

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hydroponik Di Desa Kolursari Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan

Puji Sirrun Nahar Muhammad

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan

Korespondensi penulis : nehruncor@gmail.com

ABSTRACT. Omega Farm is a business engaged in agriculture and its business is selling hydroponic attributes. The research objective was to analyze consumer satisfaction with hydroponic vegetables. The basic method used is a quantitative descriptive analysis method. Sampling using interview method with a total of 30 respondents. This study uses primary and secondary data sources, primary data obtained from interviews, questionnaires, documentation and others. While secondary data obtained from related research. The research respondents are customers who often buy at Omega Farm, this study conducted validity and reliability tests using the help of SPSS version 25. The analytical method uses the CSI (Customer Satisfaction Index) results show that the level of customer satisfaction for hydroponic vegetables based on the calculated value of the Customer Satisfaction Index is 81.74 which is included in the satisfied category. The variables that gave the highest satisfaction were cleanliness, freshness of vegetables and packaging design.

Keywords: Hydroponics, Vegetable Consumer Satisfaction.

ABSTRAK. Omega Farm adalah usaha yang bergerak di bidang pertanian dan usahanya menjual atribut hydroponik. Tujuan penelitian adalah menganalisis kepuasan konsumen terhadap sayuran hydroponik. Metode dasar yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode wawancara dengan jumlah 30 responden. penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder, data primer di dapatkan dari wawancara, kuesioner, dokumentasi dan lain-lain. Sedangkan data sekunder diperoleh dari penelitian yang berkaitan. Responden penelitian adalah pelanggan yang sering beli di Omega Farm, penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan perangkat SPSS versi 25. Metode analisis menggunakan CSI(Customer Satisfaction Index) hasil menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sayuran hydroponik berdasarkan hitungan nilai Customer Satisfaction Index sebesar 81,74 yang masuk di dalam kategori puas. Variable yang memberikan kepuasan tertinggi adalah kebersihan, kesegaran sayuran dan design kemasan.

Kata kunci: Hydroponik, Kepuasan Konsumen Sayuran.

PENDAHULUAN

Omega Farm adalah usaha yang bergerak di pertanian yang usahanya menjual, usaha ini memproduksi sayuran hydroponik yang berdiri sejak tahun 2019. Usaha ini berada di desa Kolursari, Kecamatan Bangil Kab. Pasuruan.

Hydroponik merupakan metode bercocok tanam hanya menggunakan air, cahaya dan nutrisi. Selain air hydroponik juga bisa menggunakan media tanam seperti, serabut kelapa, batu bata, rockwool busa dan lain-lain. Sistem hydroponik lebih terkontrol dan termasuk jenis sayuran sehat karena minim pestisida. Hydroponik bisa membuat tanaman lebih cepat tumbuh dan berkembang. Keuntungan ini memberikan hasil yang lebih memuaskan bagi para petani.

Berdasarkan Sutarni *et al.*(2018) bahwa persepsi masyarakat terhadap Hydroponik sangat baik dengan indeks persepsi 84,16% dengan tergolong kategori sangat setuju. Masyarakat sangat setuju dengan adanya teknik pertanian yang menggunakan sistem Hydroponik. Masyarakat berpendapat sistem ini sangat bermanfaat bagi masyarakat karena dengan sistem ini masyarakat mengkonsumsi buah dan sayur yang sehat tanpa menggunakan produk kimia, tidak perlu bersusah payah mencari lahan untuk bercocok tanam,dapat memanfaatkan barang-barang bekas di rumah, sistem ini tidak membutuhkan waktu yang lama untuk dan tidak menggunakan tanah seperti pertanian konvensional serta terbebas dari hama tanaman.

Keuntungan hydroponik adalah perawatan sangat mudah karena tidak memerlukan lahan besar,tidak beresiko banjir erosi,sayuran hydroponik lebih sehat karena sedikit memakai bahan kimia, masa panen relatif singkat. Dan lebih terkontrol dengan hama, ringan menggunakan tenaga, sayur lebih segar. Kekurangan hydroponik yaitu penggunaan listrik yang cukup besar.

Menurut Devy, *et al.* (2019) kepuasan pelanggan merupakan faktor yang cukup penting di pemasaran, sebaliknya kekecewaan pelanggan dapat memberikan kehancuran perusahaan di masa mendatang. Agar pelanggan dapat dipertahankan, harus dilakukan dengan langkah– langkah pelayanan optimal bagi pelanggan. Kepuasan konsumen dalam suatu produk tentu mendorong terciptanya repeat order dan mendorong calon konsumen baru terhadap suatu usaha sedangkan ketidakpuasan konsumen bisa membuat konsumen merasa dirugikan sehingga dapat memberikan preferensi negatif terhadap orang lain.

