

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP SAYURAN HIDROPONIK DI KABUPATEN SAMBAS

Uray Dian Novita¹⁾, Wilis Widi Wilujeng²⁾

^{1) 2)}Program Studi Agrobisnis Jurusan Agrobisnis, Politeknik Negeri Sambas

¹⁾ email: diannovi_281182@yahoo.com

²⁾ email: wiliswidi@gmail.com

Abstract

The high consumption of vegetables makes business opportunities for vegetable producers quite promising. So far, the vegetables consumed by the people of Sambas district come from outside the district, namely from the City of Singkawang. This study intends to find out how consumers perceive the hydroponic vegetables they have been consuming. By knowing consumers' perceptions of a product, it will influence purchasing decisions. High demand will be a business opportunity for agribusiness actors, especially for hydroponic farmers. The results of this study can be the basis for developing hydroponic farming. From the primary data, the existing variables will be analyzed at each stage of the purchasing decision-making process using a Likert scale. At the need identification stage, consumers have realized the need for healthy food by consuming fresh vegetables (53%). The majority of consumers (60%) get hydroponic vegetable information from friends or traders, and not from other media. As many as 60% of consumers said they were satisfied with the purchase of hydroponic vegetable products.

Keywords : *buying decision, consumers, hidroponic vegetable*

1. PENDAHULUAN

Pola pengeluaran konsumsi dapat dijadikan sebagai salah satu indikator tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat. Konsumsi adalah pembelanjaan atas barang-barang dan jasa-jasa yang dilakukan oleh rumah tangga dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari orang yang melakukan pembelanjaan tersebut. Menurut data BPS Kabupaten Sambas, pengeluaran rata-rata makanan sebulan menurut kelompok barang, sayuran sebesar Rp 32.283/bulan. Total pengeluaran untuk makanan sebesar Rp 431.488/bulan. Kelompok makanan yang lain terdiri dari padi-padian, umbi-umbian, ikan, daging, telur, susu, buah-buahan dan kelompok makanan lain (BPS Kabupaten Sambas, 2017).

Konsumsi sayur yang tinggi ini menjadikan peluang usaha untuk produsen sayuran cukup menjanjikan. Selama ini sayuran yang dikonsumsi oleh masyarakat kabupaten Sambas berasal dari luar kabupaten. Sayuran dipasok oleh produsen sayur dari Kota Singkawang. Hal ini menjadikan konsumen sayuran di Kabupaten

Sambas sangat tergantung pada ketersediaan dari luar.

Hidroponik adalah sebuah cara bertani tanpa media tanah. Hidroponik merupakan sebuah teknologi bercocok tanam yang dapat menghasilkan bahan pangan (Suryani, 2016). Bertanam dengan hidroponik merupakan salah satu cara bertanam yang terbebas dari kendala seperti, kotor karena menggunakan tanah, berpanas-panasan, bahkan terbebas dari hama, antara lain, cacing dan ulat. Banyak kelebihan dari pertanian Hidroponik, tak hanya karena dapat menggunakan lahan yang terbatas, tetapi juga kualitas tanaman menjadi lebih baik dibanding dengan berkebun dengan menggunakan media tanam berupa tanah. Hidroponik merupakan sebuah solusi bagi masyarakat untuk mempertahankan lahan hijau dalam mengatasi kehidupan kota yang mulai tercemar dan kurangnya udara sejuk dalam suasana kehidupan di kota ditambah lagi merupakan salah satu solusi untuk ketahanan pangan.

Budidaya sayuran secara hidroponik sebenarnya tidak jauh berbeda dengan budidaya

konvensional dengan media tanah. Hanya saja biasanya sayuran hidroponik dijual dengan harga yang lebih mahal. Hal ini dikarenakan sayuran hidroponik memiliki banyak kelebihan, diantaranya akar sayuran lebih bersih, rasa sayuran yang lebih renyah, dan umur panen yang lebih cepat. Pertanian Hidroponik

merupakan respons dalam mengatasi masalah keterbatasan lahan kosong, yang merupakan bagian dari *urban farming*. Sistem pertanian ini dapat dilakukan tanpa menggunakan lahan yang luas dan mudah dilakukan di pekarangan rumah saja.

