

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS SAYURAN ORGANIK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PASARMODERN UNIT 2 BANJAR AGUNG KABUPATEN TULANG BAWANG

Lidiya Oktavia¹, Maulida Fitri²
Institut Agama Islam (IAI) Tulang Bawang
lidiyaoktavia10@gmail.com, maulidafitri0404@gmail.com,
*Penulis korespondensi

Revisi: 16-08-2025

Diterima: 19-12-2025

Diterbitkan: 29-12-2025

Info Artikel *Abstract*

Organic vegetables are vegetables cultivated naturally without the use of chemical substances, either in fertilization or pest control. However, the production and consumption of organic vegetables remain relatively low due to their higher prices, limited affordability, and physical appearance, which is often considered less attractive compared to non-organic vegetables. Based on initial observations, many consumers have not yet shifted their buying interest toward organic vegetables, mainly due to reluctant consumer attitudes and limited awareness of their benefits. This study aims to examine the influence of price and quality of organic vegetables on consumer buying interest at the Modern Market Unit 2 Banjar Agung, Tulang Bawang Regency. The research employs a quantitative approach, which focuses on collecting numerical data from a specific population or sample selected randomly. The data obtained were analyzed using statistical methods to test the proposed hypotheses. The results of the study indicate that price and quality of organic vegetables simultaneously have a significant effect on consumer buying interest. The F-test results show a probability value of 0.003, which is smaller than the significance level of 0.005. Therefore, it can be concluded that the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted. This finding confirms that price and product quality together significantly influence consumer buying interest in organic vegetables at the Modern Market Unit 2 Banjar Agung, Tulang Bawang Regency.

Keywords: *Price, Quality of Organic Vegetables, and Consumer Buying Interest*

Abstrak

Sayuran organik merupakan sayuran yang dibudidayakan secara alami tanpa menggunakan bahan kimia, baik dalam proses pemupukan maupun pengendalian hama. Namun, produksi dan konsumsi sayuran organik masih tergolong rendah karena harganya yang relatif lebih mahal, kurang terjangkau, serta bentuk fisiknya yang dianggap kurang menarik dibandingkan sayuran nonorganik. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap konsumen sayuran organik, diketahui bahwa masih banyak konsumen yang belum beralih untuk membeli sayuran organik karena sikap konsumen yang masih enggan dan kurangnya minat terhadap produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga dan kualitas sayuran organik terhadap minat beli konsumen di Pasar Modern Unit II Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan menguji hipotesis melalui pengumpulan data berupa angka dari populasi atau sampel tertentu yang dipilih secara acak. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode statistik sebagai alat uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas sayuran organik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,003 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,005, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen sayuran organik di Pasar Modern Unit II Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang.

Kata kunci: Harga, Kualitas Sayuran Organik, dan Minat Beli Konsumen

PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk pertanian yang aman bagi kesehatan tubuh semakin meningkat. Upaya menjaga kesehatan tidak hanya dilakukan melalui olahraga, tetapi juga dengan mengonsumsi makanan sehat, salah satunya sayur-sayuran. Konsumsi sayuran merupakan langkah yang tepat dalam mewujudkan pola hidup sehat (Aysa, 2021). Namun, perlu diketahui bahwa sayuran yang dikonsumsi sehari-hari sering kali mengandung zat kimia, seperti pupuk kimia dan pestisida, yang berpotensi membahayakan kesehatan. Sayuran organik merupakan sayuran yang dibudidayakan secara alami tanpa menggunakan bahan kimia, baik dalam proses pemupukan maupun pengendalian hama (Jauhari, 2024). Proses produksi sayuran organik dilakukan secara alami mulai dari pembukaan lahan, pemilihan bibit, penanaman, pemeliharaan, hingga pascapanen dan pengemasan, tanpa melibatkan zat kimia sintetis. Oleh karena itu, sayuran organik dinilai lebih aman dan sehat karena tidak mengandung residu bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh (Shaputra, 2013).

