

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam sektor pertanian. Saat ini ketersediaan lahan yang mulai berkurang dari tahun ke tahun. Penurunan ketersediaan lahan pertanian diakibatkan oleh konversi dari sektor pertanian ke sektor bukan pertanian. Kondisi ini menyebabkan dampak buruk bagi produksi pertanian di Indonesia, khususnya tanaman pangan maupun hortikultura. Kebutuhan pangan masyarakat semakin meningkat, namun lahan pertanian semakin berkurang. Kondisi ini mendorong sektor pertanian untuk mengatasi kendala tersebut dengan cara penerapan pertanian berbasis lahan sempit. Perkembangan sektor pertanian di Indonesia Sebagian besar masih dilakukan secara konvensional, hal ini menyebabkan tingginya penggunaan bahan kimia seperti pestisida. Dampak penggunaan pestisida berlebihan menyebabkan penurunan kualitas produksi hasil pertanian dan lingkungan. Kesadaran masyarakat akan bahaya bahan kimia tersebut menghasilkan inovasi baru dalam sektor pertanian yaitu pertanian hidroponik.

Budidaya sayuran hidroponik di Indonesia sudah berkembang cukup lama. Hidroponik berasal dari bahasa latin *hydro* yang berarti air dan *phonic* yang berarti pengerjaan. Sehingga secara umum berarti sistem budidaya

larutan *nutrient*.<sup>2</sup> Hidroponik adalah metode budidaya tanaman tanpa menggunakan tanah sebagai medianya, dimana nutrisi yang semula diserap dari tanah digantikan dengan air yang telah diberikan gabungan unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman, oleh karena itu hidroponik juga dikenal dengan istilah *soilless culture*.<sup>3</sup> Teknik budidaya hidroponik memiliki beberapa kelebihan diantaranya dapat dilakukan pada ruang atau tempat yang terbatas dan adanya optimalisasi kerja kebun, menghemat ongkos perawatan dan peralatan pada media tanah, mampu membuat tanaman sehat sehingga lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit. Sayuran yang dihasilkan dari teknik budidaya hidroponik ini memiliki kualitas produksi yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional dan bernilai jual lebih tinggi. Melihat banyaknya kelebihan dari budidaya menggunakan sistem hidroponik menjadi banyak bermunculan orang yang beralih ke sistem hidroponik di Indonesia terutama di kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

Biaya yang di butuhkan untuk usaha sayur hidroponik termasuk tinggi, terutama dalam pembuatan instalasi maupun *greenhouse*. Namun harga dari sayuran hidroponik relatif stabil dari sayuran konvensional karena tidak mengikuti harga pasar yang sangat fluktuatif tergantung dari permintaan dan penawaran. Sayuran hidroponik memiliki harga tersendiri

---

<sup>2</sup> Ida Syamsu Roidah, *Pemanfaatan Lahan dengan Menggunakan Sistem Hidroponik*, (Tulungagung: Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo, Vol. 1, No. 2, 2014), hal. 44

<sup>3</sup> Zulfikri, *Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Hidroponik (Studi Kasus: CV. Foodscaping Indonesia, Kabupaten Bone)*, (Makassar: Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin, 2021), hal.1

yang harga tersebut sudah di tentukan oleh petaninya sendiri sehingga harga sayuran hidroponik cenderung stabil dan juga memiliki target pasar tersendiri. Masyarakatpun sekarang sudah tereduksi dan dapat membedakan kualitas antara sayur hidroponik dan konvensional.

Sejak adanya pandemi Covid-19 yang menyerang Indonesia bahkan juga dunia konsumen mulai sadar akan kualitas dari sayur hidroponik yang bersih dan sehat sehingga mulai beralih dari sayur konvensional ke produk hidroponik. Namun hal itu juga sebanding dengan semakin banyaknya pengusaha-pengusaha baru hidroponik di Tulungagung yang tentunya membuat para petani juga harus bersiap untuk bersaing di pasar. Setelah peneliti melakukan pra survei, peneliti menemukan salah satu tempat usaha hidroponik yang menarik yakni di Ijal Farm, terletak di Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung.

Usaha yang dimiliki oleh Rizzal Hanafi ini dimulai pada akhir tahun 2019. Saat itu beliau belum mempunyai ilmu sama sekali pada bidang budidaya sistem hidroponik. Sebelumnya beliau sudah memiliki usaha yakni usaha konter *handphone*, pada saat itu usaha konter *handphone* sudah mulai menurun omzet dan minat pembelinya karena semakin majunya teknologi membuat semua orang bisa membeli *handphone* secara online dan memperbaiki *handphone* yang rusak hanya dengan melihat tutorial di youtube. Saat itu beliau mempunyai karyawan lulusan dari fakultas pertanian, kemudian mulailah pada akhir tahun 2019 Rizzal Hanafi memantapkan diri untuk membuka usaha baru lagi yakni budidaya sayur

hidroponik, kebun 100% di Kelola oleh karyawannya tersebut sembari beliau belajar mengenai budidaya sayur hidroponik. Setelah di rasa cukup saat ini seluruh aktivitas kebun di pegang oleh Rizzal Hanafi sendiri.

