

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan produk pertanian organik di Indonesia sering kali dihadapkan pada sejumlah tantangan yang meringati pertumbuhannya. Kesadaran konsumen terkait produk pertanian organik masih rendah dan edukasi mengenai manfaatnya seringkali belum merata. Kurangnya pemahaman ini dapat membuat sulit untuk menciptakan permintaan yang cukup di pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat Lestari (2020) bahwa budaya konsumsi yang telah lama terpatri cenderung memprioritaskan harga yang terjangkau daripada keberlanjutan atau keamanan pangan sehingga membuat produk pertanian konvensional yang umumnya lebih murah menjadi pilihan utama bagi konsumen dengan anggaran terbatas. Fajarani dkk, (2021) memandang bahwa pasar yang kompetitif, terutama dari produk konvensional yang sudah mapan membuat sulit untuk menarik perhatian konsumen dan menciptakan preferensi terhadap produk pertanian organik.

Sosialisasi mengenai manfaat produk pertanian organik yang belum merata, di mana diakibatkan oleh sumberdaya yang terbatas dalam hal pendidikan dan kampanye informasi membuat sulit untuk menyampaikan pesan-pesan yang menyoroti nilai kesehatan, keberlanjutan dan keamanan pangan yang melekat pada pertanian organik. Kurangnya pemahaman ini dapat membuat konsumen kurang termotivasi untuk beralih ke produk organik. Selain itu, ketidakpastian terkait dengan kredibilitas dan keaslian produk organik juga dapat menjadi penyebab rendahnya kesadaran masyarakat. Beberapa konsumen masih meragukan label

organik dan mencurigai produk tersebut benar-benar memenuhi standar pertanian organik (Chrysanthini dkk, 2017). Keterbatasan akses terhadap informasi di beberapa daerah terutama pedesaan membuat sulit untuk menyampaikan pesan edukasi kepada semua lapisan masyarakat. Kurangnya infrastruktur pendidikan dan kurangnya sumberdaya di daerah-daerah terpencil dapat menghambat upaya untuk meningkatkan pemahaman mengenai produk pertanian organik (Aldillah, 2017).

Rendahnya kesadaran konsumen terkait keberlanjutan produk pertanian organik menjadi masalah lain yang perlu diatasi. Konsumen yang tidak memadai dan kurangnya kampanye pemasaran yang efektif dapat membuat sulit untuk membangun permintaan pasar yang berkelanjutan. Hal ini mengakibatkan tantangan distribusi dan akses pasar juga bermasalah, infrastruktur distribusi yang kurang memadai terutama di daerah pedesaan dapat hambatan dalam menjaga kualitas dan keberlanjutan produk organik selama perjalanan dari petani ke konsumen. Petani menghadapi kesulitan untuk memasuki pasar yang mendukung produk pertanian organik (Hasibuan dkk, 2022).

Tantangan lingkungan seperti risiko cuaca dan fluktuasi produksi juga perlu diperhatikan, pertanian organik yang lebih rentan terhadap fluktuasi cuaca dan serangan hama dapat menghadirkan risiko yang lebih besar bagi hasil panen dan keberlanjutan operasional. Cuaca yang tidak dapat diprediksi juga dapat mengganggu siklus tanam dan panen mempengaruhi produksi tanaman dan ketersediaan bahan pangan. Banjir yang sering terjadi selama musim hujan dapat merusak tanaman dan infrastruktur pertanian. Kurangnya pengetahuan dan kapasitas adaptasi petani terhadap perubahan iklim dan risiko lingkungan turut

menyulitkan upaya menghadapi tantangan ini. Edukasi mengenai praktik pertanian yang berkelanjutan dan ketahanan terhadap perubahan iklim menjadi kunci untuk mengurangi dampak negatif (Nugroho & Habiballoh, 2023).

Pentingnya strategi dalam menyikapi setiap perubahan dalam sektor pertanian guna menjaga stabilitas dan keberlanjutan produksi produk pertanian khususnya dalam produk pertanian organik menjadi perhatian khusus guna menghasilkan kuantitas dan kualitas produk yang diharapkan di Indonesia. Hal ini tentunya menjadi perhatian yang harus dilakukan mulai dari pelosok pedesaan yang menjadi dasar adanya produksi produk pertanian organik. Menurut pandangan Yuriansyah dkk, (2020) pertanian organik di Desa harus menjadi perhatian utama guna menjaga stabilitas keberlanjutan produksi produk pertanian organik.

Hidroponik adalah metode bercocok tanam yang menggunakan air, nutrisi dan oksigen. Teknologi hidroponik memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan teknik bertanam secara tradisional. Keunggulan hidroponik antara lain ramah lingkungan, produk yang dihasilkan higienis, pertumbuhan tanaman lebih cepat, kualitas hasil tanaman dapat terjaga dan kuantitas dapat lebih meningkat. Sayuran yang diproduksi dengan metode hidroponik juga menjadi lebih sehat karena terbebas dari kontaminasi logam berat industri yang ada di dalam tanah, segar dan mudah dicerna (Wali dkk, 2021).

