



Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian
(J - S E P)
(Journal of Social and Agricultural Economics)



**KEPUASAN KONSUMEN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA PONTIANAK:
SEBUAH ANALISIS *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI)**

***CONSUMER SATISFACTION OF HYDROPONIC VEGETABLES IN
PONTIANAK CITY: AN ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION INDEX
(CSI)***

Ikhsan Nudin¹, Eva Dolorosa^{2*}, Anita Suharyani²

^{1,2}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tanjungpura

*Corresponding author's email: eva.dolorosa@faperta.untan.ac.id

Submitted: 13/06/2022

Revised: 26/10/2022

Accepted: 30/11/2022

ABSTRACT

The growth of hydroponic vegetable businesses in Pontianak City drives producers to compete by improving their quality to keep old consumers and expand to new consumers. The research used a survey method with a sampling technique using non-probability techniques, with the sample taken using a purposive sampling approach. Data were analyzed using descriptive analysis methods, Importance Performance Analysis (IPA), and Customer Satisfaction Index (CSI). The Importance Performance Analysis (IPA) results explain that the attributes that must improve are the location of sales and sales promotions such as discounts and prizes. The Customer Satisfaction Index (CSI) value ranged between 0.66-0.80 by 0.79. The overall attributes of hydroponic vegetables in Pontianak City can be said to have satisfied consumers. Hydroponic vegetable producers in Pontianak City should expand their sales locations and sales promotions. For example, price discounts and bonuses for their hydroponic products. They should also maintain or improve their performance to increase consumer satisfaction with hydroponic vegetables in Pontianak City.

Keywords: consumers satisfaction, hydroponic, vegetables

ABSTRAK

Tumbuhnya usaha sayuran hidroponik di Kota Pontianak membuat para produsen berlomba-lomba meningkatkan kualitas untuk mempertahankan konsumen lama dan berekspansi ke konsumen baru. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability*, dengan pengambilan sampel menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) menjelaskan bahwa atribut yang perlu ditingkatkan adalah lokasi penjualan dan promosi seperti diskon dan bonus. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 0,79 yaitu berkisar antara 0,66-0,80. Secara keseluruhan atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak dapat dikatakan telah memuaskan konsumen. Produsen sayuran hidroponik di Kota Pontianak perlu memperluas lokasi penjualan dan promosi penjualan. Misalnya diskon dan bonus untuk produk hidroponik mereka. Mereka juga harus mempertahankan atau meningkatkan kinerjanya untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Pontianak.

Kata kunci: sayuran hidroponik, karakteristik konsumen, kepuasan konsumen



Copyright © 2022 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

How to Cite: Nudin, I., Dolorosa, E., Suharyani, A. (2022). Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Kota Pontianak: Sebuah Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 15(3): 247-256.

PENDAHULUAN

Hortikultura adalah salah satu bidang pertanian yang berhubungan dengan budidaya tanaman secara intensif yang menyediakan makanan obat-obatan bagi manusia dan mendapatkan kepuasan. Pengetahuan tentang pertumbuhan penduduk, kesejahteraan masyarakat, dan kesehatan masyarakat mempengaruhi permintaan sayuran semakin meningkat oleh karena itu produksi sayuran harus ditingkatkan. Produksi sayuran di Kalimantan Barat meningkat tiap tahunnya, yakni pada tahun 2018 produksi sayuran di Kalimantan Barat 35,520 ton dan pada tahun 2019 meningkat menjadi 50,305 ton (Badan Pusat Statistik, 2020).

Kemajuan teknologi yang pesat menyebabkan berkembangnya industri-industri mengubah banyak lahan garapan di perkotaan semakin terbatas. Hidroponik bisa menjadi salah satu alternatif pertanian yang bisa dilakukan. Hidroponik adalah teknik menanam tanaman tanpa tanah pot tetapi menggunakan air sebagai media tanam. Keunggulan hidroponik adalah sebagai berikut: (a) tidak membutuhkan lahan yang luas; (b) kemudahan perawatan; (c) memiliki nilai jual yang tinggi; (d) keberhasilan pertumbuhan dan produksi tanaman lebih terjamin. Sedangkan kekurangan dari metode hidroponik adalah: (a) lebih mahal; (b) memerlukan keterampilan khusus; (c) ketersediaan dan perawatan peralatan hidroponik cukup sulit (Roidah, 2014).

