

## BAB I PENDAHULUAN

### A. LATAR BELAKANG

Agribisnis saat ini sudah menjadi industri bisnis yang berkembang. Hal ini di buktikan dengan adanya dukungan dari Kementan (Kementerian Pertanian) yang selalu memotivasi para petani untuk selalu berkecimpung dalam era revolusi industri 4.0. Rencana yang akan Kementan kembangkan adalah petani milineal serta rencana sertifikasi keterampilan dengan harapan terciptanya para petani yang terampil dimasa yang akan datang. Direktur Jenderal (Dirjen) Hortikultura Suwandi menambahkan data bahwa, pada periode Januari-Desember 2018 ekspor hortikultura mengalami kenaikan 11,92 persen apabila dibandingkan pada periode Januari-Desember 2017. Pada periode tersebut ekspor sayuran mengalami kenaikan 4,8 persen dari tahun sebelumnya.<sup>1</sup> Keberhasilan bisnis ini tidak terfokus pada manajemen produksinya saja namun juga pada manajemen pemasaran. Meski dalam kenyataannya masih banyak hasil pertanian yang masih belum memenuhi standar kualitas yang diharapkan dengan pertanian konvensional. Salah satu cara produksi sayuran untuk menghasilkan sayuran dengan kualitas lebih baik adalah dengan budidaya hidroponik.

Peluang pasar pertanian hidroponik di Kudus cukup potensial, baik untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, supermarket, hotel maupun restoran yang jumlahnya signifikan di Kabupaten Kudus. Teknologi hidroponik ini adalah sistem penanaman tanpa menggunakan tanah, namun menggunakan air yang mengandung larutan nutrisi sebagai sumber makanannya, artinya meskipun tanpa menggunakan media tanah, tanaman akan tetap tumbuh subur. Hidroponik diambil dari kata *hydroponous* (Yunani), *hydro* memiliki arti air sedangkan *ponous* memiliki arti kerja. Teknologi ini mempunyai banyak kelebihan di bandingkan sistem pertanian yang menggunakan media tanah (konvensional). Keunggulan hidroponik antara lain pengerjaannya lebih mudah, efisien tenaga kerja, tidak memerlukan lahan yang luas, tidak mengulangi proses pengolahan tanah, dapat menghasilkan produk yang berkualitas,

---

<sup>1</sup> Imam Santoso, dkk, Awali 2019 Mentan Langsung Tancap Gas Ekspor Sayuran, *Warta Pertanian Menuju Kedaulatan*, Volume I/Edisi Januari 2019, 12.

serta tanaman tumbuh lebih cepat.<sup>2</sup> Keunggulan sayuran dengan sistem hidroponik dibanding dengan sayuran yang di tanam dengan sistem yang lain adalah relatif lebih higienis, segar dan sehat. Karena sistem pertanian ini lebih terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah dan sekaligus tidak memakai pestisida dalam proses penanamannya.

Muria Farm merupakan salah satu usaha pertanian yang mengembangkan sistem pertanian hidroponik di Kabupaten Kudus. Kebun hidroponik Muria Farm terletak di Dukuh Kauman, Desa Besito, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus. *Green house* Muria Farm memiliki luas kurang lebih 1.400 m<sup>2</sup> dengan kurang lebih 15.000 lubang tanam yang rata-rata ditanamai sayuran jenis selada. Hasil produksi Muria Farm dalam menghasilkan sayur hidroponik mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun.

Realita yang ada petani sayuran yang jumlahnya sangat banyak mengakibatkan harga sayuran menjadi rendah dan tidak stabil sehingga sebagian petani memiliki inisiatif untuk memasuki segmen-segmen tertentu. Segmen yang menjadi sasaran strategis bagi petani adalah konsumen kalangan kelas ekonomi menengah ke atas. Sasaran pasar ini menetapkan standar kualitas yang tinggi untuk setiap sayur yang akan mereka konsumsi seperti keseragaman, kebersihan, dan berkesinambungan. Selain itu semakin sejahteranya pembeli berarti pembeli mau membayar produk dengan harga yang lebih tinggi untuk mendapatkan keandalan, penampilan, kenyamanan, dan prestise dari kemasan yang menarik.<sup>3</sup>

Salah satu fungsi dari kemasan bagi produsen adalah sebagai pelindung dari kerusakan, kehilangan, dan kekotoran suatu produk.<sup>4</sup> Sebelum dipasarkan dan menunggu proses distribusi maka sayuran hidroponik ini disimpan dalam suhu ruang dulu. Hal ini karena produk sayuran hidroponik memiliki kegiatan metabolisme yang tinggi sehingga dapat mengakibatkan produk cepat rusak (layu).

