

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kedudukan sektor pertanian memegang peranan penting dalam struktur ekonomi nasional Indonesia. Sektor pertanian berperan penting karena sektor tersebut merupakan penyumbang terbesar ketiga dalam tatanan perekonomian Indonesia dengan kegiatan utamanya sebagai penyedia pangan, serta lapangan pekerjaan. Sektor pertanian terdiri dari subsektor tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, perikanan, peternakan, dan kehutanan. Menurut BPS (2022), ekonomi Indonesia akan tumbuh sebesar 3,72 persen pada triwulan kedua dan ketiga tahun 2022 dibandingkan triwulan sebelumnya. Dari sisi produksi, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan mengalami pertumbuhan tertinggi sebesar 13,15%.

Hortikultura adalah salah satu komoditas pertanian yang memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Salah satu komoditas pertanian yang memiliki potensi agribisnis yang besar dan memiliki nilai ekonomis tinggi dan berpeluang besar untuk dikembangkan adalah hortikultura. Produk hortikultura memiliki banyak keunggulan, termasuk nilai jual yang tinggi, keragaman jenis yang banyak, dan permintaan untuk produk segar dan olahan. Permintaan ini meningkat sebagai akibat dari serapan pasar yang terus meningkat di pasar domestik dan internasional (Zulkarnain, 2010). Menurut BPS (2022) kontribusi subsektor hortikultura terhadap PDB pertanian mengalami peningkatan, dari 1,45 persen pada tahun 2017 menjadi 1,62 persen pada tahun 2020. Namun, dari tahun 2021 hingga 2022, kontribusi ini menurun (Lampiran 1).

Sayuran adalah salah satu produk hortikultura. Sayuran sangat penting untuk memenuhi kebutuhan hidup terutama untuk memenuhi kebutuhan akan makanan dan nutrisi yang bermanfaat untuk tubuh. Produksi sayuran harus ditingkatkan karena peningkatan tingkat populasi, kesejahteraan masyarakat, dan kesadaran kesehatan akan menyebabkan permintaan sayuran meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Barat (2022), produksi sayuran di Sumatera Barat mengalami peningkatan yakni pada tahun 2020 produksi sayuran di Sumatera Barat sebesar

8.861.966,613 kuintal dan pada tahun 2021 meningkat menjadi 8.984.535,16 kuintal (Lampiran 2).

Seiring dengan berkembangnya zaman, berbagai teknik pertanian yang efisien dan ramah lingkungan telah dikembangkan untuk mengatasi masalah lahan pertanian yang semakin berkurang dan untuk mencegah penurunan produktivitas pertanian karena efek negatif dari pertanian konvensional. Salah satu teknik bercocok tanam tersebut adalah budidaya tanaman hidroponik. Hidroponik merupakan teknik budidaya tanaman tanpa menggunakan media tanah, melainkan menggunakan air sebagai medium atau media tanamnya. Budidaya tanaman hidroponik adalah salah satu metode bercocok tanam modern yang menggunakan air sebagai media tanam tanpa menggunakan tanah. Teknik hidroponik ini praktis dan modern, melestarikan lingkungan dengan kesan budidaya yang bersih, dan hasilnya berkualitas tanpa mencemari lingkungan (Tallei,dkk, 2017).

Keberadaan hidroponik penting untuk kesejahteraan pangan karena budidaya hidroponik ini memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan budidaya yang menggunakan media tanam tanah (konvensional). Keunggulan hidroponik antara lain teknik yang digunakan sederhana, efisien tenaga kerja, tidak memerlukan lahan yang luas, tanaman tumbuh lebih cepat karena menggunakan larutan nutrisi, serta menghasilkan tanaman yang berkualitas. Keunggulan sayuran hidroponik dibandingkan sayuran konvensional yaitu relatif lebih higienis, segar, dan lebih sehat. Karena teknik budidaya ini terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah serta tidak menggunakan pestisida dalam pembudidayaannya (Lingga, 2005).

Kota Padang merupakan kota yang penting dan memiliki banyak peluang untuk dikembangkan budidaya sayuran hidroponik, kota Padang memiliki pasar pertanian sayuran hidroponik yang cukup potensial untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, supermarket, hotel, dan restoran yang cukup besar. Saat ini, banyak petani sayuran hidroponik telah beroperasi di kota ini (Lampiran 3). Bahkan, diantara usaha tersebut sudah banyak memasarkan produknya ke supermarket modern yang ada di kota Padang.

