

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sayuran adalah bahan makanan yang berasal dari tanaman dan memiliki kadar air yang tinggi (Waryat dan Handayani, 2020). Sayuran merupakan sumber penting karena berbagai nutrisi termasuk potassium, asam folat, serat, serta vitamin A, E, dan C. Selain itu, setiap jenis sayuran memiliki kandungan gizi atau nutrisi yang berbeda – beda.



Gambar 1.1 Perkembangan Konsumsi Sayur di Indonesia Tahun 2019 – 2023 (Kg/Kap/Tahun)

Sumber: Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) BPS (Secretariate General Ministry of Agriculture Republic of Indonesia, 2023)

Data di atas menunjukkan bahwa konsumsi sayur dari tahun 2019 sampai tahun 2023 mengalami kondisi fluktuasi. Konsumsi produk sayuran lebih dominan tinggi yaitu pada tahun 2021 sekitar 25,21 Kg/Kap dibandingkan tahun 2019 yaitu dengan jumlah konsumsi 23,65 Kg/Kap. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam mengkonsumsi sayuran di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor.

Permintaan akan sayuran semakin meningkat seiring dengan tingginya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan dan pola hidup yang lebih sehat (Okuputra *et al.*, 2022). Sayuran adalah sumber nutrisi yang sangat penting karena kaya akan vitamin, mineral, serat, dan antioksidan yang berperan dalam menjaga kesehatan tubuh serta memperkuat sistem kekebalan. Di pasar, sayuran ini terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu sayuran organik dan non-organik, yang masing-masing memiliki ciri khas dan keunggulannya tersendiri.

Sayuran non-organik atau konvensional umumnya ditanam dengan memanfaatkan pupuk kimia dan pestisida sintetis guna meningkatkan produktivitas dan ketahanan terhadap serangan hama. Walaupun metode ini dapat mempercepat proses pertumbuhan dan meningkatkan hasil panen, penggunaan bahan kimia secara berlebihan berpotensi meninggalkan residu pada produk akhir yang dikonsumsi masyarakat, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan dampak kesehatan jangka panjang.

Sayuran organik adalah jenis sayuran yang ditanam tanpa menggunakan bahan kimia sintetis, seperti pestisida dan pupuk buatan, serta menerapkan metode alami yang ramah lingkungan (Rahayu, 2023). Dalam konteks ini, hidroponik dapat menjadi teknik penanaman yang diintegrasikan dengan prinsip organik. Hidroponik adalah metode bercocok tanam tanpa tanah, di mana tanaman mendapatkan nutrisi dari larutan air yang kaya mineral. Hidroponik tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga menghasilkan sayuran yang aman dan sehat untuk dikonsumsi. Dengan menggabungkan pendekatan organik dan hidroponik, teknik ini mampu memproduksi sayuran berkualitas tinggi, bebas dari residu kimia, serta mendukung konsep pertanian berkelanjutan yang lebih modern dan efisien.

Keunggulan dari sayuran hidroponik terletak pada kecepatan pertumbuhannya dan pengendalian hama yang lebih baik.

Hidroponik adalah budidaya pertanian tanpa menggunakan media tanah, sehingga hanya dijalankan dengan menggunakan air sebagai media pengganti tanah (Pengabdian *et al.*, 2021). Sistem bercocok tanam secara hidroponik ini cocok dalam memanfaatkan lahan yang sempit, karena tidak memerlukan penggunaan lahan yang luas, sehingga bisnis pertanian dengan sistem hidroponik layak untuk dikembangkan karena dapat dilakukan di pekarangan, rumah, maupun lahan lainnya. Selain itu, metode cocok diterapkan di daerah dengan lahan terbatas dan kualitas tanah yang buruk, serta dapat mengurangi penggunaan air hingga 90% dibandingkan dengan pertanian konvensional (Fauzi *et al.*, 2021).

Kualitas sayuran yang dihasilkan dengan metode hidroponik cenderung lebih higienis dan bebas dari residu pestisida, sehingga menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen kelas menengah ke atas yang peduli terhadap kesehatannya. Di negara maju, kesadaran konsumen mengenai kesehatan dan keamanan pangan terhadap makanan yang sehat telah mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, sehingga menyebabkan adanya lonjakan signifikan dalam permintaan produk organik serta sayuran yang bebas dari pestisida atau residu kimia yang berlebihan (Poyearleng *et al.*, 2019).

Semakin tingginya permintaan sayuran hidroponik membuka peluang bisnis yang menjanjikan bagi petani (Okupura *et al.*, 2022). Salah satu provinsi di Indonesia yaitu Jawa Timur mengalami peningkatan kesadaran masyarakat dalam melakukan pola hidup sehat dan memenuhi kebutuhan produk pangan berkualitas dengan mengkonsumsi sayuran hidroponik. Hal tersebut dapat ditunjukkan dari rata-rata

pengeluaran konsumen sayuran di Jawa Timur selama 2 tahun terakhir yaitu tahun 2022-2023 yang mengalami kenaikan 5,62%. Pengeluaran tersebut secara berturut-turut dari tahun 2022-2023 adalah Rp.45.662,00 ; Rp.51.285,00 (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2023). Sehingga mulai banyak pebisnis atau pengusaha yang ingin memulai bisnis sayur hidroponik di Jawa Timur.