Kualitas sayuran hidroponik lebih baik daripada sayuran konvensional, tetapi memerlukan biaya produksi jauh lebih tinggi. Dengan segmen pasar yang khusus serta kualitas yang baik, sayuran hidroponik dapat dijual dengan tinggi di atas harga pasar. Sistem hidroponik membuat sayuran lebih sehat karena secara industri tidak terkontaminasi logam berat di dalam tanah, segar, tahan lama dan mudah dicerna. Sayuran hidroponik mulai diminati masyarakat seiring dengan kesadaran masyarakat akan kesehatan yang mulai meningkat saat ini. Pertimbangan kebersihan menjadi alasan utama konsumen mengonsumsi sayuran hidroponik. Hal ini menyebabkan pola makan masyarakat berubah dibandingkan yang sebelumnya tidak memperhatikan makanan yang dikonsumsi kini mulai memperhatikan faktor kesehatan dengan mengonsumsi sumber makanan yang akan dikonsumsi (Anika & Putra, 2020).

Konsumen pada umumnya mempertimbangkan harga sayuran hidroponik yang ditawarkan. Karena harga sayuran hidroponik relatif lebih mahal dari sayuran konvensional konsumen tidak menganggap sayuran hidroponik ini sebagai yang utama. Maka dari itu diperlukan strategi-strategi untuk meningkatkan minat masyarakat agar masyarakat lebih mengonsumsi sayuran hidroponik. Salah satunya yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen terhadap suatu produk mendorong terciptanya sikap positif sehingga terjadi pembelian ulang dan jika kepuasan tetap ada maka akan terbangun loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Sebaliknya perasaan tidak puas akan menyebabkan loyalitas konsumen frustrasi dan berhenti membeli serta mengonsumsi produk tersebut (Sumarwan, 2011).

Adanya perubahan pola konsumsi masyarakat merupakan peluang bagi produsen sayuran hidroponik sehingga membuat produsen yang memproduksi sayuran hidroponik akan mencari tahu bagaimana perilaku konsumen dan kepuasannya. Dengan hal ini maka pihak produsen akan dapat meningkatkan keuntungan yang ingin dicapai dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Bisnis sayuran hidroponik di Kota Pontianak semakin hari semakin berkembang menciptakan posisi kompetitif di antara petani sayuran hidroponik lokal di pasar yang ketat. Hal tersebut terbukti dari salah satu produsen sayuran hidroponik lokal yang sayurnya sudah masuk supermarket (Dedi, 2021). Persaingan yang semakin ketat akan mendorong para petani sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas produk agar dapat diterima oleh konsumen.

Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik, peneliti menggunakan bauran pemasaran 4P, objek yang diamati dalam penelitian ini adalah produk sayuran hidroponik. Konsep bauran pemasaran terdiri dari 4P, yaitu Produk (*product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) (Kotler & Keller, 2009). Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik di Kota Pontianak berdasarkan pada produk, harga, lokasi/distribusi, dan promosi.

Penelitian terkait kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik sudah pernah dilakukan oleh (Darmawan, 2017; Husain & Amran, 2022; Yasmin et al., 2017). Penelitian sebelumnya membahas kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik pada atribut yang melekat pada

produk seperti bentuk fisik dan kandungannya. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis kepuasan konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak mengenai bagaimana produk, harga, lokasi/distribusi dan promosi secara tidak langsung mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Ada dua metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen dalam penelitian ini, yakni *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *CSI (Customer Satisfaction Index)*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) di Kota Pontianak, Kalimantan Barat. Pemilihan Kota Pontianak sebagai tempat penelitian karena saat ini banyak dari masyarakat yang mulai sadar akan hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran hidroponik. Hal tersebut menjadi peluang bagi penulis untuk mengetahui seberapa besar sayuran hidroponik mempengaruhi konsumen dalam memperoleh kepuasannya. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden (Lemeshow, 1997).

