

PREFERENSI DAN POLA KONSUMSI KONSUMEN SAYURAN ORGANIK DI SUPERINDO KEMILING BANDAR LAMPUNG

(Consumer Preferences and Consumption Patterns of Organic Vegetables at Superindo Kemiling Bandar Lampung)

M Ikhwan Hidayatulloh, Yaktiworo Indriani*, Rabiatul Adawiyah

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Bandar Lampung, Indonesia
*E-mail: yaktiworo.indriani@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

This research aimed to analyze consumer preferences and consumption patterns regarding organic vegetables at Superindo Kemiling Bandar Lampung City. This research utilized a descriptive quantitative approach through a survey method involving 50 housewife respondents who were selected purposively. Data analysis was conducted by the Fishbein multi-attribute model to measure consumer preferences and Rank Spearman correlation to examine correlations between research variables. Research results indicated that consumer preferences of organic vegetables were classified as very positive with a total attitude score (Ao) of 166.46. The leaf integrity attribute emerges as the main priority while parking area width was being the lowest score. Consumption pattern showed that the majority of respondents purchased 6 bundles of organic vegetables per month with stir-frying being the most common processing method. The primary reason for consumption was dominated by food safety (54%) and taste factors. Education, income, and family size have significant correlation to consumption patterns and the reasons for choosing vegetable processing methods. An increase in family size was proven to shift the primary consumer motivation from taste aspects toward considerations of time and energy efficiency as well as family traditions. This pattern demonstrated that larger household needed demand practical meal presentation without neglecting long-standing habitual values.

Keywords: consumer patterns, consumption preferences, organic vegetables.

Received: 14 April 2026

Revised: 1 May 2026

Accepted: 5 May 2026

DOI: <https://doi.org/10.23960/jiia.v14i2.12735>

PENDAHULUAN

Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat mendorong peralihan konsumsi ke sayuran organik yang dinilai lebih bernutrisi dan bebas residu kimia (Vista *et al.*, 2021). Perubahan perilaku ini ditandai dengan kecenderungan konsumen untuk memprioritaskan bahan pangan yang mampu meningkatkan sistem imun serta menjaga kesehatan tubuh jangka panjang (Fajarani *et al.*, 2021). Kesadaran akan kesehatan tersebut pada akhirnya membentuk standar ekspektasi baru, di mana konsumen menjadi lebih teliti dalam menilai aspek kualitas fisik produk serta kualitas layanan ritel saat melakukan pembelian untuk memastikan nilai manfaat yang diterima (Kotler dan Keller, 2012).

Preferensi terhadap produk organik ini diperkuat oleh kemudahan akses serta penggunaan kemasan informatif yang merepresentasikan gaya hidup sehat dan prinsip keberlanjutan lingkungan (Assauri, 2017). Selain daya tarik kemasan,

konsumen cenderung tetap memilih produk organik, karena nilai manfaat kesehatan yang diperoleh dianggap sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, meskipun harga yang ditawarkan relatif lebih tinggi (Tjiptono, 2001). Kesediaan konsumen untuk membayar harga lebih tinggi ini pada akhirnya menuntut konsistensi dalam praktik pertanian alami. Hal tersebut menjadi faktor penentu untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan integritas produk yang dihasilkan (Hardiyanti *et al.*, 2022).

Dinamika konsumsi sayuran organik di Bandar Lampung mencerminkan perubahan permintaan dan preferensi konsumen yang semakin mengutamakan aspek kesehatan serta keamanan pangan. Peningkatan minat terhadap produk organik didorong oleh kesadaran akan manfaat antioksidan dan jaminan bebas pestisida, sehingga konsumen kini bersedia mengeluarkan biaya lebih demi kualitas konsumsi yang lebih baik (Engel *et al.*, 2012). Peningkatan permintaan ini tercermin dari pola konsumsi rumah tangga yang meliputi

jumlah, frekuensi pembelian, dan metode pengolahan produk (Sayekti *et al.*, 2021).

