

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya adalah bermata pencaharian sebagai petani. Otomatis sebagian besar lahan di Indonesia banyak digunakan untuk proses produksi pertanian. Namun pada zaman sekarang ini, lahan pertanian di Indonesia semakin sempit untuk kegiatan pertanian, karena dialihfungsikan untuk pembangunan yang bersifat industri seperti pembuatan pusat-pusat perbelanjaan mall-mall, pelebaran jalan atau pembuatan jalan tol yang banyak memakan lahan-lahan persawahan (Budiman, 2021).

Dengan adanya kemajuan zaman, pertanian berbasis tanah terbuka juga mengalami beberapa tantangan besar, seperti penurunan ketersediaan lahan perkapita, kesuburan tanah menurun, dan produktivitas tidak meningkat. Dari tantangan tersebut maka munculah suatu solusi berbagai metode tanam yang hanya membutuhkan lahan sempit akan tetapi masih bisa memproduksi kebutuhan masyarakat, seperti sayur-sayuran, buah-buahan dan lainnya untuk mencukupi akan kebutuhan mereka. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi tantangan dan permasalahan pertanian saat ini adalah dengan metode hidroponik.

Hidroponik adalah metode menanam tanaman tanpa menggunakan tanah. Teknik ini sebaliknya menggunakan larutan nutrisi mineral dalam pelarut air, sehingga proses penyerapan nutrisi dapat berjalan lancar lebih efisien dibandingkan menggunakan tanah. Budidaya hidroponik menjadi lebih relevan dalam skenario saat ini mengatasi tantangan-tantangan ini. Ruang yang ditingkatkan dan metode produksi pangan yang menghemat air dalam budidaya hidroponik (tanpa tanah) telah menunjukkan beberapa hasil yang menjanjikan di seluruh dunia (Gole *et al.*, 2020).

Hidroponik dapat disebut sistem pertanian masa depan karena dapat diusahakan di berbagai tempat, baik itu di desa, di kota, maupun di lahan terbuka. Budidaya tanaman sistem hidroponik juga dapat dilakukan di ruangan sempit, di luar ataupun di dalam rumah, seperti di pekarangan rumah dan garasi. Cara menanam tanaman dengan metode hidroponik akhir-akhir ini menjadi sangat digemari baik oleh petani maupun masyarakat. Cara ini digemari karena untuk menanam tanaman yang diinginkan baik sayur maupun buah-buahan tidak lagi diperlukan tanah dan lahan yang luas. Dengan menggunakan metode hidroponik, maka bisa menanam dimana saja dengan lahan seadanya, karena metode hidroponik bisa dilakukan secara vertikal sehingga menghemat lahan (Hestiriani, 2021).

Sistem penanaman hidroponik yang banyak dimanfaatkan di Indonesia adalah komoditas hortikultura. Hortikultura merupakan suatu cabang dari ilmu pertanian yang mempelajari budidaya buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Komoditas hortikultura cukup potensial dikembangkan secara agribisnis, karena memiliki nilai ekonomis dan nilai tambah yang cukup tinggi. Selain itu, berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga usaha agribisnis hortikultura dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar (Wahyudie, 2020).

Sayuran merupakan salah satu bahan pangan yang memegang peran penting dalam memenuhi kebutuhan pangan manusia. Sayuran merupakan makanan yang memiliki kandungan air tinggi, mengandung vitamin, mikronutrien, serat, protein nabati, dan komponen biofungsional lainnya yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Sayuran yang sistem budidayanya menggunakan metode hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional.

Hidup sehat dengan memperhatikan jenis dan kualitas makanan yang dikonsumsi menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat modern. Seiring dengan meningkatnya standar masyarakat dan kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan sehat menyebabkan pergeseran pola konsumsi yang berubah. Adanya perubahan pada pola konsumsi tersebut membuat konsumsi sayuran dianjurkan sebagai bagian dari pola makan sehat yang akan menurunkan biaya kesehatan pribadi (Nasution, 2018).

