

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam sektor pertanian dengan luasnya lahan yang tersedia dan tingkat kesuburan lahan yang tinggi. Potensi Indonesia dalam sektor pertanian dapat dikembangkan dan menjadi salah satu sektor yang berkontribusi penting terhadap negara. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu komoditas hortikultura. Hortikultura merupakan bagian dari sektor pertanian yang terdiri atas sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman biofarmaka (Muta'ali, 2019).

Menurut keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia No. 140 Tahun 2020 tentang komoditas binaan Kementerian Pertanian memutuskan jenis komoditas hortikultura yang menjadi binaan Direktorat Jenderal Hortikultura berjumlah 569 jenis komoditas, yang terdiri atas 82 komoditas sayuran, 60 komoditas buah-buahan, 361 komoditas tanaman hias, dan 66 komoditas tanaman obat. Menurut Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian dan Peternakan Kota Bekasi dalam Kurniawati (2024) saat ini Kota Bekasi memiliki luas lahan pertanian 312 ha yang mayoritas ditanami padi dan komoditas hortikultura. Keterbatasan lahan tersebut membuat produktivitas tidak tinggi sehingga produksi pertanian hanya mampu memenuhi 2 persen dari total konsumsi, namun Pemerintah Kota Bekasi dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan memiliki program pangan mandiri bagi masyarakat. Mayoritas masyarakat memilih komoditas hortikultura dengan memanfaatkan lahan di rumah masing-masing. Produksi tanaman hortikultura di Kota Bekasi tahun 2019-2023 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Hortikultura di Kota Bekasi pada Tahun 2019-2023

Komoditas	Produksi				
	2019	2020	2021	2022	2023
Sayuran (kuintal)	99.445	119.860	238.884	260.716	137.798
Buah-buahan (kuintal)	0	117.537	349.956	343.656	224.998
Tanaman hias (tangkai)	0	0	302.743	313.080	316.813
Tanaman obat (kuintal)	0	463.140	225.992	485.120	480.814

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bekasi (2024)

Menurut data produksi yang disajikan pada Tabel 1, diketahui bahwa sayuran merupakan salah satu jenis komoditas yang produksi setiap tahunnya mengalami peningkatan. Peningkatan signifikan terbesar terjadi pada 2020-2022 yaitu sebesar 99% yang disebabkan oleh fenomena pandemi dan program pangan

mandiri yang digagas oleh Pemkot Bekasi, sehingga banyak bermunculan pelaku bisnis sayuran baru dan masyarakat memanfaatkan lahan di rumah untuk budidaya sayuran.

Komoditas hortikultura terdiri atas beberapa jenis tanaman, salah satunya adalah sayuran hidroponik. Hidroponik merupakan metode budidaya secara bersih dan bebas dari hama dan penyakit. Prinsipnya, sistem hidroponik tidak melibatkan media tanam berupa tanah, tetapi membutuhkan larutan nutrisi dengan perendaman kain sebagai media penghantarnya. Sebagian besar nutrisi tanaman dipasok oleh larutan nutrisi, bukan oleh media tempat tanaman tumbuh. Hidroponik berasal dari bahasa Yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponos* yang artinya daya. Hidroponik dikenal sebagai *soilless culture* atau budidaya tanaman tanpa tanah. Istilah hidroponik digunakan untuk menjelaskan tentang cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Pada kalangan umum, istilah ini dikenal sebagai “bercocok tanam tanpa tanah” (Herwibowo dan Budiana, 2014).

Kota Bekasi merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang turut berkontribusi dalam memproduksi komoditas sayuran, dapat diketahui dengan banyaknya petani sayuran hidroponik yang menawarkan hasil produksi sayurannya, salah satunya yaitu Amanah Hidroponik yang berlokasi di Perumahan Griya Prima Galaxy 2, Kelurahan Cimuning, Kecamatan Mustika Jaya, Kota Bekasi. Amanah Hidroponik merupakan usaha yang bergerak di bidang pertanian khususnya sebagai penyedia sayuran hidroponik segar di Kota Bekasi yang dikelola oleh kelompok tani Amanah Hidroponik.

