

SKRIPSI

**PREFERENSI PELANGGAN TERHADAP PERMINTAAN
SAYURAN HIDROPONIK DI KECAMATAN POLEWALI
KABUPATEN POLEWALI MANDAR**

**HARFANI RAMADANI
A 0119007**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025**



UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama: Harfani Ramadani

Nim: A 0119007

Program Studi: Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Preferensi Pelanggan terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar”** adalah benar merupakan hasil karya saya di bawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Campalagian, 20 Juni 2024



Harfani Ramadani
NIM. A 0119007

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Preferensi Pelanggan terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik
di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar
Nama : Harfani Ramadani
NIM : A 0119007

Disetujui oleh



Nurlaela, SP., M.Si
Pembimbing I



Astina, S.P., M.Si
Pembimbing II

Diketahui oleh

Dekan
Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof. Dr. Ir. Kaimuddin, M.Si
NIP 196005121989031001

Ketua
Program Studi Agribisnis



Astina, S.P., M.Si
NIP 199007222024212036

Tanggal Lulus: 23 Oktober 2021

ABSTRAK

HARFANI RAMADANI. Preferensi Pelanggan terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. Dibimbing oleh **NURLAELA** dan **ASTINA**

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini, kebutuhan akan makanan sehat menjadi perhatian utama pelanggan. Sayuran hidroponik merupakan solusi yang lebih sehat dan ramah lingkungan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Namun, penurunan permintaan sayuran hidroponik oleh petani di Kecamatan Polewali menjadi masalah bagi keberlanjutan usaha budidaya tanaman hidroponik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor preferensi pelanggan yang berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik serta mengidentifikasi faktor yang paling berpengaruh berdasarkan preferensi masyarakat di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar, pada bulan juni tahun 2024 hingga bulan februari tahun 2025. Populasi penelitian adalah pelanggan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali. Sampel terdiri dari 100 orang pelanggan yang dipilih untuk mewakili populasi tersebut. Penelitian menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk memahami karakteristik dan preferensi pelanggan secara umum, serta analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh preferensi terhadap permintaan sayuran hidroponik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi pelanggan berdasarkan faktor ekonomi dan faktor sosial budaya berpengaruh signifikan terhadap permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali. Faktor-faktor ini perlu diperhatikan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha budidaya hidroponik.

Kata kunci: Preferensi, Hidroponik, Pengaruh, Kecamatan Polewali.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat semakin meningkat di kalangan masyarakat modern yang dapat dilihat dari kecenderungan meninggalkan makanan tinggi kalori dan rendah serat. Hal ini membuat sebagian orang menjadi lebih selektif dalam memilih sayuran untuk dikonsumsi demi mendapatkan manfaat maksimal bagi kesehatan tubuh. Beberapa bahkan menetapkan standar khusus dalam memilih sayuran, termasuk memprioritaskan sayuran yang bebas dari residu pestisida atau zat kimia berbahaya. Perkembangan teknologi pertanian turut mendukung tren ini dengan mengurangi atau menghilangkan penggunaan zat kimia berbahaya, sehingga masyarakat dapat dengan mudah menemukan pangan yang aman untuk dikonsumsi tanpa merusak lingkungan (Fajarani, 2021).

Salah satu inovasi terbaru dalam pertanian perkotaan adalah sistem hidroponik yang memungkinkan tanaman tumbuh tanpa memerlukan lahan pertanian yang luas. Hal ini terutama menjadi solusi efektif bagi masyarakat yang peduli akan kesehatan dan gaya hidup sehat (Sutami *et al.*, 2018 dalam Simbolon *et al.*, 2021) dan jika dibandingkan dengan sistem konvensional, hasil panen sayuran hidroponik lebih bersih, daya simpan lebih lama dan tidak menggunakan bahan kimia dalam pemupukan dan pengendalian hama. Sistem hidroponik juga meningkatkan produktivitas pertanian secara keseluruhan (Arven, *et al.*, 2021). Menurut Badan Pangan Nasional (2023) konsumsi sayuran perkapita dalam tiga tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang stabil, dengan angka konsumsi mencapai 143 gram/kapita/hari tahun 2020, 149 gram/kapita/hari tahun 2021, 153 gram/kapita/hari tahun 2022 dan 151 gram/kapita/hari tahun 2023. Peningkatan konsumsi sayuran setiap tahun menjadi alasan penting agar pelanggan mengetahui tentang sayuran hidroponik sebagai alternatif yang lebih sehat dan berkelanjutan untuk menjaga kesehatan dan lingkungan.

Di Kecamatan Polewali, metode pertanian hidroponik sudah mulai digemari. Rata-rata budidaya sayuran hidroponik dimulai sejak tahun 2019 hingga sekarang. Beberapa jenis sayuran yang dibudidayakan dengan sistem ini seperti selada, pakcoy, kangkung dan sawi. Selain dipasarkan langsung kepada konsumen,

hasil panen sayuran hidroponik juga dipasarkan di beberapa rumah makan, supermarket dan cafe-cafe.

Meskipun sistem budidaya hidroponik sudah mulai dikenal dan diterapkan oleh beberapa pelaku usaha di Polewali, namun antusiasme pelanggan sebagai konsumen justru semakin rendah terlihat dari penurunan permintaan beberapa tahun terakhir. Hal ini menyebabkan adanya petani yang mengurangi kegiatan usaha bahkan menghentikan usaha secara keseluruhan. Bagi produsen, penurunan permintaan berarti penurunan pendapatan dan keuntungan, hal ini merupakan tantangan bagi mereka karena mereka harus memastikan produk yang mereka tawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran yang berfokus pada kepuasan konsumen sangat penting dalam menghadapi pasar komoditas pertanian yang merupakan pasar pembeli yaitu kondisi dimana konsumen memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemasar harus selalu memperhatikan preferensi konsumen dalam upaya memenuhi permintaan mereka secara efektif.

