



## ANALISIS SIKAP DAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN HIDROPONIK SELADA, PAKCOY PADA CV IHSAN FARM

### ANALYSIS OF CONSUMER ATTITUDES AND PREFERENCES TOWARDS HYDROPONIC VEGETABLES LETTUCE AND PAKCHOI AT CV IHSAN FARM

Ana Anjely<sup>1</sup>, Eko Sumartono<sup>1</sup>, Ana Nurmalia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Dehasen Bengkulu

Email korespondensi: ekosumartono@unived.ac.id

Diserahkan: 14/02/2026

Direvisi: 30/03/2026

Diterima: 11/06/2026

**Abstrak.** Perkembangan pertanian hidroponik di wilayah perkotaan mendorong peningkatan konsumsi pangan yang sehat, higienis, dan berkelanjutan. Sayuran hidroponik, khususnya selada dan pakcoy, memiliki keunggulan berupa kualitas fisik yang baik, tingkat kebersihan dan kesegaran yang tinggi, serta penggunaan pestisida yang relatif minim. Namun, penelitian terdahulu umumnya mengkaji sikap dan preferensi konsumen secara terpisah serta mengasumsikan bahwa sikap positif terhadap atribut keberlanjutan akan sejalan dengan preferensi pembelian. Penelitian ini bertujuan menganalisis sikap dan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik selada dan pakcoy di CV Ihsan Farm Kota Bengkulu serta mengidentifikasi kesenjangan antara keduanya dalam perspektif konsumsi berkelanjutan. Penelitian menggunakan metode survei kuantitatif dengan teknik accidental sampling terhadap 96 responden. Analisis sikap dilakukan menggunakan model multiatribut Fishbein, sedangkan preferensi konsumen diukur menggunakan skala Likert berdasarkan atribut harga, fisik daun, kebersihan, kesegaran, dan minim pestisida. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap selada ( $Ao = 9,93$ ) dan pakcoy ( $Ao = 10,01$ ) berada pada kategori positif. Preferensi konsumen terhadap selada tergolong tinggi dengan nilai 62,9, sedangkan pakcoy tergolong sedang dengan nilai 60,1. Atribut kesegaran dan kebersihan menjadi faktor dominan dalam pembentukan sikap dan preferensi konsumen. Penelitian ini menemukan adanya attitude-preference gap, yaitu konsumen memberikan penilaian positif terhadap atribut keberlanjutan, tetapi dalam keputusan pembelian lebih mengutamakan manfaat fungsional produk. Temuan ini menegaskan bahwa nilai keberlanjutan belum sepenuhnya terinternalisasi dalam preferensi pembelian konsumen sayuran hidroponik

**Kata kunci:** agribisnis; konsumsi berkelanjutan; preferensi konsumen; sayuran hidroponik; sikap konsumen

**Abstract.** The development of hydroponic farming in urban areas has encouraged increased consumption of healthy, hygienic, and sustainable food. Hydroponic vegetables, particularly lettuce and bok choy, have the advantages of good physical quality, high levels of cleanliness and freshness, and relatively minimal pesticide use. However, previous studies generally examine consumer attitudes and preferences separately and assume that positive attitudes toward sustainability attributes will align with purchasing preferences. This study aims to analyze consumer attitudes and preferences toward hydroponic lettuce and bok choy at CV Ihsan Farm in Bengkulu City and identify gaps between the two from a sustainable consumption perspective. The study used a quantitative survey method with accidental sampling technique on 96 respondents. Attitude analysis was conducted using the Fishbein multi-attribute model, while consumer preferences were measured using a Likert scale based on attributes such as price, leaf physical condition, cleanliness, freshness, and minimal pesticide use. The results showed that consumer attitudes toward lettuce ( $Ao = 9.93$ ) and bok choy ( $Ao = 10.01$ ) were in the positive category. Consumer preference for lettuce is high, with a score of 62.9, while bok choy is moderate, with a score of 60.1. Freshness and cleanliness are the dominant factors in shaping consumer attitudes and preferences. This study found an attitude-preference gap, where consumers positively assess sustainability attributes but prioritize the functional benefits of the product in their purchasing decisions. This finding confirms that sustainability values have not been fully internalized in consumers' purchasing preferences for hydroponic vegetables.

**Keywords:** agribusiness; sustainable consumption; consumer preferences; hydroponic vegetables; consumer attitudes

## PENDAHULUAN

Hidroponik merupakan cara untuk menanam tanaman tanpa memanfaatkan tanah seperti biasanya. Ini juga dikenal sebagai metode bercocok tanam yang menggunakan air yang di perkaya dengan nutrisi yang di perlukan oleh tanaman (Mutmainah & Susilowati 2022). Konsumen juga akan menentukan nilai dari atribut produk sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan mereka, sehingga muncul preferensi konsumen.



Copyright (c) 2026 Ana Anjely, Eko Sumartono & Ana Nurmalia. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Sikap konsumen menjadi aspek yang krusial dan jelas memberikan pengaruh pada keputusan pembelian produk. Sikap ini mencerminkan hubungan antara perilaku dan pengaruh pada keputusan pembelian produk. Sikap ini mencerminkan hubungan antara perilaku dan kepercayaan konsumen (Febrianti *et al.*, 2019).