Selada hidroponik memiliki sejumlah keunggulan yang membuatnya semakin populer di kalangan petani dan konsumen di pelosok pedesaan. Hal ini diantaranya karena tanaman selada hidroponik bebas dari pestisida dan bahan kimia berbahaya lainnya, menjadikannya pilihan yang lebih sehat bagi konsumen. Serta,

selada hidroponik dapat ditanam sepanjang tahun tanpa tergantung pada musim, sehingga pasokan sayuran segar dapat selalu terjaga (Romalasari & Sobari, 2019).

Usaha kebun selada hidroponik Kawanhydro merupakan salah satu unit usaha pertanian yang fokus pada budidaya selada menggunakan teknik hidroponik. Kawanhydro mengimplementasikan sistem pertanian tanpa tanah dimana selada ditanam dalam larutan nutrisi yang dipantau dan diatur secara cermat untuk memastikan pertumbuhan optimal. Usaha ini bertujuan untuk menyediakan selada segar yang berkualitas tinggi kepada konsumen dengan cara yang lebih efisien dan ramah lingkungan dibandingkan metode pertanian tradisional. Adapun data produksi selada hidroponik pada usaha Kawanhydro sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Produksi Selada Sistem Hidroponik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Desa Bontobiraeng Selatan, Kecamatan Bontonompo, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan

| Tahun | Produk Selada (Kg) | Harga Per Kg (Rp) | Total (Rp) |
|--------------|---------------------------|--------------------------|-------------------|
| 2019 | 115 | 40.000 | 4.600.000 |
| 2020 | 160 | 40.000 | 6.400.000 |
| 2021 | 212 | 40.000 | 8.480.000 |
| 2022 | 300 | 40.000 | 12.000.000 |
| 2023 | 570 | 40.000 | 22.800.000 |

Sumber: Data Sekunder 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa produksi selada pada tahun 2019 sebanyak 115 kg, sedangkan pada tahun 2020 produksi selada mengalami peningkatan dengan jumlah produksi 160 kg dan pada tahun 2021 produksi selada masih mengalami peningkatan dengan jumlah produksi sebanyak 212 kg, sedangkan pada tahun 2022 produksi selada semakin mengalami peningkatan dengan jumlah lubang tanam sebanyak 1500 yang menghasilkan produksi selada sebanyak 300 kg serta pada tahun 2023 Usaha Kebun Selada Hidroponik

Kawanhydro berkembang dan menambah lubang tanam sebanyak 2500 lubang dan produksi selada semakin mengalami peningkatan dengan jumlah produksi sebanyak 570 kg.

Melihat data di atas, pentingnya perhatian khusus untuk pertanian organik di pedesaan yang memiliki potensi pengembangan melibatkan sejumlah aspek yang secara bersama-sama menciptakan sistem pertanian organik yang memperhatikan perbaikan kesuburan tanah, kimia sintesis dalam proses produksi pertama. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai strategi pemasaran produk selada sistem hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Kabupaten Gowa.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan penjelasan dari uraian-uraian tersebut maka dapat dirumuskan permasalahan untuk mengetahui strategi pemasaran produk selada sistem hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik di Kabupaten Gowa dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses produksi selada hidroponik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro dalam mendukung pengembangan pertanian organik di Kabupaten Gowa?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimiliki usaha Kawanhydro di Kabupaten Gowa?

3. Bagaimana rumusan strategi dalam proses pemasaran produk selada hidroponik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro dalam mendukung pengembangan pertanian organik di Kabupaten Gowa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk selada sistim hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik di Kabupaten Gowa yaitu:

1. Mendeskripsikan proses produksi selada hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Kabupaten Gowa.
2. Mendeskripsikan kondisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dimiliki oleh usaha Kawanhydro di Kabupaten Gowa.
3. Menganalisis rumusan strategi dalam proses pemasaran produk selada hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik pada Usaha Kebun Selada Hidroponik Kawanhydro di Kabupaten Gowa.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian strategi pemasaran produk selada sistim hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik di Kabupaten Gowa diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Mahasiswa dan Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini sebagai proses pembelajaran dan pengetahuan khususnya mengenai strategi pemasaran produk hidroponik dalam mendukung

pengembangan pertanian organik dan mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama menempuh pendidikan perkuliahan.

2. Manfaat Bagi Mitra Usaha

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan informasi yang berguna dalam mengevaluasi strategi pemasaran produk selada hidroponik pada usaha Kawanhydro dalam mendukung pengembangan pertanian organik.

3. Manfaat Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran produk selada hidroponik dalam mendukung pengembangan pertanian organik.