Penelitian tentang preferensi pelanggan terhadap produk hidroponik telah banyak berkembang. Sebelumnya penelitian yang dilakukan oleh Savira & Prihanti (2019) menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap permintaan sayuran hidroponik adalah pendapatan keluarga, sementara variabel pendapatan keluarga, umur, jumlah anggota keluarga, lama pendidikan, atribut produk, gaya hidup, jenis sayuran dan jenis kelamin berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap permintaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Choirunnisa (2022) menunjukkan variabel preferensi yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap permintaan sayuran adalah tampilan fisik dan kemasan sayuran sementara variabel tampilan fisik, kemasan sayuran, harga, kesegaran, pendapatan, pendidikan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Nasution (2022) menunjukkan bahwa preferensi konsumen yaitu variabel harga berpengaruh signifikan terhadap permintaan produk pertanian sementara variabel harga, pendapatan, jumlah tanggungan dan pendidikan berpengaruh secara simultan terhadap permintaan. Namun, meskipun terdapat penelitian terdahulu yang mengungkap faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen di wilayah-

wilayah lain, masih terdapat kebutuhan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi khususnya untuk Kecamatan polewali. Adanya perbedaan geografis, kebudayaan, kebiasaan pelanggan antar wilayah menjadikan penelitian ini perlu dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih spesifik dan relevan terkait preferensi pelanggan di Kecamatan Polewali.

Adanya usaha tanaman hidroponik yang berlokasi dekat pemukiman warga seharusnya dapat menjadi dukungan bagi warga sekitar untuk mulai melakukan kegiatan bercocok tanam dengan teknik ini dan mengonsumsi hasilnya. Namun, kenyataannya masih sedikit warga yang tertarik untuk melakukan kegiatan tersebut dan mengonsumsi sayuran hidroponik apalagi jika dibandingkan dengan sayuran yang ditanam secara konvensional. Ada beberapa alasan mengapa hal ini terjadi, salah satunya adalah karena preferensi pelanggan yang beragam. Keberagaman preferensi pelanggan terhadap sayuran hidroponik merujuk pada perbedaan-perbedaan dalam preferensi dan kebutuhan individu atau kelompok pelanggan terhadap sayuran hidroponik seperti perbedaan selera, kebiasaan makan, budaya, kemampuan ekonomi dan lainnya.

Permasalahan yang terjadi dapat berpengaruh pada keberlangsungan budidaya sayuran hidroponik sehingga penting untuk mengetahui preferensi atau kecenderungan pelanggan terhadap permintaan sayur hidroponik di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar. penelitian ini akan menjadi rekomendasi atas pengembangan usaha hidroponik yang relevan atau cocok untuk pelanggan.

Terdapat banyak faktor yang dapat memengaruhi preferensi pelanggan, untuk itu peneliti tertarik untuk melihat **Preferensi Pelanggan Terhadap Permintaan Sayur Hidroponik di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar**. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pelanggan Kecamatan Polewali memiliki minat dan kebutuhan terhadap sayur hidroponik serta mengidentifikasi faktor-faktor preferensi pelanggan yang mempengaruhi permintaan sayur hidroponik di wilayah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan, yaitu:

1. Apa saja faktor-faktor dari preferensi pelanggan yang berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar?
2. Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik berdasarkan faktor-faktor preferensi pelanggan di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor dari preferensi pelanggan yang berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar.
2. Untuk mengidentifikasi faktor apa yang paling berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik berdasarkan faktor-faktor preferensi pelanggan di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali Mandar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait, yaitu:

1. Menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi petani sayuran hidroponik untuk mengetahui selera dan kebutuhan pelanggan akan sayuran hidroponik juga bahan informasi untuk menetapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap sayuran hidroponik sehingga dapat meningkatkan jumlah permintaan akan sayuran hidroponik.
2. Menambah wawasan bagi pembaca mengenai keadaan pertanian hidroponik di Kecamatan Polewali dan bagaimana preferensi pelanggan terhadap sayuran hidroponik yang ada di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar.
3. Menambah pengetahuan bagi penulis dan sebagai bahan pengujian teori-teori mata kuliah yang telah dipelajari sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Pertanian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hidroponik

Hidroponik merupakan metode pertanian yang telah dikenal sejak 2600 tahun lalu, dan dianggap sebagai teknik kuno. Di Indonesia, pengenalan hidroponik dimulai pada era 1970-an, saat metode ini mulai diajarkan dalam kurikulum perguruan tinggi, salah satunya di Universitas Gadjah Mada (UGM). Kemajuan signifikan dalam pengembangan hidroponik terjadi pada tahun 1980-an, seiring meningkatnya minat masyarakat untuk membudidayakan berbagai macam tanaman seperti sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman biofarmaka. Salah satu hambatan yang sering dihadapi adalah kekurangan lahan, terutama di wilayah perkotaan, di mana mayoritas penduduk tidak memiliki kesempatan untuk menanam tanaman dengan metode konvensional (Susilawati, 2019).