Selada merupakan salah satu jenis sayuran yang mudah dibudidayakan dengan sistem hidroponik. Selain itu waktu panen yang relatif singkat, kebutuhan nutrisi yang sederhana selada tidak terlalu banyak membutuhkan nutrisi, terutama pada tahap awal pertumbuhannya. Selada memiliki banyak jenis, seperti selada hijau, selada *romaine*, *selada iceberg*, *selada endive*, *selada lollo*, dan sebagainya (Novianti, 2019). Tanaman pakcoy (*Brassica rapa L*) merupakan salah satu jenis sayuran daun yang banyak dibudidayakan dengan sistem hidroponik. Tanaman pakcoy atau dikenal dengan nama lokal sawi sendok yang berasal dari Cina (Hayati, 2020).

Menurut (Negeri & Andriyanty 2020) preferensi konsumen dapat diartikan sebagai selera subyektif pada setiap individu yang diukur menggunakan tingkat kegunaan dari konsumsi produk atau jasa, hal ini juga memberikan kekuasaan atas konsumen untuk memberikan peringkat atas produk atau jasa dan harus dipastikan pula preferensi konsumen tidak bergantung kepada pendapatan (harga). Preferensi konsumen juga mempunyai kemampuan untuk dapat memberikan pengaruh terhadap pembelian oleh konsumen.

Saat ini Kota Bengkulu sudah ada yang mulai melakukan pertanian dengan menggunakan teknik hidroponik baik dalam bentuk komersial maupun masih skala kecil. Hidroponik Ihsan Farm merupakan salah satu usaha tani sayuran hidroponik yang berada di Kabupaten Bengkulu Tengah, Kota Bengkulu berdiri sejak tahun 2017. Pemilihan komoditi hidroponik selada & pakcoy dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa kedua jenis sayuran tersebut merupakan komoditas utama yang dibudidayakan pada Ihsan Farm.

Febriana *et al.* (2020) menganalisis sikap konsumen terhadap produk teh menggunakan pendekatan multiatribut Fishbein dan menemukan bahwa atribut utama yang dipertimbangkan konsumen berbeda pada tiap jenis produk, dimana rasa menjadi pertimbangan utama pada teh seduh, sedangkan kepraktisan lebih dominan pada teh celup. Temuan ini menunjukkan bahwa evaluasi konsumen terhadap atribut produk sangat menentukan sikap dan keputusan pembelian. Penelitian serupa dilakukan oleh Fajarani *et al.* (2021) pada sayuran hidroponik, yang menyatakan bahwa atribut kesegaran, harga, kemasan, dan warna merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta menunjukkan bahwa konsumen melalui tahapan pengambilan keputusan sebelum melakukan pembelian sayuran hidroponik.

Fifi Lestari *et al.* (2023) menyimpulkan bahwa kesegaran menjadi atribut paling dominan yang dipertimbangkan konsumen, disusul oleh kebersihan, rasa, fisik daun, warna, keberagaman jenis, dan harga. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik cenderung mengutamakan kualitas produk dibandingkan faktor ekonomi semata. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Setyarini *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa kesegaran sayuran merupakan atribut utama dalam menentukan preferensi konsumen, sehingga produsen disarankan untuk menjaga mutu pasca panen dan kualitas produk secara konsisten.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa atribut kesegaran, kebersihan, fisik daun, harga, dan kemasan merupakan faktor yang paling sering memengaruhi sikap dan preferensi konsumen terhadap produk sayuran hidroponik. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik membandingkan sikap dan preferensi konsumen terhadap dua komoditas utama hidroponik, yaitu selada dan pakcoy, pada satu unit usaha tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan menganalisis sikap dan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik selada dan pakcoy di CV Ihsan Farm sebagai dasar pengambilan keputusan strategis bagi pengelola usaha.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Bagaimana Sikap Konsumen terhadap atribut produk (Harga, Fisik Daun, Kebersihan, Kesegaran, dan Minim Pestisida) dengan komoditi Selada, Pakcoy Hidroponik di CV Ihsan Farm? Bagaimana Preferensi Konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik Selada, Pakcoy Pada CV Ihsan Farm? Terdapat tujuan pada penelitian ini adalah: Mengetahui Sikap Konsumen terhadap atribut produk (Harga, Fisik Daun, Kebersihan, Kesegaran, dan Minim Pestisida) dengan komoditi Selada, Pakcoy Hidroponik di CV Ihsan Farm. dan Mengetahui Preferensi Konsumen terhadap atribut Sayuran Hidroponik Selada, Pakcoy Pada CV Ihsan Farm.

### **Indikator Atribut Sikap Konsumen**

Harga merupakan salah satu faktor penentu keputusan pembelian bagi konsumen, dikarenakan konsumen memiliki harapan bahwa uang yang mereka keluarkan sesuai dengan apa yang akan mereka peroleh (Sakinah dan Firmansyah, 2021).

Menurut Yasmin *et al.* (2017), bahwa konsumen lebih memilih warna sayuran yang hijau muda karena menarik dan lebih enak dikonsumsi. Warna hijau muda cerah lebih dominan disukai karena dari segi tampilan sayuran hidroponik lebih terlihat segar dan menarik.

Menurut Buckle *et al.* (2009), kebersihan pangan merupakan serangkaian kondisi dan tindakan yang bertujuan untuk mencegah terjadinya kontaminasi biologis, kimia, dan fisik pada bahan pangan sejak proses produksi hingga siap dikonsumsi. Dalam konteks sayuran hidroponik seperti selada dan pakcoy, kebersihan mencakup kondisi tanaman yang bebas dari tanah, pestisida berbahaya, residu kimia, serta mikroorganisme patogen, sehingga menghasilkan produk yang aman, segar, dan layak konsumsi.

