



## TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP SAYURAN HIDROPONIK TANPA PESTISIDA (STUDI KASUS: HYDROVITA FAPERTA FARM)

## CONSUMER SATISFACTION LEVEL TOWARDS HYDROPONIC VEGETABLES WITHOUT PESTICIDES (CASE STUDY: HYDROVITA FAPERTA FARM)

Melani Anisa Fitri<sup>1\*</sup>, Irnad<sup>2</sup>, Bembi Akbar Serawai<sup>3</sup>, Apriel Lingga<sup>4</sup>, Mutyas Ramadhani  
Wisnu Adi<sup>5</sup>

<sup>\*1,2,3,4,5</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Bengkulu

Email: [melani\\_fitri@unib.ac.id](mailto:melani_fitri@unib.ac.id)

### ABSTRACT

*This study aims to determine the level of consumer satisfaction with pesticide-free hydroponic vegetables at Hydrovita Faperta Farm and to analyze the influencing factors. Data were collected from 80 respondents using a Likert-scale questionnaire and analyzed through descriptive statistics and multiple linear regression. The results show that the majority of consumers (87.5%) are satisfied with the pesticide-free hydroponic vegetables produced by Hydrovita Faperta Farm. The average satisfaction score falls into the "Satisfied" category. Simultaneously, all independent variables significantly influence consumer satisfaction with an  $R^2$  value of 72.6%. Partially, only the variables of promotion and service have a significant effect on consumer satisfaction. This indicates that responsive service and effective promotion are key factors in enhancing consumer satisfaction with pesticide-free hydroponic vegetables. The Hydrovita Faperta Farm is expected to improve the quality of its greenhouse and implement smart farming technologies to optimize consumer satisfaction.*

**Keywords:** consumer satisfaction; hydroponics; pesticide-free; promotion; service

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik tanpa pestisida di Hydrovita Faperta Farm serta menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhinya. Data dikumpulkan dari 80 responden menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen (87,5%) merasa puas terhadap sayuran hidroponik tanpa pestisida yang diproduksi oleh Hydrovita Faperta Farm. Rata-rata skor kepuasan berada pada kategori "Puas". Secara simultan, semua variabel independen berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai  $R^2$  sebesar 72,6%. Secara parsial, hanya variabel promosi dan pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang responsif serta promosi yang optimal menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk sayuran hidroponik tanpa pestisida. Diharapkan Hydrovita Faperta Farm melakukan perbaikan dari segi kualitas *greenhouse* dan penggunaan *smart farming* sehingga kepuasan konsumen dapat dioptimalkan.

**Kata kunci:** kepuasan konsumen; hidroponik; tanpa pestisida; promosi; pelayanan



## PENDAHULUAN

Pola kehidupan masyarakat mulai berubah ke arah pola hidup sehat dalam beberapa tahun terakhir ini. Masyarakat semakin menyadari pentingnya mengonsumsi produk pangan yang tidak hanya bergizi namun juga aman dan ramah lingkungan. Salah satu yang paling banyak dicari masyarakat adalah produk pangan bebas pestisida karena diyakini lebih sehat dan tidak membahayakan kesehatan dalam jangka panjang.

Penggunaan pestisida dalam pertanian konvensional meskipun mampu meningkatkan produksi pertanian (Raviando, Efrita, dan Marwan, 2022), namun apabila penggunaannya tidak mampu dikelola dengan baik maka akan menimbulkan keracunan, pencemaran air, tanah, udara, serta degradasi ekosistem (Jamin, Auliani, Rusli, dan Pramono, 2024). Tujuh puluh lima persen petani juga mengalami gangguan kesehatan akibat penggunaan pestisida seperti mual-mual, muntah, pusing, dan gatal-gatal pada kulit (Sinambela, 2024). Residu pestisida yang terakumulasi akan merusak dan mencemarkan lahan pertanian, dan jika masuk ke dalam rantai makanan, akan menyebabkan kanker, bayi lahir cacat, mutase, Chemically Acquired Deficiency

Syndrom (CAIDS), dan lain-lain (Setiawan dan Bernik, 2019).