Hidroponik merupakan sistem budidaya tanaman yang menggunakan media tanam berupa kerikil, pasir, arang sekam, sabut kelapa, rockwool dan lainnya selain tanah (Hayati *et al*, 2020). Semakin lama konsep hidroponik terus mengalami berbagai perkembangan. Pada awalnya, teknik ini hanya melibatkan penanaman tanaman langsung di dalam air tanpa media lain. Namun, seiring kemajuan teknologi dan inovasi pertanian, hidroponik kini telah berkembang menjadi berbagai variasi sistem yang berbeda, meskipun prinsip utamanya tetap sama, yaitu menanam tanaman tanpa menggunakan tanah sebagai media tumbuh. Perkembangan ini memungkinkan hidroponik diterapkan lebih fleksibel dan efisien pada berbagai kondisi serta jenis tanaman (Susilawati, 2019).

Sistem hidroponik tidak membutuhkan lahan yang luas, sehingga menjadi alternatif yang menarik untuk bisnis pertanian. Metode ini dapat diterapkan di berbagai lokasi, seperti pekarangan rumah, atap bangunan, atau lahan-lahan terbatas lainnya. Keunggulan bertanam secara hidroponik dibandingkan menggunakan media tanah antara lain: mengurangi risiko serangan hama dan penyakit, menghasilkan sayuran dengan kualitas lebih baik yang memungkinkan harga jual lebih tinggi, serta memungkinkan pemanfaatan lahan sempit untuk menciptakan lingkungan yang hijau dan estetik (Siregar & Novita, 2021).

Tanaman hortikultura yang dibudidayakan melalui metode hidroponik kini semakin banyak diminati dalam dunia pertanian modern. Keunggulan utama sayuran hidroponik terletak pada kesegarannya yang lebih tinggi serta lebih bersih dibandingkan dengan sayuran yang dibudidayakan secara tradisional. Hal ini disebabkan karena tanaman hidroponik tidak tumbuh di tanah yang mungkin terkontaminasi, media tanamnya steril, dan risiko serangan penyakit serta hama lebih rendah. Oleh karena itu, minat konsumen untuk beralih dari sayuran konvensional ke sayuran hidroponik semakin meningkat karena keunggulannya (Sari *et al.*, 2023)

Meski hidroponik memiliki banyak keunggulan, penerapannya dalam skala komersial menuntut pemahaman mendalam mengenai fisiologi tanaman dan prinsip kimia organik. Selain membutuhkan modal awal yang cukup besar, sistem ini juga memerlukan perawatan peralatan yang rutin dan cermat. Nutrisi tanaman harus dikelola secara tepat selama fase pertumbuhan, sementara pasokan air harus selalu tersedia dan stabil. Di sisi lain, limbah dari media tanam tidak dapat didaur ulang, sehingga menjadi salah satu keterbatasan penting ketika hidroponik dijalankan secara komersial (Susilawati, 2019).

Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya lingkungan dan kesehatan, perkembangan hidroponik mengalami pertumbuhan yang cepat. Teknik hidroponik yang ramah lingkungan memungkinkan penggunaan kembali nutrisi tanaman, mengurangi penggunaan pupuk dan air, serta mengurangi penggunaan pestisida. Kualitas produk hidroponik yang baik dan mudah perawatannya membuat pelanggan semakin tertarik untuk beralih ke metode bertanam ini. Peluang bisnis hidroponik sangat menjanjikan karena tidak memerlukan lahan tanah yang luas, peralatan yang sederhana, biaya yang terjangkau, pertumbuhan tanaman yang cepat, serta nilai jual produk yang lebih tinggi (Hayati *et al.*, 2020).

Adapun sayuran yang biasanya di tanam dengan menggunakan sistem hidroponik seperti : (Hayati *et al.*, 2020).

1. Pakcoy

Pakcoy yang memiliki nama ilmiah *Brassica rapa L.*, berasal dari negara Cina. Pakcoy termasuk dalam satu keluarga dengan caisim dan petsai atau sawi Cina. Pakcoy dapat dipanen setelah mencapai usia 35-40 hari setelah ditanam dalam

sistem hidroponik, atau sekitar 5-6 minggu setelah penanaman. Tanaman yang siap dipanen akan memiliki daun yang berwarna hijau segar dan melimpah, serta pangkal daun tampak dalam kondisi baik. Selain itu, tinggi tanaman yang merata dan seragam juga menjadi indikasi kesiapan tanaman untuk dipanen.

2. Selada

Sayur selada (*Lactuca sativa*) berasal dari daerah dengan iklim dingin, namun bisa tumbuh dengan baik di berbagai kondisi ketinggian dan suhu yang berbeda. Selada bisa dipanen setelah 30 hari dari saat dipindahkan dari persemaian ke tempat penanaman. Selada biasanya dicabut bersama akarnya atau dipotong di atas permukaan tanah saat panen. Masa pertumbuhan selada dari semai hingga panen adalah 40-45 hari.

3. Kangkung

Kangkung, juga dikenal dengan sebutan *Swamp cabbage*, *Water Convolvulus*, *Water spinach*, memiliki nama ilmiah *Ipomoea aquatica*. Kangkung yang ditanam menggunakan metode hidroponik dapat diambil pada hari ke-15 setelah penanaman, ketika batangnya telah mencapai panjang sekitar 20-25 cm. Tanaman kangkung dipanen dengan memotong daunnya dan mempertahankan 2-3 buku daun yang lebih tua.

4. Bayam

Bayam adalah tanaman lain yang sangat cocok untuk sistem hidroponik. Salah satu tanaman yang perawatannya cukup mudah, serta kaya akan nutrisi penting. Bayam bisa panen dalam waktu relatif singkat, sekitar 25-35 hari setelah ditanam dengan metode hidroponik.