Uji validitas digunakan pada penelitian ini untuk menguji valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai *r hitung* dengan *r tabel* dari ketentuan *degree of freedom* ($df = n-2$), di mana *n* adalah jumlah sampel. Untuk menentukan penilaian uji validitas kriterianya adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ sehingga pernyataan tersebut tidak valid. Dalam SPSS diberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator dapat dinilai baik dan tanggapan responden terhadap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap indikator adalah konsisten dengan nilai $r > 0,206$ menunjukkan valid. Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh nilai *Cronbach Alpha* kepentingan pada taraf signifikan 0,85 dan nilai *Cronbach Alpha* pada kinerja 0,75, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua atribut reliabel karena memiliki kepercayaan lebih besar dari 0,70.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah menggambarkan tentang profil, keadaan, sifat atau ciri-ciri khusus responden yang menjadi sampel pada penelitian disajikan pada Tabel 1.

Memahami usia konsumen menjadi hal penting karena konsumen dari berbagai usia mengonsumsi dan layanan yang berbeda. Perbedaan usia juga akan diterjemahkan ke dalam perbedaan selera dan preferensi merek (Sumarwan, 2011). Para konsumen yang membeli dan mengonsumsi sayuran hidroponik di Kota Pontianak sebagian besar berusia 17-25 tahun, tergolong usia dewasa dan produktif.

Jenis kelamin merupakan faktor yang penting dan pengaruhnya signifikan dalam pembelian. Dalam mendapatkan suatu produk, pria dan wanita memiliki cara berpikir dan keinginan yang berbeda (Sudjanarti et al., 2020). Konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak di dominasi oleh perempuan yang sudah berumah tangga karena perempuan mempunyai kewajiban untuk membeli pangan dan bertanggung jawab dalam mengatur konsumsi anggota keluarga.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Usia		
17 – 25 Tahun	48	50 %
26 – 35 Tahun	36	37 %
36 – 45 Tahun	12	13 %
Jenis Kelamin		
Laki	33	34 %
Perempuan	63	66 %
Pendidikan		
SMP	6	6 %
SMA	13	14 %
D3	6	6 %
S1-S3	71	74 %
Pekerjaan		
Pegawai Swasta	23	24 %
Pegawai Negeri Sipil	11	12 %
Wiraswasta	29	30 %
Petani / Nelayan	1	1 %
IRT	32	33 %
Penghasilan		
Rp2.000.000 – Rp3.000.000	66	69 %
Rp3.000.000 – Rp4.000.000	19	20 %
Rp4.000.000 – Rp5.000.000	3	3 %
≥ Rp5.000.000	8	8 %
Status Pernikahan		
Belum Menikah	44	46 %
Menikah	52	54 %
Jumlah Anggota Keluarga		
1 Orang	1	1 %
2 Orang	13	14 %
3 Orang	12	13 %
4 Orang	33	34 %
5 Orang	29	30 %
6 Orang	8	8 %
Frekuensi Pembelian Sayur Hidroponik		
1 Kali / Minggu	59	62 %
2-3 Kali / Minggu	24	25 %
3-4 Kali / Minggu	10	10 %
5-6 Kali / Minggu	2	2 %
Setiap Hari	1	1 %
Produsen Hidroponik Pilihan Konsumen		
Sayok Kite Hydrofarm (Pontianak Selatan)	12	13 %
Teras Hidroponik (Pontianak Timur)	15	16 %
Hidroponik Alwi Mini Farm (Pontianak Barat)	21	22 %
Pondok Hidroponik (Pontianak Utara)	21	22 %
HD Ponik (Pontianak Kota)	18	19 %
Greenhill Hidroponik (Pontianak Tenggara)	7	8 %

Sumber : Analisis Data Primer, 2021

Konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak di dominasi oleh pendidikan tingkat Sarjana yaitu sebesar 74%. Tingkat pendidikan yang tinggi cenderung mempengaruhi persepsi dan pemikiran konsumen dalam memilih produk untuk dikonsumsi. Berbedanya tingkat pendidikan akan menyebabkan perbedaan selera konsumen terhadap pilihan produk dan jasa (Sumarwan, 2011).

