

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budidaya hidroponik merupakan solusi untuk mengatasi permasalahan lahan pertanian yang semakin berkurang. Menurut Setiawan (2017), 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).

Perhatian masyarakat terhadap kesehatan, bahaya pestisida, dan keberlanjutan lingkungan semakin meningkat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Savira & Prihtanti (2019), beberapa survei menyimpulkan bahwa permintaan sayuran hidroponik meningkat sebesar 10-20% setiap tahunnya. Hal tersebut menyebabkan usaha sayuran hidroponik memiliki prospek yang baik dan menjanjikan. Teknik-teknik khusus dibutuhkan dalam usaha sayuran hidroponik, baik dalam hal budidaya maupun pemasarannya. Namun, penjualan sayuran hidroponik masih terbatas karena hanya tersedia di lokasi-lokasi tertentu seperti pasar modern dan tidak ditemukan di pasar tradisional. Keterbatasan ini mengakibatkan sayuran hidroponik memiliki pasar tersendiri (Febrianti *et al.*, 2019).

Annajah Hidroponik *Farm* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang budidaya, produksi, dan pemasaran sayuran hidroponik. Perusahaan ini memiliki izin dan skala usaha yang berlokasi di Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat. Saat ini, Annajah Hidroponik *Farm* mengelola dua kebun hidroponik dengan luas lahan mencapai 2000-3000 m². Annajah Hidroponik *Farm* menawarkan 7 jenis komoditas sayuran hidroponik, termasuk *pakcoy*, *baby pakcoy*, kangkung, selada, bayam, *caisim*, dan *pagoda kailan samhong*. Diantara komoditas tersebut, *pakcoy* menjadi komoditas unggulan dengan permintaan terbanyak di Annajah Hidroponik *Farm*. Permasalahan yang terjadi pada

perusahaan ini yaitu terjadinya fluktuasi permintaan. Jumlah permintaan sayuran hidroponik pada Annajah Hidroponik *Farm* selama satu tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data permintaan sayuran hidroponik “Annajah Hidroponik *Farm*”

Bulan	Penjualan Total (Unit)	Pakcoy	Baby pakcoy	Kangkung	Selada	Bayam	Caisim	Pagoda kailan samhong
Januari	4.500	1.700	700	500	700	500	200	200
Februari	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
Maret	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
April	4.500	1.500	500	500	600	500	200	200
Mei	4.000	1.300	500	600	600	600	200	200
Juni	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
Juli	4.000	1.300	500	600	600	600	200	200
Agustus	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
September	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
Oktober	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
November	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200
Desember	3.600	1.200	500	500	500	500	200	200

Sumber: Annajah Hidroponik *Farm*, 2023

Perusahaan selalu berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen. Namun, fluktuasi permintaan sayuran hidroponik menyebabkan kekurangan atau kehabisan stok karena jumlah persediaan jenis barang tertentu lebih kecil dari jumlah permintaan. Sebaliknya, ketika jumlah persediaan melebihi jumlah permintaan konsumen, biaya yang harus dikeluarkan akan meningkat dan persediaan akan menumpuk karena tidak terjual. Permintaan konsumen dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang diterapkan oleh 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 dari 4 variabel yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi.

Perusahaan pada umumnya menggunakan bauran pemasaran untuk mendorong permintaan dan meningkatkan penjualan secara berkelanjutan (Salam, 2019). Salah satu strategi yang diterapkan perusahaan adalah dengan memperhatikan atribut produk, termasuk kualitas yang telah disertifikasi oleh dinas pangan, kemasan, dan merek. Produk di pasarkan oleh Annajah Hidroponik *Farm* dengan harga jual Rp. 7000 per kemasannya. Penetapan harga jual dilakukan atas pertimbangan kondisi pasar dengan memperhatikan kualitas,

kemasan, dan pelayanan yang diberikan. Promosi produk dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram untuk menarik minat pembelian konsumen. Distribusi produk dilakukan kepada konsumen akhir dan/atau *reseller* yang bermitra dengan perusahaan, mencakup seluruh wilayah Sumatera Utara.

Keberhasilan penerapan bauran pemasaran di suatu perusahaan dapat dilihat dari tingkat permintaan produk yang terjadi. Annajah Hidroponik *Farm* dituntut untuk terus mengevaluasi pelaksanaan bauran pemasaran agar dapat memenuhi permintaan konsumen. Berdasarkan pemaparan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Permintaan Sayuran Hidroponik di Kabupaten Langkat (Studi Kasus Annajah Hidroponik *Farm*)”.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap permintaan sayuran hidroponik pada Annajah Hidroponik *Farm* di Kabupaten Langkat?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap permintaan sayuran hidroponik pada Annajah Hidroponik *Farm* di Kabupaten Langkat.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi pemilik usaha Annajah Hidroponik *Farm*, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk mengembangkan dan meningkatkan pemasaran usahatannya.
2. Bagi peneliti lanjutan, sebagai referensi untuk pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap permintaan sayuran hidroponik pada Annajah Hidroponik *Farm* di Kabupaten Langkat.

