

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produksi pangan global saat ini menghadapi berbagai tantangan kompleks, seperti keterbatasan lahan pertanian, dampak perubahan iklim, serta meningkatnya permintaan terhadap produk pertanian yang sehat dan ramah lingkungan. Untuk menjawab tantangan tersebut, dibutuhkan pendekatan pertanian yang inovatif dan berkelanjutan guna menjamin ketahanan pangan jangka panjang. Salah satu pendekatan yang kini banyak diadopsi adalah sistem pertanian hidroponik.

Metode budidaya tanaman yang tidak menggunakan tanah sebagai media tanam, tetapi dengan menggunakan larutan nutrisi yang disalurkan secara langsung ke akar tanaman disebut dengan pertanian hidroponik. Metode ini dinilai lebih efisien dibandingkan pertanian konvensional karena mampu menghemat penggunaan air hingga 90%, mengurangi ketergantungan terhadap pestisida kimia, serta memungkinkan produktivitas tinggi meskipun dilakukan di lahan sempit. Selain itu, sistem hidroponik menciptakan lingkungan budidaya yang lebih terkontrol, sehingga tanaman lebih terlindungi dari serangan hama dan penyakit. Hasilnya, produk yang dihasilkan cenderung lebih higienis, aman dikonsumsi, dan memiliki nilai visual serta kualitas yang tinggi (Hydroponics Europe, 2023).

Salah satu komoditas yang populer dalam sistem hidroponik adalah bayam (*Amaranthus sp.*). Bayam hidroponik dikenal memiliki tekstur yang lebih renyah, rasa yang lebih segar, dan kandungan nutrisi yang lebih optimal karena tidak terkontaminasi bahan kimia, sehingga vitamin A, C, dan K yang terkandung di dalamnya tetap terjaga dengan baik untuk mendukung kesehatan tubuh. Produk ini menjadi pilihan menarik terutama bagi konsumen yang menerapkan pola hidup sehat dan peduli terhadap keberlanjutan lingkungan.

Namun demikian, meskipun memiliki berbagai keunggulan, permintaan pasar terhadap bayam hidroponik masih belum berkembang secara optimal. Data dari *Grand View Research* (2024) menunjukkan bahwa pasar global produk hidroponik diproyeksikan mengalami pertumbuhan dengan

tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 12,4% hingga tahun 2030. Walaupun tren konsumsi produk hidroponik terus meningkat, konsumsi aktual di lapangan masih cenderung terbatas. Produk ini lebih banyak dikonsumsi oleh segmen tertentu, seperti masyarakat dengan tingkat pendidikan tinggi, kesadaran gizi yang baik, dan penghasilan menengah ke atas. Sementara itu, masyarakat umum masih lebih memilih sayuran konvensional karena harganya yang lebih terjangkau dan ketersediaannya yang lebih luas (Kusuma, Tety, & Edwina, 2024).

Fenomena serupa juga terjadi pada Toko Morning Fresh, sebuah unit usaha pertanian hidroponik yang berlokasi di Jl. Makmur, Gg. Kenanga 29, Pasar 7, Desa Sambirejo Timur. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2018 dan didirikan oleh Bapak Muhammad Bagas. Morning Fresh secara khusus membudidayakan dan memasarkan bayam hidroponik sebagai produk utama dengan mengusung prinsip produksi yang bebas pestisida dan ramah lingkungan.

Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen tidak serta-merta langsung membeli suatu produk. Menurut Kotler (2018), ada beberapa tahapan dalam keputusan pembelian, seperti menyadari kebutuhan, mencari informasi, mempertimbangkan pilihan, hingga akhirnya melakukan pembelian dan mengevaluasi produk setelah digunakan. Keputusan mereka dalam membeli bayam hidroponik di Morning Fresh juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti tren pola hidup sehat, rekomendasi dari orang lain, serta kondisi ekonomi (Pangestu, 2016)

Tabel 1. 1 Daftar Jumlah Penjualan dan jumlah Pembeli Bayam Hidroponik morning per-Bulan 2024

