

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP BAYAM BRAZIL (ALTERNANTHERA SISSHO) HIDROPONIK DI THE ZAFARM KOTA PALEMBANG

Muhammad Rio¹
muhriown@gmail.com

R.A Umikalsum²

Nur Azmi³

^{1,2,3}Universitas IBA

ABSTRACT

This research aims to assess the level of consumer perception and the influencing factors regarding hydroponic Brazilian spinach at The Zafarm, Palembang City. Data were obtained from a survey involving 30 participants selected through accidental sampling and analyzed using multiple linear regression. The findings revealed that 86.67% of respondents had a high perception of hydroponic Brazilian spinach. The factors that significantly affected consumer perception included product quality, pricing, point of sale, and the influence of family and social environment. Conversely, consumer knowledge and age were found to have no significant effect. The coefficient of determination (R^2) of 0.777 indicates that the model has strong explanatory power.

Keywords: *Consumer Perception, Brazilian Spinach, Hydroponic Cultivation, The Zafarm.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat persepsi konsumen serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pandangan mereka terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm, Kota Palembang. Data diperoleh melalui survei terhadap 30 responden dengan teknik accidental sampling dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa 86,67% responden memiliki tingkat persepsi yang tinggi terhadap produk Bayam brazil hidroponik. Beberapa faktor yang terbukti secara signifikan memengaruhi persepsi konsumen adalah kualitas produk, harga, lokasi penjualan, dan lingkungan sosial serta keluarga. Di sisi lain, variabel pengetahuan dan usia tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,777 menandakan bahwa model tersebut memiliki kemampuan penjelasan yang kuat.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Bayam brazil, Hidroponik, The Zafarm

PENDAHULUAN

Sayuran merupakan sumber makanan nabati yang penting karena kandungan airnya yang tinggi dan berperan penting dalam memenuhi kebutuhan gizi manusia. Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat, permintaan akan sayuran pun terus meningkat. Namun, di balik meningkatnya konsumsi, sistem pemasaran sayuran masih menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi harga, distribusi yang tidak efisien, serta ketimpangan keuntungan yang dirasakan petani dan konsumen (Monoarfa et al., 2022).

Bayam termasuk sayuran daun yang banyak dikonsumsi di Indonesia karena mudah diperoleh dan memiliki harga yang terjangkau. Di antara berbagai varietas bayam yang ada, Bayam brazil (*Alternanthera sissoo*) mulai dikenal sebagai salah satu jenis sayuran alternatif yang bernilai estetis dan memiliki kandungan nutrisi yang tinggi. Tanaman ini berasal dari Brasil dan memiliki kemampuan adaptasi yang baik di wilayah tropis seperti Indonesia (Ellya et al., 2021). Selain dapat dikonsumsi, Bayam brazil juga digemari karena bentuk daunnya yang unik dan menarik, serta bisa diolah menjadi beragam produk pangan.

Dalam konteks pertanian perkotaan, The Zafarm di Kota Palembang merupakan salah satu contoh usaha yang mengembangkan sistem pertanian modern melalui metode

hidroponik. Urban farming seperti ini menjadi solusi untuk mengatasi keterbatasan lahan sekaligus memproduksi pangan sehat dan berkualitas. Hidroponik adalah metode menanam tanaman tanpa menggunakan tanah, melainkan menggunakan larutan nutrisi sebagai media tumbuh yang diserap langsung oleh akar tanaman, yang dinilai lebih efisien, higienis, dan ramah lingkungan dibandingkan dengan metode konvensional (Alridiwirah et al., 2021).

Menurut Umikalsum (2020), usaha tani berbasis hidroponik di lingkungan urban memiliki prospek yang menjanjikan karena dapat menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan efisiensi lahan. Penelitian pada kebun hidroponik selada di Kota Palembang menunjukkan bahwa sistem ini tidak hanya layak secara finansial, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan pasar terhadap sayuran sehat. Hal ini menjadi landasan penting untuk mengkaji persepsi konsumen terhadap komoditas sayuran hidroponik lainnya, seperti Bayam Brazil.

Meskipun sistem hidroponik memiliki banyak keunggulan, persepsi masyarakat terhadap hasil pertanian hidroponik masih bervariasi. Beberapa konsumen menilai produk hidroponik lebih mahal dan memiliki kekhawatiran terhadap proses produksinya. Kurangnya pemahaman mengenai manfaat dan metode hidroponik menjadi salah satu penyebab utama keraguan

tersebut (Yulita et al., 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana persepsi konsumen terhadap produk sayuran hidroponik, khususnya terhadap Bayam brazil yang masih tergolong baru dikenal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik yang dibudidayakan di The Zafarm Kota Palembang, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap bayam Brazil yang dibudidayakan dengan sistem hidroponik?

Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap sistem hidroponik bayam Brasil

Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil hipotesis bahwa diduga faktor yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen dalam pembelian Bayam brazil sistem hidroponik yaitu faktor konsumen meliputi pengetahuan, lingkungan keluarga dan sosial, usia, sedangkan faktor produk yaitu tempat, harga serta kualitas Bayam brazil iu sendiri.