Salah satu solusi yang mulai banyak diterapkan adalah sistem pertanian hidroponik tanpa pestisida. Shrestha dan Dunn (2010), hidroponik merupakan sistem pertanaman dalam larutan nutrisi cair menggunakan media buatan ataupun tanpa media buatan. Media yang biasa digunakan adalah tanah liat, perlit, sabut kelapa, pecahan batu, dan sebagainya. Sistem hidroponik memiliki beberapa keunggulan diantaranya bisa digunakan pada tempat-tempat yang tidak memungkinkan untuk bercocok tanam dengan media tanah; dimungkinkan untuk pengontrolan lebih lengkap terhadap nutrisi, pH, dan lingkungan tumbuh; efisiensi biaya air dan nutrisi; pertumbuhan tanaman lebih cepat karena mendapat oksigen yang lebih banyak yang tersedia di area akar; menekan hama tanaman; produksi/panen yang jauh lebih tinggi; tidak memerlukan rotasi tanaman; serta di beberapa jenis tanaman dapat mengefisienkan biaya tenaga kerja (Shrestha dan Dunn, 2010; Lestari, 2021).

Hydrovita Faperta Farm (HFF) merupakan salah satu kebun hidroponik yang ada di Kota Bengkulu di bawah binaan Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu. HFF hadir untuk memberikan



pilihan alternatif kepada masyarakat untuk memperoleh sayuran sehat seperti pakcoy, kangkung, sawi, dan selada. HFF baru beroperasi kurang dari satu tahun, serta dijalankan oleh mahasiswa sebagai wadah inkubasi bisnis pertanian. Sehingga untuk pengembangan usaha kedepannya, penting bagi HFF untuk memahami sejauh mana konsumen merasa puas terhadap produk yang dihasilkan. Kepuasan konsumen menjadi indikator penting dalam menilai kualitas produk serta keberhasilan strategi pemasaran. Penilaian terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan gambaran sejauh mana ekspektasi konsumen sesuai dengan apa yang bisa diberikan oleh HFF. Serta menjadi dasar perbaikan dan pengembangan produk di masa mendatang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu untuk mengkaji (1) tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm, dan (2) menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sayuran hidroponik tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu di Hydrovita Faperta Farm (HFF) yang dikelola oleh Fakultas Pertanian

Universitas Bengkulu. HFF merupakan wadah edukasi yang disediakan oleh Fakultas Pertanian untuk mendukung kegiatan akademik mahasiswa serta mempersiapkan mahasiswa untuk dapat mengelola usaha pertanian (inkubasi bisnis pertanian mahasiswa). Penelitian dilaksanakan pada tanggal 22-30 November 2024.

### Metode Pengumpulan Data

Responden penelitian adalah konsumen yang sudah pernah membeli dan mengonsumsi sayuran hidroponik dari Hydrovita Faperta Farm. Pengambilan sampel menggunakan metodologi *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 80 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner menggunakan skala likert dalam pengisiannya, secara rinci sebagai berikut:

|     |                       |               |
|-----|-----------------------|---------------|
| SS  | : Sangat Setuju       | Diberi skor 5 |
| S   | : Setuju              | Diberi skor 4 |
| N   | : Netral              | Diberi skor 3 |
| TS  | : Tidak Setuju        | Diberi skor 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | Diberi skor 1 |

### Metode Analisis Data

**Tujuan 1:** Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm

Metode analisis dari data yang telah dikumpulkan diolah dengan analisis

statistik deskriptif. Pengambilan data kuesioner menggunakan skala likert pada setiap item pertanyaan pada masing-masing indikator. Skala penilaian dari masing-masing kategori menggunakan rumus Rentang Skala (RS) Interval (Neuman, 2014):

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

Keterangan:

RS : Rentang Skala Interval

m : skor tertinggi

n : skor terendah

b : banyaknya kriteria penilaian

Berdasarkan hasil perhitungan rumus RS, maka nilai rata-rata akan dimasukkan ke dalam rentang skala yang menjadi acuan pada tabel berikut:

Tabel 1. Rentang Skala Interval Kategori Kepuasan Konsumen

| No | Rentang Skor | Kategori Skor Kepuasan Konsumen |
|----|--------------|---------------------------------|
| 1  | 8-18.7       | Tidak Puas                      |
| 2  | 18.8-29.5    | Cukup Puas                      |
| 3  | 29.6-40      | Puas                            |

Sumber: Data olahan primer (2025)

**Tujuan 2:** Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm

Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Model regresi linier berganda dapat digunakan untuk (1) model prediksi (yaitu model regresi yang berisi variabel

independen apa saja yang signifikan dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen numerik) dan sebagai (2) model asosiasi (untuk mengkuantifikasi hubungan satu atau beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen numerik (Fauziyah, 2020).

Dalam penelitian ini analisis akan menggunakan SPSS versi 26. Persamaan yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 D_6 + \beta_7 D_7 + \beta_8 D_8 + \beta_9 D_9 + \beta_{10} D_{10} + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstanta

$\beta_{1,2,n}$  : Koefisien variabel

X1 : Produk

X2 : Lokasi

X3 : Harga

X4 : Pelayanan

X5 : Promosi

D6 : Dummy Jenis Kelamin (1=Laki-Laki, 0=Perempuan)

D7 : Dummy Pekerjaan (1=Mahasiswa, 0=Lain-lain)

D8 : Dummy Pendidikan (1=SMA, 0=Perguruan Tinggi)

D9 : Dummy Daerah Asal (1=Bengkulu, 0=Luar Bengkulu)

D10 : Dummy Penghasilan (1=<Rp. 2.000.000, 0=Rp.2.000.000-Rp.4.000.000)

e : Error

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hydrovita Faperta Farm merupakan wadah yang disediakan untuk peningkatan akademik dan praktik dari mahasiswa. Mahasiswa diberikan



kesempatan untuk manajemen dan mengkoordinir usaha hidroponik mulai dari pembuatan instalasi sampai dengan pemasaran sayuran hidroponik. Namun, pada dasarnya *greenhouse* yang digunakan awalnya tidak di desain khusus untuk pertanaman hidroponik sehingga membutuhkan perlakuan khusus untuk pengaturan suhu dan kelembaban agar tanaman dapat tumbuh optimal. Alternatif solusi yang dipakai yaitu penggunaan 15 unit sprinkle yang terintegrasi dengan sistem otomatisasi berbasis sensor kelembaban tanah dan kontrol waktu (timer) untuk efisiensi irigasi. Dimana sudah diatur otomatis hidup mulai jam 08.30 WIB sampai dengan 16.00 WIB dengan frekuensi mati 5 menit dengan jeda 30 menit. Selain itu juga menggunakan paranet untuk menurunkan intensitas matahari yang mengenai tempat pembibitan benih sayuran hidroponik.

Penggunaan *smart farming* pada Hydrovita Faperta Farm belum memungkinkan dilakukan karena keterbatasan sinyal pada lokasi *greenhouse*. Hal ini dalam jangka panjang perlu untuk menjadi evaluasi. Namun, hal ini tidak menjadi hambatan untuk Hydrovita Faperta Farm dalam mengembangkan sayuran hidroponik dengan optimal. Beberapa penelitian

terdahulu yang sudah menerapkan konsep *smart farming* diantaranya penggunaan robot tanam berbasis *smart farming* pada budidaya tanaman kedelai (Irmayani, Riska, dan Ambar, 2024); penanaman bawang merah sistem hidroponik berbasis IoT dan *Machine Learning* (Putra, Julham, Nurlinda, dan Dhitisari, 2024), dan sebagainya.

