

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kabupaten Sleman terletak di kaki Gunung Merapi yang dikenal dengan iklim sejuk serta lingkungan asri dan nyaman. Kondisi geografis dan iklim tersebut menjadikan Kabupaten Sleman sebagai lokasi potensial untuk pengembangan usaha pertanian, baik secara tradisional maupun berbasis teknologi modern. Data Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan 248 pelaku usaha pertanian modern di Kabupaten Sleman telah mengadopsi sistem berbasis teknologi seperti hidroponik, aquaponik, vertikultura, media terpal, dan sejenisnya. Informasi tersebut belum memuat perbandingan dengan periode sebelumnya, sehingga kecenderungan peningkatan belum dapat diukur secara kuantitatif. Jumlah tersebut mencerminkan sekitar 0,67% dari total 37.141 petani aktif di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah beralih ke sistem budidaya modern. Fenomena tersebut menandakan adanya pergeseran praktik pertanian lokal menuju sistem yang lebih efisien dan berkelanjutan. Keterbatasan data dari tahun ke tahun membuat tren perkembangan hidroponik di tingkat daerah belum bisa digambarkan secara pasti. Meskipun demikian, jumlah pelaku usaha yang sudah beralih ke sistem hidroponik menunjukkan adanya perubahan arah pertanian lokal menuju cara tanam yang lebih modern dan efisien di Kabupaten Sleman. Sistem hidroponik mulai berkembang di wilayah ini karena efisien dalam penggunaan lahan dan air serta mampu menghasilkan buah bersih dan sehat. Menurut Tinambo dan Sunaryanto (2021),

budidaya buah dengan sistem hidroponik memiliki keunggulan seperti teknik tanam yang lebih baik, minim serangan hama, efisiensi penggunaan pupuk, serta pertumbuhan tanaman lebih cepat. Buah hidroponik menjadi alternatif konsumsi sehat bagi masyarakat Sleman dengan kualitas produk yang unggul dan manfaat bagi kesehatan. Sistem ini tidak hanya menjamin kebersihan dan efisiensi penggunaan lahan, tetapi juga mencerminkan perubahan pola pikir masyarakat terhadap pertanian modern.

Perkembangan budidaya melon dengan sistem hidroponik juga perlu didukung oleh ketersediaan produk yang mampu memenuhi kebutuhan pasar. Produksi melon di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan kecenderungan yang menurun. Berdasarkan Data Statistik Hortikultura Badan Pusat Statistik (2023), produksi melon di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tercatat sebesar 22.230 ton pada tahun 2020, kemudian menurun menjadi 14.549 ton pada tahun 2021 dan kembali menurun menjadi 7.001 ton pada tahun 2022. Penurunan produksi tersebut perlu menjadi perhatian karena kebutuhan masyarakat terhadap melon sebagai salah satu sumber vitamin dan gizi tetap perlu dipenuhi. Kebutuhan konsumsi melon yang tinggi perlu diimbangi dengan ketersediaan melon yang stabil agar kebutuhan konsumsi dapat terpenuhi. Pada tingkat kabupaten, produksi melon di Kabupaten Sleman menurut Badan Pusat Statistik (2025) mencapai 657,00 kuintal atau setara dengan 65.700 kg per musim panen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha melon tidak hanya berkaitan dengan peningkatan kemampuan produksi, tetapi juga perlu memperhatikan kondisi pasar dan permintaan konsumen.

Secara ekonomi, kurva permintaan melon menunjukkan hubungan negatif antara harga dan jumlah melon yang diminta, sehingga kurva permintaan memiliki kemiringan negatif (*downward sloping*). Artinya, ketika harga melon meningkat, jumlah melon yang diminta cenderung menurun, sedangkan ketika harga menurun, jumlah yang diminta cenderung meningkat, dengan asumsi faktor lain tetap (*ceteris paribus*). Selain perubahan jumlah yang diminta akibat perubahan harga, kurva permintaan juga dapat mengalami pergeseran. Pergeseran kurva ke kanan menunjukkan peningkatan permintaan melon yang dapat terjadi karena perubahan preferensi konsumen, peningkatan pendapatan, penambahan jumlah konsumen, maupun faktor lain yang meningkatkan keinginan dan kemampuan konsumen untuk membeli. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan usaha melon tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha memahami kebutuhan dan preferensi konsumen.

