

**FAKTOR – FAKTOR SOSIAL EKONOMI YANG MEMPENGARUHI
PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK**

SKRIPSI

OLEH :

TANIA AFIFA NUR KHOIRIYA

21801032081



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

**FAKTOR – FAKTOR SOSIAL EKONOMI YANG MEMPENGARUHI
PEMBELIAN SAYUR HIDROPONIK**

SKRIPSI

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

Oleh :

TANIA AFIFA NUR KHOIRIYA

21801032081



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

MALANG

2022

RINGKASAN

TANIA AFIFA NUR KHOIRIYA (21801032081). Faktor – Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Pembelian Sayur Hidroponik

Dosen Pembimbing : 1. Dr.Ir.Mashyuri Machfud, MP.

2. Dr. Dwi Susilowati, SP., MP

Sayuran merupakan jenis tanaman hortikultura yang mudah dibudidayakan. Sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi karena dibutuhkan dalam setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia. Seiring berkembangnya zaman, pola kehidupan masyarakat mulai berubah untuk lebih memilih gaya hidup yang sehat. Berbagai upaya dilakukan petani salah satunya dengan ditemukannya teknologi modern yaitu pertanian dengan sistem hidroponik. Hidroponik adalah membudidayakan tanaman tanpa menggunakan tanah tetapi menggunakan air dan larutan nutrisi sebagai media tanam. Hidroponik berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua suku kata yaitu *hydro* yang artinya air dan *ponos* yang artinya mengerjakan (Purbajanti et al., 2017, p. hlm 1). Sayuran hidroponik relatif lebih mahal di dibandingkan dengan sayuran konvensional. Kelebihan sayuran hidroponik yaitu lebih bersih dan bebas dari residu pestisida kimia. Kedua hal tersebut dapat menarik perhatian bagi calon konsumen sayuran hidroponik karena sayuran lebih sehat dan layak untuk dikonsumsi. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu penelitian 1) Mengetahui karakteristik konsumen Sayuran berbasis hidroponik di kabupaten dan kota Malang. 2) Mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi apa yang berpengaruh secara signifikan dalam pembelian sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang.

Penelitian ini dilakukan di kabupaten dan kota Malang dengan alasan karena Malang merupakan kota yang tergolong sudah maju dan rata-rata penduduknya memiliki pendidikan yang tinggi. Gaya hidup dan pola konsumsi di Malang tergolong menengah keatas. Jika dilihat dari pendidikan dan perekonomian masyarakat Malang terdapat potensi yang tinggi dalam menerapkan pola konsumsi yang sehat. Metode penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti, sehingga didapatkan 70 responden. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi model logit. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen Sayuran berbasis hidroponik di kabupaten dan kota Malang.

Hasil analisis yang dilakukan mendapatkan bahwa konsumen sayuran mempunyai karakteristik terbanyak dengan umur 21 – 30 tahun, berjenis kelamin perempuan, dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi, berstatus sebagai pelajar/mahasiswa, yang memiliki pendapatan \geq Rp 3.000.000 per bulan, dan memiliki 3 – 4 anggota keluarga. Hasil analisis yang dilakukan mendapatkan 3 variabel yang berpengaruh secara nyata terhadap faktor – faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik yaitu variabel harga (X1), pendidikan (X6), dan pendapatan (X7). Sedangkan variabel yang tidak

berpengaruh secara nyata terhadap faktor – faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran hidroponik yaitu variabel tampilan fisik (X2), kemasan (X3), kesegaran (X4), dan ketersediaan (X5)

Saran yang dapat penulis berikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Diharapkan para pelaku usaha di bidang sayuran hidroponik memiliki ketentuan harga yang stabil yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. 2) Diharapkan di semua jenjang pendidikan mendapatkan edukasi mengenai makanan sehat yang diperlukan bagi tubuh manusia, terutama mulai mengenalkan manfaat dan keunggulan dari sayuran hidroponik. 3) Tinggi rendahnya pendapatan diharapkan konsumen untuk tetap memikirkan kesehatan dan kebutuhan tubuh.