Pekerjaan responden berdasarkan hasil karakteristik sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Hal ini dikarenakan ibu rumah tangga memiliki banyak waktu luang, sehingga frekuensi

membeli sayuran hidroponik dipasar jauh lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian tentang perilaku konsumen saat membeli barang ibu rumah tangga (Astuti, 2013).

Para konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak adalah yang berpenghasilan di atas Rp2.000.000 per bulan. Sayuran hidroponik relatif lebih mahal daripada sayuran konvensional, apabila pekerjaan dan pendapatan konsumen lebih tinggi maka daya beli suatu produk akan lebih tinggi dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan didominasi oleh responden yang sudah menikah dengan nilai sebesar 54%. Persentase ini menunjukkan bahwa perempuan yang menikah memiliki tanggung jawab dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga. Konsumen akan memilih produk yang baik bagi kesehatan keluarganya, salah satunya memilih sayuran yang sehat dan bebas pestisida seperti sayur hidroponik untuk dikonsumsi (Husain & Amran, 2022).

Banyaknya jumlah anggota dalam suatu keluarga, akan meningkatkan mengonsumsi suatu produk dalam keluarga, hal ini sejalan dengan hasil di lapangan yang didapat bahwa karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak sebagian besar beranggotakan keluarga sebanyak 4 orang.

Responden sayuran hidroponik di Kota Pontianak membeli lebih banyak sayuran hidroponik dengan rentang waktu 1 kali dalam seminggu. Hal ini sesuai mengenai konsumen sayuran hidroponik yang menyatakan lebih menyukai membeli sayuran hidroponik satu minggu sekali karena konsumen mengonsumsi sayuran hidroponik untuk kesehatan dan tidak suka menyimpan sayuran lebih dari seminggu dalam lemari es (Febrianti et al., 2019).

Tingkat Kepuasan Konsumen Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas mengacu pada fakta bahwa suatu variabel dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa semua indikator dapat dinilai baik dan tanggapan responden terhadap pertanyaan yang digunakan untuk mengukur setiap indikator adalah konsisten dengan nilai $r > 0,206$ menunjukkan valid.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *Software SPSS 21.0* diperoleh nilai *Cronbach Alpha* kepentingan pada taraf kepentingan 0,85 dan nilai *Cronbach Alpha* pada taraf kinerja 0,75. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua atribut reliabel karena memiliki kepercayaan lebih besar dari 0,70.

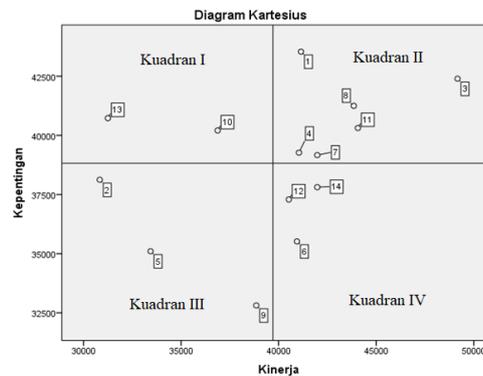
Analisis Kepuasan Konsumen (*Importance Performance Analisis*)

Metode IPA digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang perlu ditingkatkan atau dikembangkan dan item mana saja yang harus dipertahankan berdasarkan sudut pandang konsumen. Hasil kombinasi tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dibagi menjadi empat kuadran sebagai indikator kepuasan pelanggan secara umum dari 96 responden. Penempatan atribut penelitian yang berjumlah 14 ditentukan berdasarkan nilai rata-rata skor kepentingan dan rata-rata skor kinerja masing-masing atribut. Penentuan sumbu X (kinerja) sebesar 3,97 dan sumbu Y (kepentingan) sebesar 3,88 yang diperoleh dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)
Kuadran I disebut juga sebagai kuadran prioritas utama karena atribut-atributnya dianggap sangat penting akan tetapi kinerja atributnya masih buruk atau tidak sesuai keinginan konsumen. Atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang berada pada kuadran I adalah lokasi penjualan dan promosi penjualan seperti potongan harga dan bonus.