Pola konsumsi masyarakat terhadap sayuran seharusnya mulai bergeser ke arah konsumsi sayuran organik. Sayuran organik memiliki kandungan gizi yang lebih tinggi, seperti vitamin c, mineral, fitonutrien, magnesium, zat besi, dan fosfor, dibandingkan dengan sayuran nonorganik. Meskipun demikian, tingkat konsumsi sayuran organik di Indonesia masih tergolong rendah dan umumnya terbatas pada kelompok masyarakat tertentu yang memiliki kesadaran tinggi terhadap kesehatan dan kelestarian lingkungan (Wibowo et al., 2022). Rendahnya minat masyarakat dalam mengonsumsi sayuran organik disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan sayuran nonorganik, sikap konsumen yang masih enggan untuk beralih ke produk organik, keterbatasan distribusi, serta sulitnya akses dan lokasi penjualan sayuran organik (Natasha et al., 2024). Faktor-faktor tersebut menjadi kendala utama bagi konsumen dalam memperoleh produk sayuran *organic*. Landasan normatif terkait konsumsi makanan yang sehat dan halal terdapat dalam al-qur'an, khususnya dalam surah al-baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

Artinya: *“wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu.”* (qs. Al-baqarah: 168).

Produksi sayuran organik di Indonesia hingga saat ini juga masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh harga yang relatif mahal, daya tarik visual produk yang dianggap kurang menarik dibandingkan sayuran nonorganik, serta keterbatasan distribusi. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat masih lebih banyak mengonsumsi sayuran nonorganik dan belum sepenuhnya beralih ke sayuran organik sebagai pilihan utama konsumsi sehari-hari (Dakhi et al., 2024).

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada masalah yang dibahas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena objek yang akan diteliti diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas sayuran organik terhadap minat beli konsumen sayuran organik di pasar. Data penelitiannya berbentuk angka yang dapat dihitung dengan analisis statistik untuk alat uji perhitungan yang bertujuan dalam melakukan pengujian hipotesisnya. Pendekatan kuantitatif ini dapat membantu peneliti untuk menguji adanya pengaruh harga, (X1), kualitas sayuran (X2), dan minat beli konsumen (Y) (Purba et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi data merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penulis membuat kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh pembeli sayuran organik di Pasar Modern Unit 2 Banjar Agung. Kuesioner “Pengaruh Harga Dan Kualitas Sayuran Organik Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pasar Modern Unit 2 Banjar Agung Kabupaten Tulang Bawang”. Yang dibagikan kepada 30 responden mulai 01-10 Maret 2024.

HASIL PENELITIAN

Penyebaran kuesioner sebanyak 30 ekslemper dilakukan melauli google form kepada pembeli Sayuran Organik Dipasar Modern Unit 2 Banjar Agung. Kuesioner sebanyak 30 ekslemper yang diterima oleh penulis dari responden, semuanya diisi dengan lengkap sehingga penulis menggunakan 30 kuesioner tersebut sebagai data dalam penelitian ini Dalam penelitian responden untuk mengisi kuesioner, penulis menanyakan terlebih dahulu kepada calon responden untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Dan sebelum dibagikannya kuesioner kepada calon responden penulis menanyakan kembali apakah calon responden bersedia untuk mengisi kuesioner, jika calon responden tidak bersedia maka penulis tidak memberikan kuesioner tersebut.

Tabel 1. Analisa Koefesien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471a	.221	.164	2.84310

Sumber : Hasil Olahan Data Spss 25

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui nilai konstribusi sebesar 0.221, jadi kosntribusi pengaruh dari variabel independen Harga dan Kualitas sayuran organik terhadap Minat Beli sebesar 22.1%. Selanjutnya, menggunakan uji regersi linier sederhana, dengan menunjukan hasil :

- Konstanta sebesar 19.891 dapat diartikan bahwa minat beli (Y) akan bernilai sebesar 19.18 pada saat Harga(X1) dan Kualitas sayuran organik (X2) berniali nol (tidak ada).
- Koefesien regresi harga (X1) sebesar 0.233 hal ini mengandung arti bahwa kenaikan satu satuan Harga (X1) akan Menaikan Minat Beli (Y) sebesar 0.233.
- Koefesien regresi Kualitas sayuran organik (X2) sebesar 0.308 hal ini mengandung arti bahawa kenaikan satu satuan Kualitas sayuran organika (x2) akan menaikan Minat Beli (Y) sebesar 0.308.