Hasan *et al* (2019) yang menyatakan bahwa konsumen mempertimbangkan kesegaran sayuran dan menyukai sayuran segar yang bertahan 2 hingga 3 hari.

Aulia Rahmawati (2023), sistem hidroponik memiliki keunggulan dalam pengendalian hama karena tanaman terlindungi dari kontak langsung dengan tanah yang menjadi sumber utama organisme pengganggu tanaman, sehingga risiko serangan hama dan penyakit relatif lebih rendah dibandingkan budidaya konvensional.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Indomaret Fresh Pengantungan dan Nusa Indah Kota Bengkulu. Waktu yang diperlukan dalam melaksanakan penelitian ini kurang lebih selama 3 bulan pada bulan November 2025 – Januari 2026. Metode penentuan atau pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, yaitu dengan teknik *Accidental Sampling* (sampel tanpa sengaja). Adapun jumlah sampel yang diambil adalah 96 responden. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab rumusan masalah pertama menggunakan Analisis Multiatribut Fishbein, merupakan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis sikap atau penilaian konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik. Model Fishbein ini pada prinsipnya akan menghitung *Ao (Attitude toward the object)*, yaitu sikap konsumen terhadap sebuah objek, yang dikenali melalui atribut-atribut yang melekat pada objek tersebut (Santoso, 2002). Multiatribut Fishbein mengidentifikasi tiga faktor utama yang mempengaruhi sikap. Faktor pertama adalah atribut utama atas sebuah objek oleh konsumen, faktor kedua adalah tingkat kepercayaan konsumen bahwa objek memiliki atribut tersebut, dan faktor ketiga adalah tingkat positif atau negatif dimana atribut tersebut dievaluasi.

$Ao$  = Sikap terhadap sayuran Selada & Pakcoy hidroponik

$bi$  = Kekuatan kepercayaan bahwa Selada & Pakcoy tersebut memiliki atribut  $i$

$ei$  = Evaluasi terhadap atribut ke- $i$

$n$  = Jumlah atribut yang dimiliki sayuran Selada & Pakcoy hidroponik

Jika  $Ao < 0$  maka nilai sikap konsumen negatif. Jika  $Ao > 0$  maka nilai sikap konsumen sangat positif. Jika  $Ao = 0$  maka nilai sikap konsumen tetap/netral. Untuk menjawab rumusan masalah kedua menggunakan metode skala Likert. Skala yang dibuat adalah mengenai preferensi konsumen terhadap atribut sayuran hidroponik. Data yang diperoleh lewat penggunaan kuesioner adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap, (Sugiyono, 2010). Untuk mendeskripsikan variable preferensi digunakan skala likert dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai} &= \text{Jumlah pertanyaan} \times \text{skala skor} \\ \text{Interval} &= \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kategori}} \end{aligned}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Selada & Pakcoy Hidroponik Ihsan Farm

Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut. Objek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sayuran selada & pakcoy hidroponik ihsan farm. Dalam penelitian ini sayuran (selada & pakcoy) hidroponik ihsan farm memiliki 5 atribut, diantaranya harga, fisik daun, kebersihan, kesegaran dan minim pestisida.

**Tabel 1.** Nilai Sikap Konsumen Sayur Selada Hidroponik ( $Ao$ )

No	Atribut	Kepercayaan ( $bi$ )	Evaluasi ( $ei$ )	Keyakinan ( $bi$ ) x ( $ei$ )
1	Harga	1,46	1,45	2,12
2	Fisik daun	1,43	1,51	2,16
3	Kebersihan	1,51	1,43	2,16
4	Kesegaran	1,21	1,63	1,97
5	Minim Pestisida	1,40	1,09	1,53
<b>Nilai Sikap Total Konsumen (<math>Ao</math>)</b>				<b>9,93</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Sikap konsumen merefleksikan kecenderungan perasaan, penilaian, dan persepsi individu terhadap suatu objek yang kemudian akan diungkapkan dalam perilakunya. Dalam penelitian ini, sikap total konsumen ( $A_o$ ) diperoleh dari hasil perkalian antara tingkat kepercayaan konsumen ( $b_i$ ) dan tingkat evaluasi konsumen ( $e_i$ ) pada setiap atribut produk.

Berdasarkan Tabel 1. Nilai Sikap Konsumen Sayur Selada Hidroponik Ihsan Farm, diperoleh nilai sikap total konsumen ( $A_o$ ) sebesar 9,93. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap sayuran selada hidroponik ihsan farm berada pada kategori positif ( $A_o > 0$ ).