Untuk merintis sebuah usaha membutuhkan manajemen strategi yang bermanfaat untuk pengembangan usaha dan meningkatkan kualitas serta

keunggulan bersaing di pasar dari setiap produk sayuran yang dimiliki. Dengan adanya strategi tersebut suatu usaha akan terarah dan jelas apa tujuan yang sebenarnya yang ingin dicapai. Oleh karena itu, manajemen strategi harus diterapkan saat menjalankan bisnis untuk mencapai tujuan usaha yang dijalankan tersebut.

Usaha sayuran hidroponik ini harus mempertimbangkan baik lingkungan internal maupun eksternal. Analisis lingkungan internal dan eksternal dapat membantu menciptakan strategi pengembangan bisnis yang tepat. Lingkungan internal akan menunjukkan kekuatan dan kelemahan usaha Binara *Hydrofarm* saat usaha tersebut sedang dikembangkan, dan lingkungan eksternal akan menunjukkan peluang dan ancaman dalam pengembangan usaha Binara *Hydrofarm*. Oleh karena itu, analisis strategi harus dilakukan untuk menentukan strategi alternatif dan pilihan strategi yang paling sesuai dengan situasi usaha sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm*.

Pentingnya strategi pengembangan dalam sebuah usaha menjadi poin penting untuk perkembangan kelangsungan hidup usaha. Ketatnya persaingan di bidang agribisnis khususnya usaha sayuran hidroponik di Kota Padang menjadikan bisnisnya harus menetapkan strategi pengembangan yang tepat untuk keberlangsungan usaha.

B. Rumusan Masalah

Disebabkan karena jumlah penduduk yang seiring meningkat dan kesadaran masyarakat akan kesehatan, permintaan sayuran hidroponik mengalami kenaikan. Saat ini, permintaan sayuran hidroponik semakin meningkat, yang ditunjukkan oleh perkembangan pasar dengan banyak supermarket yang muncul, yang membuka peluang pasar baru untuk sayuran hidroponik hal ini mengindikasikan bahwa bisnis pertanian sayuran hidroponik berkembang dengan cepat. Menurut survei pendahuluan, ada 12 bisnis sayuran hidroponik di Kota Padang (Lampiran 3). Perkembangan bisnis ini menyebabkan persaingan antar produsen sayuran hidroponik semakin ketat. Persaingan yang semakin kuat akan mendorong produsen sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitasnya untuk memenuhi permintaan pelanggan dan sesuai dengan selera konsumen.

Disebabkan karena harga jualnya yang lebih tinggi dari sayuran yang dibudidayakan secara umum atau sayuran konvensional, bisnis sayuran hidroponik memiliki keuntungan dan memberi kesempatan kepada setiap orang untuk mengusahakannya (Lampiran 4). Namun, hal ini tidak akan dapat dicapai tanpa menerapkan strategi pengembangan yang berkelanjutan, yang nantinya akan membantu pemilik usaha untuk memenangkan persaingan di dunia usaha yang sejenis.

Salah satu usaha sayuran hidroponik yang sedang berkembang dan yang terbesar di Kota Padang adalah Binara *Hydrofarm* (Lampiran 3). Binara *Hydrofarm* merupakan produsen sayuran hidroponik yang terletak di Jalan Ampang, Kecamatan Kuranji Kota Padang. Usaha ini mulai beroperasi sejak tahun 2016. Binara *Hydrofarm* hadir sebagai produsen sayuran hidroponik, sebagai sarana berbagi ilmu (*sharing knowledge*) dan pengalaman bercocok tanam sayuran hidroponik secara modern, menyediakan jasa dan instalasi perlengkapan bercocok tanam sayuran hidroponik, dan mampu memberikan solusi untuk pertanian perkotaan yang memiliki lahan yang relatif kecil. Dimana usaha ini memanfaatkan lahan pekarangan rumahnya sendiri untuk budidaya tanaman sayuran dengan menggunakan sistem hidroponik.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan pengembangan usaha yang terjadi pada usaha ini. Permasalahan pada aspek pengembangan terletak pada kemampuan usaha Binara *Hydrofarm* yang belum mampu memenuhi permintaan pasar. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, permintaan pedagang pengecer terhadap sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm* rata-rata mencapai 120 Pcs/hari tergantung stok di pedagang pengecer, sedangkan rata-rata usaha Binara *Hydrofarm* hanya mampu memproduksi 50 pcs/hari. Hal ini menyebabkan para kompetitor usaha yang sejenis masuk dan menimbulkan persaingan di pasar. Karena permintaan pasar konsumen dan pedagang pengecer akan sayuran hidroponik tidak sebanding dengan produksi sayuran yang dihasilkan oleh usaha tersebut (Lampiran 5). Adakalanya usaha ini mengambil produksi dari usaha sayuran hidroponik lain untuk dipasok atau dijual ke pelanggan mereka.