METODE PENELITIAN

1. Tempat dan Waktu

Penelitian ini akan dilakukan di The Zafarm, Jalan Sukajaya No. 3, Kecamatan Sukalami, Kota Palembang. Karena The Zafarm Farm merupakan salah satu perkebunan di Kota Palembang yang membudidayakan bayam Brasil menggunakan sistem hidroponik, lokasi penelitian dipilih secara purposive sampling. Penelitian ini dilakukan dari Desember 2024 hingga Februari 2025.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif, di mana instrumen utama pengumpulan data adalah kuesioner, yang disusun untuk memperoleh informasi dari responden secara sistematis (Sugiyono, 2018). Metode survei dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena dalam kondisi alami, meskipun tetap melibatkan intervensi melalui pengumpulan data dengan kuesioner

dan wawancara terstruktur (Mamuaya et al., 2020).

3. Metode Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Wawancara dilakukan untuk menggali persepsi secara mendalam, sedangkan kuesioner digunakan untuk memperoleh data terstruktur. Selain itu, digunakan pula data sekunder dari instansi terkait seperti Dinas Pertanian dan BPS Kota Palembang, dalam bentuk laporan, tabel, dan dokumen pendukung lainnya (Moleong, 2017).

4. Metode Pengelolaan Data dan Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dan statistik. Untuk menentukan tingkat persepsi konsumen, kami menggunakan skala Likert, yang membagi kategori persepsi menjadi tiga tingkat: rendah, sedang, dan tinggi. Interval kelas ditentukan menggunakan rumus berikut.

$$I = \frac{\sum X_t - \sum X_r}{K}$$

Dimana:

X_t = Nilai tertinggi dari hasil pengamatan

X_r = Nilai terendah dari hasil pengamatan

K = Kelas

I = Interval kelas

Perhitungan untuk membuat skor total persepsi konsumen Bayam brazil hidroponik sebagai berikut.

X_t = bobot tertinggi 3 x 6 pertanyaan = 18

X_r = bobot terendah 1 x 6 pertanyaan = 6

K = Jumlah kelas = 3

I = $X_t - X_r / K = (18-6)/3 = 4$

Berdasarkan hasil perhitungan, interval persepsi konsumen ditentukan sebagai berikut.

No	Nilai Interval Kelas	Kriteria
1	$14.02 \leq x \leq 18.02$	Tinggi
2	$10.01 \leq x \leq 14.01$	Sedang
3	$6.00 \leq x \leq 10.00$	Rendah

Sumber : Pengolahan Data Primer (2025)

Untuk menjawab tujuan kedua, faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap ikan nila menggunakan sistem bioflok Zafarm, digunakan rumus regresi linier berganda.

5. Model regresi linier berganda

Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen, digunakan model regresi linier berganda, persamaan yang adalah sebagai berikut::

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

- o Y = Persepsi konsumen
- o X_1 - X_6 = Pengetahuan, lingkungan sosial/keluarga, usia, tempat, harga, dan kualitas

- o a = Konstanta
- o b = Koefisien regresi masing-masing variabel independent

Pengujian Hipotesis

Beberapa teknik uji statistik yang digunakan adalah:

- o Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R^2): Digunakan untuk mengetahui kekuatan dan arah hubungan antara variabel. Nilai R^2 mengindikasikan seberapa besar variabel independen menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018).
- o Uji F (Simultan): Digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama semua variabel independen terhadap variabel dependen.
Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
- o Uji t (Parsial): Digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan Umum Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di The Zafarm, sebuah usaha urban farming yang berlokasi di tengah kota Palembang. The Zafarm merupakan anak perusahaan dari PT Zafa Mulia Mandiri, yang awalnya bergerak di bidang jasa

perjalanan haji dan umroh. Namun, sejak pandemi COVID-19 pada tahun 2020, perusahaan induk mengalami penurunan aktivitas yang cukup besar akibat pembatasan perjalanan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk mencari peluang usaha baru yang dapat dijalankan di masa pandemi.

Sebagai solusi, PT Zafa Mulia Mandiri mendirikan The Zafarm yang bergerak di bidang pertanian perkotaan dengan konsep modern. The Zafarm mengembangkan beberapa unit bisnis di sektor agro, termasuk peternakan sapi, pertanian hidroponik, perikanan dengan sistem bioflok, serta pengembangan program edukasi pertanian yang dikenal sebagai edufarm di kota Palembang. Lokasi The Zafarm berada di Jalan Suka Bangun II No. 03, Kelurahan Sukajaya, Kecamatan Sukarami, Palembang.

Fasilitas utama The Zafarm berupa greenhouse hidroponik yang mampu memproduksi sayuran segar berkualitas tinggi tanpa menggunakan pestisida. Hasil panen yang sehat dan higienis ini sangat sesuai untuk kebutuhan konsumsi rumah tangga maupun restoran di Palembang. Dengan kapasitas produksi sekitar 100 kg sayuran per hari, The Zafarm siap memenuhi permintaan pasar lokal dengan produk yang segar dan bernutrisi.

