



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN  
ORGANIK DI CV. KURNIA KITRI AYU FARM**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**MUHAMMAD DAFFA SYAFIUDDIN**

**21801032094**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2022**



**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SAYURAN  
ORGANIK DI CV. KURNIA KITRI AYU FARM**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pertanian Strata Satu (S-1)**

Oleh :

**MUHAMMAD DAFFA SYAFIUDDIN**

**21801032094**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2022**

## ABSTRACT

*This study aims (1) to analyze the description of consumer preferences in purchasing organic vegetables at CV. Kurnia Kitri Ayu Farm (2) Analyzing the factors that influence consumer preferences in purchasing organic vegetables that influence consumer purchasing decisions at CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. This research was determined by purposive sampling at CV. Kurnia Kitri Ayu Farm Malang with accidental sampling method, using 50 respondents. The data analysis used is quantitative data analysis (multiple linear regression) and qualitative (effectiveness descriptive analysis). Based on the results of this study (1) The preference of buying organic vegetables in CV. Kurnia Kitri Ayu Farm social variables have a Likert scale index score of 67.47%, indicating a statement of agreement. The economic variable has a score of 62.27%, indicating a statement of agreement. The preference variable for purchasing organic vegetables has a score of 82.4%, indicating that the preference variable for purchasing organic vegetables is perceived as strongly agree. (2) The variables measured are social and economic variables, which have a positive and significant relationship with the preference for buying organic vegetables in CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, it means that the better the respondents' responses to social and economic variables, the higher the consumer's interest in buying organic vegetables.*

**Keywords:** *Consumer Preferences ; Buying decision ; Organic Vegetables.*

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan (1) Menganalisis gambaran preferensi konsumen dalam pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm (2) Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian sayuran organik yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. Penelitian ini ditentukan secara purposive sampling di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm Malang dengan metode accidental sampling, Menggunakan 50 responden . Analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif (regresi linear berganda ) dan kualitatif (analisis deskriptif keefektifan). Berdasarkan hasil dari penelitian ini (1) Preferensi pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm variabel sosial memiliki skor indeks skala likert sebesar 67,47%, menunjukkan pernyataan setuju. Variabel ekonomi memiliki skor sebesar 62,27%, menunjukkan pernyataan setuju. Untuk variabel preferensi pembelian sayuran organik memiliki skor sebesar 82,4%, menunjukkan variabel preferensi pembelian sayuran organik dipersepsikan pada pernyataan sangat setuju. (2) Variabel yang diukur variabel sosial dan ekonomi, memiliki arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm , diartikan bahwa semakin baik tanggapan responden terhadap variabel sosial dan ekonomi maka diikuti dengan semakin tinggi minat konsumen untuk membeli sayur organik*

**Kata Kunci:** *Preferensi Konsumen ; Keputusan Pembelian ; Sayuran Organik.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang memegang peranan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. Pertanian merupakan salah satu sumber pencaharian utama sebagian masyarakat Indonesia, salah satu subsektor pertanian yang menjadi mata pencaharian yaitu hortikultura. Tanaman hortikultura terutama sayuran menjadi sumber pangan terpenting karena memiliki kandungan vitamin, mineral, dan serat yang tinggi sehingga sangat bermanfaat untuk tubuh manusia (Anggiasari et al., 2016).

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat sudah mulai meningkat, terutama pada masyarakat modern, makanan berkalori tinggi dan berserat rendah secara perlahan mulai ditinggalkan. Oleh karena itu, sebagian orang menjadi semakin selektif dalam memilih sayuran untuk dikonsumsi, dengan harapan dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi tubuh. Beberapa orang bahkan mulai menetapkan berbagai syarat tertentu saat memilih sayuran yang akan dikonsumsi, salah satunya adalah sayuran yang tidak mengandung residu kimiawi atau pestisida, seperti sayuran organik. Teknologi pertanian saat ini yaitu perkembangan pertanian organik dapat mendukung hal tersebut.

Pertanian organik merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang mendapat perhatian besar masyarakat di negara maju maupun negara berkembang seiring dengan perubahan pola hidup masyarakat yang lebih mementingkan kualitas kesehatan, baik kesehatan manusia maupun lingkungan. Hal tersebut merupakan peluang potensi pasar yang perlu dicermati secara mendalam. Banyak negara di

dunia mulai menekuni pertanian organik karena potensi besar yang terdapat pada pertanian organik ini. Pergeseran pola hidup masyarakat yang lebih mementingkan kualitas kesehatan, baik kesehatan manusia maupun kesehatan lingkungan ini (Hubeis et al., 2013).

