

BAB I PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani. Sektor pertanian merupakan kegiatan utama ekonomi Indonesia yaitu memiliki peranan penting sebagai penyedia pangan, memberikan lapangan pekerjaan bagi seluruh angkatan kerja yang ada serta dapat menunjang pertumbuhan ekonomi masyarakat. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 menunjukkan bahwa sektor pertanian merupakan penyerap tenaga kerja terbesar, yakni menyumbang 29.46 persen tenaga kerja dari total 136,18 Juta penduduk angkatan kerja (Lampiran 1). Selain itu PDB sektor pertanian atas harga dasar berlaku tahun 2018 mencapai angka Rp 1.900.348,5 Miliar dari total PDB Rp 14.837.357,5 Miliar. Sektor pertanian tergolong penyumbang PDB yang tertinggi kedua setelah sektor industri pengolahan (Lampiran 2).

Sektor pertanian mencakup tanaman pangan, peternakan, perkebunan, hortikultura, perikanan, dan kehutanan. Hortikultura merupakan cabang pertanian yang berurusan dengan budidaya intensif tanaman yang di ajukan untuk bahan pangan manusia, obat-obatan, dan pemenuhan kepuasan (Zulkarnain, 2010: 1). Berdasarkan jenis komoditas yang diusahakan hortikultura mencakup bidang ilmu buah-buahan (*pomology*), sayuran (*olericulture*), bunga dan tanaman hias (*floriculture*), serta pertamanan (*landscape horticulture*) yaitu bagian ilmu hortikultura yang mempelajari pemanfaatan tanaman hortikultura, terutama tanaman hias dalam penataan lingkungan (Zulkarnain, 2010: 2).

Salah satu produksi hortikultura adalah sayuran. Komoditas sayuran memegang peranan penting dalam pemenuhan kebutuhan manusia khususnya dalam hal kecukupan pangan dan gizi yang dibutuhkan. Meningkatnya populasi penduduk, kesejahteraan masyarakat, serta pengetahuan masyarakat akan kesehatan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan permintaan sayuran sehingga produksi sayuran harus ditingkatkan (Armila, 2017: 1). Menurut Badan Pusat Statistik (2019) produksi sayuran di Sumatera Barat meningkat tiap tahunnya,

yakni pada tahun 2017 produksi sayuran di Sumatera Barat sebesar 696 979,8 ton dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 824 629,9 ton (Lampiran 3).

Pesatnya kemajuan teknologi menyebabkan industri seperti pabrik-pabrik semakin berkembang, sehingga menggeser banyak lahan pertanian terutama di daerah perkotaan yang mengakibatkan lahan pertanian semakin terbatas. Hidroponik adalah salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk meningkatkan produktifitas tanaman terutama di lahan sempit. Hidroponik merupakan teknik budidaya tanaman tanpa menggunakan media tanah, melainkan menggunakan air sebagai media tanamnya. Keuntungan hidroponik adalah: (a) tidak memerlukan lahan yang luas (b) mudah dalam perawatan (c) memiliki nilai jual yang tinggi (d) keberhasilan tanaman untuk tumbuh dan berproduksi lebih terjamin. Sedangkan kelemahan hidroponik adalah: (a) memerlukan biaya yang mahal (b) membutuhkan keterampilan yang khusus (c) Ketersediaan dan pemeliharaan perangkat hidroponik agak sulit (Roidah, 2014: 44-45).

Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional namun biaya yang diperlukan tinggi. Dengan kualitas yang tinggi dan segmen pasar yang khusus, sayuran hidroponik dapat dijual dengan harga premium atau harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar. Sayuran hidroponik yang diproduksi dipasarkan ke supermarket, swalayan, hotel, dan restoran. Selain memiliki kualitas yang baik, sayuran hidroponik juga lebih ramah lingkungan dan higienis, pertumbuhan tanaman lebih cepat, kualitas hasil tanaman terjaga, dan kuantitas dapat lebih meningkat. Dengan sistem hidroponik sayuran menjadi lebih sehat karena terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah, segar dan tahan lama serta mudah dicerna (Indriasti, 2013: 4).

Pada tahun 1994 kelompok investigasi dari Laboratorium Teknologi Tanaman Universitas San Jose California melakukan sebuah tes 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 bagi kesehatan manusia dibanding dengan pola konvensional maupun organik (Susanto, 2015: 14).

Sayuran hidroponik mulai diminati oleh masyarakat karena saat ini kesadaran masyarakat akan kesehatan mulai meningkat. Hal ini membuat gaya konsumsi masyarakat bergeser dari yang sebelumnya tidak memperhatikan makanan yang dikonsumsinya sekarang mulai memperhatikan unsur kesehatan dalam mengonsumsi sumber bahan makanan yang akan di konsumsi. Tetapi tingkat konsumsi sayuran hidroponik masih sedikit dibandingkan dengan sayuran biasa. Perbedaan tingkat konsumsi ini dikarenakan harga sayuran hidroponik lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran biasa. Oleh karena itu diperlukan strategi-strategi untuk meningkatkan minat masyarakat agar masyarakat lebih mengonsumsi sayuran hidroponik. Salah satunya yaitu dengan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2009: 173) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan konsumen akan suatu produk mendorong terciptanya suatu sikap yang positif sehingga terjadi pembelian ulang, dan apabila kepuasan tetap berlanjut maka akan terbentuk loyalitas konsumen terhadap suatu produk. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut (Sumarwan, 2011: 387).

Menurut Supranto (2011) dalam Ainul Mardiyah (2017: 3). kepuasan konsumen harus diperhatikan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini menyebabkan penurunan penjualan. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar mengetahui atribut apa dari suatu produk yang membuat pelanggan tidak puas, untuk itu produsen harus memperhatikan bagaimana tanggapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan, tidak hanya fokus dalam bidang pemasaran. Suatu perusahaan tidak hanya menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga harus mengetahui bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam produk tersebut.

