orang (79,2%), pendidikan rata-rata SMA Sederajat sebanyak 72 orang (75%), dan dengan pendapatan rata-rata Rp 3,1 – Rp 4 juta sebanyak 51 orang (53,1%).
2. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk sayur hidroponik di Harvest Queen

di Batu adalah variabel Harga dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) sebesar 0,05. Dan nilai probabilitas (Exp B) sebesar 0,397, variabel Kualitas dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) sebesar 0,097 dengan nilai Exp B sebesar 0,060, variabel Promosi dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) pada sebesar 0,082 dengan nilai Exp B sebesar 0,035, dan variabel Pendapatan dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) pada sebesar 0,040 dengan nilai Exp B sebesar 0,180. Sedangkan variabel Umur dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) sebesar 0,348 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$), variabel Place dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) sebesar 0,785 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) dan Pendidikan dengan nilai ($\text{Sign} = \alpha$) sebesar 0,305 (lebih besar dari $\alpha = 0,1$) tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sayuran Hidroponik di Harvest Queen.

Saran

Saran yang dapat penulis berikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut; 1.) Harga sayur hidroponik Relatif Stabil, sehingga kedepannya untuk lebih memperhatikan harga dengan kenaikan yang wajar dan tidak memberatkan konsumen atau yang sudah berlangganan lebih lama, 2) Kualitas pada sayur hidroponik masih dianggap sedang oleh konsumen, sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas produk dengan terobosan perawatan lebih intensif terhadap produk sayur hidroponik, 3) Berdasarkan di tempat penelitian, masih kurangnya kegiatan promosi produk, sehingga untuk kedepannya lebih meningkatkan promosi mengenai keunggulan yang dimiliki oleh produk Sayur Hidroponik konsumen, 4) Berdasarkan di tempat penelitian, Pendapatan menjadi salah satu faktor untuk mengambil keputusan pembelian, sehingga untuk kedepannya mengenai harga untuk bisa menyesuaikan harga konsumen tanpa ada kerugian di antara konsumen dan produsen, 5) Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian lain yang dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian, karena pada dasarnya keputusan konsumen untuk membeli produk yang dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal dari dalam diri konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2018. *Ekonomi Indonesia Triwulan II-2018 Tumbuh 5,27 Persen*, Jakarta Pusat, 2018.
- Direktorat Jendral Hortikultura. 2016. <http://hortikultura.pertanian.go.id/>. Diakses.
- Dewi, T. R. (2009). *Analisis Permintaan Cabai Merah (Capsicum Annuum L) Di Kota Surakarta*.
- Fauzi Sirait 2017. Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik”. (Studi Kasus : Berastagi Supermarket, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Agribisnis. Fakultas Pertanian. Umsu. Medan.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi.
- Irawan, B. 2003. Konversi Lahan Sawah di Jawa dan Dampaknya Terhadap Produksi Padi. *Ekonomi Padi dan Beras Indonesia* : 295- 325. Badan Litbang Pertanian. Vol 7. Hal 6
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Google Buku. Diambil 15 Desember 2020
- Widjanarko, *et al.* 2006. Dampak Alih Fungsi Lahan. Universitas Sumatra Utara. Vol 6. Hal 6.