Lokasi adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menyediakan produk kepada pelanggan sasaran (Kotler & Armstrong, 2017). Atribut lokasi penjualan dianggap sangat penting oleh konsumen. Lokasi penjualan rata-rata sekaligus sebagai rumah pribadi produsen, walau lokasi ini bisa diakses oleh konsumen namun letaknya yang tidak berada di tempat keramaian, kantor, dan sebagainya membuat konsumen merasa memerlukan waktu yang lebih banyak untuk berbelanja. Menurut konsumen sayuran hidroponik jika lokasi penjualannya berada di pusat keramaian/perbelanjaan maka akan memudahkan konsumen karena bisa berbelanja berbagai kebutuhan dalam satu waktu.

Promosi penjualan merupakan tambahan penghasilan dalam jangka waktu pendek untuk mendorong minat beli atau penjualan dari produk dan jasa (Kotler & Keller, 2009). Promosi penjualan potongan harga (*discount*) dan bonus tidak dilakukan oleh pihak produsen karena menurut pemilik jika konsumen membutuhkan suatu produk dengan segala manfaatnya, konsumen akan rela membeli produk tersebut walaupun harganya relatif mahal. Bagi konsumen walaupun merasa mampu membeli sayuran hidroponik yang relatif mahal, namun sifat alami konsumen yang menginginkan promosi akan tetap muncul.



Gambar 1. Diagram Cartesius Pemetaan Atribut Sayuran Hidroponik di Kota Pontianak

Keterangan:

1. Kesegaran sayur hidroponik
2. Kemasan sayur hidroponik
3. Warna sayur hidroponik
4. Bentuk fisik sayur hidroponik
5. Daya tahan sayuran untuk disimpan
6. Keterjangkauan harga
7. Kesesuaian harga dengan manfaat
8. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
9. Harga bersaing
10. Lokasi penjualan
11. Kemudahan akses transportasi
12. Ketersediaan produk
13. Promosi penjualan seperti potongan harga dan bonus
14. Iklan di media

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II dikenal sebagai kuadran retensi kinerja artinya atribut-atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan kinerjanya juga memuaskan. Pada kuadran ini kepuasan pelanggan dinilai relatif tinggi perusahaan harus menjaga atribut-atribut yang ada pada kuadran ini. Atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang berada dalam kuadran II yaitu kesegaran sayur hidroponik, kesesuaian harga dengan kualitas produk, bentuk fisik sayur hidroponik, kesesuaian harga dengan manfaat, kemudahan akses transportasi, warna sayur hidroponik.

Menurut konsumen, kesegaran sayuran hidroponik merupakan atribut yang penting dan kinerja yang dilakukan oleh produsen sayuran hidroponik di Kota Pontianak sudah bagus. Sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang dijual merupakan sayuran yang berbeda setiap harinya, di mana jenis sayur yang dipasarkan ini sesuai dengan permintaan konsumen. Kesegaran sayuran hidroponik yang dipasarkan sangat menarik perhatian konsumen untuk membeli sayuran hidroponik. Oleh karena itu produsen sayuran hidroponik di Kota Pontianak harus mempertahankan kinerjanya agar kepuasan konsumen tetap terjaga.