Perkembangan permintaan dan perubahan perilaku konsumen tersebut kemudian mendorong munculnya inovasi dalam sektor pertanian melalui pendekatan yang lebih interaktif, yaitu agrowisata. Pendekatan ini menggabungkan aktivitas pertanian dengan unsur edukasi dan rekreasi bagi pengunjung. Sektor pertanian mulai berkembang dengan munculnya pendekatan baru yang mengintegrasikan pertanian dengan pengalaman interaktif dan rekreatif bagi para pengunjung yaitu agrowisata. Sektor agrowisata berkembang pesat di Indonesia karena mampu menarik minat masyarakat untuk terlibat langsung dalam proses produksi sekaligus menikmati nilai wisata yang ditawarkan. Kartika dan Djelantik (2021) menyatakan terjadinya pergeseran minat wisatawan yang saat ini lebih

memilih destinasi yang menawarkan pengalaman di lokasi alami dengan udara bersih dan suasana tenang. Wisatawan cenderung menginginkan melakukan berbagai kegiatan wisata di lokasi yang relatif sepi dan alami, udara bersih dan segar, serta mempunyai daya tarik yang menarik dan unik. Agrowisata merupakan rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau sektor pertanian dengan berbagai sistem dan skala, bertujuan memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, serta menyediakan rekreasi di bidang pertanian (Noviastuti dan Februandari, 2019). Konsep ini menggabungkan edukasi, interaksi langsung, dan hiburan, sehingga menjadi daya tarik tersendiri dalam tren wisata berbasis pengalaman. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022), jumlah pengunjung tempat rekreasi wisata di Kabupaten Sleman mencapai 6.697.930 orang, dengan 59.465 di antaranya merupakan pengunjung agrowisata. Pada tahun 2025, jumlah pengunjung tempat rekreasi wisata meningkat sebesar 0,27%, yang di antaranya adalah pengunjung agrowisata. Data tersebut mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap wisata pertanian terus bertumbuh secara signifikan.

Arsi Farm Greenhouse di Kabupaten Sleman merupakan destinasi yang berkembang pesat karena menggabungkan produksi buah hidroponik dengan pengalaman wisata rekreatif berbasis interaksi langsung. Arsi Farm Greenhouse awalnya merupakan kebun hidroponik dengan fokus produksi dan penjualan melon kepada pengepul atau tengkulak. Jumlah pot melon yang terjual selama tahun 2023 menunjukkan adanya dinamika yang tidak stabil. Kondisi ini bukan disebabkan oleh kendala produksi di *greenhouse*, melainkan perubahan sistem penjualan yang awalnya berfokus pada pengepul atau tengkulak selama kurang lebih enam bulan.

Harga yang ditawarkan oleh pengepul dinilai kurang sesuai dan cenderung tidak menguntungkan, ditambah dengan sistem grading yang terlalu ketat sehingga banyak produk tidak terserap secara optimal. Evaluasi pendapatan penjualan yang fluktuatif setiap bulan mendorong pengelola untuk mengalihkan strategi pemasaran dengan menciptakan sumber pendapatan yang lebih stabil. Pengelola Arsi Farm Greenhouse mengalihkan fungsi kebun menjadi destinasi agrowisata yang menjual langsung kepada konsumen melalui konsep *open farm*. Inovasi ini diharapkan dapat menambah pendapatan dan memperluas pasar melalui pendekatan interaktif.