SUMMARY

TANIA AFIFA NUR KHOIRIYA (21801032081). Socio-Economic Factors Affecting the Purchase of Hydroponic Vegetables

Supervisor : 1. Dr.Ir.Mashyuri Machfud, MP.

2. Dr. Dwi Susilowati, SP., MP

Vegetables are horticultural crops that are easy to cultivate. Vegetables have a high commercial value because they are needed every day to meet human consumption needs. Along with the development of the times, the pattern of people's lives began to change to prefer a healthy lifestyle. Various efforts have been made by farmers, one of which is the discovery of modern technology, namely agriculture with a hydroponic system. Hydroponics is cultivating plants without using soil but using water and nutrient solutions as a growing medium. Hydroponics comes from the Greek language which consists of two syllables, namely hydro which means water and ponos which means to work (Purbajanti et al., 2017, p. p. 1). Hydroponic vegetables are relatively more expensive than conventional vegetables. The advantages of hydroponic vegetables are that they are cleaner and free from chemical pesticide residues. Both of these things can attract the attention of potential consumers of hydroponic vegetables because vegetables are healthier and fit for consumption. 2) Knowing what socio-economic factors have a significant effect on the purchase of hydroponic vegetables in the district and city of Malang.

This research was conducted in the district and city of Malang with the reason that Malang is a city that is classified as advanced and the average population has a high education. Lifestyle and consumption patterns in Malang are classified as upper middle class. When viewed from the education and economy of the people of Malang, there is a high potential in implementing healthy consumption patterns. This research method uses accidental sampling. Accidental sampling is a sampling technique based on coincidence, that is, anyone who happens to meet the researcher, so that 70 respondents are obtained. The data analysis used is descriptive analysis and logit model regression analysis. Descriptive analysis is used to determine the characteristics of consumers of hydroponic-based vegetables in the district and city of Malang.

The results of the analysis carried out found that vegetable consumers had the most characteristics aged 21-30 years, female, with the last education at university, status as a student, who had an income of IDR 3,000,000 per month, and had 3-4 family members. The results of the analysis carried out get 3 variables that have a significant effect on socio-economic factors that influence purchasing decisions for hydroponic vegetables, namely price variables (X1), education (X6), and income (X7). While the variables that do not significantly affect the socio-economic factors that influence the purchase decision of hydroponic vegetables are the physical appearance (X2), packaging (X3), freshness (X4), and availability (X5) variables.



Suggestions that the authors can give from the results of this study are as follows: 1) It is expected that business actors in the field of hydroponic vegetables have stable price provisions that can be reached by all circles of society. 2) It is hoped that all levels of education will receive education about healthy food needed for the human body, especially starting to introduce the benefits and advantages of hydroponic vegetables. 3) High and low income consumers are expected to keep thinking about health and body needs.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian dikelompokkan menjadi beberapa subsektor yaitu subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Kontribusi subsektor hortikultura dalam pembangunan pertanian terus meningkat yang tercermin dalam beberapa indikator pertumbuhan ekonomi, seperti PDB, nilai ekspor, penyerapan tenaga kerja, nilai tukar petani, peningkatan gizi dan perbaikan estetika lingkungan. Subsektor tanaman hortikultura terdiri dari budidaya tanaman yang menghasilkan buah, sayuran, tanaman hias, rempah-rempah, dan bahan baku obat tradisional (Umikalsum, 2019).

Sayuran merupakan jenis tanaman hortikultura yang mudah dibudidayakan. Sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi karena dibutuhkan dalam setiap harinya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia. Kenyataan ini dapat dilihat dari dikonsumsi sayuran di semua kalangan masyarakat, mulai dari golongan kelas bawah hingga kelas atas. Seiring berkembangnya zaman, pola kehidupan masyarakat mulai berubah untuk lebih memilih gaya hidup yang sehat. Berbagai upaya dilakukan petani salah satunya dengan kembali ke pertanian organik, akan tetapi dampak residu dari pertanian kimia mengakibatkan kurang maksimalnya hasil produksi dari pertanian organik. Lalu seiring berkembangnya ilmu dan teknologi pertanian muncullah sebuah teknologi modern yaitu pertanian dengan sistem hidroponik (Rizkiansah & Kurniati, 2018a).