No	Bulan	Total Penjualan (kg)	Total Pembelian	Rata-Rata
1	Januari	180 Kg	53 orang	3,39
2	Februari	230 Kg	93 orang	2,47
3	Maret	180 Kg	66 orang	2,72
4	April	190 Kg	78 orang	2,43
5	Mei	240 Kg	82 orang	2,92
6	Juni	185 Kg	58 orang	3,18
7	Juli	200 Kg	71 orang	2,81
8	Agustus	190 Kg	70 orang	2,71
9	September	210 Kg	60 orang	3,5
10	Oktober	240 Kg	80 orang	3
11	November	190 Kg	65 orang	2,92
12	Desember	185 Kg	69 orang	2,68
Total		2.420 Kg	845 Orang	3,75

Sumber : Data Primer Morning Fresh 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 data penjualan Penjualan bayam hidroponik Morning Fresh sepanjang tahun 2024 berjumlah 2.420 kg dengan total 845 pembeli, rata-rata 3,75 kg per orang. Penjualan tertinggi terjadi pada Mei dan Oktober (240 kg), sedangkan terendah pada Januari dan Maret (180 kg). Meski Januari memiliki pembeli lebih sedikit (53 orang), rata-rata pembelian per orang tinggi (3,39 kg). Sebaliknya, Februari memiliki pembeli terbanyak (93 orang) namun rata-rata pembelian rendah (2,47 kg). Pola ini menunjukkan variasi perilaku konsumen yang bisa dimanfaatkan untuk strategi pemasaran ke depan.

Fluktuasi ini mengindikasikan bahwa permintaan terhadap bayam hidroponik masih belum stabil dan belum sepenuhnya mencerminkan loyalitas konsumen yang konsisten dari bulan ke bulan. Tingginya angka pembeli pada bulan Februari, Mei, dan Oktober dapat mengindikasikan adanya faktor eksternal tertentu, seperti momen promosi, peningkatan kesadaran pola hidup

sehat pasca liburan, atau menjelang hari besar, yang mendorong minat beli secara temporer.

Sebaliknya, rendahnya jumlah pembelian di bulan Januari dan Juni dapat disebabkan oleh berbagai hal, seperti kondisi ekonomi pasca-liburan akhir tahun, turunnya minat beli di masa transisi musim, atau menurunnya pasokan produk karena faktor produksi. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan edukasi konsumen yang berkelanjutan masih perlu ditingkatkan. Konsumen belum menjadikan bayam hidroponik sebagai bagian dari kebiasaan konsumsi rutin, sehingga minat beli sangat mudah dipengaruhi oleh tren sesaat dan kondisi eksternal lainnya.

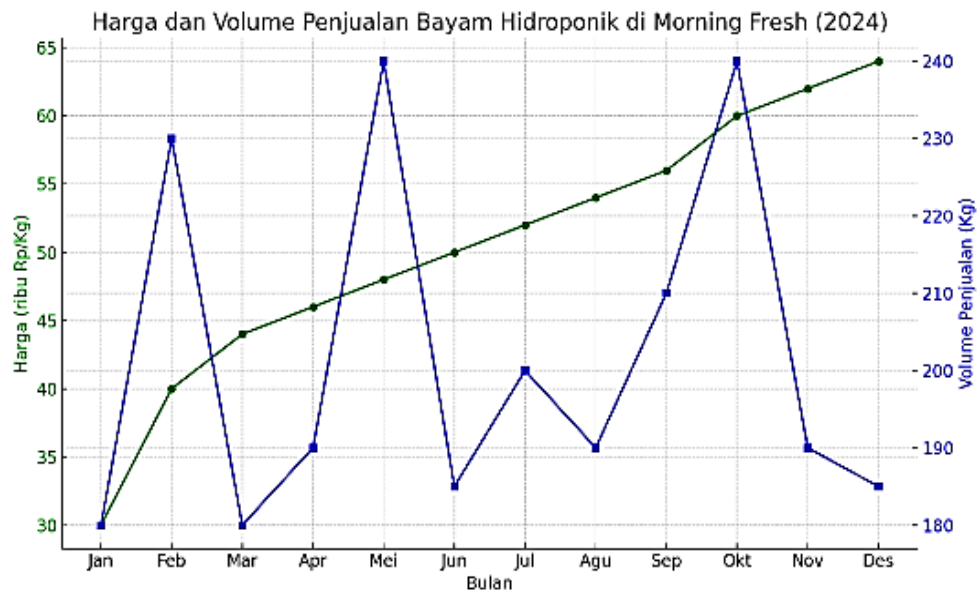
Selain itu, fokus pada satu jenis produk saja, yaitu bayam hidroponik, bisa menjadi keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Kurangnya diversifikasi produk membuat pilihan yang tersedia menjadi terbatas, sehingga konsumen mungkin tidak selalu memiliki alasan untuk melakukan pembelian rutin. Di sisi lain, fluktuasi penjualan juga bisa mencerminkan adanya tantangan dari sisi distribusi dan ketersediaan produk. Jika produksi terganggu atau distribusi belum optimal, hal tersebut secara langsung mempengaruhi jumlah penjualan, terutama di bulan-bulan dengan volume rendah.

Salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler & Armstrong (2016), harga memiliki peran penting dalam memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, dan menjadi faktor penentu apakah mereka akan memutuskan untuk membeli suatu produk atau tidak.

Harga jual sayur bayam hidroponik di Morning Fresh juga memiliki harga berkisar Rp. 30.000-64.000 per 1 kg, sementara itu pada pengamatan dilapangan harga jual sayuran konvensional bayam hanya berkisar Rp 5000–10.000 per kilogram

Dalam konteks bayam hidroponik Morning Fresh, konsumen mungkin memiliki persepsi bahwa harga produk tersebut mencerminkan kualitas dan manfaat kesehatan yang ditawarkan. Namun, pada saat harga dirasa kurang sebanding dengan nilai yang diterima, atau ketika daya beli masyarakat

menurun, konsumen cenderung menunda atau membatalkan pembelian. Hal ini selaras dengan pendapat Susilowati & Utari (2022) yang menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa sebagai bentuk pertukaran atas manfaat yang diperoleh konsumen.



Gambar 1.1 Grafik Harga dan volume Bayam Hidroponik Di Morning Fresh Tahun 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa harga bayam hidroponik mengalami peningkatan secara konsisten setiap bulannya sepanjang tahun 2024. Harga bayam hidroponik pada bulan Januari tercatat sebesar Rp30.000 per kilogram, dan terus mengalami kenaikan hingga mencapai Rp64.000 per kilogram pada bulan Desember. Kenaikan harga ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar Rp34.000 atau sekitar 113% dalam kurun waktu satu tahun. Peningkatan harga yang signifikan ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti meningkatnya biaya produksi, tingginya permintaan konsumen terhadap produk sehat, serta upaya produsen dalam menyesuaikan harga dengan nilai pasar produk organik dan ramah lingkungan.

Jika dibandingkan dengan harga bayam konvensional (non-hidroponik), terdapat perbedaan yang sangat mencolok. Harga jual bayam konvensional di pasaran umumnya hanya berkisar antara Rp5.000 hingga Rp10.000 per kilogram. Perbedaan harga yang cukup jauh ini mencerminkan

adanya perbedaan dalam metode budidaya, kualitas produk, serta segmentasi pasar. Bayam hidroponik umumnya ditanam dengan sistem yang lebih higienis, bebas pestisida, dan memiliki kontrol nutrisi yang lebih baik, sehingga menghasilkan produk dengan standar kualitas yang lebih tinggi. Selain itu, bayam hidroponik sering dipasarkan kepada konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap pola hidup sehat dan keamanan pangan.

Namun demikian, pola kenaikan harga yang berlaku berdampak terhadap jumlah yang tidak stabil. ini berbanding terbalik dengan fluktuasi jumlah penjualan. Di awal tahun, ketika harga masih rendah, jumlah penjualan cukup tinggi contohnya Februari mencapai 230 kg dengan harga Rp40.000/kg. Tetapi seiring dengan kenaikan harga dari bulan ke bulan, penjualan justru tidak menunjukkan tren meningkat secara konsisten. Bahkan pada bulan-bulan dengan harga tinggi seperti November Rp62.000/kg dan Desember Rp64.000/kg, penjualan justru menurun menjadi 190 kg dan 185 kg.

Bahwa, harga itu berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Seperti berdasarkan penelitian oleh Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko (2016) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga yang lebih kompetitif dapat menarik lebih banyak konsumen, meskipun faktor lain seperti kualitas dan merek juga turut berperan penting. Selain itu, penelitian Gesti Lovita Sari dan Supiandi (2022) menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik karena konsumen lebih mempertimbangkan kualitas dan keamanan produk dibandingkan faktor harga. Oleh karena itu, edukasi kepada konsumen menjadi penting agar mereka memahami manfaat produk ini secara lebih luas.