Kemudian atribut kesesuaian harga dengan kualitas juga dianggap penting dan kinerjanya sudah bagus. Menurut konsumen kualitas sayuran hidroponik yang diterima sudah sesuai dengan

harga yang ditawarkan oleh produsen. Sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang dipasarkan memiliki kualitas yang baik. Produsen hidroponik di Kota Pontianak selalu memperhatikan kualitas dari produknya. Sayuran hidroponik yang di jual dalam keadaan segar, bersih dan tidak pucat atau barang tidak dalam keadaan cacat sehingga konsumen merasakan kinerja yang dilakukan oleh produsen sangat bagus. Sayur hidroponik harus memiliki kualitas sesuai dengan syarat standar sebelum dipasarkan, di mana sayur hidroponik harus bebas dari kerusakan seperti kerusakan yang berasal dari serangan hama, penyakit, dan kerusakan teknis (Herwibowo & Budiana, 2014).

Bentuk fisik sayur hidroponik (utuh) menjadi salah satu atribut yang dianggap penting dan kinerjanya bagus. Menurut konsumen, penampilan fisik sayur hidroponik lokal Kota Pontianak yang dipasarkan sangat bagus dan konsumen ingin sayuran hidroponik terlihat segar dan tidak layu. Hal ini juga serupa dengan penelitian (Husain & Amran, 2022; Yasmin et al., 2017) yang menyatakan bahwa atribut pertama dan terpenting dari sayuran hidroponik adalah penampilan fisik sayuran.

Atribut kesesuaian harga dengan manfaatnya dianggap penting dan kinerjanya sudah bagus. Menurut konsumen harga yang ditawarkan sangat sesuai dengan manfaatnya. Sayuran hidroponik sangat sehat untuk dikonsumsi karena pada sayuran hidroponik terdapat kandungan vitamin dan mineral serta sumber serat yang baik bagi tubuh manusia dan sayuran hidroponik bebas dari pestisida.

Warna sayur hidroponik juga dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dari perusahaan juga sangat bagus. Konsumen berpendapat sayuran hidroponik lokal Kota Pontianak memiliki warna yang cerah dan hijau. Sayuran hidroponik yang dipasarkan ke ritel-ritel modern memiliki syarat khusus salah satunya yaitu sayuran hidroponik yang dipasarkan harus memiliki warna yang cerah dan hijau (Herwibowo & Budiana, 2014).

Atribut – atribut yang berada pada kuadran II sudah memenuhi keinginan konsumen, sehingga produsen sayuran hidroponik lokal Kota Pontianak dapat mempertahankan kinerjanya pada atribut tersebut. Kuadran ini menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III dikenal sebagai kuadran prioritas rendah yang berarti bahwa sifat-sifat kuadran ini dianggap oleh konsumen tidak penting dan kinerjanya belum terwujud oleh perusahaan biasa-biasa saja. Meskipun sifat kuadran ini kurang penting namun atribut di kuadran ini perlu ditingkatkan, karena suatu usaha haruslah unggul dan selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik dari pada pesaingnya termasuk dalam hal yang tidak dianggap penting oleh konsumen. Atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang berada dalam kuadran ini adalah kemasan sayur hidroponik, daya tahan sayuran untuk disimpan, harga bersaing.

Kemasan sayur hidroponik lokal Kota Pontianak hanya berupa Brand label yaitu nama merek yang dicantumkan pada kemasan. Kemasan sayur hidroponik ini merupakan kemasan yang terbuat dari plastik standar yang tembus pandang, di mana kemasan ini langsung dibuang setelah produknya habis. Menurut konsumen, kemasan sayuran hidroponik lokal Kota Pontianak kurang penting, karena tidak dapat digunakan berulang kali, justru jika kemasan terlalu bagus hanya akan menyebabkan harga jual sayuran hidroponik lebih mahal. Kemasan pada suatu produk diciptakan agar konsumen mau membayar lebih hanya untuk mendapatkan kemasan khusus yang aman dan menarik (Darmawan, 2017).

Atribut daya tahan sayuran hidroponik ketika disimpan dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen serta kinerja dari produsen sayuran hidroponik lokal di Kota Pontianak dianggap biasa saja. Menurut konsumen sayur hidroponik lokal Kota Pontianak memiliki daya tahan yang rata-rata memang sekitar 2 sampai 3 hari ketika disimpan.