Tantangan bagi pemasaran produk sayuran hidroponik adalah terbatasnya lingkup penjualan produk karena sayuran hidroponik tidak dapat langsung dipasarkan seperti sayuran-sayuran pada umumnya yang dijual di pasar tradisional. Apalagi di lapak-lapak

---

<sup>2</sup> Roni Arifin, *Bisnis Hidroponik Ala Roni Kebun Sayur*, (Jakarta Selatan: PT Agromedia Pustaka:2016), 10-16.

<sup>3</sup> Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*, (Jakarta: Indeks, 2005), 127.

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasa, Konsep, Dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 210.

terbuka. Produk yang telah menggunakan kemasan ini biasanya dipasarkan di supermarket.

Untuk produk sayuran hidroponik, kemasan menjadi salah satu bagian penting untuk memberikan daya tarik yang lebih terhadap sayuran hidroponik. Kemasan yang digunakan sebagai pembungkus kadangkala menjadi perhatian tersendiri bagi para konsumen yang melakukan pembelian. Fungsi pengemasan ini untuk melindungi sayuran selama menunggu proses transaksi oleh pembeli dan juga memberi tampilan yang menarik pembeli. Selain itu pengemasan ini juga memuat informasi tentang produk hidroponik meliputi: berat, tanggal kemasan, tanggal kadaluwarsa, jenis produk dan lain-lain. Desain kemasan juga harus menarik, walaupun produk sama tetapi kalau desain kemasannya bagus akan lebih menarik minat konsumen.

Kemasan merupakan salah satu keputusan pemasaran yang memberi andil kesuksesan suatu produk.<sup>5</sup> Saat ini perkembangan strategi teknik pengemasan merupakan komponen dari lifestyle serta nilai bersaing. Kemasan diartikan juga sebagai salah satu cara yang terpenting dalam melindungi kualitas produk pangan selama penyimpanan, transportasi, dan penggunaan akhir. Kemasan dikatakan bagus apabila tidak hanya dapat digunakan untuk melindungi kualitas makanan saja, namun juga mampu memberi manfaat yang penting dalam aspek penghasilan. Selama pendistribusian, secara fisik, biologis serta kimiawi dapat menjadikan kualitas produk makanan menjadi buruk. Dengan demikian, maka kemasan dari produk pangan dapat memberikan sokongan untuk memperpanjang waktu penyimpanan, menjaga kualitas serta keamanan produk pangan. Hal ini berarti bahwa kemasan sudah menjadi instrumen dalam pemasaran, karena fungsi kemasan dapat memberikan nilai tersendiri untuk konsumen. Tujuan perusahaan memberikan kemasan terhadap produknya yaitu agar produk yang dihasilkannya bisa menarik minat beli konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Kotler kemasan ialah kegiatan mendesain serta menghasilkan tempat atau pembungkus suatu produk.<sup>6</sup> Kemasan yang menarik memberikan nilai tambah bagi konsumen yang sedang membandingkan berbagai produk yang

---

<sup>5</sup> Istijanto, *63 Kasus Pemasaran Terkini Indonesia Membedah Strategi Dan Teknik Pemasaran Baru*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2007), 91.

<sup>6</sup> Philip Kotler, dkk, *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*, 127.

bentuk serta kualitasnya hampir sama. Saat ini Muria Farm belum menggunakan kemasan dalam memasarkan produk sayurannya, maka dari itu produk sayuran produksi Muria Farm belum begitu dikenal di masyarakat.

Selain kemasan, harga juga bisa menolong para pembeli untuk menentukan cara untuk mengalokasikan kemampuan belinya pada barang. Apabila harga barang tidak dapat dijangkau oleh pembeli, maka barang tidak akan terserap oleh pasar. Karakteristik pembelian produk di Indonesia sangat mempertimbangkan faktor harga di bandingkan dengan negara lain di sekitar ASEAN 81% konsumen Indonesia lebih menyukai barang yang murah. Mayoritas konsumen Indonesia membandingkan harga terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Namun 91,7% konsumen Indonesia juga masih mau mempertimbangkan faktor harga, bila produk yang dijual memang berkualitas.<sup>7</sup> Oleh karena itu produk sayuran hidroponik memiliki pasar sasaran khusus yang tidak terlalu sensitif terhadap harga, bahkan bersedia menerima harga lebih mahal sebagai konsekuensi dari kualitas yang diterima para pembelinya. Dengan harga yang lebih mahal akan memberikan kesan kepada pembeli bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang lebih tinggi dari pesaing.<sup>8</sup> Atau dapat diartikan dengan harga yang lebih mahal maka sayuran hidroponik dinilai menawarkan kualitas yang lebih baik dari pada produk sayuran yang berasal dari hasil pertanian konvensional. Produk sayuran yang ditawarkan Muria Farm saat ini masih tergolong lebih mahal bila dibandingkan dengan sayuran yang di tanam dengan sistem konvensional, karena memang kualitas sayuran hidroponik dinilai lebih bersih dan berkualitas.