5. Sawi hijau

Sawi hijau sangat populer di kalangan pelanggan dan memiliki permintaan tinggi di pasaran. Tanaman ini sangat cocok untuk dikembangkan dalam sistem hidroponik karena dapat tumbuh di berbagai lokasi, mudah beradaptasi dengan media tanam dan kondisi lingkungan, serta mampu tumbuh sepanjang tahun. Sawi hijau umumnya dipanen 25-30 hari setelah tanam.

2.2 Preferensi

Preferensi adalah seberapa tinggi tingkat keinginan atau kesukaan seseorang terhadap sesuatu dibandingkan yang lain (Manglo *et al*, 2021). Preferensi terhadap

produk pangan mencerminkan sikap seseorang terhadap jenis pangan tersebut, serta kemampuannya untuk memilih di antara dua jenis pangan yang berbeda (Rahmadani, 2019)

Langkah pertama dalam membangun kesetiaan pelanggan bermula dari seberapa kuat minat mereka terhadap sebuah produk. Oleh sebab itu, perusahaan wajib mengetahui strategi untuk membentuk minat tersebut. Proses ini bisa direalisasikan melalui upaya memengaruhi serta mengarahkan pola perilaku konsumen. Bagi para pelaku usaha, hal yang sangat penting adalah memahami keinginan pelanggan, sehingga mereka dapat menghasilkan barang yang sesuai dengan selera pasar yang berdasarkan seberapa besar ketertarikan konsumen terhadap berbagai ciri khas produk (Rahmadani, 2019)

Konsep preferensi konsumen digunakan untuk menganalisis seberapa besar minat konsumen terhadap suatu produk. Prosesnya dimulai dengan konsumen mengumpulkan informasi mengenai manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut. Selanjutnya, konsumen menilai berbagai atribut produk sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan pribadi mereka. Dari tahapan evaluasi ini, terbentuklah preferensi konsumen terhadap produk tertentu, yang akan memengaruhi keputusan pembelian mereka (Febrianti *et al.*, 2019)

Preferensi menggambarkan sejauh mana seseorang menyukai suatu produk tertentu. Tingkat preferensi ini dipengaruhi oleh bagaimana konsumen memandang dan menilai produk tersebut. Pembentukan preferensi sendiri terjadi melalui proses berpikir konsumen, yang pada dasarnya dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu: (Kotler, 2005 dalam Hasibuan 2019)

1. Pengalaman yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Misalnya, jika konsumen merasa puas dengan produk dan merasa cocok dengan penggunaannya, mereka cenderung untuk terus memilih dan menggunakan produk tersebut.
2. Kepercayaan yang diwariskan dari turun-temurun dalam keluarga. Jika keluarga telah biasa menggunakan produk tertentu dan merasa puas dengan produk tersebut, mereka akan cenderung untuk terus memilih dan menggunakan produk tersebut.

Menurut Setiadi (2013) dalam Manglo *et al.*, (2021), preferensi seseorang terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

2.2.1 Faktor kebudayaan

Masyarakat menciptakan makna budaya melalui interaksi sosial mereka, yang terbentuk dalam berbagai tingkatan kelompok. Contohnya, tren dalam busana mahasiswa dan penggunaan aksesoris tertentu mencerminkan bagaimana makna budaya dihasilkan dan dipertahankan dalam lingkup yang lebih kecil. Pada skala yang lebih luas, nilai-nilai budaya dibentuk oleh berbagai lembaga seperti pemerintahan, kelompok keagamaan, sistem pendidikan, dan bisnis yang ikut serta dalam proses pembentukan pemahaman budaya tersebut. Oleh karena itu, peran budaya dalam menganalisis perilaku konsumen menjadi terlihat, di mana elemen-elemen budaya yang berpengaruh dapat dikenali sebagai fondasi untuk mengeksplorasi efeknya pada konsumen dan dimanfaatkan guna menyusun rencana pemasaran yang lebih optimal.

1. Kebudayaan

Dalam ekonomi makro, makna budaya dipengaruhi oleh berbagai lembaga yang menciptakan makna, seperti pemerintah, lembaga keagamaan, pendidikan, dan perusahaan. Oleh karena itu, peran budaya dalam memahami perilaku konsumen semakin meningkat, dan elemen budaya yang tepat dapat menjadi dasar untuk mengevaluasi dampaknya terhadap konsumen dan dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik (Firmansyah, 2018).

2. Subbudaya

Dalam setiap budaya, terdapat subkelompok yang lebih kecil yang berperan memberikan identitas dan norma sosial khusus bagi para anggotanya. Subkelompok ini dapat dibedakan menjadi beberapa kategori, yaitu berdasarkan faktor nasionalisme, keyakinan agama, ras, serta lokasi geografis tempat mereka berada. Keberadaan subkelompok ini membantu membentuk nilai-nilai dan perilaku anggota, sekaligus memberikan kerangka sosial yang membimbing interaksi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sekelompok orang yang berbagi nilai, minat, dan perilaku dan memiliki budaya yang sama dalam jangka waktu yang lama.

2.2.2 Faktor Sosial

Dalam meraih preferensi individu, tidak dapat dipungkiri bahwa faktor-faktor sosial sangat berpengaruh. Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, lingkungan sosial menjadi semakin kompleks dan beragam. Berbagai aspek seperti budaya, norma, nilai, grup sosial, dan media massa turut memengaruhi cara individu membentuk sikap, persepsi, dan preferensi terhadap berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari. Faktor sosial mempengaruhi preferensi konsumen melalui beberapa cara diantaranya:

1. Kelompok Referensi

Kelompok acuan terdiri dari sekelompok individu yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi pandangan atau tindakan orang lain. Kelompok ini terdiri dari berbagai macam, mulai dari keluarga, teman, tetangga, hingga rekan kerja. Ada juga kelompok aspirasi yang merupakan kelompok yang diinginkan seseorang untuk menjadi bagian darinya. Sementara itu, kelompok yang dihindari atau dianggap negatif disebut kelompok diasosiatif.