Hidroponik adalah membudidayakan tanaman tanpa menggunakan tanah tetapi menggunakan air dan larutan nutrisi sebagai media tanam. Hidroponik berasal dari bahasa Yunani yang terdiri dari dua suku kata yaitu *hydro* yang artinya

air dan *ponos* yang artinya mengerjakan (Purbajanti et al., 2017, p. hlm 1). Konsep hidroponik berawal dari pemahaman bahwa tanaman bisa hidup dengan adanya kandungan unsur – unsur yang ada di dalam tanah. Dari situ muncul sebuah pemikiran bahwa tanah sebagai media tanam sedangkan yang dibutuhkan hanya kandungan unsur yang ada di dalam tanah. Seiring berkembangnya teknologi di bidang pertanian para ilmuwan mulai meneliti kandungan unsur tanah yang dibutuhkan oleh tanaman, mereka mulai menerapkan dengan percobaan yang pada akhirnya unsur-unsur tersebut dapat dijadikan sebuah larutan nutrisi AB mix. Nutrisi yang sering digunakan untuk hidroponik ada nutrisi AB MIX. Nutrisi AB MIX merupakan stok pupuk makro dan pupuk mikro yang khusus digunakan untuk hidroponik. Komposisi Nutrisi Hidroponik AB Mix : Satu set nutrisi hidroponik AB Mix terdiri dari 2 bagian (kantong A dan kantong B) kandungan : NO₃ : 9.90 %, NH₄ ; 0.48 %, P₂O₅ : 4.83 % K₂O : 16.50 %, MgO : 2.83 %, CaO : 11.48 %, SO₃ : 3.81 %, B : 0.013 %, Mn : 0.025 %, Zn : 0.015 %, Cu : 0.002 %, Mo : 0.003 % Fe : 0.037 % (Gumregut, 2015). Kelebihan dari hidroponik diantaranya yaitu tanaman dijamin kebersihannya, penggunaan pupuk dapat diatur sesuai dengan kebutuhan, bebas pestisida kimia, sayuran lebih berkualitas, dan nilai jual lebih tinggi (Haryoto & Utami, 2009).

Peningkatan pertumbuhan industri makanan dan minuman memberikan sumbangsi perekonomian cukup tinggi di indonesia pada setiap tahunnya. Hal ini juga dipengaruhi oleh tingginya populasi dan meningkatnya jumlah penduduk di setiap tahunnya. Peningkatan jumlah penduduk di indonesia menyebabkan terjadinya alih fungsi lahan pertanian menjadi pemukiman masyarakat. Hal ini dapat mempersulit pencapain maksimum produksi bahan pangan terutama sayuran

yang disebabkan dengan adanya keterbatasan lahan produktif pertanian. Untuk mengimbangi pola konsumsi masyarakat terutama pada sayuran maka di perlukan teknologi baru berupa pertanian dengan sistem hidroponik.

Sayuran hidroponik relatif lebih mahal di dibandingkan dengan sayuran konvensional. Kelebihan sayuran hidroponik yaitu lebih bersih dan bebas dari residu pestisida kimia. Kedua hal tersebut dapat menarik perhatian bagi calon konsumen sayuran hidroponik karena sayuran lebih sehat dan layak untuk di konsumsi. Pemasaran sayuran hidroponik sangatlah penting untuk diperhatikan. Dalam pemasaran sayuran hidroponik ada beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Pengaruh faktor-faktor pembelian sangatlah penting bagi pengusaha di bidang pertanian hidroponik untuk menentukan target konsumen.