Instalasi hidroponik yang dipasang pada *greenhouse* sebanyak 6 unit. Dimana pada 1 instalasi ada 10 pipa dengan panjang 4 meter. Sehingga 1 instalasi dapat memuat 240 lobang tanam. Kegiatan budidaya sayuran hidroponik sudah dijalankan selama 4 bulan dengan menanam 4 jenis sayuran yaitu pakcoy, kangkung, sawi, dan selada. Keputusan penanaman sayuran ini berdasar pada kebutuhan masyarakat atau permintaan konsumen di pasaran (Handayani dan Yuliarso, 2022).

Implikasi lain dari sisi pengalaman usaha secara profesional, dari kegiatan budidaya hidroponik ini menghasilkan mahasiswa yang mampu menyediakan jasa instalasi hidroponik secara profesional yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Dalam jangka panjang hal ini mampu memberikan pilihan dan peluang lapangan pekerjaan bagi mahasiswa khususnya pada lingkungan Fakultas Pertanian. Sehingga



secara tidak langsung, mahasiswa memiliki cara pandang baru terhadap pertanian bahwa ada ranah hidroponik yang bisa mereka kembangkan dimanapun dengan potensi bisnis yang menjanjikan.

## Karakteristik Responden

### 1. Jenis Kelamin

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No     | Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------|---------------|----------------|----------------|
| 1      | Laki-Laki     | 21             | 26.25          |
| 2      | Perempuan     | 59             | 73.75          |
| Jumlah |               | 80             | 100            |

Sumber: Data olahan primer (2025)

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sayuran hidroponik adalah perempuan dengan persentase 73.75% atau sebanyak 59 orang. Hal ini menunjukkan bahwa peran sangat penting dalam urusan rumah tangga. Selain itu, besarnya persentase responden tersebut mengindikasikan bahwa perempuan berperan penting dalam menyediakan dan memutuskan pangan atau gizi untuk keluarganya (Shamadiyah dan Nasution, 2018).

### 2. Usia

Usia responden merupakan salah satu faktor penentu dalam memutuskan kebijakan konsumsi rumah tangga termasuk dalam hal konsumsi sayuran hidroponik. Pembagian kelompok usia menurut Amin dan Juniati (2017) terdiri

dari 4 kelompok yaitu kanak-kanak (Usia 5-11 tahun), remaja (Usia 12-25 tahun), dewasa (Usia 26-45 tahun), dan lansia (Usia 46-65 tahun) yang didasarkan pada intensitas kerutan yang terlihat dari citra wajah. Sehingga pada penelitian ini diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel berikut.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No     | Kelompok Usia | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------|---------------|----------------|----------------|
| 1      | Kanak-Kanak   | 0              | 0              |
| 2      | Remaja        | 73             | 91.25          |
| 3      | Dewasa        | 3              | 3.75           |
| 4      | Lansia        | 4              | 5              |
| Jumlah |               | 80             | 100            |

Sumber: Data olahan primer (2025)

Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sayuran hidroponik berada pada usia remaja antara (12-25 Tahun) yaitu sebanyak 73 orang atau 91.25%. Sisanya sebanyak 3.75% pada usia dewasa dan 5% pada usia lansia. Responden yang tergolong pada usia remaja 12 sampai 25 tahun adalah tergolong generasi Y dan Z. Generasi ini memiliki karakteristik lebih mudah untuk mencoba hal-hal baru termasuk dalam pemenuhan pangan rumah tangga (Husain dan Amran, 2022).



### 3. Pekerjaan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No     | Kelompok Usia | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|--------|---------------|----------------|----------------|
| 1      | Mahasiswa     | 73             | 91.25          |
| 2      | Dosen ASN     | 6              | 7.5            |
| 3      | ASN PPPK      | 1              | 1.25           |
| Jumlah |               | 80             | 100            |

Sumber: Data olahan primer (2025)

Tabel 4 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen sayuran hidroponik adalah Mahasiswa yaitu sebanyak 73 orang atau 91.25%. Sisanya bekerja sebagai Dosen ASN sebanyak 7.5% dan ASN PPPK sebanyak 1.25%.

#### Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm

Hasil kepuasan konsumen sayuran hidroponik tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 5. Hasil Rata-Rata Skor Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm

| No | Rentang Skor | Persentase (%) | Rata-Rata Skor | Kategori |
|----|--------------|----------------|----------------|----------|
| 1  | 8-18.7       | 0              | 34.6           | Puas     |
| 2  | 18.8-29.5    | 12.5           |                |          |
| 3  | 29.6-40      | 87.5           |                |          |

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan tabel 5, sebesar 87.5% responden memberikan skor “Puas” terhadap sayuran hidroponik tanpa pestisida pada HFF. Tingkat kepuasan ini

sejalan dengan hasil penelitian Muhammad (2023), yang menemukan konsumem sayuran hidroponik memiliki tingkat kepuasan pada kategori “Puas” dengan variabel yang memberikan kepuasan tertinggi yaitu kebersihan, design kemasan, dan kesegaran sayuran.

Indikator penilaian kepuasan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ketersediaan sayuran organik yang dijual, kemasan sayuran organik, kualitas sayuran organik sesuai dengan harga yang saya bayarkan, kesegaran sayuran organik yang dijual, pelayanan yang baik dari penjual, sayuran yang dibeli sesuai atau melebihi dari yang diharapkan, berminat membeli kembali setelah mengonsumsi sayuran, mau merekomendasikan kepada orang lain tentang sayuran hidroponik.

Rata-rata skor tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik yang diperoleh dari penelitian adalah sebesar 34.6 sehingga berada pada kategori “Puas”. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen sudah berhasil dipenuhi dengan baik dan mencerminkan keberhasilan Green House Fakultas Pertanian dalam memenuhi kesesuaian produk, kualitas produk, pelayanan, minat untuk membeli kembali, dan kesediaan untuk merekomendasikan sayuran

hidroponik kepada orang lain. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari, Afriani, Zulkarnain, Mardiyah, dan Maryati (2020), yang menemukan bahwa tingkat kepuasan konsumen sayuran organik di Swalayan berada pada kategori “Puas” dengan memaksimalkan atribut-atribut yang ada di Swalayan agar sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

Hal ini juga sesuai dengan yang ada di lapangan bahwa budidaya sayuran hidroponik yang dilakukan tanpa menggunakan pestisida, sehingga dalam jangka panjang dapat memberikan jaminan baik bagi kesehatan konsumen. Studi di Uganda melaporkan bahwa konsumen secara umum memiliki sikap negatif terhadap buah tomat yang sudah diwarnai dengan pestisida dan menyadari bahwa hal tersebut tidak aman untuk kesehatan mereka dalam jangka panjang. Sehingga hal tersebut mempengaruhi tingkat kepuasan konsumennya ditandai dengan adanya kemungkinan konsumen untuk tidak membeli tomat yang sudah ada residu pestisida (Sekabojja, Atuhaire, Nabankema, Sekimpi, dan Jors, 2023).

## Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui faktor apa

saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen sayuran hidroponik tanpa pestisida pada HFF. Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dari kuesioner dalam bentuk data ordinal. Sehingga data diubah terlebih dahulu ke dalam bentuk data interval dengan menggunakan metode MSI (*Method of Succesive Interval*) menggunakan bantuan Ms. Excel.

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

| Model | R                  | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0.868 <sup>a</sup> | 0.753    | <b>0.717</b>      | <b>3.20858</b>             |

a. Predictors: (Constant), Dummy Penghasilan, Produk, Dummy Jenis Kelamin, Dummy Daerah Asal, Dummy Pendidikan, Lokasi, Dummy Pekerjaan, Promosi, Pelayanan, Harga

Sumber: Data hasil olahan (2025)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0.726 atau 72.6%. Artinya variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent sebesar 72.6% dan sebanyak 27.4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji F (Simultan)

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | Sig.   |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|
| 1     | Regression | 2167.342       | 10 | 216.734     | 21.052 |
|       | Residual   | 710.354        | 69 | 10.295      | 0.000b |
|       | Total      | 2877.696       | 79 |             |        |