Kabupaten Sambas sejak lima tahun terakhir sudah ada yang menjalankan usaha budidaya sayuran secara hidroponik. Khususnya di Kecamatan Sambas Desa Sebayan, dengan nama Ceria Hidroponik. Hingga saat ini, usahatani secara hidroponik ini masih berjalan, bahkan dikecamatan lain sudah ada yang mencoba untuk mengikuti jejak usaha ini. Desa Semparuk Kecamatan Semparuk dan Desa Sebedang Kecamatan Sebawi adalah dua tempat yang juga mengusahakan pertanian jenis ini.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen terhadap sayur hidroponik yang selama ini telah mereka konsumsi. Dengan mengetahui persepsi konsumen akan suatu produk, akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Jika persepsi konsumen terhadap suatu jenis produk baik, maka hal ini akan berpengaruh pada keputusan pembelian dan tidak menutup kemungkinan akan ada pembelian ulang akan produk tersebut (dalam perilaku pasca pembelian). Hal ini bisa menyebabkan permintaan yang tinggi akan produk sayur hidroponik. Permintaan yang tinggi akan menjadi peluang usaha bagi para pelaku agribisnis khususnya pada petani hidroponik ini. Hasil penelitian ini bisa menjadi dasar dalam pengembangan usaha tani secara hidroponik

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan disini adalah deskriptif dengan melakukan observasi langsung kelapangan. Populasi disini adalah masyarakat yang mengkonsumsi sayuran hidroponik dimana lokasi yang dipilih adalah tiga rumah produksi sayur hidroponik. Di Desa

Sebayan Kecamatan Sambas, Desa Sebedang Kecamatan Sebawi, dan di Kecamatan Semparuk yaitu Desa Semparuk. Diambil sampel dari tiga kecamatan ini karena hanya hanya pada kecamatan ini ada usahatani sayur secara hidroponik. Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 150 orang dimana setiap lokasi diambil 50 orang dengan metode pengumpulan sampel secara *accidental sampling*, yaitu konsumen yang kebetulan sedang membeli sayuran hidroponik.

Analisa data

Analisa data yang digunakan disini adalah dengan analisa naratif dimana setelah kuesioner didapat kemudian didata, ditabulasi, diinterpretasikan dalam grafik kemudian dinarasikan sesuai dengan data yang telah didapat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di tiga lokasi yaitu Kecamatan Sambas (Ceria Hydrofarm), Kecamatan Sebedang (Desa Sempalai Sebedang) dan Kecamatan Semparuk (Desa Semparuk) dimana untuk melihat persepsi konsumen terhadap keberadaan sayuran hidroponik. Dari hasil penelitian ini didapat beberapa hal yang memiliki point cukup penting sebagai salah satu aspek untuk potensi usaha sayuran hidroponik kedepannya.

Tahapan untuk mencapai keputusan membeli dilakukan oleh konsumen melalui beberapa tahapan berikut. Proses pembelian bermula dari mengenali kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh stimulus internal pada saat kebutuhan normal seperti perasaan lapar, haus, dan sebagainya. Dari pengalaman yang pernah terjadi, orang dapat mempelajari cara mengatasi kebutuhan-kebutuhan dan mencari jalan untuk memenuhi kebutuhannya tersebut.

Kebutuhan juga dapat dipicu oleh stimulus eksternal seperti contoh iklan. Iklan yang menawarkan suatu produk atau jasa dapat menjadikan seseorang menyadari kebutuhannya.

Konsumen secara disadari atau tidak akan mencari informasi. Jika motivasinya kuat dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan harganya yang terjangkau, mungkin ia akan membelinya. Jika tidak barangkali konsumen hanya dapat mengingat kebutuhan tersebut atau

mencari informasi sebatas yang berkaitan dengan kebutuhannya.