### **Harga**

Berdasarkan hasil perhitungan nilai sikap konsumen pada Tabel 11, atribut harga menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli sayuran selada hidroponik Ihsan Farm, diketahui nilai sikap untuk atribut harga sebesar 2,12 dengan nilai positif, artinya atribut harga masih sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga harga tersebut masih dapat dijangkau dari semua kalangan mulai dari pelajar atau mahasiswa hingga yang berprofesi sebagai karyawan. Sehingga konsumen dengan pendapatan tinggi tidak memperlmasalah harga ketika mengeluarkan sejumlah uang lebih untuk membeli sayuran hidroponik, beberapa responden yang tidak memperlmasalah harga sayuran selada hidroponik, harga sayuran selada yang sudah ditetapkan oleh produsen saat ini (Rp 8.000) / 250gram – (35.000) / 1kg sudah sebanding dengan kualitas sayuran yang didapatkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Zainudin (2014) yang berjudul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Mete Goreng Centra Mente Madura Di Sumenep” yang diperoleh hasil bahwa atribut harga mempengaruhi keputusan pembelian kacang mete goreng.

### **Fisik daun**

Hasil perhitungan sikap konsumen menggunakan microsoft excel menunjukkan bahwa responden sayuran selada hidroponik Ihsan Farm di Indomaret Fresh Pengantungan & Nusa Indah lebih menyukai fisik daun sayuran selada hidroponik yang berdaun lebar dan tidak berlubang. Pada hasil penelitian ini Fisik daun dalam penilaian sikap konsumen memperoleh nilai tertinggi pertama dengan jumlah 2,16 bersamaan dengan kebersihan juga menjadi nilai tertinggi dengan jumlah persentase yang sama 2,16. Selain karena selera, responden juga mengemukakan alasan lebih menyukai sayuran yang berdaun lebar tidak berlubang karena memudahkan untuk diolah kembali. Hal ini menunjukkan bahwa fisik daun menjadi hal yang penting yang selalu dipertimbangkan oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian sayuran selada hidroponik ihsan farm di indomaret fresh pengantungan dan nusa indah kota bengkulu. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman (2024) dengan judul “Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi Kasus : Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)” Menyatakan bahwa Kesempurnaan fisik dapat dilihat dari daun kangkung hidroponik, daun panjang dan daun lebar yang tidak berlubang sangat layak untuk dikonsumsi oleh konsumen.

### **Kebersihan**

Atribut kebersihan menempati peringkat tertinggi bersamaan dengan atribut fisik daun. Kebersihan merupakan prioritas penting setelah tingkat kesempurnaan fisik daun sayuran selada hidroponik Ihsan Farm. Hasil penilaian tingkat kepercayaan responden ( $b_i$ ) menunjukkan bahwa atribut kebersihan dinilai tertinggi yaitu 1,51. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan menjadi hal yang penting dan selalu dipertimbangkan konsumen pada saat melakukan pembelian sayuran selada hidroponik Ihsan Farm. Berdasarkan hasil penelitian ini nilai sikap konsumen terhadap atribut kebersihan sebesar 2,16 dapat disimpulkan bahwa kebersihan memiliki nilai yang positif di bandingkan dengan atribut yang lain. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Anggiasari (2016) dengan judul “Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung” dalam membeli sayuran organik sangat dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap atribut kebersihan.

### **Kesegaran**

Kesegaran menjadi atribut ke empat yang dipertimbangkan konsumen saat membeli sayuran selada hidroponik Ihsan Farm, karena dinilai positif oleh konsumen dengan skor sikap konsumen ( $A_o$ ) sebanyak 1,97. Konsumen lebih menyukai tingkat kesegaran sayuran yang masih tinggi karena cita rasa yang dimiliki sayuran masih enak dan segar untuk dikonsumsi. Daun hijau segar membuat konsumen tertarik untuk membeli sayuran selada hidroponik kemudian memiliki yang tekstur renyah saat di konsumsi, dan umur simpan lebih lama bisa bertahan  $>3$  hari jika disimpan dengan baik dengan nilai kepercayaan ( $b_i$ ) sebesar 1,21 menunjukkan bahwa

konsumen memiliki sikap yang baik (positif). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ghazi (2023) dengan judul “Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kabupaten Sumenep” menyatakan bahwa Konsumen sayuran hidroponik lebih mempertimbangkan kesegaran daun dikarenakan konsumen lebih menyukai sayuran yang dalam keadaan segar ketika dikonsumsi dan akan membeli kembali ketika sayurannya tidak kelihatan layu.

### Minim pestisida

Minim pestisida selada hidroponik Ihsan Farm merupakan sayuran hidroponik cenderung memiliki residu pestisida yang sangat rendah atau bahkan tidak terdeteksi menggunakan pestisida, sehingga lebih aman untuk dikonsumsi dan ramah terhadap kesehatan konsumen serta lingkungan. Nilai sikap konsumen atribut dari minim pestisida sebesar 1,53 merupakan nilai terendah dibandingkan dengan nilai atribut-atribut lainnya, walaupun terendah nilai tetap positif. Adapun alasan responden dalam membeli sayuran selada hidroponik Ihsan Farm dikarenakan responden sudah mengetahui bahwa hidroponik itu merupakan sayuran sehat tanpa pestisida kimia. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmadani (2017) dengan judul “Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di CV. Vigur Organik” yang menyatakan bahwa konsumen mulai membutuhkan sayuran organik atas dasar kesehatan atau kandungan zat (nilai gizi) yang terkandung didalam sayuran organik.

