

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang mengutamakan hasil pertanian sebagai sumber penghasilan terbesarnya. Penurunan luasan lahan pertanian di Indonesia akibat konversi dari sektor pertanian ke sektor bukan pertanian menyebabkan kegiatan budidaya pertanian mengalami kendala dalam penyediaan lahan. Tentu saja hal ini berdampak buruk bagi peningkatan kuantitas produksi pertanian, khususnya pangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Kondisi lahan pertanian di Indonesia yang semakin berkurang karena banyaknya pengalihan fungsi lahan pertanian itu sendiri, baik lahan sawah maupun hortikultura. Hal tersebut menyebabkan berkurangnya produksi dari lahan pertanian tersebut. Permasalahannya kebutuhan pangan di Indonesia semakin tinggi, tentu peningkatan produksi juga sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan yang meningkat tersebut.

Perkembangan zaman dan teknologi serta teknologi budidaya yang semakin maju seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik guna untuk menutupi kekurangan pangan tersebut. Hal tersebut telah mendorong sistem pertanian memanfaatkan lahan sempit berupa pekarangan rumah dan lainnya untuk berbudiya tanaman. Sistem pemanfaatan lahan sempit yang banyak digunakan masyarakat sekarang adalah budidaya tanaman secara hidroponik.

Hidroponik merupakan sistem budidaya tanaman sayuran yang media tanamnya tidak menggunakan tanah, melainkan air. Akan tetapi modal yang digunakan untuk memulai berbudidaya menggunakan sistem hidroponik ini terbilang mahal namun ada beberapa keuntungan bercocok tanam dengan teknologi hidroponik yaitu media relatif steril, penggunaan air dan nutrisi terukur dan efisien, sanitasi lingkungan bersih, sehat, ramah, dan terkendali, waktu panen dapat lebih awal, 3K terjamin (kualitas, kuantitas, dan kontinuitas hasil) (Sudarmodjo, 2008).

Memanfaatkan sistem lahan sempit membuka peluang usaha budidaya tanaman dengan sistem hidroponik, sehingga dapat membantu peningkatan produksi dan dapat memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Selain itu sayuran

dengan kualitas yang baik, kurang dapat dikembangkan menggunakan sistem pertanian konvensional. Walaupun banyak kekurangan dan kelebihan dari usaha dengan menggunakan sistem hidroponik ini, namun perubahan faktor ekonomi mempengaruhi tingkat pendapatan dan konsumsi masyarakat. Ada beberapa hal yang mempengaruhi potensi keuntungan dalam mengusahakan agribisnis sayuran dengan sistem hidroponik ini diantaranya adalah meningkatnya kesadaran diri akan gizi dan peningkatan pendapatan serta taraf hidup.

Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas lebih baik dibandingkan sayuran konvensional. Pada tahun 1944 sebuah tes pernah dilakukan oleh kelompok investigasi dari Laboratorium Teknologi Tanaman Universitas San Joes California, untuk mengetahui kandungan vitamin dan mineral yang terkandung dalam hasil tanaman hidroponik dibandingkan dengan hasil tanaman organik dan juga hasil tanaman yang dibudidayakan secara konvensional. Hasilnya menunjukkan bahwa tanaman hasil hidroponik memiliki vitamin dan mineral yang secara signifikan lebih tinggi dan sangat bermanfaat. (Adi, 2014)

Di Indonesia pengembangan hidroponik memiliki peluang yang baik untuk mengisi kebutuhan dalam negeri maupun merebut peluang ekspor. Penduduk kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Medan maupun kota besar lainnya memiliki kecenderungan untuk memperbaiki kualitas hidup mereka. Penggunaan produk-produk berkualitas memberikan rasa nyaman bagi penggunaannya. Pasar-pasar modern menjadi ciri khas tentang tuntutan akan produk yang berkualitas, bukan lagi produk yang banyak namun asal, tapi produk yang bersih dan kontinuitas tinggi. (Sianturi,2017).