Selain sebagai tempat produksi, The Zafarm juga berperan penting dalam bidang edukasi. Tempat ini rutin menerima kunjungan dari berbagai jenjang pendidikan, mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi.

Kegiatan edukasi ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar langsung mengenai teknologi pertanian hidroponik dan sistem bioflok yang diterapkan di lapangan.

B. Karakteristik Responden

1. Pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk pola pikir dan sikap seseorang terhadap suatu produk. Umumnya, semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin mudah baginya untuk menerima dan memahami informasi baru. Hal ini karena individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan berpikir yang lebih analitis dan akses informasi yang lebih luas.

Dalam penelitian ini, sebanyak 30 responden dipilih berdasarkan kriteria pernah membeli atau mengonsumsi Bayam brazil hidroponik dari The Zafarm Kota Palembang. Tingkat pendidikan para responden bervariasi, mulai dari lulusan sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

Keberagaman latar belakang pendidikan ini menunjukkan bahwa Bayam brazil hidroponik telah dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat, tidak terbatas hanya pada mereka yang berpendidikan tinggi. Namun, responden dengan pendidikan menengah hingga tinggi umumnya memiliki pemahaman yang lebih baik

terkait aspek kesehatan serta teknologi produksi tanaman secara hidroponik.

Tabel 3. tingkat pendidikan responden.

Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase %
SD	3	10,00
SMP	1	3,33
SMA/SMK	20	66,67
PERGURUAN TINGGI (D3/S1)	6	20,00
JUMLAH	30	100

Sumber : Pengolahan Data Premier (2025)

Tabel tersebut menggambarkan tingkat pendidikan dari 30 orang yang ikut survei. Sebagian besar responden, sekitar 66,67%, memiliki pendidikan setara SMA atau SMK. Selain itu, 20% responden melanjutkan ke pendidikan perguruan tinggi seperti D3 atau S1. Hanya sedikit responden yang berpendidikan SD dan SMP, masing-masing 10% dan 3,33%. Ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden sudah menyelesaikan pendidikan hingga tingkat menengah ke atas.

2. Usia

Usia merupakan lamanya seseorang telah hidup hingga waktu penelitian dilakukan. Faktor usia berperan penting dalam menentukan apakah individu berada dalam usia produktif atau tidak. Menurut Badan Pusat Statistik (2022), seseorang tergolong dalam kelompok usia produktif apabila berusia antara 15 hingga 64 tahun. Sebaliknya, individu yang berusia 0-14 tahun atau di atas 64 tahun dikategorikan sebagai usia tidak produktif. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner yang diisi oleh 30 responden, rentang usia mereka adalah antara 15 hingga 64

tahun. Rincian tingkat usia responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan usia

NO	Kriteria umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	15 – 26 tahun	21	70
2	27 – 38 tahun	5	16,7
3	39- 64 tahun	4	13,3
jumlah		30	100

Sumber: Pengolahan Data Primier (2025)

Hasil distribusi usia dari 30 responden menunjukkan bahwa kelompok usia 15–26 tahun merupakan yang paling dominan, yaitu sebanyak 21 responden atau setara dengan 70% dari total sampel. Kelompok usia ini umumnya berada dalam tahap remaja akhir hingga dewasa awal, yang mulai aktif dalam pengambilan keputusan konsumsi dan lebih terbuka terhadap produk-produk baru, termasuk produk pertanian hidroponik seperti Bayam brazil.

Kemudian, sebanyak 5 responden (16,7%) berada dalam kategori usia 27–38 tahun. Kelompok ini tergolong usia dewasa muda yang biasanya telah memiliki kestabilan ekonomi dan kesadaran lebih tinggi terhadap pola konsumsi sehat. Sementara itu, 4 responden (13,3%) berasal dari kelompok usia 39–64 tahun, yang mencerminkan adanya keterlibatan dari konsumen usia matang yang mungkin mempertimbangkan aspek kesehatan dalam memilih produk konsumsi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen potensial Bayam brazil

hidroponik berasal dari kalangan usia muda, namun produk ini juga diminati oleh kelompok usia yang lebih dewasa.

3. Pekerjaan

Jenis pekerjaan responden menjadi salah satu indikator penting dalam memahami latar belakang sosial ekonomi mereka. Pekerjaan sering kali memengaruhi pola konsumsi, kemampuan membeli, serta minat terhadap produk tertentu, termasuk dalam hal ini Bayam brazil hidroponik yang ditawarkan oleh The Zafarm. Untuk mengetahui hal tersebut pekerjaan responden disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Proporsi (%)
1	Wiraswasta	10	33,3
2	Pelajar/Mahasiswa	6	20,0
3	Buruh	4	13,3
4	karyawan	3	10,0
5	Belum bekerja	5	16,7
6	Ibu rumah tangga	2	6,7
Jumlah		30	100

Sumber: Data Primier diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berprofesi sebagai wiraswasta, sebanyak 10 orang atau sekitar 33,3% dari total sampel. Kelompok ini cenderung memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan produk, serta lebih terbuka terhadap produk baru yang menawarkan keunggulan seperti kualitas dan keamanan, termasuk Bayam brazil hidroponik.

