

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis tematik menunjukkan bahwa aspek sosial dan psikologis memiliki kontribusi penting dalam membentuk relasi yang kuat antara pengurus kelompok tani dan konsumen, yang secara tidak langsung berdampak pada keberhasilan penjualan sayuran hidroponik. Dukungan dari lingkungan sosial, seperti rekomendasi teman dan keluarga, menjadi pemicu awal dalam menarik minat konsumen. Interaksi yang ramah dan komunikasi yang terjalin baik turut membangun kedekatan emosional dengan pelanggan, yang kemudian diperkuat oleh motivasi internal konsumen, seperti keinginan untuk hidup sehat dan kepedulian terhadap kualitas pangan. Tingkat kepuasan terhadap pelayanan dan harga juga memperkuat keinginan untuk melakukan pembelian berulang. Secara keseluruhan, penjualan yang efektif tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh keberhasilan kelompok tani dalam menciptakan pendekatan sosial dan psikologis yang positif bagi konsumennya.
2. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor sosial (X1) dan faktor psikologis (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses penjualan (Y) sayuran hidroponik pada Kelompok Tani Kosaghra Lestari. Faktor sosial dengan indikator norma sosial menjadi indikator paling dominan, mengindikasikan bahwa tekanan sosial dari lingkungan seperti komunitas atau teman sebaya menjadi pendorong utama konsumen untuk melakukan pembelian dan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa efek *word of mouth* dan fenomena

fear of missing out (FOMO) memainkan peran penting dalam proses penjualan. Sedangkan faktor psikologis dengan indikator persepsi menjadi yang paling dominan, menunjukkan bahwa pandangan konsumen terhadap kebersihan, higienitas, dan kualitas sayuran hidroponik berpengaruh besar dalam keputusan pembelian mereka.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Kelompok Tani disarankan meningkatkan komunikasi dan kepercayaan dengan konsumen untuk mendukung penjualan, terutama saat produksi terbatas.
2. Masyarakat sekitar Kelompok Tani perlu menerapkan kegiatan pertanian *Vertical Farming* hidroponik di teras rumah mereka, sehingga ketika membutuhkan bahan pangan dapat langsung memanfaatkan hasil budidaya tersebut secara langsung maupun ikut membantu penjualan.
3. Strategi pemasaran berbasis komunitas dan citra produk sehat perlu dikembangkan untuk membentuk persepsi positif dan mendorong loyalitas pelanggan.