

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia mengenal pertanian, tanah merupakan media tanam yang paling umum digunakan dalam bercocok tanam. Keterbatasan lahan yang dimiliki untuk kebutuhan bercocok tanam, seperti tanah yang sempit atau tanah yang tidak subur, orang mulai berfikir untuk menggunakan media tanam selain tanah yaitu seperti air, pasir, dan lain-lain.

Hidroponik merupakan salah satu cara alternatif cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Hidroponik berasal dari kata *Hydro* (air) dan *Ponics* (pengerjaan), sehingga hidroponik bisa diartikan bercocok tanam dengan menggunakan media tanam air. Pada awalnya orang mulai menggunakan air sebagai media tanam mencontoh tanaman air seperti kangkung, sehingga kita mengenal tanaman hias yang ditanam dalam vas bunga atau botol berisi air. (Agoes, H 2000)

Sejarah hidroponik dimulai pada 3 abad yang lalu, pada tahun 1669 di Inggris sudah dilakukan pengujian tanaman hidroponik dalam laboratorium. Kemajuan yang sangat berpengaruh terjadi pada tahun 1936, Dr. W.F. Gericke di California (AS) berhasil menumbuhkan tomat setinggi 3m dan berbuah lebat dalam bak berisi air mineral. Pada tahun 1950 Jepang secara besar-besaran menyebarkan cara bercocok tanam hidroponik untuk mensuplai sayuran bagi tentara pendudukan Amerika Serikat. Dari sini hidroponik terus menyebar ke berbagai negara.

Pada tahun 1980an Indonesia mulai mengembangkan hidroponik. Di Indonesia hidroponik dikembangkan karena mulai banyak masyarakat yang ingin mengembangkan pertanian akan tetapi terhalang masalah lahan seperti di daerah perkotaan. Hidroponik dapat dibuat dalam skala besar maupun kecil sehingga sangat memungkinkan dikembangkan di perkotaan yang terbatas lahannya.

Griya Hidroponik Cirebon memiliki lahan *green house* seluas 400 m<sup>2</sup> dengan sekitar 14 ribu lubang tanam hidroponik. Griya Hidroponik Cirebon berlokasi di Jalan Sultan Ageng Tirtayasa, Desa Kedungjaya,

Kecamatan Kedawung, Cirebon, Jawa Barat. Pemilik Griya Hidroponik Cirebon adalah Kombes Polisi Nugraha Trihadi dan dikelola oleh Rafli, seorang ahli pertanian dari IPB, Bogor.

Sayuran hidroponik merupakan komoditas hortikultura yang mulai banyak diminati dan dikembangkan pada sektor pertanian saat ini. Keistimewaan dari sayuran hidroponik itu sendiri yaitu kualitas yang dihasilkan lebih segar, dan lebih bersih dibandingkan dengan sayuran konvensional, dikarenakan tempat budidayanya tidak bersentuhan dengan tanah yang relatif bersih, media tanamnya steril, serta serangan penyakit dan hamanya relatif kecil. Dari keistimewaan tersebut menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengubah pola konsumsinya dari sayuran konvensional menjadi sayuran hidroponik.

Perkembangan permintaan akan sayuran hidroponik di Indonesia setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun data permintaan sayuran hidroponik yang menyatakan tingginya permintaan konsumen di Indonesia secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik (Muntaha, 2018).

Pendapatan masyarakat sebagaimana pemikiran Rosyidi (2006) adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba. Tingkat pendapatan konsumen akan menunjukkan daya beli konsumen. Semakin tinggi tingkat pendapatan, maka semakin meningkat permintaan terhadap suatu barang tersebut. (Alam S, 2016).

Dengan berkembangnya teknologi bagi para pengusaha/penjual adanya media internet dan media sosial sangat membantu terutama untuk meningkatkan segmen penjualan dengan menggunakan media sosial sebagai alat untuk melakukan promosi. Dengan strategi promosi, yang mana promosi ini merupakan variabel dari pemasaran yang bertujuan untuk menginformasikan mengenai keadaan produk, menarik minat konsumen, membujuk dan mengingatkan terhadap suatu produk. Setelah melihat adanya promosi yang menarik, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan kualitas produk dan harga yang

ditawarkan oleh toko tersebut, dan dapat mempertimbangkannya dengan toko yang lain.