Sebanyak 6 responden (20%) adalah pelajar atau mahasiswa, yang kemungkinan besar mengenal produk ini

melalui program magang, kunjungan edukatif, atau media sosial. Meski daya beli mereka terbatas, kelompok ini menunjukkan ketertarikan terhadap produk yang berhubungan dengan gaya hidup sehat.

Kemudian, 4 orang (13,3%) bekerja sebagai buruh, dan 3 orang (10%) sebagai karyawan tetap. Kedua kelompok ini mewakili kalangan pekerja aktif yang memiliki kebutuhan akan bahan pangan segar dan praktis. Pilihan terhadap bayam hidroponik bisa jadi berkaitan dengan kepedulian terhadap kesehatan dan efisiensi waktu dalam berbelanja.

Ada juga 5 responden (16,7%) yang belum memiliki pekerjaan tetap. Mereka bisa berasal dari kalangan lulusan baru, pencari kerja, atau ibu rumah tangga yang tidak menyatakan pekerjaan secara formal. Sementara itu, 2 responden (6,7%) adalah ibu rumah tangga, yang memiliki peran penting dalam menentukan bahan pangan rumah tangga, termasuk memilih sayuran yang sehat dan aman untuk keluarga.

Keberagaman pekerjaan ini menunjukkan bahwa Bayam brazil hidroponik dari The Zafarm telah menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Ini menjadi sinyal bahwa potensi pasar produk ini cukup luas dan strategi pemasaran sebaiknya menyesuaikan pendekatan sesuai karakteristik pekerjaan dan kebutuhan konsumen dari tiap segmen.

C. Uji Kualitas Data

Kualitas suatu data dalam penelitian sangat berperan penting dalam menentukan validitas hipotesis yang diuji. Oleh karena itu, mutu dari hasil penelitian sangat bergantung pada kualitas instrumen yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Instrumen yang baik akan menghasilkan data yang sah dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, kualitas data diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas (Sukardi,2021).

a. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah instrumen penelitian dapat secara tepat mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dan tingkat signifikansi 5%, sehingga nilai *r tabel* adalah 0,361. Berdasarkan hasil analisis, seluruh item pada variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1 hingga X6) memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*, yang berarti semua pernyataan dalam kuesioner memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, seluruh instrumen pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai di atas 0,60. Ini menunjukkan bahwa

seluruh instrumen atau pertanyaan dalam kuesioner termasuk dalam kategori reliabel, artinya dapat dipercaya dan konsisten untuk digunakan dalam penelitian.

D. Uji Asumsi Klasik

Dalam analisis regresi linear berganda, diperlukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model yang digunakan layak dan valid secara statistik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengidentifikasi apakah data memenuhi syarat-syarat dasar dalam regresi, seperti tidak adanya hubungan yang terlalu kuat antar variabel independen (multikolinearitas), tidak adanya ketidaksamaan varians pada residual (heteroskedastisitas), dan asumsi-asumsi lainnya. Jika asumsi-asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil regresi dapat menjadi bias dan tidak dapat diinterpretasikan secara akurat. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan beberapa uji untuk mendeteksi kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik.

a) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah antar variabel bebas dalam model regresi saling berhubungan secara berlebihan. Jika iya, hal ini bisa menyebabkan hasil analisis menjadi tidak akurat. Dari hasil pengujian, semua variabel memiliki nilai Tolerance di atas 0,1 dan VIF di bawah 10. Artinya, tidak ditemukan masalah multikolinearitas dalam model ini. Dengan kata lain, variabel-variabel bebas dalam penelitian

ini tidak saling mempengaruhi secara kuat dan masih bisa digunakan dalam analisis regresi.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai galat (error) dalam model memiliki sebaran yang sama atau tidak. Model yang baik seharusnya memiliki sebaran galat yang merata (homoskedastisitas). Dari hasil *scatterplot*, titik-titik data menyebar secara acak di sekitar garis nol tanpa membentuk pola tertentu. Walaupun ada sedikit pola pada bagian kanan grafik, tidak ada bentuk khusus seperti kipas atau garis menyempit. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas

c) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual pada model regresi terdistribusi secara normal. Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Berdasarkan hasil plot yang ditampilkan, terlihat bahwa sebagian besar titik residual berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual model mengikuti pola distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

E. Tingkat Persepsi Konsumen Terhadap Bayam brazil (*Althernathera Sissoo*) Hidroponik Di The Zafarm Kota Palembang

Persepsi merupakan hasil tanggapan dan pemahaman individu terhadap suatu objek yang dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, serta proses interpretasi melalui pancaindra. Pemahaman terhadap persepsi konsumen menjadi hal yang penting, karena dapat memberikan gambaran sejauh mana produk diterima oleh masyarakat, sekaligus menjadi masukan dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai.

