

## Analisis Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra

Anisa

Agribisnis, Universitas Ma'soem, Indonesia  
Anisabdg372@gmail.com

---

*Received : Feb' 2026 Revised : Mar' 2026 Accepted : Apr' 2026 Published : Apr' 2026*

---

### ABSTRACT

The Citra Women Farmers Group (KWT) is located in Rancakasumba Village, where the group markets hydroponic vegetables as their agricultural products, but in marketing it we need to know what consumers consider when buying hydroponic vegetables. This study aims to determine the attributes of hydroponic vegetables that are considered by consumers in purchasing hydroponic vegetables and preferences of hydroponic vegetable consumers in the Citra women's farmer group (KWT) in Rancakasumba Village. Respondents in this study were 30 people, all of whom were female. The research method used is a case study, the research data was analyzed using conjoint analysis with a combination of 3 attributes, namely freshness, packaging, and price. Based on the results of the study, it can be concluded that the attributes attached to hydroponic vegetables in this study are 3 attributes, namely freshness, packaging, and price. From the results of the conjoint analysis conducted by researchers, the attribute most preferred by consumers is high freshness. Consumer preferences for hydroponic vegetables in the female farmer group (KWT) Citra show consumer preferences for hydroponic vegetables by assessing the attributes of hydroponic vegetables where the importance value for the freshness attribute is 76.679%. This shows that consumer preferences for hydroponic vegetables in the female farmer group (KWT) Citra show that freshness is a consumer consideration in choosing hydroponic vegetables while packaging and price are not too much of a consumer consideration in choosing hydroponic vegetables.

**Keywords :** Attributes; Conjoint Analysis; Consumer Preferences; Hydroponic Vegetables.

### ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Citra berada di Desa Rancakasumba, dimana kelompok tersebut memasarkan sayuran hidroponik sebagai produk pertanian mereka namun dalam pemasarannya kita perlu mengetahui apa yang menjadi pertimbangan konsumen ketika membeli sayuran hidroponik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut sayuran hidroponik yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membeli sayuran hidroponik dan preferensi konsumen sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra di Desa Rancakasumba. Responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yaitu berjenis kelamin perempuan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif/deskriptif dengan pendekatan studi kasus, data penelitian di analisis menggunakan analisis konjoin dengan kombinasi sebanyak 3 atribut yaitu kesegaran, kemasan, dan harga. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa atribut yang melekat pada sayuran hidroponik dalam penelitian ini terdapat 3 atribut yaitu atribut kesegaran, kemasan, dan harga. dari hasil analisis konjoin yang dilakukan oleh peneliti atribut yang paling disukai oleh konsumen yaitu kesegaran tinggi. Preferensi konsumen sayuran hidroponik dikelompok wanita tani (KWT) citra menunjukkan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik dengan memberi penilaian terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik dimana nilai importance value pada atribut kesegaran sebesar 76,679%. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di kelompok wanita tani citra menunjukkan bahwa

---

kesegaran menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sayuran hidroponik sedangkan kemasan dan harga tidak terlalu menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sayuran hidroponik.

**Kata kunci:** Atribut; Analisis Konjoin; Preferensi Konsumen; Sayuran Hidroponik.

---

## PENDAHULUAN

Pasar hidroponik global diperkirakan tumbuh dengan CAGR 7,4% dari tahun 2020-2029 menembus nilai lebih dari Rp 72,48 triliun pada tahun 2029 [1]. Sedangkan di Indonesia permintaan sayuran hidroponik meningkat sekitar 10-20% setiap tahunnya [2]. Hidroponik di Jawa Barat menunjukkan potensi besar dalam mendukung ketahanan pangan dan pertanian berkelanjutan, seperti yang dilakukan oleh Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia bekerja sama dengan BPVP Bandung Barat dimana pemerintah memberikan kesempatan bagi pelaku bisnis di bidang pertanian untuk belajar tentang hidroponik dimana hal ini dilakukan oleh pemerintah dalam membina petani untuk mengikuti berbagai pelatihan dan komunitas yang tersedia untuk membantu [3].

Pemahaman tentang preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik harus diperhatikan, tentunya untuk mengetahui keinginan dan pertimbangan konsumen sayuran hidroponik. Ketika memutuskan untuk membeli sayuran tersebut dimana hal ini dapat memberikan gambaran tentang strategi pemasaran dan pengembangan produk sayuran hidroponik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Desa Rancakasumba atau pun pasar lokal.

## METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian menggunakan analisis konjoin untuk mengukur preferensi konsumen terhadap berbagai atribut sayuran hidroponik dimana dalam penelitian ini peneliti memilih atribut kesegaran, kemasan, dan harga sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra di Desa Rancakasumba. Cara ini digunakan tentunya untuk menganalisis preferensi konsumen sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra dan mengetahui atribut mana yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik.

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yakni primer dan sekunder. Pengumpulan data sekunder melalui teknik observasi lapangan dan wawancara kepada responden dengan struktur pada pelaku usaha dan konsumen, serta kuesioner yang disusun berdasarkan tujuan penelitian. Adapun data sekunder pada penelitian ini didapat melalui studi pustaka, laporan lembaga resmi, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan. Peneliti menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dilokasi penelitian dan dianggap sebagai responden [4].

Analisis data untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk atau layanan dengan cara mengukur seberapa besar kegunaan dan

---

pentingnya berbagai atribut yang dimiliki produk atau layanan tersebut. Dengan membuat stimulus terlebih dahulu. Stimulus merupakan kombinasi atribut dan level yang dimiliki oleh sayuran hidroponik yang digunakan untuk menilai preferensi responden terhadap produk sayuran hidroponik, setelah menentukan stimulus lalu disajikan kepada responden untuk dinilai sesuai dengan tingkat kesukaan atau preferensi mereka. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis konjoin untuk mengetahui atribut dan level yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik. Kemudian hasil analisis konjoin akan menunjukkan nilai utilitas dari masing-masing atribut dan level yang digunakan. Nilai utilitas tersebut mencerminkan Tingkat kepentingan relative (importance value) yang diberikan responden terhadap setiap atribut, semakin tinggi nilai importance, semakin memengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik dengan menggunakan SPSS. Berikut adalah rumus analisis konjoin :

**Tabel 1. Stimulus Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik**

No	Atribut	Level
1	Kesegaran	1. Tinggi 2. Rendah
2	Kemasan	1. Menarik 2. Biasa
3	Harga	1. Murah 2. Mahal

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 3 atribut kesegaran dan masing-masing memiliki 2 level dimana level tersebut akan mempermudah peneliti dalam membuat kuesioner dan memberi nilai pada masing-masing atribut, dimana kesegaran memiliki level tinggi dan rendah, kemasan memiliki level menarik dan biasa, kemudian harga memiliki level murah dan mahal. Adapun pada pengumpulan data yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden adapun secara umum model dasar analisis konjoin dapat direpresentasikan sebagai berikut:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} x_{ij} \quad (1)$$

Keterangan :

$U(X)$  = Utility Total

$A_{ij}$  = Nilai kegunaan atribut ke -I (I, i= 1,2...m) taraf ke -j (j,j=1,2.. ki)

$K_i$  = Jumlah taraf atribut j

$M$  = Jumlah atribut i

$X_{ij}$  = Atribut ke-I taraf ke j ( bernilai 1 bila taraf yang berkaitan muncul dan 0 jika tidak )

Pentingnya suatu atribut, misalnya  $I_i$ , didefinisikan, dinyatakan dalam kisaran *part-worth* yaitu:

$I_i = \{ \max(a_{ij}) - \min(a_{ij}) \}$ , Untuk setiap i.

Pentingnya atribut, dinormalkan (*normalized*) untuk meyakinkan kepentingan relatifnya dengan atribut lainnya

$$w_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan:

$W_i$  = Pentingnya atribut (*factor importance*) ke- $i$

$I_i$  = Range nilai kepentingan untuk tiap atribut

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas Responden

Dalam penelitian ini terdapat 30 responden, responden dengan jenis kelamin perempuan dengan umur 19-67 tahun dengan pendidikan SD,SMP,SMA/SMK dan S1 dengan pekerjaan ibu rumah tangga, buruh, dan guru dengan penghasilan 2.000.000-5.000.000 dimana responden ini merupakan masyarakat Desa Rancakasumba, Kecamatan solokan jeruk yang membeli sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani.

### Hasil Analisis Konjoin

Berdasarkan hasil analisis konjoin, atribut kesegaran memiliki nilai kepentingan (*importance value*) tertinggi yaitu 76,679% diikuti oleh atribut harga sebesar 12,92% dan atribut kemasan sebesar 10,4%. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai atribut kesegaran dibandingkan lainnya. Adapun nilai utilitas menunjukkan.

