

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang kaya sumber daya alam dan memiliki peran penting sebagai penyumbang perekonomian nasional, terutama sektor pertanian. Selain memiliki peran penyumbang perekonomian nasional, sektor pertanian juga sebagai sumber pendapatan masyarakat terutama di daerah pedesaan. Akan tetapi, saat ini dan di masa yang akan datang Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dan kendala cukup besar dalam melaksanakan pembangunan sektor pertanian, karena terjadinya penggunaan sumberdaya lahan yang berlebihan serta kurang bertanggung jawab (Nuryati *et al.*, 2019).

Salah satu inovasi dalam pertanian yang semakin berkembang adalah sistem hidroponik. Hidroponik merupakan teknik budidaya pertanian yang tidak menggunakan tanah sebagai media tanamnya, melainkan memanfaatkan air (Immanuel dan Renaldi, 2024). Hidroponik merupakan salah satu metode pertanian moderen karena tanaman dapat ditanam di berbagai lokasi, termasuk ladang yang luas, kota, desa, bahkan di atas apartemen. Sistem hidroponik menjadi solusi bagi yang tidak memiliki lahan yang luas, serta dapat mengendalikan hama dan penyakit, pasokan air yang mudah, musim panen yang dapat diprediksi, dan kualitas tanaman yang merata (Radinka *et al.*, 2023).

Salah satu teknik hidroponik yang paling populer adalah *Nutrient Film Technique* (NFT). *Nutrient Film Technique* (NFT) adalah salah satu sistem hidroponik yang mengalirkan larutan nutrisi pada akar tanaman melalui saluran dangkal dan miring, sehingga membentuk lapisan tipis film nutrisi (Harsela, 2022). Salah satu jenis tanaman yang saat ini populer di tanam dengan sistem hidroponik adalah tanaman melon.

Melon (*Cucumis melo* L.) merupakan salah satu komoditas buah-buahan yang banyak ditanam dan digemari oleh masyarakat karena melon memiliki berbagai keunggulan berupa rasa yang manis dan warna daging buah yang

bervariasi (Khumaero *et al.*, 2015). Berikut adalah data produksi tanaman melon di Kabupaten Blora tahun 2019-2023 yang akan disajikan pada tabel sebagai berikut:

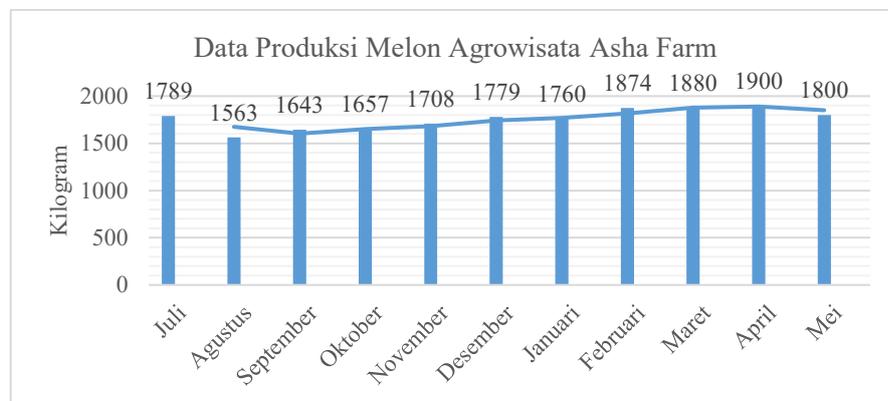
Tabel 1.1 Data Produksi Melon di Kabupaten Blora Tahun 2019-2023

Tahun	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah Produksi (Kw)	5.703	6.616	6.448	9.440	8.450

Sumber: BPS Kabupaten Blora (2023)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa produksi melon pada tahun 2019-2022 mengalami kenaikan produksi. Meskipun pada tahun 2023 mengalami penurunan dari pada tahun sebelumnya, namun masih lebih tinggi dibandingkan pada tahun 2019-2021.