Dalam penelitian ini, persepsi konsumen terhadap produk Bayam brazil (*Alternanthera sissoo*) hidroponik di The Zafarm Kota Palembang diukur melalui enam indikator, yaitu: pengetahuan, lingkungan keluarga dan sosial, usia, harga, tempat, serta kualitas. Setiap indikator dituangkan ke dalam pernyataan-pernyataan yang disusun dalam kuesioner dan telah didistribusikan kepada 30 orang responden.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode skoring berbasis skala Likert, di mana setiap alternatif jawaban diberikan bobot nilai tertentu. Nilai yang diperoleh dari masing-masing responden kemudian dijumlahkan dan dihitung rata-ratanya untuk menggambarkan persepsi konsumen secara keseluruhan. Skor rata-rata ini selanjutnya ditafsirkan untuk

menentukan tingkat persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil pengolahan dan analisis data mengenai persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm Kota Palembang disajikan dalam bentuk tabel beserta uraian penjelasannya di bawah ini.

Tabel 6. Skoring persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm

No	Interval	Kriteria	Jumlah Orang	Persentase
1	6.00 - 10.00	Rendah	0	0.00
2	10.01 - 14.01	Sedang	4	13.33
3	14.02 - 18.02	Tinggi	26	86.67
Jumlah			30	100.00

Sumber : Pengolahan data primer (2025)

Berdasarkan hasil analisis data mengenai persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik yang dipasarkan oleh The Zafarm Kota Palembang, diperoleh skor persepsi yang dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu kategori rendah, sedang, dan tinggi. Tabel di atas menunjukkan distribusi jumlah responden pada masing-masing kategori tersebut.

Dari total 30 responden, tidak terdapat satupun yang masuk ke dalam kategori persepsi rendah (interval skor 6,00-10,00), atau sebesar 0%. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum tidak ada konsumen yang menilai produk secara negatif. Karena dipengaruhi oleh kualitas produk yang terjaga, kesegaran sayuran, serta pelayanan yang cukup baik dari pihak produsen. Sebanyak 4 responden (13,33%) berada pada kategori sedang

(interval skor 10,01–14,01). Responden pada kategori ini memiliki persepsi yang cukup baik terhadap produk, namun masih terdapat beberapa aspek yang dinilai belum maksimal, seperti harga yang kurang terjangkau, keterbatasan variasi produk, atau kurangnya promosi yang dilakukan.

Sementara itu, sebagian besar responden yaitu sebanyak 26 orang (86,67%) berada pada kategori tinggi (interval skor 14,02–18,02). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memiliki persepsi yang sangat baik terhadap produk Bayam brazil hidroponik. Persepsi tinggi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk yang unggul, metode penanaman hidroponik yang lebih sehat dan bersih, serta pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap brand The Zafarm.

Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik dari The Zafarm cenderung sangat positif. Hal ini menjadi indikator bahwa strategi pemasaran dan kualitas produk yang ditawarkan telah sesuai dengan harapan konsumen dan mampu membangun citra yang baik di mata masyarakat.

F. Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Konsumen Terhadap Bayam brazil (*Althernathera Sissoo*) Hidroponik Di The Zafarm Kota Palembang

a. Regresi linier berganda

Pada penelitian ini digunakan metode analisis regresi linear berganda untuk mengkaji sejauh mana pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan maupun parsial dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel-variabel independen yang diperkirakan berpengaruh terhadap persepsi konsumen terhadap Bayam brazil (*Althernathera sissoo*) hidroponik di The Zafarm Kota Palembang (Y) meliputi enam faktor, yaitu:

- o Pengetahuan (X1)
- o Lingkungan keluarga dan sosial (X2)
- o Usia (X3)
- o Tempat (X4)
- o Harga (X5)
- o Kualitas (X6)

Seluruh variabel tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Adapun hasil pengolahan data regresi linear berganda melalui SPSS 25.0 ditampilkan pada Tabel berikut.

Tabel 7. Hasil pendugaan parameter beberapa variabel yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	1.326	2.748		.483	.634		
Pengetahuan	.074	.188	.071	.391	.699	.333	3.001
Lingkungan keluarga dan sosial	-.129	.246	-.138	-.523	.606	.155	6.458
Usia	.077	.218	.085	.355	.725	.189	5.296
Tempat	.412	.130	.573	3.175	.004	.332	3.009
Harga	-.116	.172	-.116	-.678	.505	.368	2.718
Kualitas	.622	.240	.435	2.591	.016	.385	2.598

Sumber : Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang ditampilkan pada Tabel 9, diperoleh persamaan model sebagai berikut:

$$Y = 1.326 + 0.074 X_1 - 0.129 X_2 + 0.077 X_3 + 0.412 X_4 - 0.116 X_5 + 0.622 X_6$$

1. Pengetahuan

Pengetahuan (X_1) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,074. Artinya, semakin tinggi pengetahuan konsumen mengenai Bayam brazil hidroponik, maka persepsi mereka cenderung meningkat. Namun, pengaruhnya tidak signifikan, sehingga belum cukup kuat untuk benar-benar memengaruhi persepsi.

2. Lingkungan keluarga dan sosial

Lingkungan keluarga dan sosial (X_2) memiliki nilai koefisien negatif sebesar -0,129. Ini berarti jika lingkungan sekitar, seperti keluarga atau teman, tidak memberikan dukungan atau informasi yang positif, maka persepsi konsumen bisa cenderung menurun. Namun, pengaruhnya juga tidak signifikan.

