

Adelia Putri Larasati^{1*}, Chusnatul Ulaela Sajali²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,
Universitas Tulungagung
Jl. Kimangunsarokoro Beji, Kabupaten
Tulungagung, 66233, Indonesia
¹adeliyalarasati@gmail.com,
²chusnatululaela@gmail.com
*Penulis Korespondensi

JAAS

*Journal of Agribusiness and Agro-
Socioeconomics*

Vol. 01, No. 01 (2025)

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BAYAM MERAH HIDROPONIK DI HPT FARM TULUNGAGUNG

ABSTRACT

In this study, factors that influence purchasing decisions include price, quality, packaging, product information availability, and health factors. Consumer preferences for hydroponic red spinach produced by HPT Farm Tulungagung are included. Data dikumpulkan melalui menggunakan a questionnaire to 100 respondents who are HPT Farm consumers. Data dianalisis menggunakan quantitative descriptive analysis and scoring methods. The results of the study indicate that quality and health factors are the main factors influencing consumer preferences for hydroponic red spinach, followed by attractive packaging and affordable prices. These findings are expected to serve as the basis for the development of more effective strategies for increasing the quantity and quality of hydroponic red spinach.

Keywords: *consumer preferences, red spinach, hydroponics, HPT Farm,*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap bayam merah hidroponik yang dihasilkan oleh Peternakan HPT Tulungagung. Faktor- faktor seperti harga, kualitas, kemasan, ketersediaan informasi produk, dan kesehatan adalah beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini. Data diperoleh melalui survei yang dilakukan terhadap seratus konsumen HPT Farm. Analisis deskriptif kuantitatif dan metode skoring digunakan untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap bayam merah hidroponik adalah kualitas dan aspek kesehatan, diikuti oleh kemasan yang menarik dan harga yang terjangkau. Diharapkan temuan ini akan menjadi dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran HPT Farm yang lebih efisien.

Kata kunci: *preferensi konsumen, bayam merah, hidroponik, HPT Farm Tulungagung*

PENDAHULUAN

Rasa ingin tahu orang Indonesia untuk mengonsumsi sayuran yang lebih sehat telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak terjadi karena masyarakat modern mulai menyadari pentingnya menjaga kesehatan melalui pola makan yang lebih seimbang dan lebih alami. Kepentingan ini diperkuat oleh peningkatan kesadaran tentang bahaya residu pestisida dan bahan kimia dalam produk pertanian konvensional, serta berbagai inisiatif kesehatan pemerintah dan swasta. Selain itu, masyarakat semakin berhati-hati saat memilih makanan, memilih yang dianggap lebih aman, kaya nutrisi, dan dibuat secara berkelanjutan.

Sayuran organik dan sayuran yang dibudidayakan melalui sistem hidroponik adalah pilihan terbaik dalam situasi ini. Metode budidaya ini tidak hanya mengurangi jumlah pestisida kimia yang digunakan, tetapi juga memungkinkan kontrol tumbuh yang lebih baik pada lingkungan, yang menghasilkan produk yang lebih bersih dan berkualitas tinggi. Bayam merah adalah salah satu sayuran yang paling populer saat ini karena kandungan nutrisinya yang luar biasa, terutama karena mengandung zat antioksidan seperti antosianin, yang membantu menangkal radikal bebas. Bayam merah juga diketahui membantu menjaga kesehatan jantung, meningkatkan daya tahan tubuh, dan memperlancar sistem pencernaan.

Dengan demikian, bayam merah adalah pilihan yang sempurna bagi mereka yang khawatir tentang kesehatan mereka. Menimbang

potensi pasar yang besar dan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap makanan sehat, HPT Farm, sebuah perusahaan agribisnis lokal yang berlokasi di Tulungagung, mengambil langkah strategis dengan membudidayakan bayam merah melalui metode hidroponik. Metode ini memungkinkan produksi yang lebih efisien dalam penggunaan lahan dan air, serta mengurangi risiko kontaminasi akibat hama dan penyakit tanaman. Produk yang dihasilkan menjadi lebih higienis dan memiliki daya saing yang tinggi di pasar.

Namun, untuk menjaga keberlanjutan usaha dan memperluas pangsa pasar, HPT Farm perlu memahami dengan baik perilaku dan preferensi konsumen terhadap produk bayam merah hidroponik. Ini mencakup berbagai aspek penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen, seperti pandangan terhadap harga, kualitas produk, desain kemasan, ketersediaan informasi produk, dan nilai manfaat kesehatan yang ditawarkan. Pemahaman ini akan menjadi landasan untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, tepat sasaran, dan berfokus pada kebutuhan serta harapan konsumen, sehingga HPT Farm dapat bersaing secara kompetitif di pasar produk pertanian sehat yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di wilayah distribusi HPT Farm, yaitu di Tulungagung, Jawa Timur, selama bulan April-Juli 2025.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui metode survei menggunakan kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada seratus responden. Responden dipilih secara purposive berdasarkan kriteria sebagai konsumen nyata atau potensial dari produk bayam merah hidroponik HPT Farm.