Maraknya praktik hidroponik yang telah berkembang pesat terjadi di beberapa wilayah salah satunya Kota Surabaya. Kota Surabaya sebagai salah satu kota metropolitan terbesar di Indonesia dan telah mengalami percepatan perkembangan industri dan infrastruktur yang signifikan (Salama, 2023). Perkembangan tersebut menyebabkan Kota Surabaya memiliki lahan pertanian yang semakin terbatas, sehingga banyak komunitas termasuk kelompok tani dan petani urban mulai mengadopsi praktik hidroponik sebagai alternatif untuk mengembangkan metode pertanian yang lebih efisien dan meningkatkan produksi pertanian serta kebutuhan pangan masyarakat melalui produk hidroponik. Keberadaan kelompok-kelompok ini tidak hanya membantu meningkatkan ketersediaan sayuran segar, tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat tentang cara bercocok tanam yang efisien dan ramah lingkungan (Alifani *et al.*, 2024). Dengan demikian, hidroponik berkontribusi pada ketahanan pangan lokal dan meningkatkan pendapatan petani lokal (Maharani dan Yunyver, 2021).

Salah satu komunitas yang menerapkan usaha pertanian di bidang hidroponik adalah Kelompok Tani Kosaghra Lestari. Kelompok ini tidak hanya berfokus pada produksi sayuran hidroponik, tetapi juga berkomitmen kuat untuk mengembangkan pertanian organik yang terintegrasi dengan perikanan dan peternakan berkelanjutan serta ramah lingkungan. Salah satu hasil penjualan yang cenderung memiliki banyak

permintaan dari konsumen yaitu sayuran hidroponik. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, permintaan terhadap sayuran hidroponik di kelompok tani ini menunjukkan tren peningkatan. Meski demikian, kapasitas produksi yang dimiliki masih terbatas, sehingga kelompok tani belum mampu memenuhi permintaan dalam skala besar secara konsisten. Hal ini disebabkan oleh jumlah modul hidroponik yang masih terbatas, yang berdampak pada keterbatasan stok panen setiap bulannya. Selain itu, promosi yang dilakukan oleh kelompok tani ini masih tergolong minim, dan kelompok tani tersebut masih belum memiliki saluran distribusi yang mencakup supermarket, reseller, ataupun penjualan melalui platform *e-commerce*. Saat ini, distribusi sayuran hidroponik dilakukan secara langsung kepada konsumen akhir yang tinggal di sekitar wilayah usahatani kelompok tani Kosaghra Lestari.

Tren peningkatan penjualan dalam tiga tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang menyajikan data produksi, permintaan, dan penjualan sayuran hidroponik berikut:

Tabel 1.1 Data Produksi, Permintaan dan Penjualan Sayuran Hidroponik

No	Tahun	Produksi (kg)	Permintaan (kg)	Penjualan (kg)
1.	2022	230	270	221
2.	2023	260	310	246
3.	2024	285	350	273

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel 1.1 diatas menunjukkan perkembangan data produksi, permintaan, dan penjualan dalam tiga tahun terakhir, tetapi dalam kenyataannya kelompok tani masih menghadapi keterbatasan dalam kapasitas produksi. Selisih antara permintaan dan produksi mencerminkan adanya peluang pasar yang belum dapat terpenuhi secara optimal, sedangkan selisih antara produksi dan penjualan mengindikasikan kemungkinan kehilangan hasil pascapanen, konsumsi internal, atau keterbatasan

dalam proses distribusi. Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok tani masih menghadapi keterbatasan dalam sarana produksi, seperti jumlah modul hidroponik, sehingga belum mampu menjangkau konsumen dalam skala lebih luas atau menjalin kerja sama pasokan secara berkelanjutan dengan pelanggan besar. Oleh karena itu, kelompok tani perlu menyusun strategi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah produksi, melainkan juga pada pendekatan yang mampu memperkuat hubungan dengan konsumen dan menjaga loyalitas mereka di tengah keterbatasan pasokan.

Produksi sayuran hidroponik yang terbatas menyebabkan kelompok tani Kosaghra Lestari harus menciptakan pangsa pasar yang eksklusif, karena interaksi sosial dan kemampuan membangun hubungan psikologis dengan pelanggan menjadi faktor penting dalam mendukung proses penjualan. Kelompok tani tersebut tidak hanya berfokus dan bergantung dengan peningkatan budidaya agar dapat meningkatkan stock hidroponik, namun juga harus memahami dan memanfaatkan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi keputusan pelanggan agar produk sayuran hidroponik tersebut tetap laku terjual di masyarakat. Selanjutnya, untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh bagaimana faktor sosial dan psikologis tersebut mempengaruhi keberhasilan proses penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari, maka perlu ditinjau berbagai faktor yang mempengaruhi proses penjualan tersebut.