3. Usia

Usia (X_3) memiliki koefisien positif sebesar 0,077. Ini menunjukkan bahwa semakin bertambah usia konsumen, maka cenderung memiliki persepsi yang lebih baik terhadap produk. Namun, pengaruhnya juga tidak terlalu besar dan tidak signifikan secara statistik.

4. Tempat

Tempat (X_4) memiliki koefisien positif sebesar 0,412 dan signifikan. Artinya, lokasi penjualan yang strategis, mudah dijangkau, dan nyaman dapat secara nyata meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk Bayam brazil hidroponik.

5. Harga

Harga (X_5) memiliki nilai negatif sebesar -0,116. Hal ini menunjukkan bahwa jika harga dianggap terlalu mahal, maka persepsi konsumen bisa menurun. Meskipun begitu, pengaruhnya tidak signifikan.

6. Kualitas

Kualitas (X_6) memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,622 dan signifikan. Ini berarti bahwa kualitas produk, seperti kesegaran, kebersihan, dan tampilannya, memiliki pengaruh besar terhadap persepsi konsumen. Semakin baik kualitas Bayam brazil hidroponik yang ditawarkan, maka semakin positif pula persepsi konsumen.

b. Pengujian Koefisien Determinasi R^2

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil analisis regresi linier untuk uji koefisien determinasi ini diperoleh dengan bantuan program spss 25.0 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 8. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) melalui analisis regresi linier berganda

Model	R	R. Square	Adjusted R. Square	Std. Error Of The Estima
1	0.867	0.751	0.686	1.297

Sumber : Pengolahan Data Primer (2025)

Berdasarkan hasil regresi yang diperoleh melalui SPSS, Berdasarkan hasil pengolahan data yang diperoleh dari lapangan, nilai R Square sebesar 0,751 menunjukkan bahwa sebesar 75,1% perubahan atau variasi dalam persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm dapat dijelaskan oleh enam variabel yang diteliti, yaitu pengetahuan, lingkungan keluarga dan sosial, usia, tempat, harga, dan kualitas produk. Artinya, mayoritas persepsi konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.

Sementara itu, sisanya sebesar 24,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini, seperti kondisi ekonomi pribadi, pengalaman pribadi dengan produk sejenis, atau bahkan pengaruh dari orang sekitar. Dengan nilai R Square yang tergolong tinggi ini, bisa disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian sudah cukup kuat dan mampu menjelaskan sebagian besar penyebab terbentuknya persepsi konsumen di lapangan.

Jika mengacu pada panduan dari Hair *et al.* (2014), nilai R^2 sebesar 0,751 termasuk dalam kategori substansial, atau dengan kata lain, model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki

kemampuan penjelasan yang sangat kuat. Berikut kriteria R^2 menurut Hair *et al.*:

- o Kuat: $R^2 > 0,67$
- o Moderat: $0,33 < R^2 \leq 0,67$
- o Lemah: $R^2 \leq 0,33$

Karena nilai R^2 pada penelitian ini sebesar 0,751, maka termasuk dalam kategori kuat. Artinya, model regresi ini cukup kuat dalam menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Selain itu, Nilai Adjusted R Square sebesar 0,686 artinya sekitar 68,6% perubahan persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik bisa dijelaskan oleh faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini. Meskipun nilainya sedikit lebih kecil dari R Square, angka ini sudah disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan, jadi hasilnya lebih akurat. Dari hasil ini, bisa disimpulkan bahwa model yang digunakan sudah cukup baik karena masih mampu menjelaskan sebagian besar perubahan yang terjadi di lapangan.

Tabel 9. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018)

Sementara itu, nilai koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini adalah sebesar 0,867. Nilai ini menunjukkan tingkat hubungan antara semua variabel

bebas dengan variabel persepsi konsumen. Jika dilihat berdasarkan kriteria korelasi menurut Sugiyono (2011), nilai R sebesar 0,867 termasuk dalam kategori sangat kuat. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai-nilai pada variabel bebas misalnya kualitas dan tempat, maka persepsi konsumen terhadap produk juga cenderung meningkat secara signifikan.

c. Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas, harga, tempat, lingkungan sosial, pengetahuan, dan usia secara bersama-sama memengaruhi persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm Kota Palembang. Pengujian dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.0 dan hasilnya ditampilkan pada Tabel.

Tabel 10. Hasil analisis regresi linier berganda uji F

model		Sum of squares	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	116.736	6	19.456	11,554	.000
	residual	38.731	23	1.684		
	total	155.467	29			

Sumber : Pengolahan Data Primer (2025)

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah Jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti semua variabel bebas secara simultan punya pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika

F hitung lebih kecil dari F tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan.

Hasil analisis regresi yang diperoleh dari SPSS menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 11.554 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Untuk menentukan apakah nilai tersebut signifikan, maka dilakukan perbandingan dengan F tabel, yang dihitung berdasarkan jumlah variabel bebas (k) dan jumlah sampel (n) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = 6 : 30 - 6$$

$$F = 6 : 23$$

$$F = 2.57$$

Keterangan : K = Jumlah variabel Independen n = Jumlah sampel

Karena F hitung (11.554) lebih besar dari F tabel (2,57) dan nilai signifikansinya (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. Artinya, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat dan bisa dipakai sebagai alat untuk menjelaskan variabel yang diteliti.