2. Kelompok keluarga

Dalam kehidupan seorang konsumen, terdapat dua jenis keluarga yang memiliki peran berbeda. Jenis pertama adalah keluarga orientasi, yang terdiri dari orang tua, yang berperan membentuk pandangan individu terkait agama, politik, ekonomi, nilai-nilai pribadi, harga diri, serta konsep cinta. Jenis kedua adalah keluarga prokreasi, yang mencakup pasangan dan anak-anak, yang berpengaruh besar terhadap perilaku dan keputusan konsumen. Kedua tipe keluarga ini secara bersama-sama membentuk dasar sosial dan nilai yang memengaruhi preferensi serta pilihan individu dalam berbagai aspek kehidupan.

3. Peran dan Status

Dalam perjalanan hidupnya, seseorang biasanya menjadi bagian dari beragam kelompok, baik itu keluarga, komunitas sosial, maupun lembaga tertentu. Setiap posisi dan peran yang dijalankan individu dalam kelompok-kelompok tersebut menunjukkan sejauh mana ia berpartisipasi serta memberikan kontribusi sekaligus memengaruhi cara individu berinteraksi dan berperilaku dalam lingkungan sosial yang lebih luas.

2.2.3 Faktor Pribadi

Faktor pribadi memberikan pengaruh penting terhadap preferensi konsumen. Beberapa faktor pribadi yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen antara lain:

1. Usia

Usia dan tahapan kehidupan seseorang berpengaruh pada cara mereka berbelanja, yang juga dipengaruhi oleh situasi keluarga. Para peneliti telah mengidentifikasi bahwa orang dewasa sering mengalami perubahan pada berbagai tahap kehidupan mereka.

2. Lokasi

Lokasi penjualan memiliki peran strategis. Evaluasi terhadap penduduk umumnya dilakukan setelah konsumen mempertimbangkan kemudahan akses dan jarak okasi penjualan dengan tempat tinggal mereka (Salsabila, 2021).

3. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang mencerminkan bagaimana mereka menjalani hidup mereka, termasuk aktivitas, minat, dan pandangan mereka. Gaya hidup seseorang mencerminkan kepribadian mereka dan bagaimana mereka berinteraksi dengan dunia sekitar. Selain itu, gaya hidup juga bisa menjadi indikasi dari status sosial seseorang.

Semua faktor pribadi ini dapat berinteraksi dan saling mempengaruhi untuk membentuk preferensi konsumen seseorang. Itulah mengapa penting untuk memahami faktor pribadi apa saja yang memengaruhi preferensi konsumen dalam proses pemasaran produk atau layanan.

2.2.4 Faktor Ekonomi

Sebagai individu yang berada dalam konteks ekonomi, manusia selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya guna mencapai kemakmuran. Dalam proses pemenuhan kebutuhan tersebut, manusia harus mengelola sumber daya yang terbatas. Oleh karena itu, setiap individu harus melakukan pemilihan terhadap kebutuhan yang paling penting untuk dipenuhi. Proses pemenuhan kebutuhan ini merupakan hal yang terus-menerus dilakukan oleh manusia, sehingga diperlukan perilaku ekonomi yang rasional dan bertanggung jawab dalam

Preferensi pelanggan terhadap permintaan mengacu pada keinginan dan prioritas konsumen dalam memilih barang dan jasa yang mereka beli. Preferensi pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti selera pribadi, budaya, nilai-nilai, tren, dan kondisi ekonomi. Dengan mengenali selera konsumen, para produsen mampu menemukan segmen pasar yang menjanjikan serta menyusun rencana pemasaran yang sukses. Selain dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, permintaan suatu komoditas juga dipengaruhi oleh berbagai faktor penting lainnya seperti pendapatan, jumlah populasi, harga barang, preferensi individual, serta faktor-faktor spesifik lainnya (Samuelson, 1947 dalam Irawati, 2019).

2.4 Penelitian Terdahulu

Studi oleh Savirah dan Prihtanti (2019) yang berjudul Analisis Permintaan Sayuran Hidroponik di PT. Hidroponik Agrofarm Bandungan menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih 60 responden sebagai sampel. Pendekatan yang diterapkan bersifat deskriptif kualitatif melalui metode survei, dengan alat analisis berupa regresi linear berganda. Temuan utama menunjukkan bahwa pendapatan keluarga merupakan variabel yang secara nyata memengaruhi permintaan konsumen. Di sisi lain, faktor-faktor seperti usia, jumlah anggota rumah tangga, durasi pendidikan, ciri-ciri produk, pola hidup, jenis sayuran hidroponik, dan jenis kelamin tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap permintaan sayuran hidroponik di PT. Agrofarm Bandungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Choirunnisa (2022) mengenai Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Sayuran Organik dan Sayuran Non-Organik di Kota Malang. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan atribut yang menjadi pertimbangan konsumen yaitu tampilan fisik dan kemasan sayuran. Ada pun variabel harga, kemasan, tampilan fisik, ketersediaan, kesegaran, pendapatan dan pendidikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Kota Malang.