Lokasi yang strategis dan fasilitas yang nyaman di Superindo Kemiling mempermudah akses konsumen terhadap sayuran organik. Hal ini dapat terlihat dari pandangan bahwa kenyamanan tempat, yang mencakup tata letak ruang yang terorganisir serta kualitas pelayanan yang ramah, merupakan faktor penting dalam memberikan nilai tambah bagi pengalaman belanja dan menarik minat beli konsumen (Machfoedz, 2005). Selain faktor layanan, kualitas fisik sayuran juga tetap terjaga kesegarannya melalui sistem distribusi terintegrasi dan jadwal *restock* harian yang ketat (Paloma *et al.*, 2023). Kombinasi antara ketersediaan berbagai sayuran organik yang terjaga dan kenyamanan pelayanan Superindo ini memudahkan konsumen dalam menjalankan pola konsumsi sehat secara berkelanjutan (Nurmalasari *et al.*, 2022).

Superindo Kemiling menjaga daya saingnya terhadap kompetitor seperti Pasar Tani dan Chandra *Supermarket* dengan fokus pada kualitas produk tersertifikasi serta penggunaan teknologi penyimpanan modern. Penerapan teknologi *cold storage* untuk menjaga kesegaran sayuran organik menjadi faktor penting yang, apabila didukung dengan fasilitas area parkir yang luas serta pelayanan staf yang ramah, akan secara signifikan meningkatkan standar kualitas pelayanan dan kepuasan belanja konsumen (Alang, 2020). Hubungan kedua faktor ini memengaruhi penilaian positif konsumen terhadap Superindo Kemiling. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan preferensi dan pola konsumsi konsumen terhadap sayuran organik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik *purposive sampling* terhadap 50 responden sayur organik di Superindo Kemiling pada Mei-Juni 2025. Kriteria responden ditetapkan bagi ibu rumah tangga dengan frekuensi pembelian minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung menggunakan kuesioner terstruktur, sementara data sekunder bersumber dari instansi pemerintah seperti Badan Pusat Statistik, dokumen perusahaan, artikel, serta literatur pendukung lainnya yang relevan (Arikunto, 2002). Kuesioner penelitian responden terdiri dari pertanyaan mengenai sikap konsumen terhadap atribut sayuran organik Superindo Kemiling (kesegaran, keutuhan daun, harga, warna, kemasan, kemudahan memperoleh, keramahan pelayanan,

kebersihan tempat, dan keluasan tempat parkir) lebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan keakuratan data yang didapatkan.

Uji validitas dilakukan menggunakan metode korelasi *item-total* untuk memastikan akurasi instrumen, dengan kriteria validitas nilai korelasi $\geq 0,361$ pada signifikansi 0,1. Konsistensi kuesioner diukur melalui uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach-Alpha* dengan metode tes tunggal (Ghozali, 2016). Responden penelitian berjumlah 50 orang yang ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria yaitu ibu rumah tangga yang merupakan konsumen sayuran organik di Superindo Kemiling. Seluruh data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan program *Microsoft Excel* 2007 dan SPSS 26.

Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2 yang menunjukkan bahwa seluruh atribut sayuran organik di Superindo Kemiling memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* sudah di atas 0,361. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner terbukti valid untuk mengukur variabel penelitian secara akurat dan tepat sasaran. Selain itu, seluruh instrumen dinyatakan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70.

Tabel 1. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan konsumen sayuran organik

| No | Variabel Indikator | Corrected Item Total Correlation | Cronbach's Alpha |
|----|------------------------|----------------------------------|------------------|
| 1 | Kesegaran | 0,601 | 0,715 |
| 2 | Keutuhan Daun | 0,710 | |
| 3 | Harga | 0,603 | |
| 4 | Warna | 0,463 | |
| 5 | Kemasan | 0,434 | |
| 6 | Kemudahan Memperoleh | 0,530 | |
| 7 | Keramahan Pelayanan | 0,515 | |
| 8 | Kebersihan Tempat | 0,575 | |
| 9 | Keluasan Tempat Parkir | 0,550 | |

Tabel 2. Hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepercayaan konsumen sayuran organik

| No | Variabel Indikator | Corrected Item Total Correlation | Cronbach's Alpha |
|----|------------------------|----------------------------------|------------------|
| 1 | Kesegaran | 0,664 | 0,726 |
| 2 | Keutuhan Daun | 0,722 | |
| 3 | Harga | 0,570 | |
| 4 | Warna | 0,419 | |
| 5 | Kemasan | 0,462 | |
| 6 | Kemudahan Memperoleh | 0,516 | |
| 7 | Keramahan Pelayanan | 0,567 | |
| 8 | Kebersihan Tempat | 0,550 | |
| 9 | Keluasan Tempat Parkir | 0,585 | |