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono ,2012:301). Menurut Kotler, kepuasan seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsinya atau kesanya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan oleh harapan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas dan bahagia dengan yang didapatkan (Kotler dan Keller, 2012).

Kepuasan konsumen bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor meliputi , Faktor Budaya dimana budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Orang pemasaran perlu memahami peran dari budaya., Faktor Sosial, Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga,

serta aturan dan status sosial konsumen., lalu ada faktor Pribadi. Keputusan seorang pembeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup dan stuaasi ekonomi., selanjutnya ada faktor psikologi, dimana kepuasan manusia itu dihasailkan dari 4 hal yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan serta keyakinan dan sikap. Dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. (Wardhani, 2006).

Untuk mengarahkan penelitian ini agar tepat pada sasarannya, maka di perlukan kerangka pikir yang digunakan untuk memberikan terhadap konsep teori.. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah seberapa tingkat konsumen dalam mengenal hydroponik dan keputusan pembelian terhadap hydroponik.



TUJUAN

Tujuan yang di harapkan oleh peneliti adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dengan menggunakan skala likert , untuk mengetahui kepuasan konsumen menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) .

METODE

Dalam penelitian ini di desain kuantitatif dengan menggunakan metode survey deskriptif yang dilakukan di omega fram. Data primer diperoleh dari angket atau kusioner untuk responden sedangkan data sekunder adalah data yang bersumber dari pustaka atau referensi yang berkaitan dengan penelitian. Analisis data meliputi Membuat kusioner, membagikan kusioner, memberikan skor untuk menentukan nilai dari kusioner peneliti menggunakan skala likert. Setiap item dari kusioner memiliki skor masing-masing setiap skor

pertanyaan positif yakni nilai tertinggi adalah 5 dan nilai terendah adalah 1.

Lokasi penelitian ini di pilih secara sengaja disesuaikan dengan tempat tinggal peneliti, penelitian ini dilaksanakan pada bulan maret 2023 di daerah Kolursari jalan raya rumah makan apung Kecamatan Bangil, Kota Pasuruan, Provinsi Jawa Timur.

Variabel masalah yang diangkat yaitu experience atau pengalaman konsumen. Aspek dari experience terdiri dari Feel adalah suatu cara atau usaha agar perasaan emosi pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa mencapai tingkat maksimal.

Populasi dalam penelitian ini adalah skala rumah tangga yang pernah membeli sayuran hydroponik di Omega Farm populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli sayuran hydroponik di Omega Farm yang jumlah sampelnya 30 orang.

Teknik pengambilan sampel di lakukan dengan teknik sampel jenuh (sensus) yaitu metode penarikan sampel. Hal ini sering di lakukan apabila jumlah populasi kecil.

Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas dan customer satisfactions index (CSI). Adapun tahap-tahap dalam pengukuran customer satisfactions index (CSI) ini meliputi tahap-tahap sebagai berikut: Menentukan mean importance score (MIS) dan mean satisfaction score (MSS), Menghitung *weighted factor* (WF), Menghitung skor *weighted score* (WS) dan Menghitung customer satisfactions index (CSI).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Tempat Penelitian

Omega Farm merupakan usaha dan tempat wisata yang bergerak di sektor penjual sayuran, usaha ini didirikan oleh Pak Yus pada tahun 2019 yang berlokasi di Desa Kolursari Kecamatan Bangil Kabupaten Pasuruan. Pada awal pembuatan, kebun masih sederhana dan peralatan minim, seketika covid 19 mulai menyerang, seiring berjalannya waktu, perkembangan farm ini tidak sesuai yang dibayangkan. Banyak kendala dialami oleh Pak Yus, Bapak Yus hanya mencoba sawi sendok dan dijual ke konsumen, dengan kegigihan dan keuletannya maka di dukung oleh keluarga, usaha Pak Yus kini berkembang.

USIA

Mayoritas konsumen (67%) sayuran Omega Fram berada pada kelompok berusia dewasa, dan usia termuda 21 tahun dan usia tertua adalah 59 tahun. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hadiani (2019) yang menyatakan bahwa kebanyakan konsumen yang membeli sayuran hydroponik adalah kelompok produktif (16-64 tahun).

Hal ini disebabkan oleh faktor pengetahuan yang luas akan keunggulan dari sayuran hidroponik dan pentingnya melaksanakan pola hidup sehat.

Berikut merupakan karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Omega Farm :

Kelompok Usia	Frekuensi	Persentase
Kanak-kanak	0	0
Remaja	5	17%
Dewasa	20	67%
Lansia	5	17%
Jumlah	30	100%

JENIS KELAMIN

Jenis kelamin responden Omega Farm bahwa mayoritas responden adalah Perempuan sebanyak 20 orang (67%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memegang kendali untuk mengurus kebutuhan rumah tangga salah satunya adalah kebutuhan pemenuhan gizi keluarga. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Juarwan (2013) yang menyatakan bahwa perempuan cenderung lebih berperan dalam mengambil keputusan rumah tangga.