Tabel 2. Table Uji T Parsial
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	19.891	8.685		2.290	.030
1	Harga (X1)	.233	.117	.340	2.134	.002
	Kualitas sayuran organikan (X2)	.308	.190	.279	2.258	.001

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa nilai sig variabel Harga dan variabel Kualitas sayuran organikan memiliki nilai lebih kecil < 0.05 , maka variabel Harga dan variabel Kualitas sayuran organik secara bersama sama berpengaruh terhadap Minat Beli.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pembeli sayuran organik di Pasar Modern Unit II Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas sayuran organik terhadap minat beli konsumen di Pasar Modern Unit II Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang pembeli sayuran organik. Berdasarkan jawaban responden terhadap variabel harga, hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan pada sayuran organik memiliki peran penting dalam mendorong minat beli konsumen (Puri et al., 2024).

Selain itu, berdasarkan jawaban responden terhadap variabel kualitas sayuran organik, hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel kualitas sayuran organik juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sayuran organik yang baik, seperti kesegaran, kebersihan, dan keamanan produk, mampu meningkatkan minat beli konsumen (Syam et al., 2025). Pembahasan hasil penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang

menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,134 > 1,697$) serta nilai signifikansi lebih kecil dari $0,005$ ($0,002 < 0,005$).

- b. H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel kualitas sayuran organik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($2,258 > 1,697$) serta nilai signifikansi lebih kecil dari $0,005$ ($0,001 < 0,005$).
- c. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diketahui bahwa nilai signifikansi pengaruh variabel harga (X_1) dan kualitas sayuran organik (X_2) terhadap minat beli konsumen (Y) sebesar $0,003 < 0,005$. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- d. Hasil uji koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa $22,1\%$ variasi minat beli konsumen dipengaruhi oleh variabel harga dan kualitas sayuran organik, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas sayuran organik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar Modern Unit II Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Secara simultan, variabel harga (X_1) dan kualitas sayuran organik (X_2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan kualitas sayuran organik sebagai variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat beli. Hasil uji F juga menunjukkan bahwa harga dan kualitas sayuran organik secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat diterima.

Berdasarkan temuan tersebut, pedagang sayuran organik disarankan untuk lebih memperhatikan penetapan harga yang sesuai serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dijual, disertai dengan peningkatan sikap, penampilan, dan kualitas pelayanan kepada konsumen agar mampu meningkatkan minat beli. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain di luar variabel harga dan kualitas sayuran organik yang berpotensi memengaruhi minat beli konsumen, sehingga hasil penelitian di masa mendatang dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Aysa, imma R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress. *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140–153.
- Dakhi, H. F., Tamba, K., Siregar, R., & Widiyasyar, A. (2024). Determinan Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional. *Jumek: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, 2(1), 48–59.
- Jauhari, M. S. (2024). Analisis Proyeksi Peningkatan Konsumsi Produk Halal Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01), 105–122. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6495>
- Natasha, J. A., Aulia, A. W., & Syarifah, S. I. (2024). Transformasi Batik Ecoprint Malang Selatan: Optimalisasi Green Capital Budgeting dan Green Marketing untuk Pasar Global. *Simposium Nasional Akuntansi Vokasi (SNAV) XII*, 1, 577–589.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Pandapotan, S. H., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Issue June).
- Puri, W., Yusuf, M., & Mahmud, L. O. (2024). Peran Pasar Rakyat Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Sembako Di Desa Bahari Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. 9(1), 275–296.
- Shaputra, R. K. (2013). Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, 7(Green Marketing), 7.
- Syam, E. S., Retno, D., Hastuti, D., Samsir, A., & Rahim, A. (2025). *Economics and Digital Business Review Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Pasar Sentral Karisa Kabupaten Jeneponto Sebelum Dan Setelah Kebakaran*. 6(1), 129–137.
- Wibowo, F. S., Hendro Wibowo, G. D., & Dwi Putro, W. (2022). Implementasi Pembaruan Agraria Dan Pengelolaan Sumber Daya Alam Terhadap Access Reform. *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, 10(9), 2027. <https://doi.org/10.24843/ks.2022.v10.i09.p06>