Karakteristik dan pola konsumsi konsumen dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif melalui *Microsoft Excel 2007* berdasarkan identifikasi perilaku dan minat konsumen dalam pembelian sayur organik (Ariyani *et al.*, 2026). Karakteristik konsumen dikelompokkan berdasarkan usia, tempat tinggal, pendidikan, pekerjaan, suku dan pendapatan. Pola konsumsi mencakup frekuensi pembelian (kali/bulan), frekuensi konsumsi (ikat/minggu), cara pengolahan (rebus, kukus, tumis, mentah, digoreng), alasan konsumsi (rasa, tren, keamanan pangan, kesegaran), jenis sayuran (bayam, kangkung, pakcoy, daun bawang, selada, sawi), serta faktor pemilihan metode pengolahan (praktis waktu dan tenaga, kebiasaan keluarga, rasa, menjaga nutrisi).

Preferensi konsumen dianalisis menggunakan model multiatribut Fishbein. Model ini menjelaskan bahwa sikap konsumen (Ao) terhadap suatu produk ditentukan oleh kekuatan kepercayaan terhadap atribut (bi) dan evaluasi tingkat kepentingan (ei). Model multiatribut Fishbein menurut (Sumarwan, 2011) dinyatakan dalam rumus sebagai berikut.

$$AO = \sum_{T=1}^n ei.bi \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

- Ao= Sikap konsumen terhadap produk sayuran organik di Superindo Kemiling
- bi = Tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut sayuran organik
- ei = Tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut sayuran organik
- n = Total atribut sayuran organik di Superindo

Pengukuran preferensi konsumen menggunakan skala *likert* dengan rentang skor 1 hingga 5 yang diungkapkan melalui pernyataan ordinal berbasis peringkat. Atribut yang dianalisis meliputi warna, keutuhan daun, kesegaran, harga, kemudahan memperoleh, kemasan produk, keramahan layanan, kebersihan tempat, dan luas tempat parkir. Data hasil pengukuran kemudian diolah menjadi indeks sikap konsumen yang diurutkan dari nilai tertinggi hingga terendah untuk mengidentifikasi atribut paling dominan dalam memengaruhi preferensi pembelian sayuran organik di Superindo Kemiling

Hubungan antara preferensi dan pola konsumsi konsumen dianalisis menggunakan analisis korelasi *rank* Spearman. Metode ini dipilih, karena ketiga variabel memiliki skala pengukuran ordinal. Menurut Sugiyono (2017), rumus koefisien

korelasi *rank* Spearman sebagai berikut.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2-1)} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- ρ = Koefisien korelasi peringkat Spearman
- d_i = Selisih peringkat variabel dari tiap responden
- n = Jumlah responden penelitian

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26.0 dengan uji korelasi peringkat Spearman (ρ). Koefisien korelasi ini digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antar variabel dalam rentang nilai -1 hingga +1. Nilai $\rho = 0$ menunjukkan tidak adanya hubungan, sedangkan $\rho = +1$ dan $\rho = -1$ masing-masing merepresentasikan hubungan positif dan negatif sempurna. Kekuatan hubungan diklasifikasikan berdasarkan kriteria menurut Sugiyono (2017) yaitu sangat lemah (0–0,190), lemah (0,200–0,390), moderat (0,400–0,590), kuat (0,600–0,790), dan sangat kuat (0,800–1,000).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen sayuran organik di Superindo Kemiling meliputi kelompok usia, pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan ibu rumah tangga, serta jumlah anggota keluarga, domisili, dan suku dapat dilihat pada Tabel 3. Ibu rumah tangga sebagai responden penelitian ini sebagian besar berusia produktif antara 25-34 tahun (40%), di mana menurut Yulfirah *et al.* (2018), kelompok usia ini khususnya perempuan muda memiliki kendali strategis dalam pengambilan keputusan dalam pemilihan pangan sehat bagi seluruh anggota keluarga. Hal ini sejalan dengan jumlah anggota keluarga responden yang mayoritas berada pada kategori sedang (4–6 orang), sejalan dengan penelitian Adiana dan Karmini (2012) yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah anggota keluarga berbanding lurus dengan kebutuhan konsumsi rumah tangga.