Jenis tanaman yang di tanam dalam sistem hidroponik yang ada di Ijal Farm yakni jenis tanaman hortikultura, yakni sayur-sayuran. Produknya sendiri cukup bervariasi yakni sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Produk dan Harga Sayuran di Ijal Farm**

No	Jenis Produk	Kemasan Jual	Harga per Kemasan	Harga per Kg
1	Selada	200 – 250gr	8.000	25.000
2	Sawi Caisim	200 – 250gr	5.000	15.000
3	Sawi Pakcoy	200 – 250gr	5.000	15.000
4	Kailan	200 – 250gr	6.000	18.000
5	Kangkung	200 – 250gr	4.000	13.000
6	Bayam Hijau	200 – 250gr	6.000	15.000
7	Bayam Merah	200 – 250gr	6.000	15.000
8	Daun Kale	100gr	8.000	60.000
9	Daun Mint	20gr	3.000	Tidak menjual kemasan per Kg
10	Tomat Cery	250gr	10.000	25.000

*Sumber : Produk dan Harga Ijal Farm*

Pada usaha sayur hidroponik Ijal Farm mampu bersaing dan produknya sudah menembus pasar modern, restoran dan juga pengusaha

makanan di Tulungagung. Sayuran yang dihasilkan pada sistem hidroponik meliputi selada, sawi caisim, sawi pakcoy, kailan, kangkung, bayam hijau, bayam merah. Ada pula pada pertanian konvensional menghasilkan tanaman daun kale, daun mint dan tomat cery yang di tanam dalam *greenhouse*. Dengan luas *greenhouse* lebar 15 M dan Panjang 28 M, dan dengan jumlah lubang tanaman 8000 buah Ijal Farm masih sering kekurangan stok sehingga mengambil hasil dari petani hidroponik lainnya karena permintaan yang banyak.

Alasan peneliti memilih Ijal Farm untuk dijadikan lokasi penelitian adalah karena Ijal Farm memiliki potensi yang bagus untuk berkembang lebih besar lagi. Dapat di buktikan dari tabel omzet penjualan dari tahun 2019- hingga 2022 yang terus bertambah.

**Tabel 1.2**  
**Perkembangan Omzet Penjualan Sayur Hidroponik**  
**Tahun 2019 – 2022 Ijal Farm**

No	Tahun	Omzet
1	2019	Rp. 5.450.000
2	2020	Rp. 52.465.000
3	2021	Rp. 62.955.000
4	2022	Rp. 63.303.000

*Sumber : Data Penjualan Produk Ijal Farm Tahun 2022*

Usaha dikatakan berkembang jika mengalami peningkatan salah satunya pada omzet penjualan. Dari tabel di atas sudah jelas bahwa Ijal Farm mengalami perkembangan terhadap usahanya. Usaha yang berkembang

juga tak lepas dari adanya strategi pemasaran. Strategi pemasaran punya peranan penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang maupun jasa.<sup>4</sup> Peneliti mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan Ijal Farm yakni strategi bauran pemasaran atau *marketing mix* yang memiliki 4 unsur yaitu produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi.

Untuk mengkaji lebih dalam lagi maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan juga strategi pengembangan usaha yang diterapkan Ijal Farm. Serta untuk mengetahui apakah strategi yang digunakan sudah tepat dan maksimal atau ada yang perlu di evaluasi lebih lanjut. Sehingga peneliti mengambil judul **“Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Sayur Hidroponik dalam Meningkatkan Penjualan di Ijal Farm Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan?

---

<sup>4</sup> Marissa Grace Haque-Fawzi, et. all., *Satrategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022), hal. 9

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada kasus diatas yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Ijal Farm untuk meningkatkan penjualan.

### **D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah**

#### 1. Identifikasi Masalah

Penelitian ini membahas tentang Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Sayur Hidroponik dalam Meningkatkan Penjualan di Ijal Farm Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini merujuk pada teori-teori dan data yang sudah dirangkum oleh peneliti yang berasal dari buku, jurnal dan juga penelitian terdahulu. Peneliti juga ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan pengembangan usaha yang diterapkan untuk meningkatkan penjualan pada usaha sayur hidroponik Ijal Farm Boyolangu.

#### 2. Batasan Masalah

Sebagaimana judul yang digunakan pada penelitian ini peneliti memberikan batasan terhadap pembahasan, yaitu hanya pada Usaha Sayur Hidroponik Ijal Farm Boyolangu, penerapan strategi pemasaran

dan juga pengembangan usaha yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan.