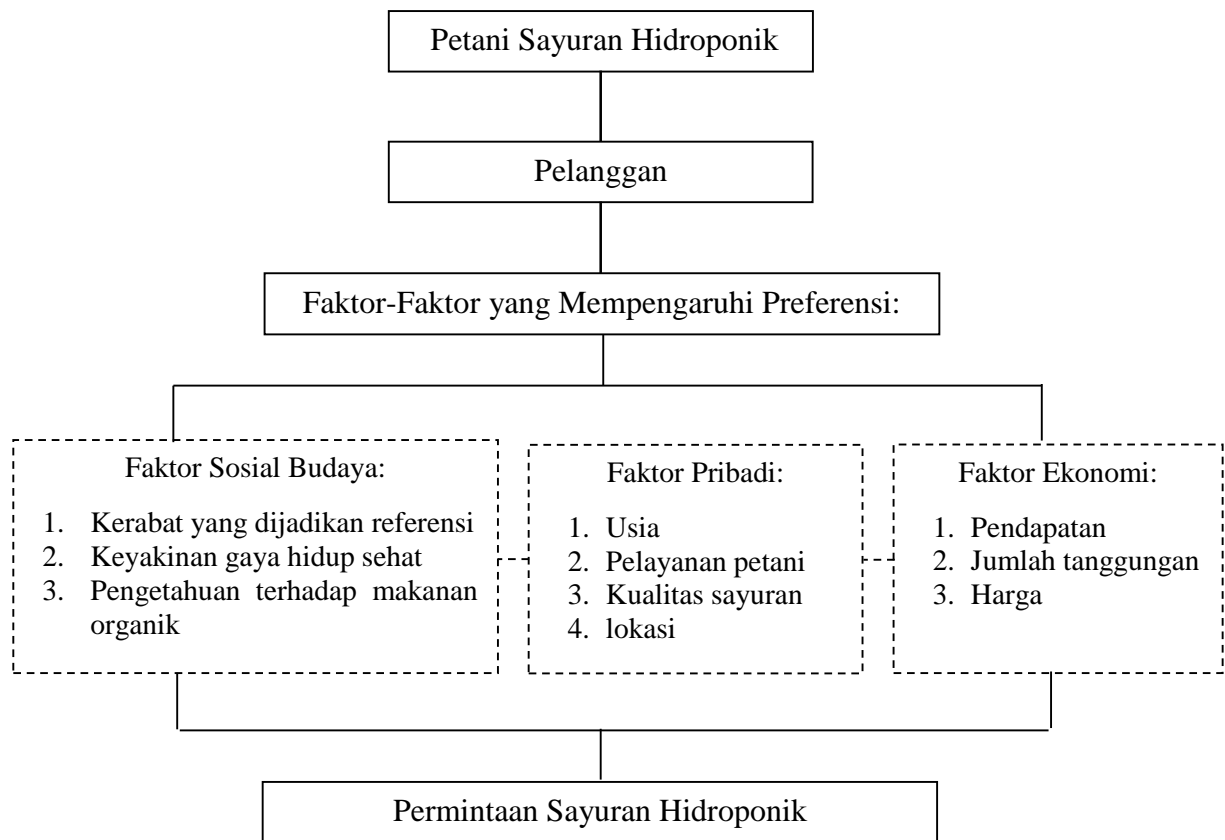
Studi dari Nasution (2022) yang berfokus pada Analisis Preferensi Konsumen terhadap Permintaan Mangga Alpukat (*Mangifera indica L.*) di Pasar Sei Kambing dan Pasar Buah Sempulung melibatkan sampel sebanyak 60 responden yang direkrut melalui teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan

menggunakan kuesioner survei, sementara analisisnya dilakukan dengan regresi linear berganda serta metode deskriptif. Temuan utama mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, permintaan mangga alpukat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan, jumlah tanggungan, tingkat pendidikan, dan harga barang. Lebih lanjut, dari perspektif deskriptif, pembeli memerhatikan elemen-elemen seperti warna, ukuran, aroma, rasa, serta metode konsumsi buah sebelum melakukan pembelian.

2.5 Kerangka Pemikiran

Seiring dengan kesadaran akan pentingnya konsumsi makanan sehat dan berkelanjutan, perkembangan budidaya hidroponik semakin meningkat, termasuk di Kecamatan Polewali. Namun dalam satu tahun terakhir permintaan akan sayuran hidroponik semakin menurun. Agar memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pelanggan terhadap sayuran hidroponik di wilayah tersebut, penelitian ini akan menggambarkan hubungan antara preferensi individu yang dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan ekonomi dengan permintaan produk tersebut.