Jumlah produksi sayuran hidroponik pada Amanah Hidroponik dapat dilihat pada Tabel 2, dimana produksi sayuran hidroponik selama tiga tahun terakhir mengalami peningkatan. Hal ini dibuktikan pada tahun 2022 Amanah Hidroponik memproduksi sayuran hidroponik sebesar 507,80 kg atau meningkat 28% dibandingkan pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2023 naik sebesar 19% dengan total produksi 603,75 kg.

Tabel 2. Jumlah Produksi Sayuran Hidroponik di Amanah Hidroponik pada Tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Produksi (kg)
2021	395,65
2022	507,80
2023	603,75

Sumber : Data Primer (2024)

Saat ini semakin banyak perusahaan penyedia sayuran hidroponik di Kota Bekasi yang sudah lebih dulu berkembang dan memiliki banyak konsumen membuat persaingan semakin ketat. Hasil observasi menunjukkan terdapat tiga pesaing Amanah Hidroponik dalam lingkup se-Kecamatan Mustika Jaya yaitu Gibran Hidroponik Farm, Green Hidroponik, dan Tunas Jaya Hidroponik. Keberadaan pesaing dalam aktivitas bisnis merupakan sebuah tantangan bagi pelaku bisnis untuk dapat bertahan di era bisnis yang semakin kompetitif. Kondisi persaingan kompetitif mendorong pelaku bisnis untuk meningkatkan daya saing, maka diperlukan perencanaan strategi yang tepat. Hal tersebut membantu perusahaan dalam mengenali diri, memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman. Oleh karena itu, sebagai salah satu produsen sayuran hidroponik di Kota Bekasi, Amanah Hidroponik harus mampu memasarkan produknya dan mampu bersaing dengan produk sayuran hidroponik lain yang terdapat di pasar, sehingga diperlukan perumusan strategi pemasaran.

Proses perumusan strategi pemasaran dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama yaitu tahap input, digunakan untuk meringkas informasi dasar mengenai keadaan internal dan eksternal perusahaan yang dibutuhkan untuk merumuskan strategi. Alat analisis yang digunakan adalah matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*External Factor Evaluation*). Tahap kedua yaitu tahap pencocokan, berfokus pada menciptakan alternatif strategi yang layak dengan mencocokkan faktor internal dan eksternal kunci yang ada pada tahap pertama. Alat analisis yang digunakan adalah matriks IE (Internal-Eksternal) dan matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Tahap terakhir yaitu tahap keputusan, mengambil keputusan tentang strategi prioritas yang paling cocok untuk diterapkan sesuai kondisi internal dan eksternal perusahaan. Alat analisis yang digunakan yaitu QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) (David, 2010).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik pada Amanah Hidroponik di Kecamatan Mustika Jaya Kota Bekasi”. Peneliti memutuskan melakukan penelitian di Amanah Hidroponik dikarenakan perusahaan ini memerlukan adanya strategi pemasaran yang baik, benar, dan tepat sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal pada Amanah Hidroponik?
2. Bagaimana posisi Amanah Hidroponik pada Matriks IE (Internal-Eksternal)?
3. Apa saja prioritas utama strategi pemasaran yang perlu diterapkan Amanah Hidroponik?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluang yang akan dihadapi Amanah Hidroponik,
2. Mengetahui posisi Amanah Hidroponik pada Matriks IE (Internal-Eksternal), dan
3. Mengetahui prioritas utama strategi pemasaran yang dapat diterapkan Amanah Hidroponik.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini antara lain

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan pembandingan bagi penelitian-penelitian berikutnya dan mampu memperbaiki serta menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini,
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dalam peningkatan usaha dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal, dan
3. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini mampu menginspirasi atau memotivasi untuk bahan referensi dan sumber informasi bagi penelitian selanjutnya.

