

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi saat ini memiliki *trend* memproduksi maupun mengonsumsi produk yang ramah lingkungan. Kondisi ini dipengaruhi oleh isu terhadap lingkungan secara global untuk meminimalisir kerusakan alam, selain itu kondisi kesadaran masyarakat yang ingin hidup sehat serta berkeinginan mengurangi makanan siap saji (*junk food*) yang berbahan kimia, hal ini dapat merubah gaya hidup masyarakat yang lebih bijak dalam memilih makanan untuk dikonsumsi.

Penerapan gaya hidup sehat dapat mengurangi peningkatan angka penyakit degeneratif yang bersifat kronis dan tidak menular, seperti penyakit jantung, hipertensi, diabetes, dan obesitas. Fakta ini didukung oleh hasil penelitian Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas, 2018), yang menunjukkan bahwa sekitar 95,5 persen penduduk Indonesia memiliki pola makan yang kurang memadai dalam hal konsumsi sayur dan buah. Di samping itu, sekitar 33,5 persen dari populasi menunjukkan tingkat aktivitas fisik yang rendah, 29,3 persen dari mereka dalam usia produktif merokok secara rutin, 31 persen menghadapi masalah obesitas abdominal, dan 21,8 persen dari orang dewasa mengalami kelebihan berat badan (Kementerian Kesehatan, 2019).

Masyarakat perlu mengambil langkah-langkah tertentu untuk mencegah timbulnya penyakit degeneratif, salah satu cara efektif adalah dengan menerapkan gaya hidup sehat yang dimulai dengan mengonsumsi produk sayuran. Sayuran adalah bahan makanan yang berasal dari tumbuhan yang kaya akan kandungan udara tinggi, dan menjadi sumber utama berbagai nutrisi seperti potasium, asam folat, serat makanan, vitamin A, vitamin E, dan vitamin C dan setiap jenis sayuran lainnya tentu saja memiliki komposisi gizi yang berbeda-beda (Kementerian Kesehatan, 2014).

Pemenuhan kebutuhan pangan terkhususnya dalam hal produksi sayuran terdapat beberapa permasalahan yang terjadi diantaranya fenomena perubahan iklim global, alih fungsi lahan, dan degradasi lahan yang tinggi, yang menyebabkan penurunan hasil panen. Lahan pertanian yang semakin menurun luasnya akibat meningkatnya laju pertumbuhan yang cepat telah mengakibatkan beralihnya fungsi

lahan pertanian menjadi kawasan pemukiman penduduk yang lebih padat. Berikut adalah data laju pertumbuhan penduduk di Kota Tasikmalaya, dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Tasikmalaya, Tahun 2020-2021

Kecamatan	Jumlah Penduduk (ribu)		Laju Pertumbuhan Penduduk per Tahun (%)	Kepadatan Penduduk (per km ²)	
	2020	2021	2020-2021	2020	2021
Kawalu	96,78	97,59	0,63	2.286	2.305
Tamansari	77,07	78,28	1,14	2.083	2.115
Cibeureum	68,60	69,06	0,51	3.730	3.755
Purbaratu	44,38	44,85	0,79	3.514	3.551
Tawang	60,16	60,81	0,81	8.706	8.801
Cihideung	71,95	72,73	0,81	13.202	13.345
Mangkubumi	97,91	98,81	0,69	4.079	4.119
Indihiang	57,57	58,39	1,07	5.301	5.377
Bungursari	60,19	61,55	1,69	3.416	3.493
Cipedes	81,56	81,88	0,30	9.022	9.057
Kota Tasikmalaya	716,16	723,92	0,81	3.887	3.930