Tabel 3. Karakteristik konsumen sayuran organik di Superindo Kemiling Bandar Lampung

| Karakteristik | Kategori Mayoritas | Jumlah (n) | (%) |
|------------------|-------------------------|------------|-----|
| Pekerjaan | Ibu Rumah Tangga | 24 | 48 |
| Usia | 25–34 Tahun | 20 | 40 |
| Anggota Keluarga | 4 – 6 Orang | 26 | 52 |
| Pendidikan | SMA | 17 | 34 |
| Pendapatan | Rp5.500.001–Rp9.000.000 | 24 | 48 |
| Domisili | Bringin Raya | 17 | 34 |
| Suku | Jawa | 25 | 50 |

Kesadaran konsumsi berkualitas didorong oleh latar belakang pendidikan konsumen yang didominasi lulusan SMA (34%) serta jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Menurut Anggreny dan Niriyah (2022), tingkat pendidikan yang memadai berbanding lurus dengan kesadaran konsumen dalam memilih produk yang terjamin mutunya, seperti sayuran organik. Secara ekonomi, daya beli konsumen tergolong kuat dengan mayoritas (48%) berpendapatan antara Rp5.500.001–Rp9.000.000 yang menurut Widiastuti dan Nuriah (2023), kondisi finansial yang memadai memungkinkan ibu rumah tangga untuk menjangkau produk sayuran organik.

Preferensi Konsumen

Berdasarkan analisis multiatribut Fishbein, skor sikap konsumen terhadap sayur organik (Ao) sebesar 166,46 yang termasuk dalam kategori positif yang ditunjukkan pada Tabel 4. Nilai ini diperoleh dari akumulasi perkalian antara tingkat kepentingan (ei) dan tingkat kepercayaan (bi) konsumen terhadap sembilan atribut produk yang diteliti. Penentuan kategori dilakukan dengan membagi rentang skor maksimum (225) dan minimum (9) ke dalam tiga kelas interval berjarak 72 poin, yaitu negatif (9–81), netral (82–154), dan positif (155–225). Skor sikap konsumen (Ao) sebesar 166,46 membuktikan bahwa sikap konsumen sayur organik Superindo Kemiling termasuk kategori positif, karena telah melampaui ambang batas minimal 155 (Sumarwan, 2011). Dominasi persepsi ini terlihat dari skor keutuhan daun (20,24) sebagai yang tertinggi, diikuti oleh kesegaran (18,38), warna (18,82), dan kemasan (18,22), sementara atribut keluasan parkir menempati posisi terendah (17,08). Hal ini menunjukkan bahwa preferensi terhadap kualitas sayuran organik merupakan faktor utama keputusan pembelian konsumen, terutama bagi

Tabel 4. Skor preferensi konsumen terhadap multi atribut (Ao) sayuran organik Superindo Kemiling, Bandar Lampung

| Atribut | Tingkat Kepentingan | Tingkat Kepercayaan | Total (Ao) |
|------------------------|---------------------|---------------------|------------|
| Kesegaran | 4,44 | 4,14 | 18,38 |
| Keutuhan Daun | 4,46 | 4,54 | 20,24 |
| Harga | 4,30 | 4,20 | 18,06 |
| Warna | 4,46 | 4,22 | 18,82 |
| Kemasan | 4,36 | 4,18 | 18,22 |
| Kemudahan | | | |
| Memperoleh | 4,34 | 4,24 | 18,40 |
| Keramahan Pelayanan | 4,44 | 4,25 | 18,87 |
| Kebersihan Tempat | 4,22 | 4,36 | 18,39 |
| Keluasan Tempat Parkir | 4,02 | 4,25 | 17,08 |
| Nilai (Ao) | | | 166,46 |

konsumen dengan pendidikan tinggi yang lebih selektif dalam menilai kualitas sayuran (Anggreny dan Niriyah, 2022). Hal ini menunjukkan prioritas konsumen Superindo Kemiling pada faktor kualitas sayuran organik terbukti melampaui kepentingan fasilitas area parkir.