Untuk mengetahui pengaruh dari preferensi pelanggan terhadap permintaan sayuran hidroponik berdasarkan faktor-faktor preferensi yang dianalisis melalui regresi linear berganda dengan *software* SPSS dan juga untuk menggambarkan data yang terkumpul digunakan analisis deskriptif kuantitatif. Sesuai dengan rumusan masalah dan kajian teori, maka kerangka pikir penelitian Preferensi Pelanggan Terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik di Kecamatan Polewali, Kabupaten Polewali tersaji pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai preferensi pelanggan terhadap permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali, kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali secara parsial dipengaruhi oleh preferensi berdasarkan variabel sosial budaya (X1) dan variabel ekonomi (X3).
2. Preferensi sosial budaya (X1) menjadi variabel yang paling dominan mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai preferensi pelanggan terhadap permintaan sayuran hidroponik di Kecamatan Polewali, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi petani sayuran hidroponik disarankan untuk mendorong promosi yang menyentuh pada aspek hidup, edukasi kesehatan, serta membangun citra produk yang sesuai dengan tren sosial. Selain itu juga perlu memperhatikan daya beli konsumen, penetapan harga yang kompetitif, dan komunikasi manfaat produk yang sepadan dengan harga juga menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk dapat meningkatkan permintaan pelanggan terhadap sayuran hidroponik.
2. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang lebih berpengaruh seperti atribut sayuran, promosi, bauran pemasaran, aspek teknologi atau atribut lain yang sekiranya dirasa dapat mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik lebih kuat dari variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arven, SH., Farma, SA., Fevria., R. 2021. Review: Perbandingan Tanaman yang Dibudidayakan Secara Hidroponik dan Non Hidroponik. *Prosiding SEMNAS BIO 2021*, 1(1):574-578. DOI: <https://doi.org/10.24036/prosemnasbio/voll/70>
- Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika. (2023). Laporan iklim Sulawesi Barat 2023 . Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika. (Hal.22-24).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Polewali Mandar. (2022). Laporan statistik pertanian 2021-2022 . Badan Pusat Statistik Kabupaten Polewali Mandar.
- Badan Pangan Nasional (2023). Laporan Tahunan Badan Pangan Nasional Tahun 2023. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik (2024). Kecamatan Polewali Dalam Angka 2024. Polewali.
- Buason, A., Kristofferson, D., Rickersen, K. 2020. Sistem Permintaan dalam Model Frekuensi Pembelian. *Jurnal Ekonomi Terapan*, 52(53):5843-5858. DOI: <https://doi.org/10.1080/00036846.2020.1776836>
- Creswell, J. W. (2022). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications
- Choirunnisa. 2022. Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik dan Sayuran Non Organik di Kota Malang. Skripsi. Universitas Islam Malang: Malang.
- Devi, TVA., Roffiuddin, M., Waluyo, S., Wahyudi, A. 2024. Memahami Preferensi Konsumen: Kualitas Layanan dan Harga Pada Usaha Jasa. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Sinar*, 1(2):45-53
- Dewi, LR & Yasin, M. 2023. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen terhadap Pembelian Sayuran Hortikultura di Pasar Tradisional Bangsalsari. *Jurnal Kubis*, 3(1):26-40. DOI: 10.56013/kub.v3i01.1813
- Dinas Pertanian Kabupaten Polewali Mandar. (2023). Profil pertanian 2023 . Dinas Pertanian Kabupaten Polewali Mandar. (Hal.12-14)
- Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian. (2023). Strategi pengembangan kakao 2023-2027 . Kementerian Pertanian Republik Indonesia.

- Fajarani, E., Wildayana, E., Putri, NE. 2021. Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Kaliagri*, 2(1):38-50
- Febrianti, A., Tsani, a., Milla NA. 2019. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1):1-8. DOI:<http://dx.doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>
- Fitriana, A.2024. Pengaruh Tingkat Pendapatan terhadap Perilaku Belanja Online. Skripsi. Universitas Islam Negeri Mataram: Mataram
- Guler, AU. 2022. Demografi Rumah Tangga dan Preferensi Produk Organik dalam Tujuh Kategori Makanan Utama. *Jurnal Ekonomi dan Administrasi*, 2(3):252-265
- Hasibuan, AVP. 2019. Kajian Preferensi Konsumen dalam Membeli Sayuran di Kecamatan Ciputat Timur. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah: Jakarta
- Hasyati, R. 2019. Pengaruh Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Keluarga terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kota Binjai. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sumatra Utara: Medan
- Hayati, N., Fitriyah, LA., Berlianti, NA., Afidah, A., Wijayadi,AW. 2020. Peluang Bisnis dengan Hidroponik. Lppm Unhasy. Jombang
- Indinasari, D. 2020. Pengaruh Pengetahuan Produk, Kesadaran Kesehatan, Kesadaran Lingkungan terhadap niat Pembelian dengan Pemediasi Sikap Konsumen dalam Pembelian Sayur Selada Organik di Surabaya. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya: Surabaya
- Indraswari, A., Rekayasa, F., Ayuningtyas, RA.2019. Analisis Kesesuaian Lokasi dan Preferensi Masyarakat terhadap Mini Market di Kecamatan Pontianak Kota. *Jurnal Mahasiswa Teknik Sipil*, 6(3).
- Indrawan, R & Yaniiawati, P. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif & Campuran. PT. Refika Aditama. Bandung
- Irawati, I. 2019. Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makassar. Skripsi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Makassar

- Jamaluddin. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayur-Sayuran pada Pasar Tradisional di Kota Makassar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar
- Jeong, S & Lee, J. 2021. Effect of Cultural Background on Consumer Preception and Acceptability of Foods and Drink: a Review of Latest Cross-Cultural Studies. *Food Science*, 42(2):248-256
- Joyesyiana, K. 2018. Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Media Online Shop Shopee di Pekan Baru. *Jurnal Valuta*, 4(1):71-85
- Kamboj, S., Matharu, M., Gupta M. 2023. Examining Cosumer Purchase Intention Towards Organic Food: An Empirical Study. *Cleaner and Responsible Consumption*, 1-10. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.1000121>
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). Laporan pembangunan pertanian 2022 . Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (Hal.78-80).
- Kuara, W & Nasution, MP., 2020. Analisis Keputusan Pembelian Konsumen dalam Membeli Minyak Goren Merek Sunco. *Agriprimatech*, 3(2):7-15
- Kusuma, FO., Edwina, S., Tety, E. 2023. Factors Affecting The Man for Hidroponic Vegetables in Pekan Baru City. *Ilmiah Sosio Ekonomika Bisnis*. 26(1):17-23
- Ladva, V. Shukla, M. Vagela, C. 2024. Dampak Keterlambatan Rantai Pasokterhadap Tingkat Persediaan dan Pemenuhan Permintaan Penjualan: Menganalisis Pengaruh Waktu dan Kuantitas Transit:Ekspolari Kuantitatif Efisiensi Logistik dan Optimalisasi Persediaan. *Enginering Thecnology & Aplied Science Research*, 14(4):15700-15710
- Larasati, AP & Sajali, CU. 2025. Preferensi Konsumen terhadap Bayam Merah Hidroponik di HPT Farm Tulungagung. *Journal of Agribussiness and Agro-Socioeconomics*, 1(1):32-37
- Lestiyawati, D., Dewati, R., Arianti, Y.S., Setyarini, A. 2023. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran di Agrowisata Barro Tani Manunggal di Desa Kepatihan Kecamatan Selogiri Kabupaten Wonogiri.