Harga bersaing dengan tempat lain dianggap kurang penting bagi konsumen, karena jika ada perbedaan dari segi harga sayur hidroponik dengan tempat lain itu dianggap tidak terlalu jauh. Jadi hal ini tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Karena konsumen sudah mulai sadar akan kesehatan salah satu caranya mengonsumsi sayuran hidroponik bebas pestisida.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV dikenal dengan istilah *over-quadrant* artinya sifat-sifat dari kuadran ini tidak terlalu penting bagi konsumen karena kinerja dan implementasinya dinilai sangat baik. Atribut dalam kuadran ini dianggap berlebihan sehingga perusahaan harus fokus pada perbaikan di kuadran satu dan tiga terlebih dahulu. Atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak yang terdapat pada kuadran IV yaitu ketersediaan produk, keterjangkauan harga serta iklan di media.

Ketersediaan produk juga dianggap kurang penting dan namun kinerjanya bagus. Menurut konsumen sayur hidroponik lokal Kota Pontianak cukup tersedia dan sudah banyak bermunculan produsen baru semenjak pandemi menerpa dunia. Stok akan sayuran hidroponik lebih dari cukup pada setiap produsennya.

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa serta nilai yang ditukarkan pelanggan untuk keuntungan pemilik atau penggunaan produk atau layanan (As'ad & Mulyo Aji, 2020; Kotler & Amstrong, 2017). Keterjangkauan suatu produk tidak terlalu penting bagi konsumen karena walaupun harganya agak mahal namun pelayanan yang diberikan sangat baik sehingga tidak menjadi masalah bagi konsumen. Menurut konsumen, harga sayur hidroponik lokal di Kota Pontianak terjangkau, dan jika dibandingkan dengan pesaing yang ada di pasaran harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda. Sehingga harga bukan menjadi permasalahan yang berarti bagi konsumen.

Atribut adanya iklan di media memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerja yang dilakukan oleh pihak produsen dan pemerintah setempat cukup tinggi. Periklanan adalah suatu bentuk presentasi non operasional serta promosi ide barang atau jasa yang disajikan oleh sponsor (Kotler & Keller, 2009). Menurut konsumen walaupun tidak ada iklan di media, konsumen dapat mengetahui produk sayuran hidroponik yang dipasarkan dari keluarga atau teman dari konsumen tersebut.

Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*)

Perhitungan dalam metode ini menggunakan rerata skor kepentingan dan rerata skor tingkat kinerja atribut pada sayuran hidroponik di Kota Pontianak. Berikut perhitungan indeks kepuasan pelanggan sayuran hidroponik di Kota Pontianak disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1. Diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sayuran hidroponik di Kota Pontianak adalah sebesar 0,79. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum indeks kepuasan konsumen sayuran hidroponik di Kota Pontianak pada atribut yang dianalisis berada pada skala 0,66 – 0,80 yang berarti masuk dalam kategori puas. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat ditingkatkan sesuai dengan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA). Produsen sayuran hidroponik di Kota Pontianak tetap mempertahankan kinerja yang baik dan meningkatkan kinerja dari atribut yang perlu ditingkatkan sesuai dengan hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah lokasi penjualan dan promosi penjualan seperti potongan harga dan bonus.

Faktor yang menyebabkan persepsi masyarakat di kategori baik kepada tanaman hidroponik antara lain responden mengerti tentang tanaman hidroponik dan beranggapan persepsi lewat pengetahuan tanaman hidroponik bahwa responden mengerti penanaman hidroponik serta keuntungan dan kelebihan dari pemanfaatan tanaman tersebut karena keuntungan dan kelebihannya yaitu harga jual yang lebih tinggi di bandingkan tanaman yang di tanam secara konvensional, tidak menggunakan pestisida, masa pertumbuhan lebih cepat, hasil lebih maksimal, bisa di tanam di musim apa pun, bisa ditanam di daerah perkotaan, cara pengurusan tanaman yang mudah hanya menjaga kestabilan air serta penambahan nutrisi secara teratur (Kaunang et al., 2016)