Malang merupakan kota yang tergolong sudah maju dan rata-rata penduduknya memiliki pendidikan yang tinggi. Pemukiman di Malang terdiri dari pemukiman masyarakat dan mahasiswa. Sosial ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Gaya hidup dan pola konsumsi di Malang tergolong menengah keatas. Pendidikan yang tinggi dan didukung dengan perekonomian yang memadai akan mengubah pola pikir masyarakat untuk bergaya hidup lebih sehat. Jika dilihat dari pendidikan dan perekonomian masyarakat Malang terdapat potensi yang tinggi dalam menerapkan pola konsumsi yang sehat, salah satu contohnya dengan mengkonsumsi sayuran hidroponik.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik mengambil judul “Faktor – Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Dalam Pembelian Sayur Hidroponik

(studi kasus di kabupaten dan kota Malang) untuk di teliti lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang ?
2. Faktor – faktor sosial ekonomi apa saja yang mempengaruhi dalam pembelian sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan maka didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik konsumen sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang.
2. Mengetahui faktor-faktor sosial ekonomi apa yang berpengaruh secara signifikan dalam pembelian sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang.

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini memiliki batasan yaitu ruang lingkup kajian penelitian hanya berhubungan dengan faktor-faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sayur hidroponik di kabupaten dan kota Malang.

1.5 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang didapat dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu serta wawasan terhadap objek yang diteliti, dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

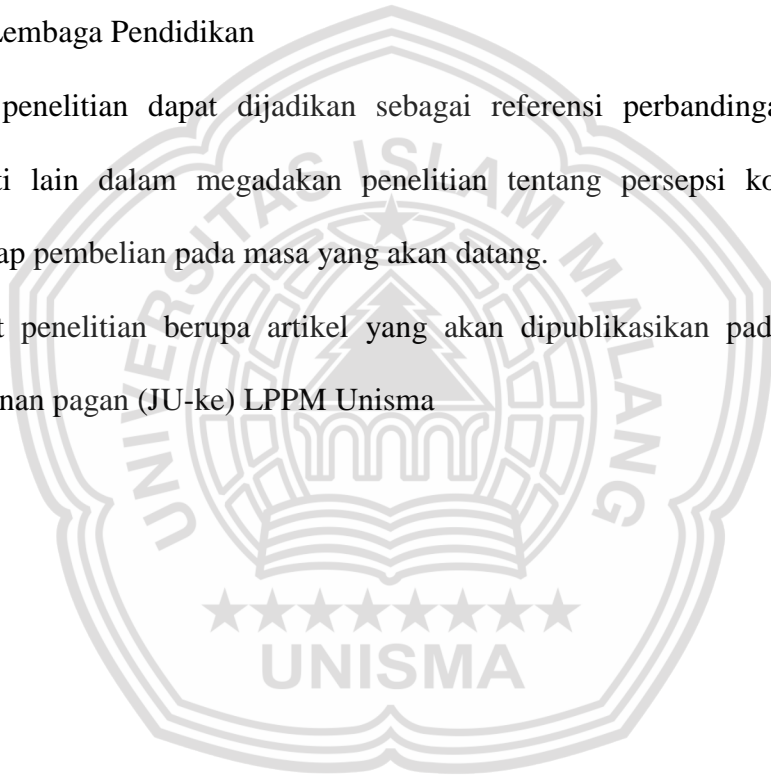
2. Bagi Pembaca

Hasil penelitian dapat dijadikan pengetahuan dan lebih bermanfaat untuk menemukan peluang – peluang usaha di bidang tersebut.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi perbandingan pada peneliti lain dalam mengadakan penelitian tentang persepsi konsumen terhadap pembelian pada masa yang akan datang.