Permintaan sayuran yang aman, higienis dan berkualitas tinggi semakin diminati oleh masyarakat modern. Masyarakat yang sadar akan kesehatannya akan mengonsumsi sayur hidroponik dinilai lebih menyehatkan dan alami. Di samping itu, sayur hidroponik memiliki keunggulan bebas pestisida yang tentunya lebih menyehatkan dan aman dikonsumsi. Harga sayuran hidroponik memiliki harga yang relatif lebih mahal dari sayuran konvensional, hal ini dikarenakan kualitas sayur yang dihasilkan lebih baik dan juga lebih sehat. Tak heran jika konsumen sayuran hidroponik tergolong dalam kategori konsumen menengah ke atas. Selain itu adanya kesadaran masyarakat atas isu kesadaran kesehatan dan keamanan pangan juga menjadi salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Persepsi konsumen atas kesadaran kesehatan dan keamanan pangan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik. Menurut Kotler dan Keller (2016), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Persepsi merupakan salah satu indikator dalam faktor psikologis. Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang memilih, dan menginterpretasikan informasi terkait produk, keyakinan dan pengetahuan mereka.

Beberapa penelitian juga menganalisa perilaku pembelian yang dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap produk sayuran hidroponik yang meliputi kesadaran kesehatan, keamanan pangan. Di negara maju, kesadaran kesehatan dan keamanan pangan terhadap makanan sehat dan aman telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir yang menyebabkan peningkatan yang signifikan dalam permintaan produk organik maupun sayuran yang terbebas dari pestisida, atau residu kimia yang berlebihan (Noor *et al.*, 2021; Poyearleng *et al.*, 2019; Yang *et al.*, 2023).

Hasil penelitian oleh Nasution (2018), menunjukkan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik. Dimana mengkonsumsi makanan yang seimbang menjadi indikator terbesar dalam variabel kesadaran kesehatan. Hal ini dikarenakan konsumen semakin memperhatikan keseimbangan makanan yang dikonsumsinya. Selanjutnya, hasil penelitian Aisyah (2023), menunjukkan bahwa keamanan pangan mempengaruhi keputusan pembelian produk pangan organik. Hal ini dikarenakan produk pangan organik benar-benar aman dikonsumsi dan terbebas dari bahan kimia/pestisida.

Tingkat kesadaran masyarakat akan kesehatan dan keamanan pangan menjadi hal yang paling penting dalam melakukan keputusan pembelian sayuran. Menurut Kotler dan Keller (2016), keputusan pembelian ialah suatu perilaku konsumen untuk mau atau tidak membeli terhadap suatu produk. Dalam pengambilan keputusan pembelian akan suatu produk, seorang konsumen mengalami beberapa tahapan sebelum benar-benar melakukan transaksi pembelian, bahkan konsumen masih mengalaminya setelah melakukan transaksi. Tahap-tahap tersebut terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2018), bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran adalah salah satu teori yang umum dan populer untuk digunakan dalam dunia *marketing*, dimana teori ini mampu mempengaruhi angka penjualan dari bisnis sebuah perusahaan.

Persaingan yang semakin ketat mendorong pengusaha untuk terus berupaya memasarkan produk mereka agar dapat memenangkan pasar. Dalam memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat maka sebuah perusahaan perlu untuk menjaga loyalitas pelanggan melalui bauran pemasaran. Elemen dalam bauran pemasaran diantaranya adalah produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik. Ketujuh elemen ini tidak dapat dipisahkan dalam sebuah proses pemasaran.

Kebun Hidroponik Griya Botani merupakan salah satu unit usaha yang bergerak dan berfokus di bidang produksi penyedia sayuran hidroponik. Kebun Hidroponik Griya Botani berlokasi di Jl. Perum Pondok Mutiara, Banjarbendo, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kebun Hidroponik Griya Botani juga aktif dalam memberikan edukasi atau sosialisasi seputar hidroponik kepada anak sekolah, ibu rumah tangga dan komunitas pertanian. Kebun Hidroponik Griya Botani berdiri pada tahun 2017. Sejarah berdirinya dimulai dari hobi lalu dikembangkan dan lama-lama menjadi wirausaha atau bisnis. Kebun Hidroponik Griya Botani memiliki *greenhouse* yang berukuran 8x11 m² dengan kapasitas lubang tanam 960. Metode sistem hidroponik yang digunakan ada dua yakni dengan metode rakit apung dan NFT (*Nutrient Film Technique*).

Jumlah sayur yang diproduksi Kebun Hidroponik Griya Botani memiliki berbagai macam variasi seperti selada, kangkung, bayam hijau, bayam merah, sawi pakcoy, naibay. Harga sayuran yang dijual Kebun Hidroponik Griya Botani bervariasi mulai dari Rp.10.000/pcs dengan berat menyesuaikan tanamannya. Berikut merupakan daftar harga produk sayuran hidroponik milik Kebun Hidroponik Griya Botani.