Tabel 2. Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*)

No	Atribut	Kepentingan (Y)/MIS	Kinerja (Y)/MSS	WF	WS
Harga					
1	Kesegaran sayur hidroponik	4,35	4,11	0,08	0,32
2	Kemasan sayur hidroponik	3,81	3,08	0,07	0,21
3	Warna sayur hidroponik	4,23	4,91	0,07	0,38
4	Bentuk fisik sayur hidroponik	3,92	4,10	0,07	0,29
5	Daya tahan sayuran untuk disimpan	3,51	3,34	0,06	0,21
Harga					
1	Keterjangkauan harga	3,55	4,09	0,06	0,26
2	Kesesuaian harga dengan manfaat	3,91	4,19	0,07	0,30
3	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	4,12	4,38	0,07	0,33
4	Harga bersaing	3,28	3,88	0,06	0,23
Lokasi / Distribusi					
1	Lokasi penjualan	4,02	3,68	0,07	0,27
2	Kemudahan akses transportasi	4,03	4,40	0,07	0,32
3	Ketersediaan produk	3,7	4,05	0,06	0,27
Promosi					
1	Promosi penjualan seperti potongan harga dan bonus	4,07	3,12	0,07	0,23
2	Iklan di media	3,78	4,19	0,06	0,29
	Total	54,35	55,59		
	WAT				3,98
	CSI				0,79

Sumber : Data Primer diolah (2021)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) bahwa atribut prioritas utama yang perlu ditingkatkan adalah lokasi penjualan dan promosi seperti potongan harga dan bonus. Nilai Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) adalah 79% atau 0,79. Di mana nilai tersebut masuk dalam kategori puas. Secara keseluruhan atribut sayuran hidroponik di Kota Pontianak telah memuaskan konsumennya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anika, N., & Putra, E. P. D. (2020). Analisis Pendapatan Usahatani Sayuran Hidroponik Dengan Sistem Deep Flow Technique (Dft). *Jurnal Teknik Pertanian Lampung (Journal of Agricultural Engineering)*, 9(4), 367. <https://doi.org/10.23960/jtep-l.v9i4.367-373>
- As'ad, M. H., & Mulyo Aji, J. M. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(2), 182. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i2.16441>
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Provinsi Kalimantan Barat Dalam Angka Tahun 2020*.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Agrimas*, 1(April), 1–10.
- Febrianti, T., Tsani, A., & Milla, A. N. (2019). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.35138/paspalum.v7i1.85>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Undip.

- Herwibowo, K., & Budiana, N. S. (2014). *Hidroponik Sayuran untuk Hobi dan Bisnis*. Penebar Swadaya.
- Husain, T. K., & Amran, F. D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS (Journal Of Agribusiness Management)*, 10(1), 677. <https://doi.org/10.24843/jma.2022.v10.i01.p14>
- Kaunang, S. G., Memah, M. Y., & Kumaat, R. M. (2016). Persepsi Masyarakat Terhadap Tanaman Hidroponik Di Desa Lotta, Kecamatan Pineleng, Kabupaten Minahasa. *Agri-Sosioekonomi*, 12(2), 283. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.12.2a.2016.12925>
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran (Jilid I. Edisi ke 13)*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.); 12th ed.). Penerbit Erlangga.
- Lemeshow, S. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gajah Mada University Press.
- Roidah, I. S. (2014). *Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik*. 1(2), 43–50.
- Sudjanarti, D., Khabibah, U., & Wardani, T. I. (2020). Pengaruh Orientasi Belanja Dan Perbedaan Gender Terhadap Pencarian Informasi Online Dan Belanja Online Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, 7(2), 16–22. <https://doi.org/10.33795/jabh.v7i2.9>
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Yasmin, T. R., Prastiwi, W. D., & Handayani, M. (2017). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Sayuran Hidroponik Agrofarm Bandungan Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 85. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v1i1.1643>