Selain faktor harga, Pola hidup sehat juga berperan penting dalam keputusan pembelian sayuran hidroponik. Pola hidup sehat mencakup berbagai aspek, seperti Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat akan pentingnya pola hidup sehat semakin meningkat. Banyak orang mulai beralih ke pola makan yang lebih sehat, termasuk mengonsumsi sayuran organik yang bebas dari pestisida. Pola hidup sehat dapat didefinisikan sebagai perilaku hidup yang mencakup kebersihan diri, olahraga teratur, konsumsi makanan

sehat, dan tindakan pencegahan penyakit seperti memakai masker dan mencuci tangan, terutama di masa pandemi. (Asri et al. 2020)

Untuk menggambarkan secara lebih jelas fenomena Pola hidup sehat di Morning Fresh, peneliti melakukan penyebaran kuesioner pra-survei kepada 30 orang warga di sekitar Morning Fresh. Hasil pra-survei tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2 Kuisiонер Pra Survey Pengaruh Pola Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bayam Hidroponik

No	Pertanyaan	Jumlah	Ya	Tidak
			Persentase (%)	
1	Anda pernah membeli bayam hidroponik	30 orang	43.33	56.67
2	Anda membeli bayam hidroponik karena ingin menghindari makanan yang digoreng tinggi lemak	30 orang	36.67	63.33
3	Anda memilih bayam hidroponik untuk menjaga daya tahan tubuh	30 orang	50.00	50.00
4	Saat ada pilihan antara bayam biasa dan bayam hidroponik, apakah Anda tetap memilih bayam hidroponik	30 orang	33.33	66.67
5	Anda membeli bayam hidroponik karena percaya bahwa sayuran ini lebih bergizi	30 orang	53.33	46.67
6	kandungan protein, serat, dan vitamin menjadi pertimbangan Anda saat membeli bayam hidroponik	30 orang	60.00	40.00
7	Anda membeli bayam hidroponik karena ingin membatasi asupan gula, garam, dan lemak	30 orang	46.67	53.33
8	Anda membeli bayam hidroponik secara rutin	30 orang	56.67	43.33

	sesuai jadwal makan sehat Anda			
9	Anda membeli bayam hidroponik karena sadar bahwa makan sehat dapat mencegah penyakit kronis	30 orang	63.33	36.67
10	Anda merasa bertanggung jawab atas pilihan Anda membeli bayam hidroponik	30 orang	70.00	30.00

Sumber: Hasil Olah Data Kuisisioner Sementara (2025)

Berdasarkan hasil kuisisioner yang diberikan kepada 30 responden, terlihat bahwa penerapan pola hidup sehat masih tergolong cukup rendah pada beberapa aspek utama yang berkaitan dengan konsumsi makanan sehat, motivasi, pengetahuan, pengelolaan pola makan, dan kesadaran diri.

Pada indikator konsumsi makanan sehat, hanya 43,33% responden yang menyatakan pernah mengonsumsi sayur hidroponik. Sementara itu, hanya 36,67% responden yang menghindari makanan yang digoreng atau tinggi lemak. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum menjadikan konsumsi makanan sehat sebagai kebiasaan harian yang konsisten.

Dari segi motivasi, hanya 50% responden yang merasa termotivasi memilih makanan sehat demi menjaga daya tahan tubuh, dan bahkan hanya 33,33% yang tetap memilih makanan sehat meski ada pilihan makanan tidak sehat yang lebih menarik. Ini menunjukkan bahwa motivasi internal untuk menjaga kesehatan melalui pola makan masih rendah dan belum menjadi prioritas utama.

Dalam aspek pengetahuan gizi makanan sehat, hanya 53,33% responden mengetahui perbedaan antara makanan bergizi dan tidak bergizi. Meski sedikit lebih baik, 60% responden menyatakan memahami pentingnya protein, serat, dan vitamin dalam makanan sehari-hari. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pengetahuan dasar, namun belum sepenuhnya dipraktikkan secara nyata.

Untuk pengelolaan pola konsumsi yang sehat, hanya 46,67% responden yang membatasi konsumsi gula, garam, dan lemak sesuai anjuran, sedangkan

56,67% memiliki jadwal makan yang teratur. Ini berarti masih diperlukan peningkatan disiplin dalam mengatur pola makan secara sehat dan konsisten.