Keunggulan dari teknologi pertanian organik adalah dapat mengurangi atau bahkan menghilangkan residu pestisida atau zat kimia lainnya, dan melalui teknologi ini masyarakat dapat dengan mudah menemukan pangan yang aman dikonsumsi dan ramah lingkungan.

Permintaan pangan organik (PO) mengalami peningkatan yang sangat pesat khususnya di Indonesia, sehingga mampu menciptakan peluang pasar yang cukup besar bagi produk-produk organik. Pengembangan pangan organik di Indonesia masih terbatas pada komoditas sayuran mengingat fase hidupnya yang lebih singkat sehingga lebih cepat menghasilkan, namun kenyataannya memiliki kendala dalam pemasarannya.

Salah satu kendala yang dialami adalah kegagalan dalam menjaga kepercayaan pasar. Kegagalan tersebut tercermin dari perilaku konsumen yang enggan membeli produk organik bahkan mencegah kembali konsumen untuk membeli produk organik. Hal ini menunjukkan kepercayaan masyarakat mengenai atribut dan manfaat produk organik (sayuran organik) yang belum mampu memenuhi kebutuhannya dan menciptakan kepuasan di benak konsumen. Pendekatan kualitas produk berbasis pelanggan dapat dilakukan oleh para pemasar produk organik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Salah satu upaya untuk menciptakan suatu kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan tingkat preferensi konsumen terhadap atribut-atribut dari produk

tersebut Analisis preferensi konsumen dilakukan agar dapat mengetahui semua informasi yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Bagi pelaku agribisnis dalam negeri, hal ini menjadi respon yang sangat penting terhadap peningkatan permintaan produk sehingga dapat menghasilkan produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen.

Kesadaran konsumen akan gaya hidup sehat semakin meningkat maka luas areal pertanian organik terus meningkat setiap tahunnya. Namun tidak semua preferensi konsumen beralih ke sayuran organik. Faktor yang membuat konsumen lebih menyukai sayuran non organik, faktor utamanya adalah harga. Harga sayuran organik seringkali lebih mahal daripada sayuran non-organik. Namun, bagi sebagian konsumen yang memahami pentingnya hidup sehat dan perlindungan lingkungan, mereka rela mengeluarkan lebih banyak uang untuk sayuran organik. Selain faktor harga, sulitnya menjangkau lokasi penjualan sayuran organik menjadi faktor lain (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 2012).

Dilihat dari segi preferensi konsumen, setiap orang memiliki pandangan tertentu terhadap sayuran organik sesuai dengan informasi yang diterima. Keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik dipengaruhi oleh informasi yang diterima konsumen mengenai produk. Keyakinan informasi terhadap kebenaran informasi yang diterima dan keputusan konsumen dalam membeli sayur organik yang lebih disukai untuk dibeli sangat berkaitan dengan sikap yang akan dilakukan selanjutnya. Sikap konsumen akan mempengaruhi konsumen untuk membeli atau tidak. Sikap positif dari konsumen terhadap sayuran organik akan memungkinkan proses pembelian, dan begitu sebaliknya apabila konsumen menunjukkan sikap negatif akan menghalangi melakukan pembelian.

Oleh sebab itu, pada penelitian mengangkat topik mengenai perilaku konsumen yang dikaitkan dengan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm, sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu produsen dalam rangka upaya meningkatkan kualitas yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sayur organik. Hal ini lah menarik untuk diteliti dengan judul “Preferensi Pembelian Sayur Organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi preferensi konsumen dalam pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi prefensi konsumen dalam pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dapat ditemukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan gambaran preferensi konsumen dalam pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm
2. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi prefensi konsumen dalam pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm

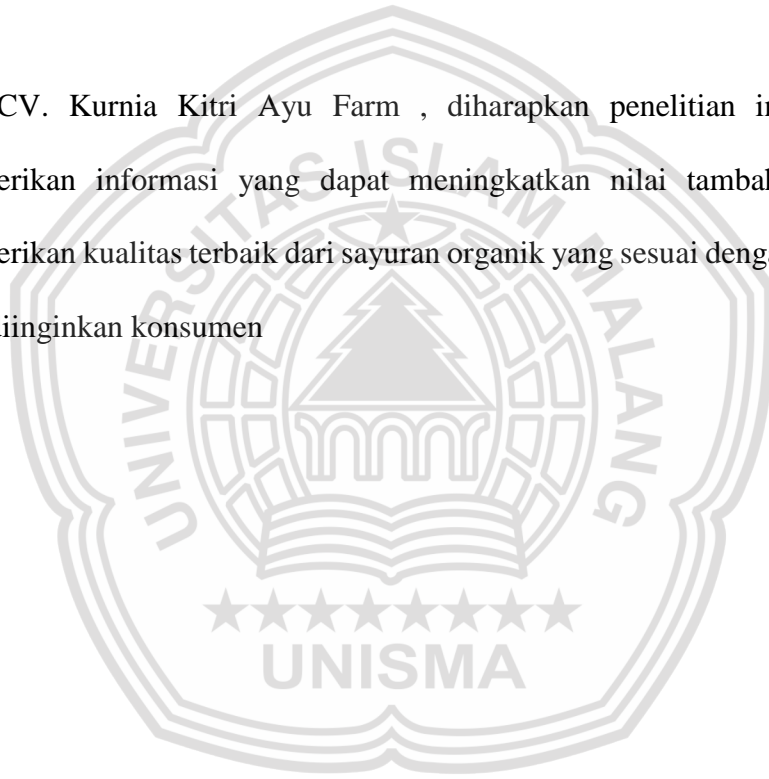
### **1.4 Batasan Penelitian**

Pada proses penelitian ini adalah pada aspek potensi Preferensi konsumen dalam membeli sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
2. Output penelitian ini berupa artikel ilmiah yang akan dipublikasikan pada jurnal.
3. Bagi CV. Kurnia Kitri Ayu Farm , diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat meningkatkan nilai tambah dalam memberikan kualitas terbaik dari sayuran organik yang sesuai dengan selera yang diinginkan konsumen





## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Gambaran prefensi pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm variabel sosial memiliki skor sesuai yang diharapkan berdasarkan indeks skala likert sebesar 67,47%, menunjukkan pernyataan setuju. Variabel ekonomi memiliki skor sebesar 62,27%, menunjukkan pernyataan setuju. Untuk variabel prefensi pembelian sayuran organik memiliki skor sebesar 82,4%, menunjukkan bahwa variabel prefensi pembelian sayuran organik dipersepsikan pada pernyataan sangat setuju.
2. Variabel yang diukur yaitu variabel sosial dan ekonomi, memiliki arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap prefensi pembelian sayuran organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm. Adanya hubungan positif dan signifikan tersebut dapat diartikan bahwa semakin baik tanggapan responden terhadap variabel sosial dan ekonomi maka diikuti dengan semakin tinggi minat konsumen untuk membeli sayur organik di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm.

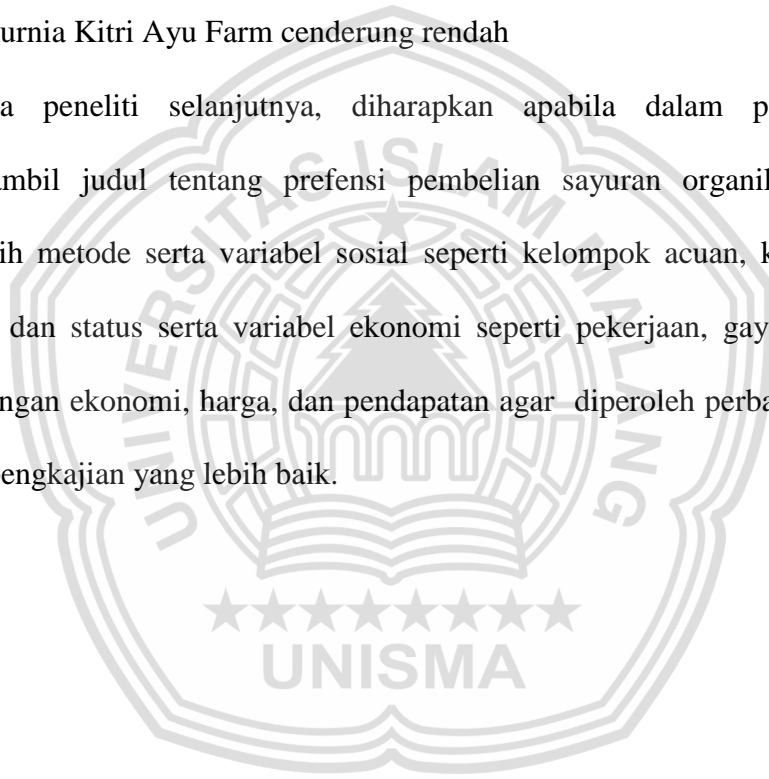
#### 6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan oleh penulis terkait hasil penelitian yang telah diperoleh yaitu:

1. CV. Kurnia Kitri Ayu Farm sebaiknya meningkatkan variabel sosial dengan cara meningkatkan penjualan secara online, meningkatkan pelayanan dengan cepat dan ramah, dan melakukan promosi baik secara

online maupun offline sehingga meningkatkan daya keputusan konsumen untuk membeli sayuran organik serta dapat meningkatkan penjualan di CV. Kurnia Kitri Ayu Farm .