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang mampu mendukung dalam memasarkan produk, untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah penggunaan bauran pemasaran yang meliputi *product, price, place, dan promotion* (Darmayana, 2005: 144).

B. Rumusan Masalah

Seiring dengan adanya peningkatan pengetahuan konsumen terhadap kesehatan, bahaya pestisida, serta isu ramah lingkungan membuat sayuran hidroponik mulai diminati masyarakat untuk dikonsumsi sehari-hari. Saat ini penduduk kota besar mempunyai kecenderungan untuk memperbaiki kualitas hidup mereka dengan penggunaan produk-produk berkualitas tersebut dapat memberikan rasa nyaman bagi penggunaannya.

Umumnya sayuran hidroponik yang diproduksi dipasarkan ke supermarket, restoran, hotel dan swalayan. Sayuran hidroponik dipasarkan ke ritel-ritel modern dikarenakan memiliki kualitas yang lebih baik dan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran konvensional. Sayur hidroponik yang dipasarkan ke ritel-ritel modern harus berpenampilan bagus, bebas kerusakan akibat serangan hama, penyakit, kerusakan teknis (daun mulus dan tidak berlubang), ukuran seragam, daun segar atau tidak layu, dan tekstur tidak keras (Kunto Herwibowo dan N.S. Budiana. 2014: 113).

Adanya perubahan pola konsumsi masyarakat merupakan peluang bagi produsen sayuran hidroponik sehingga membuat produsen yang memproduksi sayuran hidroponik akan mencari tahu bagaimana perilaku konsumen tersebut serta untuk membuka peluang pemasaran sayuran hidroponik seiring dengan meningkatnya permintaan akan sayuran hidroponik. Dengan hal ini maka pihak produsen akan dapat meningkatkan keuntungan yang ingin dicapai dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Zulfa, 2017:6).

Usaha sayuran hidroponik di Kota Padang semakin berkembang, sehingga membuat posisi persaingan antar produsen sayuran hidroponik di pasar menjadi ketat. Persaingan yang semakin ketat akan memicu para produsen sayuran hidroponik untuk meningkatkan kualitas produknya agar dapat diterima oleh

konsumen. Adapun produsen-produsen sayuran hidroponik di Kota Padang yaitu Hydro Garden Padang, Blasta Urban Farming, Greenguru_Hydroponics, NH Farm Hydroponik, dan Windy RP Hidroponik (lampiran 4). Dari lima produsen tersebut, peneliti memfokuskan untuk menganalisa usaha Hydro Garden Padang, karena Hydro Garden Padang sudah berdiri sejak tahun 2014 dan masih aktif sampai saat sekarang ini. Jenis sayuran yang dijual oleh Hydro Garden Padang antara lain pakcoy, romain, basil, kale, selada, dan beberapa jenis sayuran lainnya. Dilihat dari segi omset, Hydro Garden Padang memiliki omset yang tinggi dibandingkan dengan usaha hidroponik lainnya (lampiran 5). Hydro Garden Padang juga menjadi pemasok sayuran hidroponik ke tempat-tempat usaha di Kota Padang seperti restoran, Kualy Nyoya Cafe, Weekend Cafe, Foodmart Fresh Basko Padang, Pusat Buah Padang, dan ada juga pembeli yang melakukan pembelian secara langsung di Hydro Garden Padang. Usaha Hydro Garden Padang memasarkan sayuran hidroponiknya ke restoran dan beberapa cafe di Kota Padang dalam bentuk sayuran segar dan kemudian diolah kembali oleh restoran dan cafe tersebut.

Sedangkan untuk di Foodmart Fresh Basko Padang dan Pusat Buah Padang sayuran hidroponik yang di pasarkan dan dibeli oleh konsumen akhir dalam keadaan sayuran hidroponik yang masih segar. Pada saat pandemi COVID-19 usaha Hydro Garden Padang hanya memasarkan produknya ke Pusat Buah Padang dan di lokasi usaha. Penelitian dilakukan di Pusat Buah Padang saja karena konsumen yang melakukan pembelian langsung ke lokasi usaha sangat sedikit dikarenakan dampak pandemi COVID-19.

Permintaan konsumen terhadap produk sayur hidroponik Hydro Garden Padang sangat bagus (Lampiran 6). Disamping banyaknya permintaan konsumen terhadap produknya, usaha Hydro Garden Padang juga memiliki pesaing dengan jenis usaha yang sama. Tingkat persaingan yang ketat membuat usaha sayur hidroponik Hydro Garden Padang harus meningkatkan kualitas dari produknya untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan eksistensinya di dunia usaha.

Untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih kepada pesaing dan menarik konsumen baru maka produsen perlu memberikan kepuasan kepada

konsumen. Kepuasan konsumen yang diberikan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara berulang terhadap sayuran hidroponik Hydro Garden Padang dan apabila kepuasan tetap berlanjut maka akan terbentuk loyalitas konsumen terhadap produk sayuran hidroponik Hydro Garden Padang.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Hydro Garden Padang**” rumusan pertanyaan penelitian:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran hidroponik Hydro Garden Padang?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik Hydro Garden Padang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut ,maka tujuan dari penelitian ini,yaitu:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen sayuran hidroponik Hydro Garden Padang.
2. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap sayuran hidroponik Hydro Garden Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagi Peneliti, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepuasan konsumen.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau bahan evaluasi dalam perumusan strategi perusahaan, memberikan informasi mengenai karakteristik konsumen dan tingkat kepuasan konsumen yang akan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, penjualan, dan laba perusahaan.

3. Bagi Pembaca, dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