Pola Konsumsi Konsumen

Analisis pola konsumsi sayuran organik di Superindo Kemiling mencakup frekuensi pembelian dan konsumsi, jenis sayuran, alasan konsumsi, tempat pembelian alternatif, hingga metode serta alasan pengolahan. Pola konsumsi ini didominasi oleh konsumen dengan pembelian rutin sebanyak 6 ikat/bulan dengan konsumsi 2 ikat/minggu untuk memenuhi kebutuhan harian yang disajikan sebagai lauk makan utama. Sejalan dengan pernyataan Febrianti *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa karakteristik produk yang sehat akan membentuk preferensi dan konsumsi berkelanjutan, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara rutin, guna memenuhi kebutuhan nutrisi jangka panjang. Konsumsi yang berkelanjutan tersebut juga memengaruhi cara konsumen dalam mengolah sayuran organik, mayoritas konsumen memilih metode menumis (56%).

Selain itu, mayoritas konsumen memilih Chandra (76%) sebagai lokasi pembelian alternatif saat stok di Superindo kosong. Hal ini sejalan dengan Mutia *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa konsumen lebih memprioritaskan kenyamanan dan kelengkapan produk sebagai faktor utama pendorong keputusan pembelian. Pola perilaku tersebut didasari berbagai atribut sayuran organik Superindo Kemiling yang memengaruhi keputusan pemilihan dan cara konsumsi. Sebaran konsumen berdasarkan alasan mengonsumsi dan jenis sayuran organik yang dipilih menurut tingkat pendapatan dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Sebaran konsumen berdasarkan pendapatan dan alasan mengonsumsi Sayuran Organik di Kemiling Bandar Lampung

| Pendapatan Rumah Tangga (Juta Rp/Bulan) | Alasan Mengonsumsi Sayuran Organik di Superindo Kemiling | | | | Total (%) |
|---|--|-------|-----------------|-------------|-----------|
| | Rasa | Trend | Keamanan Pangan | Lebih Segar | |
| 2,50 - 5,50 | 1 | | 5 | 8 | 14 |
| 5,50 - 9,00 | | | 14 | 10 | 24 |
| 9,00 - 12,50 | | 1 | 7 | 3 | 11 |
| 12,50 - 16,00 | | | 1 | | 1 |
| Total | 1 | 1 | 27 | 21 | 50 |
| (%) | 2 | 2 | 54 | 42 | 100 |

Tabel 6. Sebaran konsumen berdasarkan pendapatan dan jenis sayur organik yang dikonsumsi konsumen Superindo Kemiling

| Pendapatan Rumah Tangga (Juta Rp/Bulan) | Jenis Sayur Organik yang Dikonsumsi Konsumen Superindo Kemiling | | | | | Total |
|--|---|----------|--------|-------------|-------------|-------|
| | Bayam | Kangkung | Pakcoy | Daun Bawang | Selada Sawi | |
| 2,50 - 5,50 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 14 |
| 5,50 - 9,00 | 11 | 6 | 4 | 3 | | 24 |
| 9,00 - 12,50 | 3 | 4 | | | 1 | 11 |
| 12,50 - 16,00 | | | | | | 1 |
| Total | 16 | 14 | 8 | 6 | 1 | 5 |
| (%) | 32 | 28 | 16 | 12 | 2 | 10 |

Tabel 5 menunjukkan bahwa atribut keamanan pangan (54,00%) menjadi alasan utama konsumen dalam mengonsumsi sayuran organik, sejalan dengan Waskito *et al.* (2016), yang menyatakan bahwa kesadaran akan kesehatan mendorong konsumen memprioritaskan produk yang terjamin keamanannya dari residu kimia berbahaya. Alasan ini didominasi oleh kelompok pendapatan Rp5.500.000-Rp9.000.000 sebanyak 14 orang (28,00%), yang menunjukkan pergeseran fokus pada kesehatan jangka panjang. Hal ini sejalan dengan Andreanto *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan pendapatan menggeser pola konsumsi dari kebutuhan dasar ke arah kualitas dan gaya hidup sehat. Prioritas keamanan pangan tersebut diwujudkan melalui pemilihan jenis sayuran untuk konsumsi harian.

Dapat dilihat pada Tabel 6, bayam (32,00%) dan kangkung (28,00%) merupakan komoditas yang paling banyak dikonsumsi. Sebaliknya, selada memiliki tingkat konsumsi terendah (2,00%), karena penggunaannya yang hanya sebatas sayuran pelengkap. Hal ini didukung oleh Utami *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa jenis sayuran yang menjadi kebutuhan konsumsi harian memiliki perputaran pasar yang lebih cepat.