Kemudian Binara *Hydrofarm* juga dihadapkan pada masalah, baik dari segi

produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat budidaya atau tempat produksi (*place*). Produk (*product*) sayuran yang dihasilkan usaha sayuran hidroponik pada binara *hydrofarm* mudah layu apabila tidak dipasarkan/ dikemas langsung serta tidak dimasukkan ke lemari pendingin. Kemudian ditinjau dari harga (*price*) yang relatif mahal dibandingkan dengan sayuran konvensional (lampiran 4) dan usaha sayuran hidroponik yang berkembang cukup pesat di Kota Padang ini membuat persaingan yang sengit antar sesama pengusaha sayuran hidroponik. Selain itu, untuk pengenalan akan produk sayuran hidroponik ini belum dikenal oleh semua kalangan masyarakat dan belum terlalu diminati seperti sayuran konvensional di pasar tradisional yang harganya murah, hal ini dikarenakan kurang aktifnya promosi (*promotion*) yang dilakukan. Dari segi lokasi (*place*), lokasi tempat produksi atau *Greenhouse* Binara *Hydrofarm* berada di daerah kompleks perumahan, lokasi tersebut tidak strategis, masuk ke dalam gang serta tidak memiliki plang nama usaha. Sebagian besar dari konsumen sayuran hidroponik adalah masyarakat menengah ke atas yang tinggal di perkotaan. Hal ini menyulitkan konsumen apabila konsumen ingin membeli secara langsung ke tempat budidaya.

Usaha Binara *Hydrofarm* tidak terlepas dari siklus hidup bisnis dimana Binara akan mengalami kemajuan dan kemunduran. Untuk mengatasi hal tersebut, perlunya pengusaha sayuran hidroponik memerhatikan pasar dan kapasitas produksi dengan mengidentifikasi factor-faktor internal dan eksternal agar dapat merumuskan strategi pengembangan yang baik, sehingga usaha sayuran hidroponik ini dapat bertahan dan lebih berkembang dalam pasar sehingga memenangkan persaingan di dunia usaha. Untuk pengembangan bisnis, binara *hydrofarm* perlu menerapkan strategi jitu agar mendapatkan posisi yang unggul dalam persaingan bisnis dengan cara memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi ancaman dan kelemahan.

Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha binara *hydrofarm*. Kemudian membuat alternatif strategi apa saja yang dapat diterapkan oleh usaha binara *hydrofarm* yang sesuai dengan kondisi usaha sehingga mampu bertahan dalam dunia bisnis dan bisa meningkatkan penjualan.

1. Bagaimana profil usaha sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm* ?
2. Bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha Binara *Hydrofarm* ?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh usaha Binara *Hydrofarm* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan profil usaha sayuran hidroponik Binara *Hydrofarm*
2. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang terdapat pada usaha Binara *Hydrofarm* di Kota Padang.
3. Merumuskan strategi pengembangan yang dapat diterapkan oleh usaha Binara *Hydrofarm* yang sesuai dengan kondisi usaha.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini dapat diambil manfaat, yaitu :

1. Bagi usaha sayuran hidroponik, sebagai bahan masukan dan referensi untuk pengembangan usaha, pertimbangan dalam memperbaiki atau meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan.
2. Bagi penulis, sebagai sarana untuk menerapkan teori dan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.
3. Bagi pembaca, sebagai sumber informasi dan bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