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Predictors: (Constant), Dummy Penghasilan, Produk, Dummy Jenis Kelamin, Dummy Daerah Asal, Dummy Pendidikan, Lokasi, Dummy Pekerjaan, Promosi, Pelayanan, Harga

Tabel 8. Hasil Uji Parsial

Selanjutnya dilihat dari Tabel 7, diketahui nilai signifikansi uji F sebesar 0.000 atau <0.05. Sehingga variabel



independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent.

| Model |                           | Unstandardized<br>B | Coefficients<br>Std. Error | Standardized<br>Coefficient<br>Beta | t      | Sig. |
|-------|---------------------------|---------------------|----------------------------|-------------------------------------|--------|------|
| 1     | (Constant)                | 1.142               | 2.485                      |                                     | .459   | .647 |
|       | Produk                    | .116                | .139                       | .087                                | .833   | .408 |
|       | Lokasi                    | -.096               | .211                       | -.048                               | -.456  | .650 |
|       | Promosi                   | 1.463               | .272                       | .588                                | 5.377  | .000 |
|       | Harga                     | .052                | .156                       | .043                                | .335   | .738 |
|       | Pelayanan                 | .399                | .150                       | .305                                | 2.658  | .010 |
|       | Dummy<br>Jenis<br>Kelamin | -.631               | .847                       | -.046                               | -.746  | .458 |
|       | Dummy<br>Pekerjaan        | -1.780              | 1.396                      | -.102                               | -1.275 | .206 |
|       | Dummy<br>Pendidikan       | .167                | 1.286                      | .010                                | .130   | .897 |
|       | Dummy<br>Daerah<br>Asal   | -.156               | .886                       | -.011                               | -.176  | .861 |
|       | Dummy<br>Penghasilan      | .644                | 1.476                      | .034                                | .436   | .664 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel 8 di atas, secara parsial terlihat dari tabel, nilai signifikansi yang  $<0.05$  adalah variabel Pelayanan (sebesar 0.010) dan variabel Promosi (sebesar 0.000). Oleh karena itu, variabel yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik secara parsial yaitu variabel pelayanan dan variabel promosi.

Hal ini sejalan dengan beberapa nilai yang ditekankan untuk menarik minat konsumen yaitu dengan kemasan sayuran yang sudah diikat dengan label organik, dikemas bersamaan dengan akar, serta sayuran dibudidayakan tanpa pestisida. Sehingga hal ini mampu memberikan

jaminan kepada konsumen bahwa sayuran yang mereka konsumsi dalam jangka panjang tidak berpengaruh buruk terhadap kesehatan. Sayuran hidroponik dipasarkan melalui koperasi Fakultas Pertanian by order, dipromosikan melalui Instagram, WA group, dan dari mulut ke mulut.

Poin penting yang dikedepankan oleh Hydrovita Faperta Farm dalam hal pelayanan yaitu memberikan *fast respon* terhadap konsumen, baik terkait kritik maupun saran. Selain itu juga menyediakan sistem pesan antar dengan pembayaran langsung di tempat atau cash on delivery (COD). Pengelola Hydrovita Faperta Farm menjelaskan bahwa mereka melihat bahwa persaingan sayuran



hidroponik tidaklah mudah, sehingga mereka harus memiliki perbedaan dengan yang lain secara unik, yaitu dengan slogan “mendatangi konsumen”. Sehingga ini memaksimalkan pemasaran sayuran hidroponik yang dihasilkan.