Jumlah pencarian yang dilakukan akan sangat ditentukan oleh kuatnya dorongan motivasi, jumlah informasi awal yang didapat, dan kemudahan dalam memperoleh lebih banyak informasi dan kepuasan yang didapat dari pencarian. Konsumen dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber yang meliputi:

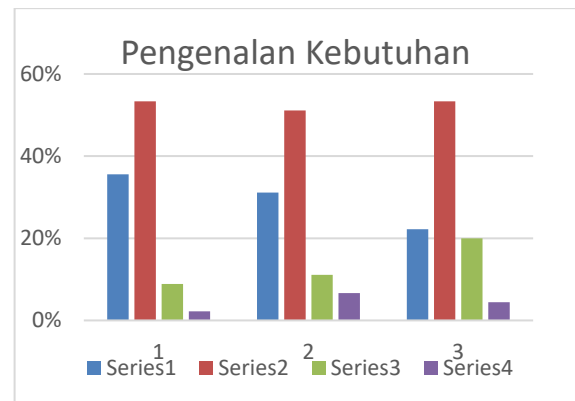
- a. Individu yaitu keluarga, kawan, tetangga dan kerabat.
- b. Komersial yaitu iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan dan pameran
- c. Umum yaitu media massa dan lembaga konsumen
- d. Pengalaman yaitu penggunaan produk, pemilikan produk dan pengujian produk.

Pengaruh hubungan sumber-sumber informasi tersebut terhadap pembeli bervariasi. Pada umumnya, porsi informasi terbesar yang diperoleh konsumen berasal dari sumber komersial yang dikendalikan oleh produsen atau pemasar.

Pada tahap evaluasi konsumen menyusun peringkat merk dan membentuk tujuan pembelian. Biasanya keputusan pembelian konsumen akan menetapkan untuk membeli merk yang paling diminati. Ada dua factor yang dapat muncul diantara tujuan pembelian dan keputusan untuk membeli. Yang pertama adalah pengaruh atau sikap pihak lain terhadap pilihan konsumen. Yang kedua adalah faktor situasi yang tidak terduga. Konsumen menetapkan tujuan pembelian berdasarkan beberapa factor seperti pendapatan keluarga, harga yang terjangkau dan manfaat yang akan diperoleh. Jika ada situasi yang tidak terduga seperti pemutusan hubungan kerja, akan dapat mengubah bahkan membatalkan keputusan pembelian.

Setelah melakukan pembelian suatu produk, konsumen dapat memperoleh kepuasan atau sebaliknya merasa kecewa dengan produk yang dibeli. Kondisi ini akan berpotensi membentuk perilaku pembelian pada minat konsumen terhadap produsen atau penjual. faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan di pihak konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didapatkannya.

Ditahap pengenalan kebutuhan, konsumen sudah mengerti arti penting dari manfaat sayuran hidroponik, seperti yang terlihat pada gambar 1. Sebanyak 53% menyatakan setuju akan pentingnya mengkonsumsi sayur hidroponik. 36% konsumen sangat setuju. Masyarakat sambah sudah paham akan pentingnya hidup sehat dengan mengkonsumsi produk yang bebas bahan kimia. Sayuran hidroponik, walaupun belum sepenuhnya organik tetapi sudah meniadakan penggunaan pestisida. Hama yang menyerang bisa dikendalikan secara manual, yaitu langsung diambil dengan tangan seperti hama ulat dan siput. Hal ini disebabkan oleh media tanam sayuran yang berada di atas, sehingga jika ada serangan ulat akan tampak dan bisa langsung dikendalikan.