**Tabel 1. Hasil Proses Konjoin Pada Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik di KWT Citra**

No	Atribut	Level	Nilai Kegunaan (Utility Value)	Nilai Kepentingan Relatif (%) Importance Value
1	Kesegaran	Tinggi	1,833	76,679
		Rendah	-1,833	
2	Kemasan	Menarik	-0,092	12,92
		Biasa	0,092	
3	Harga	Murah	0,125	10,4
		Mahal	-0,125	

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa “kesegaran tinggi” menjadi atribut yang paling disukai oleh konsumen sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra dengan nilai *utility* sebesar 1,833, dengan nilai kepentingan sebesar 76,679% menunjukkan bahwa atribut “kesegaran” menjadi pertimbangan konsumen ketika memutuskan untum membeli sayuran hidroponik dibandingkan dengan atribut “kemasan dan harga”.

**Tabel 1. Hasil Korelasi Pada Preffrensi Konsumen Sayuran**

	Value	Sig.
<b>Hidroponik di KWT Citra</b>		
Pearson's R	.897	.001
Kendall's tau	.571	.024

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai pearson's R sebesar 0.897 mendekati +1 dimana hal ini menunjukkan ada hubungan kuat dan positif antara nilai yang diamati yaitu nilai asli responden preferensi konsumen dan skor prediksi model berdasarkan perhitungan konjoin, kendall's tau sebesar 0,571 berarti urutan rating dari responden cocok dalam Tingkat ke tinggi, dan signifikan, artinya model ini "bisa digunakan".

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa konsumen menilai kualitas konsumen terutama dari tingkat kesegarannya[5]. hal ini memperkuat temuan bahwa kesegaran merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sayuran hidroponik, dibandingkan dengan atribut lain seperti kemasan maupun harga. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi produsen, khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT) Citra, dalam merumuskan strategi pemasaran yang berfokus pada kualitas kesegaran produk. Selain itu hasil analisis juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung tidak terlalu atribut kemasan dan harga selama peroduk yang ditawarkan memiliki kualitas kesegaran yang terjamin. Temuan ini memberikan gambaran bahwa strategi pemasaran yang menekankan pada aspek kesegaran akana lebih efektif dalam menarik minat konsumen.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada preferensi sayuran hidroponik di Kelompok Wanita Tani Citra dapat diambil kesimpulan yaitu atribut yang melekat pada sayuran hidroponik dalam penelitian ini terdapat 3 atribut yaitu atribut kesegaran, kemasan, dan harga dari hasil analisis konjoin yang dilakukan oleh peneliti atribut yang paling disukai oleh konsumen yaitu kesegaran tinggi. Selain itu, Preferensi konsumen sayuran hidroponik dikelompok wanita tani citra menunjukkan preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik dengan memberi penilaian terhadap atribut-atribut sayuran hidroponik dimana nilai importance value pada atribut kesegaran sebesar 76,679%. Hal ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap sayuran hidroponik di kelompok wanita tani citra menunjukkan bahwa kesegaran menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sayuran hidroponik sedangkan kemasan dan harga tidak terlalu menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sayuran hidroponik.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di daerah penelitian, maka peneliti akan menyampaikan beberapa saran yaitu iharapkan Kelompok Wanita Tani Citra selalu menjaga kesegaran sayuran, terus meningkatkan kesegaran dan kualitas sayuran hidroponik, kemudian untuk kemasan dan harga diharapkan dapat dipertahankan namun dalam pemasaran yang lebih luas, seperti pemasaran

di super market yang membutuhkan kemasan yang bersih, higienis dan menarik. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian yang serupa dengan variabel yang berbeda dengan mengembangkan lagi atribut yang melekat pada produk dengan tujuan untuk mengetahui perbandingan dari variabel dan preferensi konsumen dari penelitian ini dengan variabel dan atribut yang berbeda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Exactitudedeconsultancy.com: <https://exactitudeconsultancy.com/id>.
- [2] F. Nikto Armiriawan, "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Surakarta," *Agrista*, vol. 9, no. 2, pp. 91-99, 2021.
- [3] Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia : [bvpbandungbarat.kemenker.go.id](http://bvpbandungbarat.kemenker.go.id)
- [4] Arikunto Suharsimi, "Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.," 2017. [Online]. Available: <http://r2kn.litbang.kemkes.go.id:8080/handle/123456789/62880>
- [3] T. Febrianti, A. Tsani, and A. N. Milla, "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi," *Paspalum J. Ilm. Pertan.*, vol. 7, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.35138/paspalum.v7i1.85.