Lebih lanjut, dari tabel terlihat nilai koefisien Pelayanan sebesar 0.399 dan bertanda positif, artinya variabel pelayanan (X4) memiliki hubungan yang searah dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa jika pelayanan kepada konsumen mengalami peningkatan maka kepuasan konsumen semakin meningkat. Sebaliknya, jika pelayanan kepada konsumen menurun maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Hal ini sejalan dengan pemikiran Palelu, Tumbuan, dan Jorie (2022) bahwa secara parsial kepuasan konsumen di Kamsia Boba Lawang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dengan pengaruh positif dan signifikan. Dimana konsumen terlebih dahulu mempertimbangkan kualitas layanan sebelum melakukan pembelian. Namun bertolak belakang dengan penelitian Andini, Nurmalia, dan Yumiati (2025) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Nilai koefisien variabel Promosi sebesar 1.463 dan bertanda positif, artinya

variabel promosi (X5) memiliki hubungan yang searah dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan jika promosi kepada konsumen sayuran hidroponik meningkat maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya jika promosi kepada konsumen sayuran hidroponik menurun maka juga akan menurunkan kepuasan konsumen sayuran hidroponik. Hasil ini mendukung hasil penelitian dari Kebumen yang dikemukakan oleh Yuliyanto (2020), bahwa promosi yang diberikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi  $0.000 < 0.05$ .

Variabel lain yaitu produk, lokasi, harga, dummy jenis kelamin, dummy pekerjaan, dummy pendidikan, dummy daerah asal, dan dummy penghasilan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sayuran hidroponik. Tidak adanya pengaruh antara variabel produk dengan kepuasan ertentangan dengan penelitian dari Sudiarto (2024) yang melaporkan bahwa variabel kualitas produk merupakan faktor paling dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain, hasil pengaruh variabel harga terhadap kepuasan konsumen pada penelitian ini justru sejalan dengan penelitian Palelu, dkk (2022) yang menemukan bahwa harga



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Dari segi harga, Pakcoy dijual dengan harga Rp. 40.000/kg, kangkung Rp. 20.000/kg, sawi manis Rp. 25.000/kg, dan selada Rp. 25.000/kg. Perhitungan harga jual sayuran ini melihat harga pasar serta disesuaikan dengan biaya tetap dan variabel. Namun biaya tetap instalasi bangunan *greenhouse* belum dimasukkan dalam perhitungan. Dari empat jenis sayuran tersebut, yang paling bagus pertumbuhannya yaitu pakcoy, dan sawi manis. Intensitas penjualan masing-masing sayuran yaitu pakcoy sebesar 70%, kangkung 20%, sawi manis 5% dan selada sebesar 5%. Tidak berpengaruhnya harga terhadap kepuasan konsumen bisa jadi disebabkan oleh konsumen menganggap harga tidak menjadi faktor utama penentu kepuasan, kemungkinan besar konsumen lebih menilai kualitas produk sayuran organik.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Tingkat kepuasan konsumen sayuran hidroponik tanpa pestisida pada Hydrovita Faperta Farm yaitu berada pada kategori puas. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu variabel pelayanan dan promosi. Hal ini berbanding lurus dengan penekanan nilai

yang dijalankan oleh Hydrovita Faperta Farm dengan “mendatangi konsumen” maka pelayanan diberikan dengan optimal, serta memaksimalkan promosi sayuran hidroponik yang tanpa pestisida serta menggunakan channel promosi berupa Instagram, WA Group, Koperasi, dan pemasaran dari mulut ke mulut.

### Saran

Peluang jangka panjang dari Hydrovita Faperta Farm sangat besar. Sehingga diharapkan kegiatan budidaya sayuran hidroponik tetap dikembangkan dengan melakukan beberapa perbaikan dari segi kualitas *greenhouse* dan juga pemanfaatan *smart farming*. Diharapkan dengan hal itu kepuasan konsumen bisa lebih ditingkatkan dan dioptimalkan. Juga diharapkan tujuan jangka panjang Hydrovita Faperta Farm dapat dijalankan yaitu membentuk Agrokomples.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. A. dan Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia Berdasarkan Analisis Dimensi Fraktal Box Counting Dari Citra Wajah Dengan Deteksi Tepi Canny. *Jurnal Ilmiah Matematika*, 2(6): 33-42.
- Andini, N., Nurmalia, A., dan Yumiati, Y. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Minuman Kopi di Tomoro Coffee. *Jurnal AGRIBIS*, 18(1): 2527-2538.