**Tabel 2.** Nilai Sikap Total Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Pakcoy Hidroponik (Ao)

No	Atribut	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Keyakinan (bi) x (ei)
1	Harga	1,23	0,95	1,17
2	Fisik Daun	1,39	1,47	2,04
3	Kebersihan	1,56	1,58	2,46
4	Kesegaran	1,72	1,75	3,01
5	Minim Pestisida	0,93	1,42	1,32
<b>Nilai Sikap Total Konsumen (Ao)</b>				<b>10,01</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2 Nilai Sikap Konsumen Terhadap Atribut Sayuran Pakcoy Hidroponik Ihsan Farm, diperoleh nilai sikap total konsumen (Ao) sebesar 10,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm berada pada kategori sangat positif ( $Ao > 0$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki sikap positif terhadap sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm. Selanjutnya dapat diketahui sikap konsumen terhadap atribut sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm dapat diuraikan sebagai berikut:

### Harga

Pada penilaian sikap konsumen terhadap atribut harga sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm ada pada urutan ke 5 (lima) setelah atribut minim pestisida sayuran. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa harga sayuran tidak begitu dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm. Dengan harga yang ditawarkan senilai Rp. 7.000/ 250gr - > Rp 30.000/ 1 kg dengan harga sayuran yang sudah ditetapkan oleh produsen saat ini sudah sebanding dengan kualitas sayuran yang didapatkan. artinya atribut harga masih sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga harga tersebut masih dapat dijangkau dari semua kalangan mulai dari pelajar atau mahasiswa hingga yang berprofesi sebagai karyawan. Hal ini sejalan dengan Febrianti (2019) dengan judul “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi” menyatakan bahwa Sehingga konsumen dengan pendapatan tinggi tidak mempermasalahkan harga ketika mengeluarkan sejumlah uang lebih untuk membeli sayuran hidroponik, beberapa responden yang tidak mempermasalahkan harga sayuran hidroponik, harga sayuran yang sudah ditetapkan oleh produsen saat ini sudah sebanding dengan kualitas sayuran yang didapatkan.

### Fisik daun

Pada hasil penelitian ini Fisik Daun dalam penilaian sikap konsumen memperoleh nilai tertinggi ketiga dengan jumlah 2,04 yang berarti positif. Hal ini menunjukkan bahwa fisik daun menjadi hal yang penting yang selalu dipertimbangkan oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm di Indomaret Fresh Pengantungan dan Nusa Indah Kota Bengkulu. Kondisi daun yang tidak berlubang menjadi patokan bahwa sayur tersebut masih segar dan sehat, sehingga berkaitan erat dengan kualitas sayuran (Armiriawan *et al.*, 2021). Fisik daun memiliki kaitan erat dengan tingkat kebersihan, oleh karena itu kenapa fisik daun menjadi hal yang dianggap penting oleh konsumen dibandingkan dengan atribut yang lain. Fisik

daun yang tidak berlubang menunjukkan bahwa sayuran tersebut masih segar dan sehat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahman (2024) dengan judul “Analisis Sikap dan Preferensi Konsumen terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik (Studi Kasus: Syifa Hidroponik, Kecamatan Medan Area, Kota Medan)” yang menyatakan bahwa Sikap konsumen terhadap atribut sayur kangkung hidroponik di Syifa Hidroponik Medan, atribut kesempurnaan fisik daun merupakan atribut yang dinilai sangat positif oleh konsumen dan menjadi atribut yang paling dipertimbangkan konsumen saat memutuskan untuk membeli sayur kangkung hidroponik.

### **Kebersihan**

Kebersihan merupakan prioritas penting kedua dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan menjadi hal yang penting dan selalu dipertimbangkan konsumen pada saat melakukan pembelian sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm. Berdasarkan hasil penelitian ini nilai sikap konsumen terhadap atribut kebersihan sebesar 2,46 dapat disimpulkan bahwa kebersihan memiliki nilai yang positif di dibandingkan dengan atribut yang lain. Kondisi kebersihan sayuran hidroponik berpengaruh terhadap pembelian sayuran pakcoy hidroponik ihsan fram. Hasil penilaian tingkat kepercayaan responden (bi) menunjukkan bahwa atribut kebersihan dinilai positif yaitu 1,56 dan pada tingkat evaluasi mendapatkan nilai 1,58 yang artinya positif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Anggiasari (2016) dengan judul “Sikap Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Organik Oleh Konsumen Di Kota Bandar Lampung” dalam membeli sayuran organik sangat dipengaruhi oleh kepercayaan terhadap atribut kebersihan.

### **Kesegaran**

Atribut kesegaran memiliki nilai kepercayaan (bi) sebesar 1,72 dan nilai evaluasi (ei) sebesar 1,75, sehingga menghasilkan nilai sikap atribut ( $bi \times ei$ ) sebesar 3,01. Tingginya nilai kepercayaan menandakan bahwa konsumen meyakini pakcoy hidroponik Ihsan Farm yang mereka beli memiliki tingkat kesegaran yang baik, seperti tampilan daun yang segar lebar tidak berlubang, tidak layu, dan warna yang cerah. Sementara itu, tingginya nilai evaluasi menunjukkan bahwa kesegaran dianggap sangat penting oleh konsumen karena berkaitan langsung dengan kualitas, rasa, dan daya simpan sayuran. Atribut kesegaran memberikan kontribusi terbesar terhadap sikap positif konsumen terhadap pakcoy hidroponik ihsan farm dan memperkuat nilai sikap total konsumen yang berada pada kategori sangat positif. Hal ini sejalan dengan penelitian fifi lestari (2023) dengan judul “Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Sungailiat Kabupaten Bangka” yang menyatakan bahwa Sayuran yang memiliki cita rasa yang enak dan kandungan yang terdapat didalam sayuran masih terjaga merupakan ciri sayuran yang masih memiliki tingkat kesegaran tinggi.