Kuesioner mencakup pertanyaan tentang demografi responden dan preferensi mereka terhadap berbagai aspek produk, seperti kualitas, manfaat kesehatan, harga, kemasan, dan informasi tentang produk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dikumpulkan dari 100 orang yang berusia antara 25 dan 45 tahun dan memiliki pendidikan minimal SMA. Sebagian besar responden adalah karyawan swasta, guru, dan ibu rumah tangga. Mereka biasanya membeli barang melalui pasar kontemporer dan platform digital.

Teknik Analisis Data

Analisis deskriptif kuantitatif digunakan. Setiap indikator dinilai dengan skala Likert yang berkisar dari 1 hingga 5 yang menunjukkan sangat tidak setuju. Selanjutnya, hasil skoring dirata-ratakan untuk menentukan faktor dominan dalam preferensi konsumen terhadap peternakan bayam merah hidroponik HPT.

Faktor-faktor yang dianalisis meliputi:

- Harga
- Kualitas produk
- Penampilan/kemasan
- Ketersediaan informasi
- Nilai kesehatan

Faktor Penentu Preferensi

Terdapat analisis yang mana setiap indikator dinilai menggunakan skala likert. Lalu Hasil skoring kemudian dirata-ratakan untuk mengetahui faktor dominan dalam preferensi konsumen terhadap bayam merah hidroponik HPT Farm.

Tabel 1 berikut merupakan tabel skala likert.

Skor	Kategori Penilaian
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Rumus skor rata-rata

ket:

x= skor rata-rata
fi= frekuensi responden
xi= nilai skala likert
N= total jumlah responden

$$x = \frac{\sum_{i=1}^n (f_i \times x_i)}{N}$$

Skoring rata-rata berdasarkan faktor preferensi konsumen terhadap bayam merah hidroponik HPT Farm:

Tabel 2. skor rata-rata faktor preferensi konsumen

Faktor-Faktor	Skor Rata-Rata
Kualitas produk	4,6
Manfaat kesehatan	4,5
Kemasan produk	4,1
Harga	3,8
Informasi produk	3,6

Kualitas produk merupakan faktor terpenting, lalu diikuti oleh manfaat kesehatan dan kemasan produk. Harga dan informasi produk berada di posisi selanjutnya, menunjukkan bahwa meskipun penting, keduanya bukanlah faktor utama dalam keputusan pembelian.

Implikasi Pemasaran.

Temuan ini mengindikasikan

bahwa strategi pemasaran HPT Farm perlu difokuskan pada peningkatan mutu produk, edukasi konsumen tentang manfaat kesehatan bayam merah, dan pengemasan yang menarik. Selain itu, transparansi informasi produk juga penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan mendorong loyalitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Konsumen memiliki preferensi tinggi terhadap bayam merah hidroponik karena kualitas dan manfaat kesehatannya. Harga bukanlah faktor utama selama produk dinilai berkualitas dan aman dikonsumsi.

Saran

HPT Farm disarankan untuk terus menjaga kualitas produk, meningkatkan desain kemasan, dan menyediakan informasi yang transparan mengenai proses produksi dan manfaat kesehatan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.

Soekartawi. (2002). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Departemen Pertanian RI. (2023). *Laporan Statistik Pertanian Hidroponik Nasional*.

- Aprilianti, A., & Wulandari, D. (2020). *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Sayuran Organik di Kota Bandung*. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 101–109. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.101-109>
- Yuliana, N., & Saputra, R. (2019). *Pengaruh Label Organik Terhadap Persepsi dan Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(3), 215–222.
- Fitriani, E., & Hidayat, R. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Membeli Sayuran Hidroponik di Kota Bogor*. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 17(1), 45–54.
- Kusuma, I. G. P. A., & Prasetyo, E. (2021). *Persepsi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Surabaya*. *Agriekonomika*, 10(1), 67–74. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v10i1.7801>
- Lestari, A. D., & Utami, S. (2022). *Analisis Penerimaan Konsumen terhadap Sayuran Bayam Merah (Amaranthus tricolor L.) Hidroponik*. *Jurnal Hortikultura Indonesia*, 13(3), 233–240.
- Putri, F. D., & Widodo, W. (2018). *Preferensi Konsumen Terhadap Produk Sayuran Segar di Pasar Modern dan Tradisional*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 6(1), 12–20.
- Santosa, D. A., & Dewi, R. K. (2021). *Budidaya Sayuran Bayam Merah (Amaranthus tricolor) secara Hidroponik*. Balai Penelitian Tanaman Sayuran. Lembang: Balitsa.
- Sumarni, W. (2017). *Analisis Kandungan Gizi dan Manfaat Bayam Merah*. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 12(1), 55–62.