- Fauziyah, R. N. (2020). Analisis Data Menggunakan Multiple Linear Regression Test di Bidang Kesehatan Masyarakat dan Klinis. Politeknik Kesehatan Kemenkes Bandung. Bandung.
- Handayani, S. dan Yuliarso, M. Z. (2022). Faktor-Faktor yang Berhubungan Dengan Pengambilan Keputusan Petani Perkotaan dalam Berusahatani Sayuran. Jurnal AGRIBIS, 15(1): 1935-1942.
- Husain, T. K. dan Amran, F. D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik. Jurnal Manajemen Agribisnis, 10(14): 677-684.
- Irmayani, Riska, dan Ambar, A. A. (2024). Efektivitas Penggunaan Robot Tanam Berbasis *Smart Farming* pada Budidaya Tanaman Kedelai di Kelurahan Tadokkong Kecamatan Lembang Kabupaten Pinrang. Jurnal AGRIBIS, 17(2): 2368-2399.
- Jamin, F. S., Auliani, D. M. K. R., Rusli, M., dan Paromono, S. A. (2024). Penggunaan Pestisida dalam Pertanian: Resiko Kesehatan dan Alternatif Ramah Lingkungan. Jurnal Kolaboratif Sains, 7(11): 4151-4159.
- Lestari, S. R. E. (2021). Manajemen Pemasaran Sawi (*Brassica Juncea*) Di Hidroponik Center Palembang. Jurnal AGRIBIS, 14(1): 1635-1649.
- Muhammad, P. S. N. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Desa Kolursari Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan. Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman (JURRIT), 2(2): 15-24.
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. A. dan Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba di Kota Lawang. Jurnal EMBA, 10(1): 68-77.
- Putra, P. H., Julham, J., Nurlinda, dan Dhitisari, I. (2024). Inovasi Smart Farming Optimalisasi Bawang Merah Berbasis IoT dan Machine Learning. JSSR: Journal of Science and Social Research, 7(4): 1788-1792.
- Raviando, R., Efrita, E., dan Marwan, E. (2022). Efisiensi Penggunaan Input Produksi Pada Usahatani Cabai Merah (Kasus: Kecamatan Kabawetan, Kabupaten Kepahiang). Jurnal AGRIBIS, 15(2): 2031-2044.
- Sari, D. N., Afriani, I., Zulkarnain, Mardiyah, A., dan Maryati. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen pada Sayuran Organik di Pasar Swalayan. Jurnal Manajemen dan Bisnis: Performa, 17(1): 1-13.
- Sekabojja D, Atuhaire A, Nabankema V, Sekimpi D, Jors E. (2023). Consumer risk perception towards pesticide-stained tomatoes in Uganda. PLoS ONE 18(12): e0247740. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247740>.
- Setiawan, Y. A. dan Bernik, M. (2019). Penyuluhan Dampak Penggunaan Pestisida dan Pengendalian Kualitas Produk Bagi Masyarakat Desa Pamekaran, Sumedang, Jawa Barat. Bandung: JPM, 1(2): 26-38.
- Shamadiyah, N. dan Nasution, P. P. P. A. (2018). Peran Perempuan Dalam Ketersediaan Pangan Rumah tangga



- (Studi Kasus Pada Masyarakat Petani Padi di Gampong Blang Pala, Kecamatan Banda Baro, Kabupaten Aceh Utara, Provinsi Aceh). Jurnal AGRIFO, 3(2): 45-54.
- Shrestha, A., dan Dunn, B. (2010). Hydroponics. Oklahoma State University. Division of Agricultural Sciences and Natural Resources.
- Sinambela, B. R. (2024). Dampak Penggunaan Pestisida dalam Kegiatan Pertanian Terhadap Lingkungan Hidup dan Kesehatan. Jurnal Agrotek, 8(2): 178-187.
- Sudiarto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melon Premium (Studi Kasus di Made Fresh, Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor. Bachelor Thesis, Universitas Nasional.
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Alea Shopid Kebumen. Journal of Business and Economics Research (JBE), 1(2): 168-172.