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian , sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan di Usaha Sayur Hidroponik Ijal Farm Desa Boyolangu, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung.
- b. Penelitian ini dibatasi di Desa Boyolangu, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung.
- c. Penelitian ini terbatas pada strategi pemasaran dan pengembangan usaha sayur hidroponik Ijal Farm Desa Boyolangu, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca maupun masyarakat umum. Adapun manfaat penelitian ini bersifat teoritis dan secara praktis, sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Berdasarkan teori, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada khalayak umum yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Ijal Farm dalam meningkatkan penjualan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur bagi penelitian selanjutnya.



## 2. Manfaat Secara Praktis

### a. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan, referensi, dan kajian. Penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi terhadap kepustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan menyumbangkan hasil penelitian yang bermanfaat bagi pembaca.

### b. Bagi Ijal Farm

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada pemilik Ijal Farm terutama dalam strategi pemasaran dan strategi pengembangan usaha guna meningkatkan pendapatan penjualan.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk melatih guna berpikir secara ilmiah dengan metode penerapan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku kuliah. Dan juga dapat menambah wawasan terhadap objek yang telah diteliti baik secara teoritis maupun dalam aplikasi. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi pembelajaran serta pengalaman dalam melakukan penelitian selanjutnya.

## **F. Penegasan Istilah**

Dalam penelitian ini yang berjudul “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Sayur Hidroponik dalam Meningkatkan Penjualan di

Ijal Farm Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung”. Tentunya dibutuhkan penegasan istilah agar dalam tahapan penelitian tidak terjadi penafsiran yang salah yang mungkin saja bisa terjadi. Maka perlu penegasan istilah sebagai berikut:

#### 1. Definisi Konseptual

##### a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan rangkaian tindakan yang terpadu dan terencana dalam menciptakan kepuasan bagi konsumen melalui perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk dan layanan, dengan tujuan mencapai kesuksesan perusahaan.<sup>5</sup>

##### b. Pengembangan Usaha

Menurut Brown dan Pertello pengembangan usaha adalah suatu Lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat. Apabila keperluan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sampai memperoleh laba.<sup>6</sup>

##### c. Penjualan

Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan penjualan sebagai “proses, cara, dan perbuatan menjual”. Memberikan sesuatu kepada pembeli untuk menerima pembayaran atau

---

<sup>5</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), hal. 2

<sup>6</sup> Widyaningsih dan Ariyanti, *Aspek Hukum Kewirausahaan*. (Malang: Polinema Press, 2018), hal. 90

menerima uang dikenal sebagai penjualan. Kita semua akrab dengan definisi tersebut dan bahkan sering terlibat dalam aktivitas penjualan. Terdapat komponen penjual, pembeli, barang, dan nilai/uang.<sup>7</sup>

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dan kesalahan dalam penafsiran oleh pembaca dari istilah-istilah yang ada di judul skripsi. Definisi operasional pada penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran dan Pengembangan Usaha Sayur Hidroponik dalam Meningkatkan Penjualan di Ijal Farm” membahas mengenai strategi pemasaran dan strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Ijal Farm guna meningkatkan penjualan usaha.

## G. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk dapat menyampaikan maksud dan gambaran yang jelas, maka disusunlah suatu sistematika penulisan dalam penelitian yang berisi informasi-informasi yang dibahas pada setiap bab. Adapun masing-masing bab memiliki sub bab yang akan memberikan penjelasan secara terperinci yang berkesinambungan sehingga mudah untuk dipahami.

Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan judul dan halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata

---

<sup>7</sup> Syamsul Arifin, *Sales Management*. (Yogyakarta: Salma Idea, 2020), hal. 2

pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran transliterasi dan abstrak. Pada bagian isi terdiri dari enam bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN:** Terdiri atas latar belakang, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, identitas dan batasan masalah, penegasan istilah, sistematika skripsi.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** Memuat uraian dasar teori yang digunakan untuk penelitian, terdiri dari (a) Pengertian Strategi, (b) Pengertian Pemasaran, (c) Strategi Pemasaran (d) Pengembangan Usaha (e) Penjualan. Selain itu juga berisi kajian penelitian terdahulu.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN:** Terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN:** Terdiri atas paparan data dan temuan penelitian.

**BAB V PEMBAHASAN:** Terdiri atas pembahasan dari hasil penelitian terhadap teori yang digunakan dalam kajian pustaka.

**BAB VI PENUTUP:** Terdiri atas kesimpulan dan saran.

Bagian akhir laporan penelitian terdiri atas daftar pustaka dan lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi dan daftar riwayat hidup.