### **Minim pestisida**

Nilai sikap menunjukkan bahwa konsumen memiliki keyakinan cukup baik bahwa sayuran pakcoy hidroponik Ihsan Farm diproduksi dengan penggunaan pestisida yang sangat rendah atau bahkan tanpa pestisida kimia. Meskipun nilai sikap atribut minim pestisida lebih rendah dibandingkan atribut kesegaran, kebersihan, dan fisik daun, atribut ini tetap memberikan kontribusi positif terhadap sikap total konsumen. Nilai evaluasi yang tergolong baik menunjukkan bahwa konsumen menilai aspek minim pestisida sebagai hal yang penting karena berkaitan dengan keamanan pangan dan kesehatan. Dengan demikian, atribut minim pestisida memperkuat sikap positif konsumen terhadap pakcoy hidroponik ihsan farm, meskipun bukan menjadi faktor utama dalam pertimbangan pembelian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rahmadani (2017) dengan judul “Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di CV. Vigur Organik” yang menyatakan bahwa konsumen mulai membutuhkan sayuran organik atas dasar kesehatan atau kandungan zat yang terkandung didalam sayuran organik.

Dengan uraian diatas dapat dinyatakan bahwa sikap konsumen terhadap Atribut-Atribut (Harga, Fisik daun, Kebersihan, Kesegaran, dan Minim Pestisida) Sayuran Selada & Pakcoy Hidroponik Ihsan Farm adalah sangat positif. Hal ini dibuktikan dengan nilai sikap total konsumen  $A_o > 0$  sangat positif. Atribut kebersihan memiliki hubungan yang kuat dengan preferensi konsumen terhadap sayuran selada dan pakcoy hidroponik, karena kebersihan dipersepsikan sebagai indikator keamanan pangan dan kualitas produk, sehingga mendorong konsumen untuk lebih memilih sayuran hidroponik dibandingkan sayuran non-hidroponik.

### **Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Selada & Pakcoy Ihsan Farm**

Hasil penelitian ini menguraikan secara komprehensif mengenai preferensi konsumen terhadap sayuran selada dan pakcoy hidroponik Ihsan Farm yang dianalisis menggunakan metode skala Likert. Penggunaan skala Likert dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur sikap dan tingkat penilaian konsumen secara kuantitatif terhadap berbagai atribut produk yang diduga memengaruhi keputusan pembelian. Atribut yang dianalisis

meliputi harga, fisik daun, kebersihan, kesegaran, serta minim pestisida. 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).

**Tabel 3.** Nilai Total Preferensi Konsumen Selada Hidroponik

Kategori	Range	Rata-rata
Tinggi	61-80	<b>62,9</b>
Sedang	41-60	
Rendah	20-40	

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Tingginya nilai preferensi konsumen tersebut mencerminkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap atribut-atribut selada hidroponik, seperti kualitas fisik daun, kebersihan, kesegaran, minim pestisida, serta kesesuaian harga. Selada hidroponik Ihsan Farm umumnya memiliki warna daun hijau cerah, tidak layu, dan memiliki daun lebar tidak berlubang, sesuai dengan preferensi konsumen yang mengutamakan kesegaran dengan daya simpan > 3 hari dalam sokes sebagai indikator utama kualitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata total preferensi konsumen terhadap sayuran selada hidroponik Ihsan Farm berada pada angka 62,9. Termasuk dalam rentang 61–80 diklasifikasikan ke dalam kategori tinggi. Selain itu, di lapangan selada hidroponik terlihat lebih bersih karena tidak tercemar tanah dan lumpur berbeda dengan sayuran konvensional. Konsumen yang berbelanja, khususnya mahasiswa, Ibu rumah tangga, cenderung memiliki preferensi terhadap produk yang praktis dan higienis, karena dapat langsung diolah tanpa pencucian berulang. Hal ini menunjukkan bahwa selada hidroponik Ihsan Farm memiliki daya tarik yang kuat di mata konsumen dan berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai komoditas unggulan dalam sistem pertanian modern yang berorientasi pada kualitas dan kepuasan konsumen.

**Tabel 4.** Nilai Total Preferensi Konsumen Sayuran Pakcoy Hidroponik

Kategori	Skala	Range	Rata-Rata
Tinggi	3	61-80	<b>60,1</b>
Sedang	2	41-60	
Rendah	1	20-40	