Tabel 1.1. Daftar Harga Sayuran Hidroponik

No.	Jenis Sayur	Harga (Rp)	Berat (Gram)
1.	Selada	10.000	250
2.	Sawi Pakcoy	10.000	350
3.	Naibay	10.000	300
4.	Bayam Hijau	10.000	400
5.	Bayam Merah	10.000	400
6.	Kangkung	10.000	400

Sumber: (Kebun Hidroponik Griya Botani, 2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa harga dari produk yang diperjualbelikan oleh Kebun Hidroponik Griya Botani relatif tinggi. Hal ini terjadi karena semenjak pandemi, pola pikir masyarakat berubah, masyarakat lebih memilih makanan-makanan yang sehat dan bergizi, tidak terlalu peduli dengan harga yang mahal, sehingga hal ini yang menyebabkan kenaikan penjualan pada sayuran hidroponik. Dimana untuk sayuran jenis selada dijual Rp.10.000 dengan berat bersih 250 gram, untuk jenis sawi-sawian dijual Rp.10.000 dengan berat bersih 300-350 gram, kemudian untuk jenis bayam dan kangkung dijual Rp.10.000 dengan berat bersih 400 gram.

Dari hasil wawancara dengan pemilik Kebun Hidroponik Griya Botani, permasalahan yang terjadi saat ini adalah permintaan konsumen sayuran hidroponik yang mengalami fluktuasi sehingga berpengaruh terhadap penurunan penjualan di Kebun Hidroponik Griya Botani yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2. Penjualan Sayuran Hidroponik dalam Kg Tahun 2018-2022

No.	Tahun	Penjualan (Kg)
1.	2018	970
2.	2019	850
3.	2020	990
4.	2021	860
5.	2022	730

Sumber: (Kebun Hidroponik Griya Botani, 2023)

Dari Tabel 1.2. diatas dapat dilihat bahwa penjualan sayuran hidroponik mengalami naik turun/fluktuasi setiap tahunnya. Penjualan paling terbanyak terdapat pada tahun 2020 sebanyak 970 kg/tahun. Hal ini terjadi karena semenjak pandemic COVID 19, pola pikir masyarakat berubah, masyarakat lebih memilih makanan-makanan yang sehat dan bergizi, tidak terlalu peduli dengan harga yang mahal, sehingga hal ini yang menyebabkan kenaikan penjualan pada sayuran hidroponik. Oleh karenanya, selama masa pandemi masyarakat lebih mencari makanan yang sehat dan aman untuk dapat meningkatkan kekebalan tubuh (Gumber dan Jyoti, 2021).

Sedangkan penjualan paling sedikit terjadi pada tahun 2022 sebanyak 730 kg/tahun. Hal ini terjadi karena Kebun Hidroponik Griya Botani hanya memproduksi sayuran sesuai permintaan konsumen saja. Owner Kebun Hidroponik Griya Botani mengatakan caranya menjual sayuran hidroponik hanya dipromosikan melalui media sosial yang ada, seperti *instagram* dan *whatsapp*. Bagi Kebun Hidroponik Griya Botani perihal promosinya ini masih tergolong kurang dan bahkan perusahaan ini belum memiliki penyalur produk seperti *supermarket*, *reseller* dll. Dimana untuk pendistribusian sayuran hidroponik dilakukan langsung ke konsumen akhir, dimana konsumen akhir tersebut bertempat tinggal di perumahan tempat Kebun Hidroponik Griya Botani beroperasi. Sehingga penjualan mengalami penurunan atau stagnan karena hanya melayani masyarakat sekitar saja.

Fenomena yang terjadi dilapangan menunjukkan bahwa penjualan tersebut terbilang fluktuasi. Penjualan mengalami fluktuasi tersebut disebabkan karena persaingan untuk produk yang sejenis begitu ketat sehingga dapat berdampak terhadap orientasi pasar. Persaingan pada masa kini bukanlah pada apa yang dihasilkan perusahaan, tetapi persaingan diantara apa yang ditambahkan pada produk, harga, promosi, lokasi/distribusi, orang/partisipan, sarana fisik, proses dan persepsi konsumen.

