

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

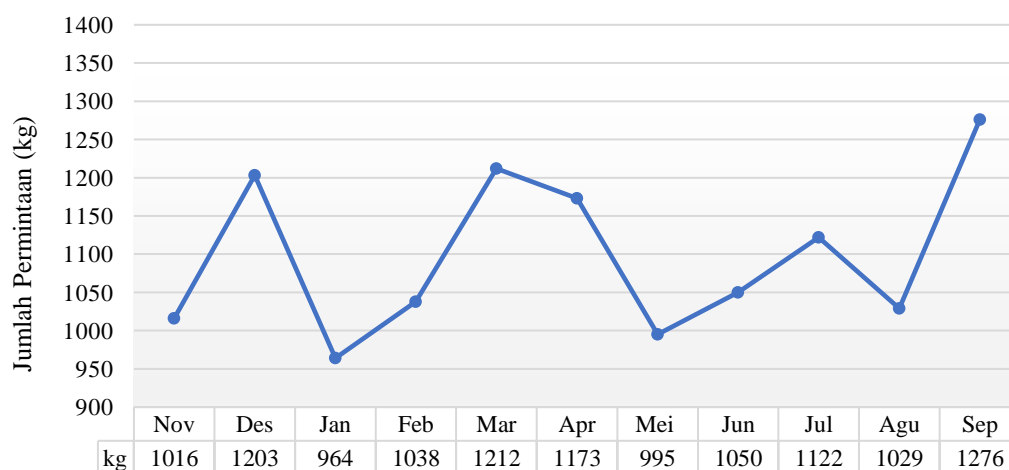
### **1.1. Latar Belakang**

Budidaya hidroponik merupakan solusi untuk mengatasi lahan pertanian yang semakin berkurang. Setiawan (2017) menyatakan bahwa hidroponik didefinisikan sebagai model pertanian dengan memanfaatkan air yang diperkaya oleh unsur hara dan nutrisi yang dibutuhkan tanaman. Jenis tanaman yang banyak dibudidayakan secara hidroponik adalah jenis tanaman sayuran. Sayuran hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional. Penelitian dari *San Jose California University* menunjukkan bahwa tanaman hasil hidroponik memiliki vitamin dan mineral yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan pola konvensional maupun organik (Okuputra *et al.*, 2022)

Isu mengenai meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap kesehatan, bahaya pestisida, dan ramah lingkungan marak diangkat sehingga meningkatkan permintaan terhadap sayuran hidroponik. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Savira & Prihtanti (2019), rangkuman beberapa survei menyatakan bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan permintaan sayuran hidroponik sebanyak 10-20%. Hal tersebut menyebabkan usaha sayuran hidroponik memiliki prospek yang baik. Teknik-teknik khusus dibutuhkan dalam usaha sayuran hidroponik, baik dalam hal budidaya maupun pemasarannya. Penjualan sayuran hidroponik pun masih dikatakan terbatas karena hanya tersedia di tempat-tempat tertentu seperti pasar

modern dan tidak tersedia di pasar tradisional. Hal ini yang membuat sayuran hidroponik mempunyai segmen pasar sendiri (Febrianti *et al.*, 2019).

*Forever Green Hydroponic Farm* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang budidaya, produksi, dan pemasaran sayuran hidroponik. Perusahaan ini berlokasi di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur, dan sudah memiliki dua kebun hidroponik dengan total kapasitas 50.000 lubang tanam. *Forever Green Hydroponic Farm* menawarkan 26 komoditas sayuran hidroponik (Lampiran 2) dengan komoditas unggulan yang terdiri dari *green* pakcoy, kangkung, dan bayam hijau. Komoditas unggulan pada perusahaan ini merupakan komoditas dengan permintaan terbanyak. Permasalahan yang terjadi pada perusahaan ini yaitu terjadinya fluktuasi permintaan. Jumlah permintaan sayuran hidroponik pada *Forever Green* selama satu tahun terakhir ditunjukkan pada Ilustrasi 1.



Ilustrasi 1. Jumlah Permintaan Sayuran Hidroponik pada *Forever Green*

Perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen. Sayangnya, kondisi permintaan sayuran hidroponik yang fluktuatif menyebabkan

terjadinya kekosongan atau kehabisan stok karena jumlah persediaan jenis barang tertentu lebih kecil dari jumlah permintaan. Sebaliknya, ketika jumlah persediaan barang lebih banyak dari jumlah permintaan konsumen, biaya yang harus dikeluarkan menjadi lebih besar dan persediaan menjadi menumpuk akibat tak terjual. Permintaan konsumen dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan. Kotler & Armstrong (2016) mengemukakan bahwa konsep dasar bauran pemasaran yaitu sekumpulan variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi permintaan akan produknya. Komponen-komponen pokok bauran pemasaran yang dapat perusahaan gabungkan terdiri 4 variabel yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.

Perusahaan pada umumnya menggunakan bauran pemasaran sebagai alat untuk menciptakan permintaan sehingga terjadi peningkatan penjualan yang berkelanjutan (Salam, 2019). Atribut produk yang terdiri dari kualitas, kemasan, dan merek merupakan strategi yang diterapkan perusahaan. Produk dipasarkan dengan harga jual yang berkisar antara Rp 12.000 – Rp 18.000 per kemasannya. Penetapan harga jual dilakukan atas pertimbangan kondisi pasar dengan memperhatikan kualitas, kemasan, dan pelayanan yang diberikan. Produk didistribusikan secara langsung kepada konsumen akhir dan/atau *reseller* yang bekerja sama dengan perusahaan. Pendistribusian produk dilakukan ke seluruh daerah Jakarta, Bekasi, dan Tangerang menggunakan jasa pengiriman instan dan *same day*. Promosi produk dilakukan melalui media sosial *WhatsApp*, *instagram*, dan *TikTok* guna menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Keberhasilan penerapan bauran pemasaran di suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah permintaan produk. *Forever Green Hydroponic Farm* dituntut untuk terus mengevaluasi pelaksanaan bauran pemasaran agar dapat memenuhi permintaan konsumen. Berdasarkan pemaparan di atas, maka perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik pada *Forever Green Hydroponic Farm* Jakarta Timur”. Harapan dengan adanya penelitian ini dapat membantu *Forever Green Hydroponic Farm* dalam menentukan penerapan bauran pemasaran yang tepat agar terjadi peningkatan jumlah permintaan.

## **1.2. Tujuan**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Menganalisis bauran pemasaran di *Forever Green Hydroponic Farm*.
2. Menganalisis permintaan sayuran hidroponik di *Forever Green Hydroponic Farm*.
3. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap permintaan sayuran hidroponik di *Forever Green Hydroponic Farm*.

## **1.3. Manfaat**

Manfaat penelitian ini adalah

1. Bagi perusahaan, sebagai tambahan informasi, masukan, dan bahan evaluasi mengenai bauran pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk meningkatkan permintaan.

2. Bagi peneliti, sebagai sarana pengembangan pola pikir dan informasi terkait.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan informasi atau referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.