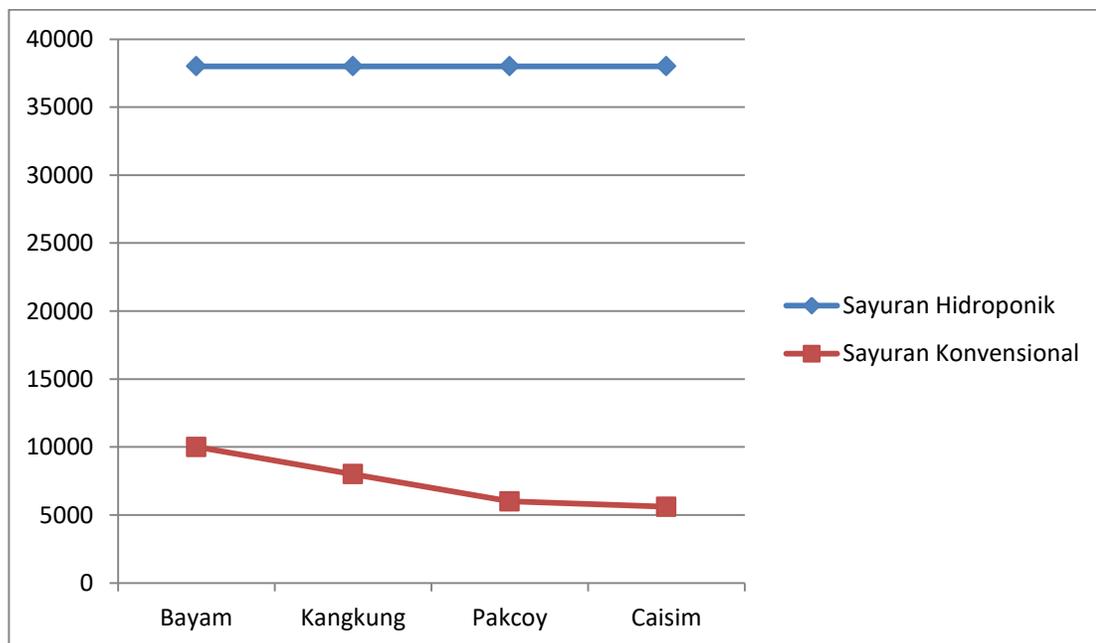
Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya, 2022.

Kelangkaan lahan pertanian di Kota Tasikmalaya disebabkan oleh pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, baik melalui kelahiran maupun perpindahan penduduk, seperti yang tercatat dalam data Badan Pusat Statistik Kota Tasikmalaya jumlah penduduk yang mencapai 716,16 (ribu) jiwa pada tahun 2020 meningkat menjadi 723,92 (ribu) jiwa pada tahun 2021 dengan laju pertumbuhan 0,81 persen. Kepadatan penduduk pada tahun 2020 adalah 3.887 jiwa/km² dan meningkat pada tahun 2021 menjadi 3.930 jiwa/km². Hal tersebut secara tidak langsung berdampak pada peningkatan jumlah perumahan di Kota Tasikmalaya yang menyebabkan terjadinya alih fungsi lahan sehingga lahan pertanian semakin berkurang.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam pengurangan lahan pertanian di Kota Tasikmalaya adalah dengan menggunakan metode hidroponik. Hidroponik adalah metode bertani yang menggunakan air sebagai media nutrisi yang langsung diserap oleh tanaman untuk mendukung pertumbuhannya (Aulia dkk, 2015). Menurut Istiqomah (2007) hidroponik merujuk pada metode budidaya tanaman yang menggantikan penggunaan tanah dengan air yang telah dilarutkan dengan nutrisi yang

diperlukan oleh tanaman sebagai media tumbuhnya, sehingga hidroponik dapat memanfaatkan lahan seminimal mungkin dan menghasilkan panen secara maksimal. Dan sayuran hidroponik bebas dari pestisida, higienis, dan memiliki fisik yang lebih baik. Namun, harga sayuran hidroponik cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan sayuran konvensional.