Hubungan Karakteristik dengan Preferensi dan Pola Konsumsi Konsumen Sayuran Organik.

Analisis korelasi *Rank Spearman* dilakukan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan karakteristik konsumen Superindo Kemiling dengan preferensi serta pola konsumsi sayuran organik. Pengujian dilakukan dengan batas signifikansi ($\alpha = 0,1$) guna menentukan variabel yang berhubungan nyata secara statistik. Variabel karakteristik yang diuji mencakup tingkat pendidikan, pendapatan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, dan latar belakang suku. Hasil uji korelasi *Rank Spearman* menunjukkan variabel preferensi tidak berhubungan dengan pola

konsumsi, sehingga analisis difokuskan hanya pada karakteristik konsumen yang terbukti berhubungan. Hubungan karakteristik dan pola konsumsi konsumen Superindo Kemiling disajikan pada Tabel 7.

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa pendapatan berhubungan signifikan dengan cara konsumsi ($r=-0,264$; $Sig=0,064$). Hal ini menunjukkan pergeseran fokus dari pemenuhan kebutuhan dasar menuju gaya hidup berkualitas serta penerapan metode pengolahan modern demi menjaga nutrisi (Andreanto *et al.*, 2022). Selain itu, faktor pendidikan secara signifikan berhubungan dengan pemilihan jenis sayuran ($r = -0,301$; $Sig = 0,034$) dan cara konsumsi ($r =-0,283$; $Sig = 0,047$). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen berpendidikan tinggi memiliki pemahaman lebih baik dalam menentukan metode konsumsi yang tepat, guna menjaga asupan nutrisi. Temuan ini sejalan dengan Anggreny dan Niriyah (2022), bahwa tingkat pendidikan dapat memperluas pemahaman gizi seseorang, yang kemudian memengaruhi perilaku dalam dalam pemilihan serta pola konsumsi pangan yang lebih sehat.

Jumlah anggota keluarga memiliki hubungan positif terhadap alasan pemilihan metode pengolahan ($r = 0,259$; $Sig = 0,069$). Hal ini menjelaskan bahwa semakin banyak jumlah orang dalam rumah tangga, maka keputusan cara memasak didasarkan pada upaya untuk menyesuaikan porsi masakan serta selera setiap anggota keluarga di mana dapat dilihat pada Tabel 8, alasan yang paling dominan dipilih responden adalah lebih enak dikonsumsi sebanyak 19 orang (38%), diikuti oleh alasan kebiasaan keluarga sebanyak 15 orang (30%). Dilihat dari ukuran keluarga, kelompok keluarga sedang (4-6 orang) merupakan mayoritas responden dengan jumlah 26 orang (52%), dan pada kelompok ini terlihat bahwa alasan praktis waktu dan tenaga dipilih oleh 7 responden, jumlah yang lebih tinggi dibandingkan keluarga kecil (≤ 3 orang) yang hanya 3 responden.

Tabel 7. Hubungan karakteristik dengan pola konsumsi konsumen sayuran organik di Superindo Kemiling (n=50)

| | | Jenis Sayur | Cara Konsumsi | Alasan Metode Pengolahan |
|-----------------|------|-------------|---------------|--------------------------|
| Pendidikan | R | -0,301* | -0,283* | -0.084 |
| | Sig. | 0.034 | 0.047 | 0.563 |
| Pendapatan | R | -0.111 | -0,264* | -0.031 |
| | Sig. | 0.441 | 0.064 | 0.829 |
| Jumlah Keluarga | R | 0.062 | -0.173 | 0,259* |
| | Sig. | 0.668 | 0.231 | 0.069 |

Tabel 8. Sebaran alasan konsumen memilih metode pengolahan berdasarkan jumlah anggota keluarga

| Jumlah Anggota Keluarga | Alasan Memilih Metode Pengolahan | | | | Total (%) |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------|-----------------|-----------------|-----------|
| | Praktis Waktu Tenaga | Kebiasaan Keluarga | Enak Dikonsumsi | Menjaga Nutrisi | |
| ≤ 3 | 3 | 7 | 10 | 4 | 24 |
| 4-6 | 7 | 8 | 9 | 2 | 26 |
| Total (%) | 10 | 15 | 19 | 6 | 50 |
| | 20 | 30 | 38 | 12 | 100 |