2. CV. Kurnia Kitri Ayu Farm sebaiknya meningkatkan variabel ekonomi dengan cara memberikan harga yang terjangkau dan kesesuaian dengan kualitas sayuran organik yg ditawarkan serta memberikan diskon pada waktu tertentu hal itu perlu dilakukan karena daya beli masyarakat sekitar CV. Kurnia Kitri Ayu Farm cenderung rendah
3. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan apabila dalam penelitian mengambil judul tentang prefensi pembelian sayuran organik, dapat memilih metode serta variabel sosial seperti kelompok acuan, keluarga, peran, dan status serta variabel ekonomi seperti pekerjaan, gaya hidup, lingkungan ekonomi, harga, dan pendapatan agar diperoleh perbandingan hasil pengkajian yang lebih baik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. N. R., & Amalia, E. (2016). Teori mikroekonomi: Suatu perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Prenada Media.
- Anggiasari, N., Indriani, Y., & Endaryanto, T. (2016). *JIAA*, VOLUME 4, No. 4, OKTOBER 2016. 4(4), 391–397.
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS.
- Gumilang, G. S. (2016). Metode penelitian kualitatif dalam bidang bimbingan dan konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2).
- Hubeis, M., Najib, M., Widyastuti, H., & Wijaya, N. H. (2013). Strategi produksi pangan organik bernilai tambah tinggi yang berbasis petani. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18(3), 194–199
- Keller, P., & Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Khodijah, S. (n.d.). Saino.(2012) Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Kapal Roro Gili Iyang Rute Bawean-Paciran. *Jurnal Ekonomi*.
- Khusaini, M. (2013). *Ekonomi Mikro (Dasar-Dasar Teori)*. (T. U. Press, Ed.) Malang: UB Press
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of marketing 14th Ed*. Library of Congress Cataloging-Publication Data. Pg1-8.
- Minarni, E. W., Utami, D. S., & Prihatiningsih, N. (2017). Pemberdayaan kelompok wanita tani melalui optimalisasi pemanfaatan pekarangan dengan budidaya sayuran organik dataran rendah berbasis kearifan lokal dan berkelanjutan. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 1(2), 147–154.
- Muljaningsih, S. (2011). Preferensi Konsumen dan Produsen Produk Organik di Indonesia. *WACANA, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 14(4), 1–5.
- Munandar, J. M., Udin, F., & Amelia, M. (2004). Analisis faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen produk air minum dalam kemasan di Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 13(3).
- Muzdalifah, M. (2012). Kajian preferensi konsumen terhadap buah-buahan lokal di

Kota Banjarbaru. *AGRIDES: Jurnal Agribisnis Perdesaan*, 2(4), 9256.

- Nara Mustika Ratih, N., Susilowati, D., & Hindarti, S. (2019). Analisis faktor-faktor preferensi konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik (Studi Pada Pelanggan Super Indo Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 1–9.
- Owon, A. D. (2021). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. 7(2). <https://doi.org/10.5281/zenodo.4724345>
- Pangestu, P. (2017). the Influence of Consumer Preference on Purchasing Decisions on Canteen Halalan.
- Pracaya, I., & Kartika, J. G. (2016). *Bertanam 8 Sayuran Organik*. Penebar Swadaya Grup.
- Priyatno, D. (2013). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*.
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2006). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Lembaga Penerbit FEUI.
- Sambas, A., Mada Sanjaya, W. S., Mamat, M., & Tacha, O. (2013). Design and numerical simulation of unidirectional chaotic synchronization and its application in secure communication system. *Journal of Engineering Science and Technology Review*, 6(4), 66–73.
- Selang, C. A. D. (2013). Bauran pemasaran (marketing mix) pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen pada fresh mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3).
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2016). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta, 28, 1–12.
- Suharno, Y. S. (2010). *Marketing in practice*. Yogyakarta: Gandi Gebang Permai.
- Sutarni, Trisnanto, T. B., & Unteawati, B. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Banda Lampung. *Jurnal Ilmiah*, 203-211.
- Tjiptono, C. (2014). *service quality & satisfaction*, edisi 3 Yogyakarta: UPP AMP. Tjiptono, Fandy.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis*. Jakarta: Rajawali,



University of Islam Malang  
**REPOSITORY**



© Hak Cipta Milik UNISMA

[repository.unisma.ac.id](http://repository.unisma.ac.id)