Agricultural Socio-ekonomi Empowerment and Agribusiness Journal.
2(1):1-10.DOI: <http://dx.doi.org/10.20961/agrisema.v2i1.73929>

- Magfirah, N & Aprianti, K. 2023. Pengaruh Pengetahuan Produk dan Lifestyle terhadap Minat Beli Produk Cream Glow dan Lovely di Kota Bima. *Jrea*, 1(3):184-198. DOI: <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.292>
- Manglo, BS., Saleh, MY., Suriani, S. 2021. Preferensi Konsumen dalam Berbelanja. CV. Berkah Utami. Gowa
- Mansori, S. 2018. The Effect of Product Quality on Costumerr Satisfaction and Loyalty. *Internasional Journal of Industrial Marketing*, 3(1):20-35. DOI: 10.5296/ijim.v3i1.13959
- Manterrosa, EC., Frongillo, EA., Drwnowski, A., Pee, SD., Vandevijvere, S. 2020. Socialcultural Choises and Implications for Sustainable Healty Diets. *Food and Nutrion Buletin*, 4(1):59-73. DOI:10.1177/0379572120975874
- Mirnawati, E. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat pada WYD Distro Palaka Raya. Skripsi. Institut Agama Islam Palangka Raya. Kalimantan
- Nasution, AD. 2022. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Permintaan Mangga Alpukat di Pasar Sei Kambing dan Pasar Buah Tempulung. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan
- Purba, NM., Rizal, S., Triyono, Y. 2020. Pengaruh Pendapatan Per Bulan, Harga, Jumlah Tanggungan Keluarga dan Selera terhadap Keputusan Membeli Minyak Goreng Curah di Pasar Tradisional. *Agriprimatech*, 3(2):90-95
- Rahmadani. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan
- Rahmadika, N. 2023. Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Secara Online di PT. Sayuran Pagi pada Masa Pandemi Covid-19. Skripsi. Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Rahmadina, H. 2015. Perbedaan Perilaku Agresi Remaja Berdasarkan Gender yang Tinggal dengan Orangtua Tunggal di Kota Sukbumi. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.

- Rahman, MA. 2022. Pengaruh Brand Ambbassador Joe Taslim dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Shopee Indonesia. Skripsi. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Rahmatullah., Innana., Mutari. 2018. Konsep Dasar Ekonomi. CV. Nur Lina. Makassar
- Sahir, S. H. 2021. Metodologi Penelitian. KBM Indonesia. Jogjakarta
- Sari, D., Wilujeng, WW., Novita UD. 2023. Analisis Daya Saing Model Pemasaran Sayuran Hidroponik di Kabupaten Sembas. *Sehati Abdimas*. 5(1):147-150
- Savira, RD. & Prihtanti, TM. 2019. Analisa Permintaan Sayuran Hidroponik di PT. Hidroponik Agrofarm Bandung. *Agribisnis Kepulauan*, 7(2):164-180
- Simbolon, M., Kaunang, R., Sondakh, MFL. 2021. Persepsi Masyarakat Terhadap Sayuran Hidropnik pada Urban Hydrofarm di Kelurahan Batukota Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Agri-sosioekonomi*, 17(3):833-842.
- Siregar, MHFF. & Novita, A. 2021. Sosialisasi Budidaya Sistem Tanam Hidroponik dan Veltikultur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1):113-117
- Siregar, S. 2014. Statistik Parametik untuk Penelitian Kuantitatif. Bumi Aksara. Jakarta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D. Alfabeta Bandung. Bandung
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta Bandung. Bandung.
- Sujarweni, W. 2014. SPSS untuk Penelitian. Pustaka Baru. Yogyakarta
- Sukendra, IK. & Atmaja, Sk. 2020. Instrument Penelitian. Mahameru Press. Pontianak.
- Suleha, 2020. Analisis Estimasi Permintaan Pasar dengan Pendekatan Tren pada Penjualan Sepeda Motor Yamaha di Kabupaten Sinjai. Skripsi. Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai. Sinjai
- Susilawati. 2019. Dasar-Dasar Bertanam Secara Hidroponik. Unsri Press. Palembang.
- Syahza, A. 2021. Metodologi Penelitian. Ur Press. Riau
- Tantowi, A. 2025. Mengenal Ilmu Ekonomi Dasar-Dasar Permintaan, Penawaran dan Pasar. PT. Literasi Nusantara Abadi Grup. Malang.

Wijaya, T. 2014. Nilai dan Pengetahuan Sebagai Prediktor Intensi Beli Masyarakat Organik.. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(1):69-82.
DOI:10.9744/jmk.16.1.69-82