Perkembangan permintaan akan sayuran hidroponik di Indonesia setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun data permintaan sayuran hidroponik yang menyatakan tingginya permintaan konsumen di Indonesia secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik. Berdasarkan hasil rangkuman survey melalui beberapa artikel mengenai permintaan sayuran hidroponik yang dilakukan penulis, peningkatan permintaan sayuran hidroponik setiap tahun meningkat 10%-20% (Muntaha, 2018)

Permintaan dan konsumsi komoditas pangan yang semakin meningkat di Kota Padang dimana jumlah produksinya tak sebanding, membuat pemerintah melakukan upaya dalam peningkatan ketahanan pangan di tingkat rumah tangga dengan mengajak dan mendorong masyarakat untuk menanam secara hidroponik dengan memanfaatkan pekarangan atau kegiatan KRPL (Kawasan Rumah Pangan Lestari). Di Kota Padang sendiri, sudah banyak kelompok pelaksana hidroponik, seperti kelompok KWT, CV Blasta, Hidroponik for fun dan lain-lain. Bahkan diantara kelompok tersebut sudah ada yang memasarkan hasilnya ke supermarket.

Namun sayuran yang dihasilkan dari sistem hidroponik memiliki harga jual yang lebih mahal dengan kisaran Rp. 12.500 – Rp. 17.500/ 250 gram dan sayuran dengan cara konvensional dengan kisaran harga Rp. 3000 - Rp. 5000/250 gram. Oleh karena itu, segmen pasar yang dituju pada pemasaran usaha sayuran hidroponik ini harus tepat agar usaha tersebut lancar dan memperoleh keuntungan dari penjualannya sehingga diperlukan strategi yang baik dalam aktivitas pemasarannya.

Keberadaan strategi sangat penting dalam keberlanjutan dan pengembangan suatu usaha terutama dalam hal pemasaran produk karena sebaik apapun segmentasi pasar sasaran, dan posisi pasar yang dilakukan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak diikuti dengan strategi yang tepat. Strategi pemasaran dapat dinyatakan sebagai tindakan dasar yang mengarah kepada kegiatan atau aktivitas usaha pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, dalam kondisi persaingan, dan mengantisipasi lingkungan yang selalu berubah agar mencapai tujuan yang diharapkan.

B. Rumusan Masalah

Usaha sayuran hidroponik di kota padang cukup banyak. Dari survei pendahuluan ditemukan sekitar 13 usaha hidroponik di Kota Padang, sehingga timbul persaingan antara sesama produsen sayuran hidroponik (lampiran 1). Produsen sayuran hidroponik harus memperhatikan segmentasi pasarnya secara tepat. Dimana seharusnya target pasar dari usaha sayuran hidroponik adalah konsumen kalangan menengah keatas karena harganya yang relatif mahal dibandingkan sayuran konvensional. Oleh karena itu, produsen perlu memperhatikan dan memberikan pelayanan yang baik terhadap target pasar ini dengan menjaga kesesuaian antara kemampuan perusahaan dalam memenuhi standar.

Diantara usaha hidroponik yang terbesar di Kota Padang adalah Blasta Urban Farming. Blasta Urban Farming hadir sebagai sarana berbagi ilmu dan pengalaman bercocok tanam secara modern, memberikan solusi untuk pertanian perkotaan yang memiliki lahan yang relatif kecil. Dimana usaha ini memanfaatkan lahan perumahannya sendiri untuk budidaya tanaman sayuran dengan menggunakan sistem hidroponik.

Cara pemasaran yang digunakan sudah cukup efektif namun masih terdapat permasalahan yang dialami yaitu dengan harga yang cukup tinggi dan usaha hidroponik yang sudah mulai berkembang di Kota Padang ini membuat persaingan yang sengit antara sesama pengusaha hidroponik. Selain itu untuk pengenalan akan produk ini belum terlalu di kenal oleh semua kalangan masyarakat dan belum terlalu diminati seperti sayuran konvensional di pasar tradisional yang harganya murah. Dengan itu perlunya pengusaha memerhatikan pasar dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal agar dapat merumuskan strategi pemasaran yang baik, sehingga usaha ini mampu dapat bertahan dan lebih berkembang dalam pasar.

Berdasarkan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut.

1. Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi pemasaran sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang ?
2. Bagaimana strategi pemasaran sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang
2. Merumuskan strategi pemasaran sayuran hidroponik pada usaha Blasta Urban farming di Kota Padang

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemilik usaha agar dapat menjadikannya sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi pemasaran produknya secara efektif dan efisien dalam rangka pengembangan usaha di masa mendatang. Bagi peneliti sendiri adalah sebagai sarana untuk menerapkan teori dan ilmu yang telah di dapatkan selama perkuliahan serta diharapkan bisa memberikan informasi dan referensi bagi peneliti sebelumnya.