Berikut merupakan tabel hasil penelitian terhadap jenis kelamin responden :

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	10	33%
Perempuan	20	67%
Total	30	100%

PENDIDIKAN RESPONDEN

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	5	17%
SMP	0	0
SLTA	20	67%
SARJANA	5	17%
Jumlah	30	100%

Berdasarkan tabel keterangan di atas, yang bersumber dari data consumer index Omega Farm dapat diketahui tentang pendidikan responden Omega Farm mayoritas responden OmegaFarm adalah Pendidikan SMA/SEDERAJAT sebanyak 20 orang sedangkan SD dan SARJANA adalah 5 orang.

JENIS PEKERJAAN

Jenis Pekerjaan Responden Omega Farm adalah KARYAWAN SWASTA sebanyak 12 orang sedangkan WIRASWASTA adalah sebanyak 8 orang, Pelajar dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 5 orang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Safira dan Pritanti (2019) yang menyatakan bahwa banyaknya konsumen hidroponik dari kalangan karyawan swasta.

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Perentase
KARYAWAN	12	40%
SWASTA		
PNS	0	0
WIRASWASTA	8	27%
PELAJAR	5	17%
IRT	5	17%
Jumlah	30	100%

UJI REABILITAS VARIABEL

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	20

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian tersebut dapat dianggap valid. Uji ini melibatkan 20 item pertanyaan untuk tingkat kepentingan dan 20 item pertanyaan untuk tingkat kinerja. Uji validitas ini dilakukan menggunakan korelasi bivariate Pearson dengan bantuan program SPSS versi 25. Item-item dalam kuesioner dikatakan valid jika nilai korelasi (r) yang dihitung lebih besar dari nilai korelasi yang tercatat dalam tabel pada tingkat signifikansi 5%. Sebaliknya, item-item dikatakan tidak valid jika nilai korelasi yang dihitung lebih kecil dari nilai korelasi dalam tabel pada tingkat signifikansi 5%.

Hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa dari 20 item pertanyaan untuk tingkat kepentingan, sebanyak 11 item dianggap valid, sedangkan 9 item dianggap tidak valid. Sehingga, ada 11 item yang dapat diandalkan sebagai instrumen penelitian. Uji validitas juga dilakukan untuk 20 item pertanyaan tingkat kinerja, dan hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 16 item dianggap valid, sementara 4 item dianggap tidak valid. Sehingga, ada 16 item yang dapat diandalkan sebagai instrumen penelitian.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus alpha dan dengan bantuan SPSS versi 25. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0.6. Hasil uji reliabilitas untuk variabel kepentingan menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0.772, yang menandakan bahwa instrumen tersebut reliabel. Sedangkan untuk variabel kinerja, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0.774, yang juga menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel.

INDEKS KEPUASAN KONSUMEN

Kepuasan konsumen terhadap sayuran hyroponik pada penelitian ini menggunakan analisis CSI. Perhitungan dalam CSI memperhitungkan rata-rata kepentingan suatu atribut dalam menentukan tingkat kinerja atribut tersebut, nantinya memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan total konsumen responden. Hasil analisis ini akan menggambarkan tingkat kepuasan konsumen pada tahap sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas dan sangat puas.

Adapun perhitungan nilai CSI pada sayuran hydroponik dapat dilihat tabel 8. Perhitungan tersebut dimulai dengan cara menentukan weight factor berguna untuk menghitung nilai weight score. Nilai weight score itu sendiri di dapat dari hasil perkalian antara weighted factor dengan nilai rata-rata kinerja tiap atribut MSS (mean satifaction score). Nilai indeks kepuasan konsumen diperoleh dari total nilai weighted score (WS) dibagi skala maksimum yang di gunakan (5) dan Dikalikan 100% .

Berikut merupakan gambaran rumusa yang dapat digunakan. Rumus ini merupakan cara perhitungan nilai CSI yang telah disebutkan diatas.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \quad WS_i = WF_i \times MSS_i$$

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Gb.Rumus perhitungan

Berikut merupakan tabel yang menunjukkan bahwa perhitungan CSI pada sayuran hydroponik memperoleh skor sebesar $CSI = 408.8 : 5 \times 100\% = 81,74$ Skor tersebut berada dalam suatu rentang skala berarti termasuk dalam kategori puas.