Arsi Farm Greenhouse memiliki keunggulan yang terletak pada penerapan konsep *self-service harvesting* pada kegiatan *open farm* tiap bulannya. Pengunjung dapat memanen sendiri melon hidroponik yang akan dibeli. Konsep ini meningkatkan keterlibatan langsung pengunjung dalam proses pertanian serta menciptakan pengalaman berbelanja yang unik dan menyenangkan sehingga berbeda dari agrowisata lainnya. Tren ini sejalan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap wisata berbasis edukasi dan pengalaman. Menurut Oscardo *et al.* (2021), interaksi langsung yang menghasilkan sensasi atau pengetahuan terekam dalam memori konsumen dapat memengaruhi preferensi konsumen. Preferensi konsumen merupakan proses seseorang memahami informasi mengenai lingkungannya, yang memengaruhi cara mengorganisasikan persepsi dalam pengambilan keputusan pembelian (Angriva dan Sunyigono, 2020). Pengalaman *self-service harvesting* berpotensi memengaruhi preferensi konsumen melalui proses interaksi dan pemahaman tersebut.

Konsep *self-service harvesting* memiliki daya tarik bagi pengunjung, namun tidak dapat digeneralisasikan bahwa setiap pengunjung adalah konsumen yang melakukan pembelian melalui kegiatan panen sendiri. Fenomena ini menjadi penting untuk dikaji karena menunjukkan adanya perbedaan motivasi antara datang berkunjung dan melakukan pembelian. Beberapa pengunjung hanya menikmati suasana, berfoto, atau mencari pengalaman baru. Penelitian yang secara spesifik menunjukkan apakah pengalaman memanen sendiri menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian produk Arsi Farm Greenhouse belum tersedia. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk mengetahui sejauh mana sensasi memanen sendiri memengaruhi preferensi konsumen dalam melakukan pembelian, atau apakah faktor lain seperti harga, kualitas, dan kenyamanan fasilitas justru lebih dominan dalam membentuk preferensi konsumen. Faktor-faktor seperti fasilitas, layanan, aksesibilitas, dan *customer experience* berpotensi memengaruhi keputusan pembelian, namun perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian melon hidroponik dengan konsep *self-service harvesting* secara empiris.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen sekaligus menganalisis preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian melon hidroponik dengan konsep *self-service harvesting* di Arsi Farm Greenhouse. Analisis mendalam terhadap pola preferensi dan perilaku pengunjung diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan strategi layanan dan pengelolaan agrowisata. Strategi yang dihasilkan tidak hanya akan meningkatkan daya tarik pengalaman wisata tetapi juga mendorong peningkatan penjualan produk

secara berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu membantu pengelola agrowisata dalam menyesuaikan konsep layanan dan fasilitas sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara optimal, serta memperkuat posisi Arsi Farm Greenhouse sebagai destinasi wisata rekreatif dan komersial yang berkelanjutan.

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi karakteristik responden berdasarkan aspek demografis meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan sebagai dasar analisis perilaku konsumen terhadap pembelian melon hidroponik dengan konsep *self-service harvesting* di Arsi Farm Greenhouse Melon Hidroponik, Kabupaten Sleman.
2. Menganalisis preferensi konsumen melalui identifikasi pengaruh fasilitas, layanan, aksesibilitas, kualitas produk, harga, dan *customer experience*, menentukan faktor paling dominan terhadap keputusan pembelian melon hidroponik, serta memberikan bahan pertimbangan strategi perusahaan dalam upaya penjualan produk melon hidroponik dengan konsep *self-service harvesting* di Arsi Farm Greenhouse, Kabupaten Sleman.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi pembaca

Memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya terkait strategi pemasaran produk hidroponik dan agrowisata serta menambah wawasan tentang faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk pertanian berbasis

hidroponik dan mengasah keterampilan analisis data serta penerapan teori pada studi kasus nyata.

2. Manfaat bagi pelaku usaha agrowisata berbasis hidroponik

Menyediakan pemahaman tentang preferensi konsumen dalam memilih melon hidroponik, rekomendasi peningkatan kualitas fasilitas, layanan, dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan, serta membantu pengambilan keputusan dalam pengembangan konsep *self-service harvesting* sesuai kebutuhan pasar.