Fenomena ini membuktikan bahwa bertambahnya jumlah anggota keluarga menjadikan pertimbangan efisiensi waktu dan tenaga menjadi semakin penting, guna memenuhi kebutuhan konsumsi sesuai selera anggota keluarga. Temuan didukung oleh Pokharel dan Rijal (2020), yang menyatakan bahwa bertambahnya jumlah tanggungan dalam keluarga dapat meningkatkan konsumsi dalam satu keluarga. Kondisi tersebut kemudian dipertegas oleh Choirunnisa dan Arifin (2021) yang menyatakan bahwa jumlah anggota keluarga memengaruhi cara mengolah hingga jumlah pembelian sayur organik, di mana banyaknya anggota keluarga menjadikan pemilihan metode memasak sebagai pertimbangan untuk memenuhi konsumsi keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga dapat memengaruhi cara mengolah hingga jumlah pembelian sayuran organik, di mana pemilihan metode memasak menjadi pertimbangan bagi ibu rumah tangga. Hubungan alasan memilih metode pengolahan berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada Tabel 8.

KESIMPULAN

Mayoritas konsumen sayuran organik di Superindo Kemiling adalah ibu rumah tangga berusia produktif (25–34 tahun) dengan tingkat pendidikan mayoritas SMA (34%) dan pendapatan Rp5,5–9 juta per bulan (48%). Konsumen memiliki sikap positif dengan skor sikap 166,46, di mana atribut keutuhan daun dan kesegaran menjadi pertimbangan utama dalam melakukan pembelian. Pola konsumsi ditandai dengan pembelian rutin rata-rata 6 ikat per bulan yang mayoritas diolah dengan metode menumis (56%) atas pertimbangan keamanan pangan (54%). Hasil penelitian membuktikan bahwa tingkat pendidikan berhubungan dengan pemilihan jenis sayuran, sedangkan pendapatan dan jumlah anggota keluarga berhubungan dengan cara serta alasan cara pengolahan. Meskipun rasa menjadi alasan utama secara umum (38%), pada kelompok keluarga sedang (4–6 orang) terjadi pergeseran ke

arah alasan kebiasaan keluarga (16%) dan efisiensi waktu (14%). Hal ini menunjukkan bahwa bertambahnya jumlah anggota keluarga mendorong pemilihan metode pengolahan yang lebih praktis, guna menjamin pemenuhan gizi sekaligus menyesuaikan dengan selera seluruh anggota keluarga secara efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiana, P. P. E., dan Karmini, N. L. 2012. Pengaruh pendapatan, jumlah anggota keluarga, dan pendidikan terhadap pola konsumsi rumah tangga miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 1(1), 39–48. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eep/article/view/1987>. [13 Februari 2025].
- Alang, S. 2020. Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pengunjung Supermarket Superindo Bandara City Mall Tangerang-Banten. *Journal of Management Review*, 4 (2): 457–471. <http://dx.doi.org/10.25157/mr.v4i2.3444>. [13 Februari 2025].
- Andreanto, M. U., Shulthoni, dan Safi'i, M. A. 2022. Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi masyarakat (studi kasus Kelurahan Kuripan Yosorejo). *Jurnal Sahmiyya*, 1 (1): 43-52. <https://e-journal.uingsudur.ac.id/sahmiyya/article/download/412/156/1382>. [9 Agustus 2025].
- Anggreny, Y. dan Niriyah, S. 2022. Hubungan tingkat pendidikan ibu dengan konsumsi sayur dan buah pada anak prasekolah. *Coping: Community of Publishing in Nursing*, 10 (2): 136-143. https://www.researchgate.net/publication/360294723_Hubungan_Tingkat_Pendidikan_Ibu_Dengan_Konsumsi_Sayur_Dan_Buah_Pada_Anak_Prasekolah [18 Maret 2025].
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Ariyani, R., Sulfiana, dan Sumange, L. 2026. Perilaku konsumen terhadap sayuran organik (studi kasus pada konsumen Fresko Organik di Kabupaten Gowa dan Kota Makassar). *Jurnal Edu Research*, 7(1): 142-156. <https://iicls.org/index.php/jer/article/view/2105>. [30 Maret 2026].
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Choirunnisa dan Arifin, Z. 2021. Preferensi konsumen terhadap pembelian sayuran organik dan sayuran non organik di Kota Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*, 5 (2): 65–75. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/JU-ke/article/view/15005/11190>. [10 Juli