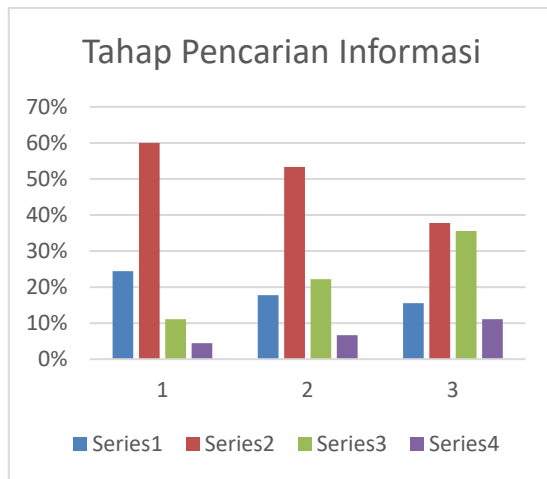


Gambar 1. Persepsi Konsumen pada Tahap Pengenalan Kebutuhan

Harga sayuran hidroponik umumnya relative lebih mahal jika dibandingkan dengan sayuran konvensional. Hal ini dikarenakan biaya investasi yang besar di awal proses budidaya. Harga sayuran sawi hidroponik dijual Rp 5.000 per kantong. Pada saat pengumpulan data, harga sawi berada di harga Rp 6.000 – Rp 7.000 per ikat. Harga sawi konvensional pada saat itu termasuk ke kategori mahal, karena biasanya sawi konvensional di jual dengan harga Rp 4.000 – Rp 5.000 per ikat. Hal ini disebabkan pasokan sawi konvensional sedikit dari produsen. Beda dengan sawi hidroponik yang selalu tersedia. Jika dibandingkan dengan harga sawi konvensional yang sedang melambung tinggi, maka harga sawi hidroponik lebih murah. Selain itu, biasanya sawi hidroponik dipasarkan ditempat penjualan ikan konsumsi. Hal ini memudahkan konsumen yang tidak memiliki

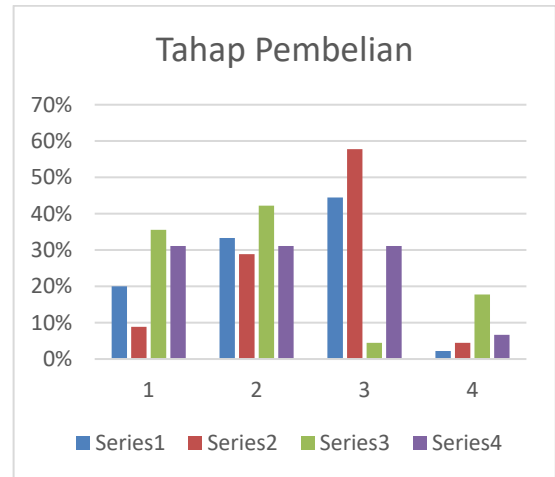
waktu untuk ke pasar sayur. Konsumen yang membeli ikan bisa ikut membeli sayur hidroponik yang di jual di tempat tersebut. Pada data terdapat 20% konsumen yang merasa harga sayur hidroponik mahal. Sedangkan 53% konsumen tidak mempermasalahkan harga yang mahal.

Di tahap pencarian informasi, konsumen banyak yang menyatakan memperoleh informasi produk sayur hidroponik dari pedagang. Sebanyak 60% konsumen seperti gambar 2. menyatakan memperoleh informasi dari pedagang. Konsumen tidak ada yang memperoleh informasi dari media lainnya.



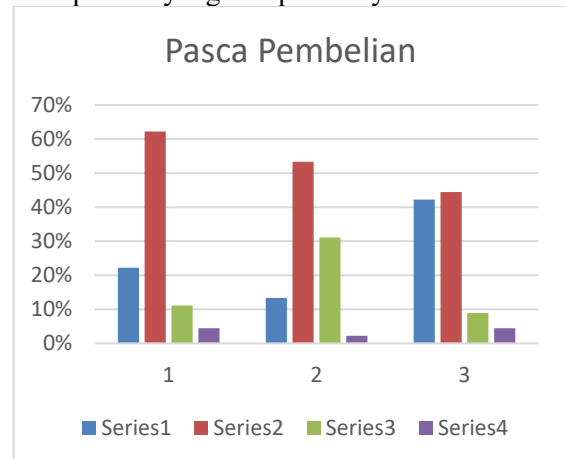
Gambar 2. Persepsi Konsumen pada Tahap Pencarian Informasi