4. Output penelitian berupa artikel yang akan dipublikasikan pada jurnal ketahanan pangan (JU-ke) LPPM Unisma



BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

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

1. Karakteristik konsumen yang membeli sayuran hidroponik di kabupaten dan kota Malang karakteristik terbanyak dengan umur 21-30 tahun sebanyak 28 orang (40%), berjenis kelamin perempuan 19 orang (27%), pendidikan terakhir S1 – S3 sebanyak 26 orang (38%), berstatus sebagai mahasiswa sebanyak 22 orang (31%), pendapatan perbulan \geq Rp 3.000.000/bulan sebanyak 28 orang (40%), dan memiliki 3 - 4 anggota keluarga sebanyak 18 orang (26%). Hasil ini didapat dari 70 orang (100%) sebagai sampel penelitian untuk mengetahui karakteristik konsumen.
2. Faktor – faktor yang memiliki pengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik yaitu harga (X1), pendidikan (X6), dan pendapatan (X7). Sedangkan faktor – faktor yang tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian sayuran yaitu tampilan fisik (X2), kemasan (X3), kesegaran (X4), dan ketersediaan (X5)

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Diharapkan para pelaku usaha di bidang sayuran hidroponik memiliki ketentuan harga yang stabil yang dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.
2. Diharapkan di semua jenjang pendidikan mendapatkan edukasi mengenai makanan sehat yang diperlukan bagi tubuh manusia, terutama mulai

mengenalkan manfaat dan keunggulan dari sayuran hidroponik.

3. Tinggi rendahnya pendapatan diharapkan konsumen untuk tetap memikirkan kesehatan dan kebutuhan tubuh.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, & Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Pt. Rineka Cipta.
- Choirunnisa. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Sayuran Organik Dan Sayuran Non Organik Di Kota Malang. *Ju-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*.
- Darmawan, D. (2017). *Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik* [Preprint]. Ina-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/vcsg3>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumregut, S. (2015). Cara Tanam Hidroponik Dengan Nutrisi Ab Mix. <https://gumregut.blogspot.com/2015/10/cara-tanam-hidroponik-dengan-nutrisi-ab.html>.
- Halim, P. (2002). *Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Pt Hero Supermarket Cabang Pajajaran Bogor*. 79.
- Haryoto, & Utami, I. S. (2009). *Bertanam Seledri Secara Hidroponik*.
- Hosmer, D. W., & Lemeshow, Lemeshow. (2000). *Applied Logistic Regression*. New Yor: John Willey And Sons.
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Pt Indeks Kelompok Gramedia.
- Machfudz, M. (2014). *Metodologi Penelitian Ekonomi Aplikasi Pada Manajemen Sumberdaya Manusia, Keuangan (Perbankan), dan Manajemen Pemasaran Serta Intregrasi Keislaman*. Malang : Genius Media. hal 18
- Novandari, W. (2011). *Analisis Motif Pembelian Dan Profil Perilaku "Green Product Customer" (Studi Pada Konsumen Produk Pangan Organik Di Purwokerto)*. 13.
- Parhusip, A. A. (N.D.). *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara*. 72.
- Parhusip, A. A., Chalil, D., & Supriana, T. (N.D.). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Membeli Sayuran Hidroponik Di Kota Medan*. 8.
- Purbajanti, E., Slamet, W., & Kusmiyati, F. (2017). *Hydroponic Bertanam Tanpa Tanah (Pertama)*. Ef Press Digimedia.

- Rizkiansah, T., & Kurniati, D. (2018a). *Analisis Faktor- Faktor Pribadi Dan Psikologi Pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite)*. 13.
- Rizkiansah, T., & Kurniati, D. (2018b). *Analisis Faktor- Faktor Pribadi Dan Psikologi Pada Proses Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak (Studi Kasus Merek Sayok Kite)*. 13.
- Roidah, I. S. (2014). Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo*.
- Sadono, S. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Satiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Soekanto, S. (2009). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan)*. Yogyakarta: Liberty.
- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2019). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal Of Food System & Agribusiness*, 2(1). <https://doi.org/10.25181/jofsa.v2i1.1107>
- Umikalsum, R. A. (2019). *Analisis Usahatani Tanaman Selada Hidroponik Pada Kebun Eve's Veggies Hydroponics Kota Palembang*. 6.