Hasil peritungan ini menyatakan bahwa konsumen mersa puas terhadap kinerja yang dihasilkan oleh atribut-atribut yang melekat pada sayuran hydroponik Omega Farm, sehingga perlakuan yang perlu dilakukan adalah mempertahankannya. Setiap kolom pada angka MSI di dapatkan dengan komputasi terhadap nilai kepentingan hasil skor kuisisioner responden sebanyak 20 yang di jumlahkan. Hasil perhitungan CSI hanya menunjukan secara keseluruhan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut hydroponik.

PERTANYAAN	MSI	MSS	WF	WS	
Kebersihan	4,60	4,07	5,26	21,40	
Penampilan Karyawan	4,47	4,24	5,11	21,68	
Pelayanan Cepat	4,77	4,43	5,45	24,18	
Pengetahuan karyawan	4,60	4,10	5,26	21,58	
Tanggap terhadap keluhan pelanggan	4,60	4,03	5,26	21,23	
Cepat merespon pelanggan	4,33	4,27	4,96	21,16	
Menjalin komunikasi instens dengan pelanggan	4,13	3,83	4,73	18,10	
Merasa aman melakukan transaksi	4,30	3,97	4,92	19,52	
Perusahaan Memiliki citra positif	4,17	3,97	4,77	18,93	
Mampu Memberikan Kepercayaan	4,23	4,13	4,84	20,02	

Membenkan perhatian secara individu	4,17	3,97	4,77	18,91	
Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	4,23	3,93	4,84	19,05	
Pelayanan tidak membedakan status	4,27	4,17	4,88	20,34	
Sayur terlalu sedia	4,40	4,03	5,03	20,31	
Kesegaran sayuran	4,66	4,50	5,33	23,97	
Rasa Sayuran	4,23	3,93	4,84	19,05	
Kesesuaian harga dan kualitas	4,43	4,27	5,07	21,64	
Manfaat Sayuran	4,20	3,90	4,81	18,73	
Desain Kemasan	4,27	3,87	4,88	18,88	
Sayuran lengkap dan bervariasi	4,33	4,03	4,96	20,00	
	87,4			WT 408,68	
				CSI 81,74	Puas

Tabel 8**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran, tingkat kepuasan konsumen skala rumah tangga terhadap atribut hidroponik adalah 81,74 puas sedangkan atribut Omega Farm yang dianggap penting bagi konsumen ialah kebersihan (Di karenakan akan kecukupan literasi responden terhadap pentingnya ke hygiene), kesegaran sayuran (Karena sejalan dengan tingkat affectiveness terhadap keputusan konsumen dalam membeli) , desain kemasan (Sesuai dengan hukum ologi konsumen) dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Sutarni, S., Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2018). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221-240.
- Rahman, A. (2017). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 17(2), 237-242.
- Edward, E., Chan, S., & Majid, M. S. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple Di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 8(3)
- Sari, R. M., & Kurnia, E. (2018, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Tuntungan Indah Lestari Raya Medan. In *Seminar Nasional Royal (SENAR) (Vol. 1, No. 1, pp. 451- 454)*.

- Sunarto, Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran,(Yogyakarta : UST PRESS YOGYAKARTA, 2006), hal.97-104
- Sumarwan (2004) Prilaku Konsumen, Pemasaran Bogor : Ghalia Indonesia Dutka Melinda,2008:11 Dimensi Kepuasan.
- SETIAWAN, I., & ARTA, M. R. (2022). PENGARUH PERPUTARAN KAS, PERPUTARAN KREDIT, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PROFITABILITAS LPD DI KECAMATAN DENPASAR TIMUR KOTA DENPASAR (Doctoral dissertation , Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Kurniawan, H. (2020). Pengaruh Pemahaman Finteich Dan Inklusi Keuangan Terhadap Produktivitas Umkm Di Kota Bandar Lampung (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Metro).
- Perwira, I. (2019). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINEIRJA KARYAWAN WARUNG KOPI DI KOTA MAKASSAR. Jurnal Ilmiah Ecosystem, 19(2), 229-237.
- Nudin, I., Dolorosa, E., & Suharyani, A. (2022). Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak: Seibuah Analisis Customer Satisfaction Index (CSli). JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics), 15(3), 247-256.
- Hughner, R. S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C. J., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. Journal of Consumer Behaviour, 6(2- 3), 94–110. doi:10.1002/cb.210
- Anonim, Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery Dan Shop. Vol 2 no 1 Maret (jurnal keungan dan bisnis) hal 79.
- Sunarto, Manajemen Pemasaran 2 Seri Prinsip-Prinsip Pemasaran.(Yogyakarta : UST PRESS YOGYAKARTA, 2006), hal.97-104
- Renée Shaw Hughner, Pierre McDonagh, Andrea Prothero, Clifford J. Shultz II, Julie Stanton. Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food.