Mayoritas konsumen yaitu sebanyak 58% menyatakan bahwa mereka tidak merencanakan untuk membeli sayur hidroponik. Pada gambar 3. Konsumen menetapkan tujuan pembelian berdasarkan beberapa factor seperti pendapatan keluarga, harga yang terjangkau dan manfaat yang akan diperoleh.



Gambar 3. Persepsi Konsumen pada Tahap Pembelian

Konsumen merasa puas dengan sayur hidroponik yang ditunjukkan dengan 62% konsumen menyatakan puas terhadap pembelian sayur hidroponik. Hal tersebut ditunjukkan oleh gambar 4. Kepuasan didapat oleh konsumen jika kenyataan produk melebihi ekspektasi. Konsumen sayur tidak mengharapkan ekspektasi yang berlebihan pada sayuran hidroponik, tetapi produk tersebut bisa memberikan nilai yang melebihi ekspektasi. Faktor penyebab kepuasan atau kekecewaan di pihak konsumen terletak pada hubungan antara harapan konsumen dan citra produk yang didapatkannya.



Gambar 4. Persepsi Konsumen Pada Tahap Pasca Pembelian

Konsumen merasa bahwa sayur hidroponik lebih tahan lama jika disimpan. Hal ini dibuktikan dengan 44% setuju dan 42% sangat setuju jika produk tersebut tahan untuk disimpan dalam jangka waktu lama. Hal ini disebabkan oleh produk tersebut masih segar waktu di

panen. Jika dibandingkan dengan sawi budidaya konvensional yang berasal dari luar kota sambas, maka sawi hidroponik akan terlihat lebih segar. Sehingga daya simpannya relative lebih lama.

Hubungan Persepsi Konsumen dengan proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran dan persepsi yang terbentuk dalam diri konsumen. Proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif pembelian dan kepuasan konsumen. Pengusaha perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk menentukan strategi dan komunikasi pasar yang efektif. keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat di atas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk. Berdasarkan pendapat di atas, proses pengambilan keputusan pembelian sangat ditentukan oleh faktor psikologi konsumen seperti keyakinan, pendirian, keterbukaan menerima masukan dan kemampuan mengevaluasi untuk melakukan keputusan. Persepsi konsumen akan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian karena konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan tertentu yang berbeda sesuai dengan kondisi konsumen dan kemampuan beli.

4. KESIMPULAN

1. Ditahap identifikasi kebutuhan, konsumen sudah menyadari kebutuhan akan makanan sehat dengan mengkonsumsi sayuran segar (53%). Konsumen sebanyak 60% mendapatkan informasi sayur hidroponik dari teman atau pedagang, dan tidak dari media lain. Sebanyak 62% konsumen menyatakan puas dengan pembelian produk sayur hidroponik.
2. Persepsi konsumen ditiap tahapan pembelian menunjukkan reaksi positif yang ditunjukkan oleh persentase diatas 50%.

5. REFERENSI

Badan Pusat Statistik Kabupaten Sambas. 2017.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi

Sengkey, M Y. Welson M. W. Elsje P M. 2017. *Persepsi Masyarakat Terhadap Hidroponik Di Kelurahan Teling Bawah, Kota Manado Agri-SosioEkonomi Unsrat*, ISSN 1907– 4298, Volume 13 Nomor 2, Mei 2017 : 33 – 46

Sukma, N. Akhmad Baihaqi. 2013. *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Produk Cokelat Di Kota Banda Aceh*. *Agrisep Vol (14) No. 2* , 2013 : 12

Suryani, R, 2016. *Hidroponik: Budidaya Tanaman Tanpa Tanah*:Yogyakarta. Arcitra.