Harga jual yang tinggi disebabkan karena pemasaran sayuran hidroponik masih terbatas, penggunaan biaya dan teknologi yang tinggi pada hidroponik. Sehingga, harga sayuran hidroponik hanya dapat diterima oleh konsumen pasar kalangan menengah ke atas dan sayuran hidroponik biasa dijual di pasar-pasar modern. Untuk mengembangkan pasar diperlukan kerjasama yang saling menguntungkan antara produsen, penjual, dan konsumen. Pelanggan memiliki peran kunci dalam kesuksesan bisnis, dan pemasar yang baik dapat meraih keuntungan dari kepuasan pelanggan (Bagozzi, 2006). Seperti yang terjadi di PT. Kebun Sayur Segar (KSS) Kabupaten Bogor harga sayuran hidroponik lebih tinggi dari sayuran konvensional, berikut grafik perbandingan harga sayuran hidroponik dengan sayuran konvensional:



Gambar 1. Grafik Perbandingan Harga Sayuran Hidroponik dengan Sayuran Konvensional

Berdasarkan grafik di atas bahwa harga jual sayuran hidroponik lebih tinggi daripada sayuran konvensional, untuk sayuran hidroponik semua komoditas dijual

dengan harga yang sama yaitu Rp38.000 per kilogram, sedangkan untuk sayuran konvensional berkisar Rp5.600 – Rp10.000 per kilogram. Meskipun harga hidroponik cenderung tinggi, beberapa konsumen lebih memilih untuk beralih ke sayuran hidroponik. Hal tersebut karena meningkatnya permintaan konsumen terhadap sayuran hidroponik yang disebabkan oleh peningkatan kesadaran kesehatan, pendapatan yang tinggi, dan perubahan gaya hidup saat ini. Permintaan konsumen terhadap sayuran hidroponik berbeda-beda, salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah karakteristik konsumen yang meliputi pendapatan, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, lama mengkonsumsi, umur, dan jarak. Jika permintaan konsumen tercukupi, hal ini akan menghasilkan kepuasan konsumen. Sehingga mereka akan merasakan kepuasan setelah membeli dan konsumen yang merasa puas cenderung akan membeli kembali, dan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi akan menjaga kesetiaan pelanggan (Harnoto, 2014).

Menurut Tjiptono (2015) kepuasan konsumen merupakan aspek utama dalam konsep dan implementasi pemasaran modern. Keberhasilan perusahaan terletak pada kemampuannya untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, yang dapat dicapai melalui pemahaman menyeluruh terhadap perilaku konsumen. Pemahaman ini kemudian diaplikasikan secara efektif dalam perencanaan, komunikasi, dan pelaksanaan program pemasaran secara lebih efektif. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, setiap individu melakukan tindakan membeli, menggunakan atau mengkonsumsi beragam barang dan jasa mulai dari kebutuhan dasar hingga keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya. Selain membeli, masyarakat juga dapat menciptakan sendiri produk atau jasa yang dibutuhkan, asalkan bahan baku dan sumber daya pendukungnya mencukupi.

Akhir-akhir ini pertumbuhan hidroponik di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, karena tidak hanya digunakan sebagai metode budidaya, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup sejumlah penduduk. Selain itu hidroponik menjadi hobi masyarakat yang menyenangkan dan hidroponik memiliki peluang bisnis yang menjanjikan. Hidroponik umumnya menggunakan metode substrat, namun sekarang telah berkembang pesat dengan metode baru seperti sistem sumbu

(*Wick system*), aeroponik, sistem rakit apung (*Floating raft*) dan nutrisi film teknik (NFT). Bahkan kini muncul inovasi baru seperti penggabungan hidroponik dengan vertikultur, budidaya ikan (*Aquaponic*), dan hidroponik organik (Budiana, 2014).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya?
2. Berapa besar kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya?
3. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan karakteristik konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya.
2. Menganalisis kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya.
3. Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kesediaan membayar (*Willingness To Pay*) konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, yaitu untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang kesediaan membayar (*willingness to pay*) konsumen sayuran hidroponik di Plaza Asia Kota Tasikmalaya.
2. Bagi pengusaha, hasil penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pemilik usaha untuk menginformasikan kesediaan konsumen dalam membayar lebih sayuran hidroponik.
3. Bagi konsumen, penelitian ini dapat berguna sebagai referensi dan pembanding dalam memilih sayuran yang baik untuk dikonsumsi.

4. Bagi pembaca, sebagai wawasan pembaca dalam mengetahui kesediaan membayar konsumen terhadap sayuran hidroponik.