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata total preferensi konsumen terhadap sayuran pakcoy hidroponik sebesar 60,1. Nilai tersebut berada pada rentang 41–60, yang termasuk dalam kategori sedang, Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen memiliki tingkat preferensi yang positif terhadap sayuran pakcoy hidroponik. Berdasarkan hasil penelitian, pakcoy hidroponik yang dipasarkan memiliki kondisi daun yang segar, berwarna hijau cerah, batang berwarna putih bersih, tidak layu, serta daun lebar tidak berlubang. Kondisi ini menjadi indikator kualitas visual yang penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Penilaian preferensi konsumen dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Skala Likert tiga tingkat, yakni rendah (skor 1), sedang (skor 2), dan tinggi (skor 3). Nilai total preferensi diperoleh dari akumulasi penilaian responden terhadap seluruh atribut yang diteliti. Berdasarkan perhitungan, nilai maksimum yang dapat dicapai adalah 80, sedangkan nilai minimum adalah 20, dengan interval kelas sebesar 20. Dengan demikian, nilai rata-rata 60,1 mencerminkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian cukup tinggi terhadap atribut-atribut pakcoy hidroponik yang dinilai.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sayuran pakcoy hidroponik memiliki tingkat preferensi konsumen yang cukup tinggi, didukung oleh kualitas fisik produk, persepsi higienitas, serta kemudahan dalam pengolahan sebagaimana ditemukan di lapangan. Nilai preferensi yang mendekati kategori tinggi mengindikasikan adanya peluang peningkatan preferensi konsumen melalui perbaikan kualitas produk dan strategi pemasaran yang lebih optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat gap antara sikap dan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik selada dan pakcoy yang diproduksi oleh CV Ihsan Farm. Hasil analisis sikap konsumen menunjukkan bahwa kedua komoditas tersebut memperoleh penilaian sikap yang tergolong sangat positif, terutama pada atribut kesegaran, fisik daun, kebersihan, minim pestisida dan harga. Namun demikian, ketika dianalisis berdasarkan preferensi konsumen, tidak seluruh atribut yang memiliki nilai sikap tinggi menjadi atribut yang paling

diprioritaskan dalam keputusan pembelian. Adanya gap antara sikap dan preferensi konsumen secara teori sikap (*attitude*) dan preferensi (*preference*) merupakan dua konsep yang saling berkaitan, tetapi tidak selalu menghasilkan keputusan yang sama. Sikap menggambarkan evaluasi atau penilaian konsumen terhadap suatu produk berdasarkan atribut tertentu, sedangkan preferensi menunjukkan tingkat prioritas atau pilihan konsumen ketika harus menentukan produk yang akan dibeli. Dengan demikian, konsumen dapat memiliki sikap yang positif terhadap suatu atribut, namun atribut tersebut belum tentu menjadi faktor utama dalam proses pemilihan produk (Ajzen, 1991).

Kondisi serupa juga terjadi pada sayuran pakcoy. Sikap konsumen terhadap pakcoy menunjukkan penilaian positif terhadap seluruh atribut, termasuk harga dan minim pestisida. Akan tetapi, dalam preferensi pembelian, konsumen cenderung lebih memprioritaskan kesegaran, fisik daun dan kebersihan produk, sementara atribut lain yang secara sikap dinilai penting tetapi tidak selalu menjadi faktor dominan dalam pemilihan. Gap ini menunjukkan bahwa konsumen pakcoy lebih mempertimbangkan aspek visual dan praktis dibandingkan atribut yang bersifat informasi atau kepercayaan jangka panjang.

Perbedaan gap antara selada dan pakcoy juga dipengaruhi oleh karakteristik produk itu sendiri. Selada umumnya dikonsumsi dalam kondisi segar dan mentah, sehingga konsumen lebih sensitif terhadap atribut kesegaran dan kebersihan dibandingkan atribut lainnya. Sementara itu, pakcoy yang sering diolah dengan cara dimasak membuat konsumen relatif lebih toleran terhadap variasi fisik daun, sehingga preferensi semakin terkonsentrasi pada kesegaran, fisik daun dan kebersihan sebagai jaminan kualitas. Hal ini menyebabkan sikap positif terhadap seluruh atribut tidak sepenuhnya tercermin dalam preferensi pembelian pada kedua komoditas.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa konsumen CV Ihsan Farm memiliki sikap positif terhadap sayuran hidroponik selada ( $A_o = 9,93$ ) dan pakcoy ( $A_o = 10,01$ ), yang terutama dipengaruhi oleh atribut kesegaran, kebersihan, dan fisik daun. Namun, preferensi konsumen menunjukkan bahwa selada memiliki tingkat preferensi lebih tinggi (62,9) dibandingkan pakcoy (60,1). Terdapat gap antara sikap dan preferensi konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi positif terhadap atribut produk tidak selalu sejalan dengan prioritas konsumen dalam keputusan pembelian. Dengan demikian, preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik tidak hanya ditentukan oleh sikap positif, tetapi juga oleh tingkat kepentingan atribut produk dalam memenuhi kebutuhan konsumsi secara nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- A., S. (2024). *Analisis Preferensi Konsumen Buah Jeruk Siam ( Studi Kasus : Pasar Tradisional Kecamatan Medan Tembung Kota Medan Sumatera Utara)* <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/25389/1/198220023%20-%20Arifin%20Siswoyo%20Fulltext.pdf>.
- Apria, C., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., Peternakan, D. A. N., & Bengkulu, U. M. (2025). <https://repository.umb.ac.id/1022/3/CENDI%20APRIA%202054201065%20ABSTRAK+BAB%201.pdf>
- Area, K. M., Hydroponics, S., District, M. A., & City, M. (2024). *Jurnal Agriuma*. 6(2), 76–84. <https://doi.org/10.31289/Agri.V6i2.13060>
- Dewati, R., & Saputro, W. A. (2023). Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Di Komunitas Hidroponik Solo Raya. *Agrisaintifika Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 7.1. DOI: <https://doi.org/10.32585/ags.v7i1.3719>
- Di, S., & Bauntung, P. (2023). *Frontier Agribisnis Analysis Of Consumer Attitudes Towards Fresh Vegetables Purchasing In*. 7(1), 54–62.
- Ekonomi, J., & Sambas, D. I. K. (2021). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 3(2), 8–12.
- Fadholludin, M., & Nuswardhani, S. K. (2025). *Analisis Preferensi Konsumen Keripik Pisang Bu Sami Di Pasuruan*. 1(1), 1–7. DOI: <https://doi.org/10.51747/agrotechbiz.v12i2>
- Febrianti, T., Tsani, A. (2019). *Jurnal Ilmiah Pertanian Paspalum*. 7(1), 1–8. <https://journal.unwim.ac.id/index.php/paspalum/article/view/85>