Kesimpulan ini sesuai dengan kenyataan di lapangan. Berdasarkan hasil wawancara dan *observasi* di The Zafarm, terlihat bahwa persepsi konsumen terhadap produk tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek saja. Sebagai

contoh, ada konsumen yang awalnya mengetahui produk dari keluarga atau teman dekat, lalu merasa tertarik karena tempat penjualan bersih dan nyaman, dan akhirnya memutuskan membeli karena melihat kualitas sayurannya yang segar. Sebaliknya, ada pula yang ragu membeli karena merasa harganya sedikit lebih tinggi dibanding sayuran biasa. Temuan ini menunjukkan bahwa berbagai faktor bekerja secara bersamaan dalam membentuk persepsi konsumen.

d. Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (tersendiri) dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai statistik t memperlihatkan sejauh mana masing-masing variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Berikut disajikan Tabel yang menunjukkan hasil analisis uji t.

Tabel 11. Hasil uji parsial (uji t)

No	Variabel	t Hitung	t Tabel	keterangan
1	Pengetahuan	0.391	2.069	Terima Ho
2	Lingkungan keluarga dan sosial	-0.523	2.069	Terima Ho
3	Usia	0.355	2.069	Terima Ho
4	Tempat	3.175	2.069	Tolak Ho
5	Harga	-0.678	2.069	Terima Ho
6	Kualitas	2.591	2.069	Tolak Ho

Sumber: Pengolahan Data Primer (2025)

Nilai t tabel ditentukan berdasarkan jumlah responden dan jumlah variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat 30 responden dan 6 variabel independen, sehingga derajat kebebasan (*degree of freedom*) dapat dihitung dengan rumus:

$$df = n - k - 1$$

$$df = 30 - 6 - 1 = 23$$

Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan 23, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,069. Nilai ini digunakan sebagai batas dalam menentukan apakah suatu variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Kriteria pengujian adalah jika t hitung > t tabel, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan.

Berdasarkan hasil uji t parsial pada Tabel 11, terlihat bahwa dari enam variabel yang diuji, hanya dua yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik di The Zafarm Kota Palembang. Kedua variabel tersebut adalah tempat (X4) dan kualitas produk (X6) karena nilai t hitungnya masing-masing sebesar 3,175 dan 2,591, lebih besar dari t tabel yaitu 2,069, dan nilai signifikansinya juga kurang dari 0,05. Artinya, secara statistik, kedua faktor ini benar-benar memberikan pengaruh terhadap bagaimana konsumen memandang produk tersebut.

Sedangkan variabel lain seperti pengetahuan (X1), lingkungan keluarga dan sosial (X2), usia (X3), dan harga (X5), hasilnya menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial. Hal ini karena nilai t hitungnya lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansinya juga di atas 0,05. Jadi, secara individu, keempat faktor ini belum cukup kuat dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik.

Dari temuan ini bisa disimpulkan bahwa lokasi penjualan dan kualitas produk adalah dua hal yang paling diperhatikan oleh konsumen dalam menilai produk. Maka dari itu, The Zafarm perlu benar-benar menjaga dan meningkatkan kedua aspek ini agar konsumen tetap tertarik dan puas dengan produk yang ditawarkan.

1. Pengetahuan

Dari hasil penelitian di lapangan, terlihat bahwa tingkat pengetahuan konsumen tentang Bayam brazil hidroponik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi mereka. Hal ini bisa terjadi karena banyak konsumen yang membeli bukan karena mereka benar-benar paham manfaat atau cara menanam Bayam brazil, tapi lebih karena mereka sekadar penasaran atau ikut-ikutan tren sehat. Jadi, walaupun ada yang tahu lebih banyak soal produk ini, ternyata itu belum tentu membuat pandangan mereka terhadap produk jadi lebih positif.

2. Lingkungan Sosial dan Keluarga

Lingkungan keluarga dan sosial juga ternyata tidak terlalu memengaruhi persepsi konsumen. Di lapangan, banyak responden mengaku bahwa keputusan mereka membeli produk ini datang dari diri sendiri, bukan karena pengaruh orang tua, saudara, atau teman. Bisa jadi karena Bayam brazil masih tergolong produk baru, jadi belum banyak dibahas atau direkomendasikan dalam lingkungan mereka. Akibatnya, faktor

sosial tidak terlalu berdampak terhadap cara mereka menilai produk.

3. Usia

Hasil uji menunjukkan bahwa usia responden tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi mereka. Di lapangan, baik responden muda maupun yang lebih tua cenderung memberikan penilaian yang hampir sama. Ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap Bayam brazil lebih dipengaruhi oleh pengalaman saat mencoba langsung produk tersebut, bukan karena faktor usia atau generasi.