- 2025].
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., dan Miniard, P. W. 2012. *Consumer Behavior (10th ed.)*. Cengage Learning. USA.
- Fajarani, E., Wildayana, E., dan Elysa, P. N. 2021. Preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal Prodi Agribisnis*, 2 (1): 38–50. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v2i1.193>. [26 Januari 2025].
- Febrianti, T., Tsani, A., dan Milla, N.M. 2019. Analisis sayuran hidroponik di Kota Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Paspalum*, 7 (1): 1–8. <http://journal.unwim.ac.id/index.php/paspalum/article/view/85>. [11 Februari 2025].
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hardiyanti, F., Saty, F. M., dan Unteawati, B. 2022. Analisis keputusan konsumen dalam pembelian sayuran organik di Lampung. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6 (1): 209–217. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.01.20>. [11 Maret 2025].
- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-13)*. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Indeks. Jakarta.
- Machfoedz, M. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Mutia, A, Rahma, S., dan Gustina, C. 2024. Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen. *Al Dzahab: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5 (2): 52–65. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/alDzahab/article/download/3094/1429>. [8 Agustus 2025].
- Nurmalasari, S. S., Fajarningsih, R. U., dan Barokah, U. 2022. Analisis kinerja rantai pasok sayuran daun PT Lion Super Indo, LLC (Super Indo) Bekasi. *AGRISTA*, 10 (1): 107–115. <https://jurnal.uns.ac.id/agrista/article/view/61988>. [6 Februari 2025].
- Paloma, C., Raesi, S., dan Yusmarni. 2023. Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kota Padang. *Journal of Agribusiness and Community Empowerment (JACE)*, 6 (2): 93–102. <https://doi.org/10.32530/jace.v6i2.681>. [6 Februari 2025].
- Pokharel, T. R. dan Rijal, H. B. 2020. Hourly firewood consumption patterns and CO2 emission patterns in rural households of Nepal. *Designs*, 4 (46): 1–14. <https://doi.org/10.3390/designs4040046>. [9 Agustus 2025].
- Sayekti, W. D., Viantimala, B., Lefiana, O., dan Syafani, T. S. T. 2021. Pengambilan keputusan dalam konsumsi sayuran dan pola konsumsi pangan petani padi di Desa Rantau Tijing, Kecamatan Pugung, Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Agrimanex*, 2 (1): 10–23. <https://doi.org/10.35706/agrimanex.v2i1.5370>. [2 Februari 2025].
- Sugiyono. 2017. *Statistik untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, U. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. PT Ghalia Indonesia. Bogor.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran (Edisi Pertama)*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Utami, K., Rauf, A., dan Salmiah, S. 2019. Analisis perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian sayur organik di Kota Medan. *Agrotekma: Jurnal Agroteknologi dan Ilmu Pertanian*, 3 (2): 75–86. <https://doi.org/10.31289/agr.v3i2.2241>. [5 Maret 2025].
- Vista, A. B., Roessali, W., dan Mukson, M. 2021. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sayuran organik di pasar modern Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5 (1): 108–115. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.10>. [26 Januari 2025].
- Waskito, D., Susilo, Y., dan Haryanto. 2016. Persepsi konsumen terhadap makanan organik di Yogyakarta. *Jurnal Pelita Ilmu*, 2 (1): 12–25. <https://journal.uny.ac.id/index.php/pelita/article/download/3940/3400>. [11 Agustus 2025].
- Widiastuti, I., Amir, I. T., dan Yuliati, N. 2023. Analisis kesediaan membayar konsumen terhadap daging sapi Kabupaten Tuban. *Agroinfo Galuh*, 10 (1): 395–407. <https://jurnal.unigal.ac.id/agroinfoGaluh/article/download/9007/pdf>. [18 Agustus 2025].
- Yulfirah, Y., Amrullah, A., dan Tenriawaru, A. N. 2018. Perilaku konsumen pada pembelian beras di Kota Makassar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(2), 105–120. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i2.3695>. [11 Maret 2025].