Agrowisata Asha Farm merupakan salah satu contoh penerapan sistem hidroponik dalam budidaya melon. Penerapan hidroponik sebagai media di tempat wisata merupakan langkah inovatif dalam menyajikan pengalaman edukatif dan interaktif kepada pengunjung (Melina *et al.*, 2024). Agrowisata Asha Farm memiliki total luas lahan sebesar 4.700 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 7 *greenhouse*. Melon yang dijual ini merupakan melon premium yang memiliki rasa yang manis, memiliki daya tahan yang lebih lama dan harga yang relative lebih murah yaitu Rp.28.000/Kg. Selain menawarkan produk melon, Agrowisata Asha Farm juga memberikan pengalaman unik bagi konsumen, di mana mereka dapat memetik buah melon secara langsung dari kebun. Berikut adalah data produksi melon di Agrowisata Asha Farm pada bulan Juli 2024 – Mei 2025 yang akan disajikan pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. 1 Data Produksi Melon Hidroponik di Agrowisata Asha Farm Bulan Juli 2024 - Mei 2025 (Sumber: Data Primer 2025)

Berdasarkan dari gambar di atas produksi melon di Agrowisata Asha Farm mengalami fluktuasi produksi, untuk memenuhi ketersediaan melon maka penanaman melon dilakukan secara bergiliran. Namun, meskipun Agrowisata Asha Farm memiliki potensi besar untuk berkembang, tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana menarik minat konsumen untuk membeli melon yang diproduksi dengan teknologi hidroponik NFT.

Sebelum melakukan pembelian pastinya konsumen telah memiliki kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Tentunya kriteria yang ditetapkan konsumen berbeda-beda sesuai dengan selera masing-masing sehingga produsen sebisa mungkin menyediakan berbagai pilihan alternatif. Keberhasilan suatu perusahaan dengan cara membangun citra merek dan meningkatkan kualitasnya berperan penting dalam keputusan pembelian. Faktor yang paling penting dalam suatu Perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen sehingga konsumen dapat puas dan memiliki rasa ingin membeli produk kembali salah satunya adalah faktor kualitas produk (Yulistria *et al.*, 2023).

Harga merupakan salah satu faktor yang memiliki peran sangat penting untuk memengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Penetapan harga suatu produk yang tepat merupakan elemen kunci dari kesuksesan perusahaan dan proses pemasaran. Harga merupakan salah satu faktor yang banyak dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk. Selain itu, harga juga merupakan satu-satunya hal yang dapat menambah pendapatan suatu perusahaan yang diperoleh dari laba, harga juga dapat digunakan untuk bersaing dengan perusahaan lain (Indrasari, 2019).

Promosi adalah salah satu variabel yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Menurut Uluwiyah (2022) promosi adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen melalui komunikasi yang maksudnya untuk mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk. Dengan adanya promosi, perusahaan mampu mengubah pikiran konsumen dari yang sebelumnya belum tertarik untuk membeli menjadi tertarik

untuk membeli, hal ini berarti promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Lokasi merupakan wilayah suatu perusahaan berdiri, biasanya perusahaan memilih lokasi yang strategis. Lokasi agrowisata yang strategis, mudah dijangkau, dan tidak jauh dari pusat kota serta banyak kegiatan disekitarnya adalah lokasi yang cocok digunakan untuk usaha. Lokasi agrowisata juga menjadi faktor penting mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Kebanyakan konsumen lebih banyak mempertimbangkan untuk membeli suatu produk jika lokasi tersebut dekat dan mudah dijangkau.

Dengan memahami pengaruh dari setiap variabel ini, Agrowisata Asha Farm dapat mengetahui variabel apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian. Dengan adanya penelitian ini, dapat digunakan untuk menganalisis variabel apa yang dipertimbangkan konsumen dan variabel apa yang kurang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian melon. Dalam penelitian ini diharapkan dapat mempersiapkan dan merencanakan strategi yang tepat untuk pemasaran agar dapat meningkatkan keuntungan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: Apakah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melon hidroponik NFT di Agrowisata Asha Farm?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melon hidroponik NFT di Agrowisata Asha Farm.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun harapan peneliti pada penelitian ini agar pembaca memperoleh beberapa manfaat sebagai berikut:

- a) Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan acuan untuk penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti di masa mendatang.
- b) Sebagai sarana dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh oleh peneliti selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan.
- c) Sebagai bahan acuan Agrowisata Asha Farm untuk menetapkan pemasaran yang lebih efektif dan lebih efisien kedepannya.

### **1.5 Batasan Masalah**

Dalam pemelaksanakan penelitian ini terdapat keterbatasan-keterbatasan, sehingga perlu dibatasi dengan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- a) Lokasi pada penelitian ini adalah Agrowisata Asha Farm.
- b) Melon dalam penelitian ini adalah melon hidroponik NFT di Agrowisata Asha Farm.
- c) Penelitian ini berfokus pada beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian yaitu: kualitas produk, harga, promosi, dan lokasi.