4. Tempat

Berbeda dengan variabel sebelumnya, tempat penjualan ternyata berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. Hal ini terlihat di lapangan saat konsumen merasa nyaman dengan lokasi penjualan yang strategis, bersih, dan mudah dijangkau. Mereka merasa bahwa tempat yang baik mencerminkan keseriusan penjual dalam menjaga kualitas dan kepercayaan. Jadi, lokasi yang baik bisa meningkatkan kesan positif terhadap produk.

5. Harga

Walaupun harga biasanya dianggap penting, dalam penelitian ini, hasilnya menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. Saat ditelusuri di lapangan, banyak responden menganggap harga Bayam brazil masih wajar dan sesuai dengan kualitas serta metode tanamnya yang lebih higienis.

Bahkan beberapa dari mereka mengatakan bahwa mereka bersedia membayar lebih selama kualitasnya bagus. Jadi, selama harganya masih dalam batas yang bisa diterima, faktor ini tidak terlalu berpengaruh pada persepsi mereka.

6. Kualitas

Kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. Di lapangan, mayoritas responden menilai produk dari segi tampilan, kebersihan, kesegaran, dan tekstur Bayam brazil hidroponik. Konsumen yang menemukan bayam dalam kondisi segar dan bersih cenderung memiliki persepsi positif dan merasa puas. Ini menunjukkan bahwa kualitas menjadi hal utama yang dipertimbangkan saat mereka menilai dan memutuskan untuk membeli produk tersebut

SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi konsumen terhadap Bayam brazil (*Alternanthera sissoo*) hidroponik di The Zafarm Kota Palembang, dapat disimpulkan beberapa hal penting sebagai berikut:

1. Persepsi Konsumen Cenderung Tinggi
Sebagian besar konsumen memberikan penilaian yang sangat positif terhadap Bayam brazil hidroponik yang diproduksi oleh The Zafarm. Sebanyak 86,67% responden berada pada kategori persepsi tinggi, artinya mayoritas konsumen merasa puas terhadap kualitas produk, serta kemudahan akses,

dan pelayanan dari The Zafarm. Hanya sebagian kecil yang masih menilai persepsinya sedang, dan tidak ada yang tergolong persepsi rendah.

2. Ada beberapa faktor yang memengaruhi cara pandang konsumen terhadap Bayam brazil hidroponik ini, antara lain yaitu Pengetahuan, usia, lingkungan keluarga dan sosial, tempat, harga dan kualitas

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, peneliti memberikan beberapa saran berikut ini:

1. Perlu terus mengedukasi masyarakat tentang keunggulan produk hidroponik, terutama Bayam brazil yang masih tergolong baru dikenal.
2. Promosi melalui media sosial dan kegiatan edukasi langsung (seperti kunjungan sekolah atau pelatihan) sebaiknya terus digiatkan agar konsumen lebih mengenal cara budidaya dan manfaat bayam hidroponik.
3. Menyesuaikan harga atau memberikan potongan khusus agar produk bisa dijangkau oleh lebih banyak kalangan, terutama konsumen yang sensitif terhadap harga.
4. Menambah variasi produk olahan dari Bayam brazil, misalnya dalam bentuk makanan ringan atau makanan siap konsumsi.
5. Menjalin kerja sama dengan toko atau restoran untuk memperluas distribusi produk dan memperkenalkan ke pasar yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- Alridiawirah, A., Alqamari, M., Mei, N. T., dan Siregar, M. S. 2021. Pemanfaatan Lahan Perkarangan Sebagai Sentra Pertanian Perkotaan (Urban Farming) Secara Hidroponik. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 509-514
- Ellya, H., Nurlaila, N., Sari, N. N., Apriani, R. R., Mulyawan, R., Purba, F., dan Fithria, S. 2021. Pendampingan Introduksi Bayam brazil Sebagai Sayur Pekarangan Di Kota Banjarbaru. *LOGISTA-Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 253-258
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Cet. ke-9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sukardi, H. M. (2021). Metodologi penelitian pendidikan: Kompetensi dan praktiknya (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara. ISBN 978-602-444-457-0.
- Monoarfa, V., Basiru, M. R. S., Duda, R., dan Maa, S. N. H. 2022. Analisis Penerapan Manajemen Rantai Pasokan Dalam Mendukung Persediaan Sayuran Beberapa Pedagang Sayur di Pasar Sentral Gorontalo. *Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 98-101.
- Mamuaya, N. C., SE, M., Wahyudi, M. P., Syah, N., CST, M. P., Arifin, M. Z., ... dan Asmalinda Sy, S. K. M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif. *Azzia Karya Bersama*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, P. D. 2018. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Umikalsum, R. A. (2020). Analisis usahatani tanaman selada hidroponik pada kebun eve's veggies hydroponics kota Palembang. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(1), 52-57.
- Sugiyono, P. D. 2018. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Yulita, Y., Amelia, K., Putri, S. D., dan Sari, W. (2024). Pengaruh Konsentrasi Larutan AB Mix Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Mentimun (*Cucumis sativus L.*) pada Sistem Hidroponik NFT (Nutrient Film Technique). *JURNAL AGROPLASMA*, 11(2), 564-573.