- Lestari, F., & Karsiningsih, E. (2022). *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* 184–195. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPA/article/view/8301>
- P, I. F., & Pendahuluan, I. (2014). *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Mete Goreng Centra Mente Madura Di Sumenep. 11*. <https://ejournalwiraraja.com/index.php/FP/article/view/578/523>
- Profil Desa Nakau 2025 | I.* (2025). <https://cdnc.heyzine.com/files/uploaded/v3/02fd7ed2a2f55f26547c405e2ff428400eb4a305.pdf>
- Rahman, M. A. (2024). (Skripsi Oleh : Mhd Aldio Fatur Rahman Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Terhadap Atribut Sayur Kangkung Hidroponik Studi Kasus, 17–20. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/26538/1/198220072%20-%20Mhd%20Aldio%20Fatur%20Rahman%20Fulltext.pdf>
- Rahman, N. A., Umar, M. Z., Meisy, R., Putri, E., & Fevria, R. (2022). *Budidaya Hidroponik Tanaman Pakcoy ( Brassica Rapa L .) Menggunakan Sistem Nutrient Films Technique ( Nft )*. 743–750.
- Rani, S., Alvero, Z., Karsiningsih, E., & Setiawan, I. (2024). *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Buah Pisang Ambon Dan Cavendish Di Kota Pangkalpinang Consumer Attitudes And Preferences Regarding The Decision To Purchase Banana Fruit Ambon And Cavendish In Pangkalpinang City*. 10(1), 1641–1651.
- Romalasari, A., & Sobari, E. (2019). *Produksi Selada ( Lactuca Sativa L .) Menggunakan Sistem Hidroponik Dengan Perbedaan Sumber Nutrisi*. 3(1), 36–41. <https://doi.org/10.25047/Agripri.V3i1.158>
- Setyarini, A., Arianti, Y. S., Retnaningsih, N., Tengah, J. (2024). *Consumer Preferences For Hydroponic Vegetables In*. 09(2), 62–71. <https://jim.usk.ac.id/JFP/article/view/27857/13176>
- Simanjuntak R.M. (2024). *Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Bayam ( Amaranthus Sp ) Hidroponik Di Thirteen Hydroponic Farms , Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Medan Analisis Sikap Dan Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/25398>
- Sistem, L. D., Di, H., & Bengkulu, B. (2024). *Analisis Dan Kelayakan Usahatani Tanaman Selada*. 2(1), 1–10.
- Sukoharjo, D. I. K. (2018). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Teh Di Kabupaten Sukoharjo*. 36, 21–29. DOI: <https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.838>
- Sunaryanti, D. P., Pranata, I. G., & Firmansyah, A. M. (2025). *Sayuran Organik Di Indonesia ( Integrasi Teori Perilaku Terencana Dan Teori Nilai Konsumsi )*. 105.
- Syahidah, S., Irianti, R. A., Yoga, A., Haryo, S., Anggie, J., Rivansyah, H., Marella, S. D., Nursafitri, A., Julia, H., Maharani, A., Saputri, E., Firdausiyah, A. R., & Budiwitjaksono, G. S. (2024). *Pengenalan Hidroponik Budidaya Tanaman Pakcoy Untuk Meningkatkan Pengetahuan Di Kelurahan Klampis Ngasem*. 3(1), 247–252.
- Towards, P., Kembang, P. T., & Products, J. H. (2020). *Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Produk Madu Pt Kembang Joyo. 1*, 186–199.
- Umikalsum, R. A. (2019). *Analisis Usahatani Tanaman Selada Hidroponik Pada Kebun Eve ' S Veggies Hydroponics Kota Palembang*. 52–57. DOI: <https://doi.org/10.32502/jsct.v8i1.2034>
- Wardhana, A. (2024). *Preferensi Konsumen* (Issue June).
- Wardhani, W. (2024). *Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product*. Vi(1), 45–63. <https://www.neliti.com/publications/111549/pengaruh-persepsi-dan-preferensi-konsumen-terhadap-keputusan-pembelian-hunian-gr>

- Wijaya, A. (2022). *Pertumbuhan Dan Hasil Selada ( Lactuca Sativa L .) Pada Metode Hidroponik Sistem Sumbu Dengan Kerapatan Naungan Dan Konsentrasi Nutrisi Yang Berbeda Growth And Yield Of Lettuce ( Lactuca Sativa L .) In Hydroponic Wick System Method On Different Shade Density And Nutrient Concentration*. 10(10), 541–548.
- Yahya, H., Aziz, A., Abadi, S., & Fatimah, D. (2024). *Analisis Sikap Konsumen Pada Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Rawakalong Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi*. 12(1), 8–13. DOI: <https://doi.org/10.35138/paspalum.v12i1.644>
- Yasmin, T. . Et Al. (2017). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Issn 2580-0566*. 1(Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang), 85–93.