Selain harga dan kemasan dalam memasarkan sayuran hidroponik juga harus mempertimbangkan apakah penjual sudah memasarkan produk yang mereka jual berada di lokasi yang tepat atau tidak. Lokasi bisa memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebab lokasi yang strategis serta menarik bagi calon konsumen akan dapat meningkatkan keputusan pembelian. Saat ini *green house* Muria Farm berada di sekitar areal persawahan Dukuh Kauman, Desa Besito, Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus. Lokasi yang terletak di areal persawahan tersebut dinilai masih jauh dari

---

<sup>7</sup> Jenu Widjaja Tandjung, dkk, *Competitive Marketing Strategy Strategi Pemasaran Menghadapi Pesaing ASEAN+3 Di Era MEA*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), 25-26.

<sup>8</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 201.

areal pemukiman yang membuat *green house* Muria Farm agak sulit dijangkau oleh masyarakat. Padahal kebanyakan dari konsumen sayuran hidroponik adalah tergolong masyarakat menengah keatas yang tinggal di perkotaan.

Selanjutnya terkait Muria Farm yang belum menggunakan kemasan dalam memasarkan produk sayurannya menyebabkan produk sayuran belum begitu dikenal di masyarakat. Selain itu terkait persoalan produk sayuran yang masih tergolong lebih mahal bila dibandingkan dengan sayuran yang di tanam dengan sistem konvensional mengakibatkan sayuran hidroponik kurang diminati. Begitu juga lokasi yang terletak diareal persawahan menyebabkan konsumen agak sulit menjangkau lokasi Muria Farm. Padahal kebanyakan dari konsumen sayuran hidroponik adalah tergolong masyarakat menengah keatas yang tinggal di perkotaan. Kemudahan, kepuasan dan komitmen atas produk merupakan hal harus diperhatikan. Sama halnya dengan Muria Farm yang harus berorientasi pada pelanggan dan calon pelanggan supaya pelanggan memiliki minat beli terhadap sayuran hidroponik.

Berdasarkan uraian tersebut akan dikaji mengenai **“Pengaruh Harga, Kemasan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Kebun Hidroponik Muria Farm Desa Besito Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus)”**..

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis merumuskan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus?
2. Bagaimana kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus?
3. Bagaimana lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen sayuran hidroponik Muria Farm Kudus

#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini yakni:

1. Secara Teoretis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan tambahan untuk kalangan akademisi mengenai strategi pemasaran dan perilaku konsumen.

2. Secara Praktis

Diharapkan Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan informasi bagi pihak-pihak yang membutuhkan data mengenai pemasaran dan perilaku konsumen khususnya bagi pelaku usaha yang ingin meningkatkan penjualan produknya. Dalam hal ini di khususkan pemasaran sayuran hidroponik.

#### E. Sistematika Penulisan

Supaya mempermudah pemahaman pokok-pokok bahasan skripsi, maka penulis akan mendeskripsikan kedalam bentuk kerangka skripsi. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari tiga bagian, yaitu bagian depan, bagian isi, dan bagian pelengkap.

1. Depan

Pada bagian depan terdiri dari: halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, lembar pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar gambar, diagram dan grafik, dan daftar tabel.

2. Isi

Pada bagian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I : Pendahuluan

Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Landasan Teoritis

Bagian ini menjelaskan deskripsi teori yang menjadi acuan utama dalam penelitian ini, meliputi harga, kemasan, lokasi, dan minat beli konsumen. Kemudian dilanjutkan review hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis yang digunakan dalam penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Pada bagian ketiga berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional.

teknik pengumpulan data, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB I V : Hasil Penelitian dan Pembahasan  
Pada bagian keempat menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil penelitian, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB : Penutup  
Pada bagian kelima penulis memaparkan kesimpulan dan saran hasil penelitian yang telah dilakukan.

3. Pelengkap

Pada bagian ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.