Menurut Tjiptono (2008) pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Kombinasi dari unsur-unsur atau peralatan promosi ini dikenal dengan apa yang disebut dengan bauran promosi (*promotional mix*), yang terdiri dari *advertensi*, *personal selling*, promosi penjualan (*sales promotion*), dan publisitas (*publicity*). Dengan kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan akan berusaha untuk membujuk calon pembeli dan langganan untuk melakukan pembelian atas produk yang dipasarkan, dalam hal ini perusahaan melakukan komunikasi dengan para konsumen.

Selain promosi dan pendapatan masyarakat, harga juga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada barang. Jika harga produk tidak terjangkau oleh pembeli, maka produksi tidak akan terserap oleh pasar. Oleh karena itu produk sayuran hidroponik memiliki pasar sasaran khusus yang tidak terlalu sensitive terhadap harga, bahkan bersedia menerima harga premi sebagai konsekuensi dari kualitas yang diterima para pembelinya. Ini merupakan salah satu ciri khas dari pasar sasaran segmen menengah ke atas (Darmawan, 2008).

Dengan adanya sosial media dapat memanfaatkan nya sebagai lahan promosi yang akan memperluas segmen penjualan sayuran hidroponik, dan dengan harga yang lebih mahal dari produk sayuran yang berasal dari hasil pertanian konvensional, produk sayuran hidroponik menawarkan kualitas yang lebih baik kepada pembeli. Harga yang relatif mahal disebabkan karena sistem pertanian hidroponik membutuhkan perawatan khusus dan biaya produksi yang relatif mahal untuk menjaga kualitas produk dari kontaminasi bahan kimia sintetis. Pengaruh promosi, pendapatan masyarakat, dan harga ini diduga dapat mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik. Bagaimanapun, konsumen akan mempertimbangkan kelayakan harga terhadap manfaat yang diterimanya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut akan dikaji mengenai **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Sayuran Hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon”**

## **B. Perumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut ;

1. Apakah promosi mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon?
2. Apakah pendapatan masyarakat mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon?
3. Apakah harga mempengaruhi permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon?
4. Apakah promosi, pendapatan masyarakat dan harga berpengaruh simultan terhadap permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon
2. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan masyarakat terhadap permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon
4. Untuk mengetahui promosi, pendapatan masyarakat dan harga berpengaruh secara simultan terhadap permintaan sayuran hidroponik Di Griya Hidroponik Cirebon.

## **D. Manfaat Penelitian**

Analisis penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

### 1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian bagi penulis adalah sebagai alat untuk mempraktekan teori-teori yang telah diperoleh selama menempuh perkuliahan sehingga dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor tentang masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

### 2. Bagi Perusahaan

Bagi pihak Griya Hidroponik Cirebon, diharapkan analisis penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor kualitas produk dan harga yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sayuran hidroponik di Griya Hidroponik Cirebon.

## **E. Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan indentifikasi masalah penyusun membatasi masalah dalam skripsi. Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis memberikan batasan permasalahan penelitian. Penelitian ini hanya memfokuskan variable promosi, pendapatan masyarakat dan harga sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap permintaan sayuran hidroponik.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam penyusunan dan memahami terhadap penelitian ini penulis menguraikan sistematika penulisan menjadi beberapa bab. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, memuat uraian tentang latar belakang masalah rumusan masalah, batasan masalah tujuan dan manfaat dari penelitian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian serta sistematika penelitian.

Bab II landasan teori, memuat tentang teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap

permasalahan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III metode penelitian, memuat deskripsi tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

Bab IV penelitian dan pembahasan, memuat uraian tentang gambaran umum tentang objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V penutup, memuat tentang uraian kesimpulan, saran dan keterbatasan dalam penelitian.