Produk yang diproduksi dan diperjualbelikan oleh Kebun Hidroponik Griya Botani merupakan sayuran pilihan yang bebas dari pestisida, kemasan yang rapi, dan fasilitas pengantaran produk ke alamat konsumen dengan mobil khusus milik perusahaan, dan jaminan akan kualitas produk dan kualitas dari ketepatan waktu sampai di alamat konsumen. Namun, kenyataannya produk dari Kebun Hidroponik Griya Botani yang memiliki sifat mudah rusak dan tidak tahan lama menjadikan ketidaksamaan kondisi produk saat sampai di tangan konsumen.

Kebun Hidroponik Griya Botani menjual produk sayuran hidroponik dengan harga yang relatif cukup mahal, hal ini di latar belakang dengan kualitas produk yang dimiliki Kebun Hidroponik Griya Botani yang baik dan proses pembudidayaan yang membutuhkan banyak biaya dalam pemenuhan produksinya. Selain itu, Kebun Hidroponik Griya Botani memiliki lokasi kebun yang cukup strategis karena berada di salah satu perumahan elit yang terletak di Kabupaten Sidoarjo yang dimana penduduknya mayoritas berstatus menengah ke atas. Namun, distribusi yang dilakukan perusahaan belum memaksimalkan potensi yang ada, seperti memperluas pasar supaya penjualan dapat meningkat dan adanya keberadaan produk pesaing pada wilayah yang menjadi target pasar perusahaan yaitu Sidoarjo dan Surabaya.

Kebun Hidroponik Griya Botani dalam pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan masih terbatas seperti, pemasaran dengan belum terlaksana dengan baik. Kebun Hidroponik Griya Botani hanya memfokuskan kegiatan promosi melalui media *instagram* saja dengan kejelasan mengenai informasi produk dan visualisasi gambar yang dirasa perlu ditingkatkan lagi. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh Kebun Hidroponik Griya Botani tidak terorganisir dengan baik dan tidak memiliki alur promosi yang jelas.

Dalam kondisi seperti saat ini Kebun Hidroponik Griya Botani perlu melakukan penyesuaian diri dalam produk dan perlu melakukan strategi pemasaran untuk bertahan. Termasuk memperbaharui sistem pemasaran yang ada, karena bisnis yang mampu bertahan yaitu bisnis yang responsif terhadap perubahan lingkungan. Dengan melakukan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai maka produk akan mudah diterima oleh calon konsumen sehingga calon konsumen membeli produk yang dijual (Pranata & Sihombing, 2022).

Agar bisnisnya secara berkelanjutan maka Kebun Hidroponik Griya Botani harus selalu mengembangkan pasar dengan menjaring konsumen-konsumen baru serta memertahankan pasar yang sudah ada. Salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan untuk mengembangkan pasarnya yaitu dengan meningkatkan promosi produk dan memperluas kerjasama dengan perusahaan penyalur produk. Mengacu pada hal ini, diharapkan agar pemilik usaha dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif guna menjangkau yang menjadi target pasar dalam skala lebih luas serta dapat membangun lebih banyak infrastruktur distribusi dan meningkatkan edukasi konsumen tentang manfaat sayuran hidroponik sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian sayuran hidroponik. Berdasarkan fenomena dan

latar belakang tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk “PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK (Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Griya Botani)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah bauran pemasaran 7P berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik di Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo?
2. Apakah persepsi konsumen tentang kesadaran kesehatan dan keamanan pangan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo?
3. Bagaimana rekomendasi strategi untuk meningkatkan pemasaran pada Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo
2. Menganalisis pengaruh persepsi konsumen tentang kesadaran kesehatan dan keamanan pangan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo
3. Merekomendasikan strategi untuk meningkatkan pemasaran pada Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi atau masukan dalam melakukan penelitian bagi peneliti selanjutnya mengenai strategi pemasaran sayuran hidroponik melalui bauran pemasaran dan persepsi konsumen dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik.
2. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Kebun Hidroponik Griya Botani Sidoarjo setelah mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian untuk mengembangkan strategi dan memperluas pemasarannya.
3. Bagi penulis, penelitian ini mendapatkan manfaat dengan meraih gelar Sarjana Pertanian dan menjadi tolak ukur dalam pembelajaran mengenai kemampuan dalam memahami dan menganalisis konsumen khususnya berkenaan dengan analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.