Kotler dan Amstrong (2010), mengemukakan bahwa penjualan merupakan proses sosial dan manajerial di mana individu atau kelompok berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai dengan pihak lain. Proses penjualan sayuran

hidroponik melibatkan serangkaian aktivitas mulai dari produksi, pemasaran, hingga distribusi kepada konsumen akhir. Dalam proses penjualan tidak hanya terbatas pada transaksi ekonomi, tetapi juga mencakup upaya membangun hubungan sosial yang erat dengan konsumen dan menciptakan pengalaman pembelian yang memuaskan. Rekomendasi dari jaringan pelanggan tetap serta interaksi personal antara penjual dan pembeli menjadi elemen kunci dalam menciptakan hubungan yang langgeng. Hal ini sejalan dengan teori bahwa hubungan sosial yang kuat dapat memperkuat citra merek dan meningkatkan penjualan produk, terutama dalam konteks produk pertanian yang sangat bergantung pada kepercayaan konsumen (Rhois *et al.*, 2018).

Kotler (2005), mengemukakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status. Selain itu, faktor psikologis seperti motivasi dan persepsi juga mempengaruhi keputusan pembelian. Selain faktor sosial dan psikologis, fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) dan WOM (*Word of Mouth*) turut menjadi faktor baru yang memengaruhi proses penjualan sayuran hidroponik. FOMO, yang muncul dari kekhawatiran kehilangan kesempatan untuk mendapatkan produk berkualitas tinggi atau tren populer, sering kali memicu konsumen untuk segera mengambil keputusan pembelian. Di sisi lain, WOM, baik dalam bentuk rekomendasi langsung maupun ulasan di media sosial, dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

Selanjutnya Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu faktor eksternal (seperti faktor budaya dan sosial) serta faktor internal (seperti faktor pribadi dan psikologis). Faktor sosial seperti kebiasaan dan pengaruh dari kelompok referensi juga

mempengaruhi keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa pengaruh dari kelompok referensi seperti teman dan keluarga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih sayuran hidroponik. Kehadiran komunitas lokal yang aktif memungkinkan *WOM* menyebar lebih cepat, sedangkan *FOMO* dapat mendorong konsumen untuk segera membeli sayuran hidroponik sebelum kehabisan stok. Pengaruh ini diharapkan memberikan dampak positif pada penjualan sekaligus memperkuat loyalitas konsumen.

Variabel faktor sosial dan psikologis memainkan peran penting dalam hubungan antara pengurus kelompok tani dengan konsumen saat kegiatan penjualan produk sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari. Studi terdahulu telah menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik. Motivasi konsumen untuk membeli sayuran hidroponik dapat dipicu oleh kebutuhan akan sayuran yang sehat dan bebas pestisida. Persepsi positif terhadap kualitas dan kesegaran sayuran hidroponik juga dapat meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas, menarik untuk dilakukan kajian terhadap faktor sosial dan psikologis terhadap proses penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari. Mengacu pada hal tersebut, maka penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial dan Psikologis terhadap Proses Penjualan Sayuran Hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari” perlu dilakukan untuk menganalisis secara deskriptif peranan faktor sosial dan faktor psikologis terhadap hubungan antara pengurus kelompok tani dan pelanggan yang dapat mempengaruhi penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari serta menganalisis faktor sosial atau faktor psikologi yang lebih dominan agar dapat mengetahui perilaku

konsumen dalam memutuskan pembelian sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keterkaitan antara faktor sosial dan faktor psikologis terhadap upaya kelompok tani dalam meningkatkan penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari?
2. Bagaimana faktor sosial dan faktor psikologis mempengaruhi proses penjualan sayuran hidroponik di tengah perubahan tren konsumsi masyarakat?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis secara deskriptif peranan faktor sosial dan faktor psikologis terhadap hubungan antara pengurus kelompok tani dan pelanggan yang dapat mempengaruhi penjualan sayuran hidroponik di Kelompok Tani Kosaghra Lestari.
2. Menganalisis faktor sosial dan faktor psikologis yang mempengaruhi proses penjualan sayuran hidroponik dalam mendukung keberlanjutan usaha Kelompok Tani Kosaghra Lestari.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini, antara lain;

## 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literature mengenai perilaku konsumen, khususnya dalam konteks produk pertanian hidroponik.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, untuk melatih kemampuan menganalisis masalah berdasarkan fakta dan data yang tersedia dan disesuaikan dengan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan serta sebagai salah satu syarat kelulusan gelar sarjana (S-1) program studi Agribisnis.
- b. Bagi tempat penelitian, sebagai bahan informasi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian sayuran hidroponik.
- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan penambah wawasan dan sebagai media informasi bagi masyarakat dalam membaca literatur berkenaan dengan masalah-masalah yang relevan dengan penelitian ini.
- d. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan peluang bagi perguruan tinggi dan perusahaan atau asosiasi untuk membuka jalur kerja sama, serta memberikan tambahan referensi khususnya tentang perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk untuk pihak dalam perguruan tinggi yang memerlukan.