Pada indikator terakhir, yaitu kesadaran akan pola makanan sehat, 63,33% responden sadar bahwa pola makan sehat dapat mencegah penyakit kronis, dan 70% merasa bertanggung jawab terhadap pilihan makanan yang mereka konsumsi. Ini menjadi poin positif, bahwa meskipun praktiknya masih belum maksimal, kesadaran perlahan mulai terbentuk.

Secara umum, hasil kuisioner menunjukkan bahwa pola hidup sehat belum menjadi kebiasaan dominan di kalangan responden. Rendahnya angka pada aspek konsumsi, motivasi, dan pengelolaan menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan edukasi gizi serta pendekatan yang lebih praktis untuk membangun kebiasaan hidup sehat secara menyeluruh. Intervensi melalui penyuluhan gizi, promosi makanan sehat, serta pembentukan lingkungan yang mendukung kebiasaan sehat menjadi penting dilakukan.

Berdasarkan Latar belakang di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun hidroponik memiliki berbagai keunggulan, tingkat konsumsi sayuran hidroponik masih tergolong rendah. Harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan sayuran konvensional serta ketersediaan produk yang terbatas menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Di sisi lain, meningkatnya tren pola hidup sehat dapat menjadi peluang bagi produk hidroponik untuk lebih diterima di pasar.

Pada permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Pengaruh Harga Dan Pola Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Bayam Hidroponik Di Morning Fresh”**. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen serta memberikan rekomendasi strategi pemasaran yang lebih efektif bagi pelaku usaha hidroponik.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya:

1. Meskipun bayam hidroponik memiliki kualitas dan manfaat yang unggul, namun tinggat pembelian bayam hidroponik pada Morning Fresh masih mengalami fluktuasi dan belum stabil sepanjang tahun.
2. Harga bayam hidroponik yang cenderung meningkat dari bulan ke bulan berdampak kepada permintaan terhadap kosumen bayam hidroponik morning fresh Tembung dan Tanjung Morawa.
3. Penerapan pola hidup sehat di kalangan masyarakat sekitar Morning Fresh dan Pelanggan masih tergolong rendah, sehingga belum banyak yang menjadikan produk hidroponik sebagai kebutuhan utama.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka batasan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian hanya difokuskan pada produk bayam hidroponik yang dijual oleh Toko Morning Fresh Tembung dan Tanjung Morawa, bukan komoditas atau pelaku usaha hidroponik lainnya.
2. Faktor yang diteliti terbatas pada harga dan pola hidup sehat sebagai variabel bebas yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen sebagai variabel terikat.
3. Data dikumpulkan dari responden yang berada di lokasi usaha Morning Fresh Tembung dan Tanjung Morawa, sehingga hasil penelitian tidak mewakili konsumen di wilayah yang lebih luas.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh?
2. Apakah pola hidup sehat berpengaruh terhadap keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh?
3. Apakah harga dan pola hidup sehat secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh.
2. Untuk mengetahui pengaruh pola hidup sehat terhadap keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh.
3. Untuk mengetahui sejauh mana harga dan pola hidup sehat secara simultan memengaruhi keputusan pembelian bayam hidroponik di Morning Fresh.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Adapun manfaat tersebut antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya kajian teori mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya dalam konteks produk hidroponik. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori pemasaran, terutama terkait dengan pengaruh harga dan gaya hidup sehat terhadap perilaku konsumen.

2. Secara Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman akademis dalam melakukan penelitian ilmiah, menganalisis data, dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pembelajaran dalam bidang manajemen agribisnis dan pemasaran.

2. Bagi Pemilik Usaha Morning Fresh

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pemilik usaha Morning Fresh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami pengaruh harga dan pola hidup sehat, pemilik usaha dapat menentukan kebijakan harga yang lebih kompetitif serta

mengedukasi konsumen tentang manfaat produk hidroponik agar lebih diminati.

3. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan (Unimed)

Penelitian ini dapat menjadi kontribusi akademik bagi Unimed dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen agribisnis dan pemasaran. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa atau dosen yang tertarik dalam penelitian serupa, khususnya terkait pemasaran produk pertanian berbasis teknologi hidroponik.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan studi lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk hidroponik atau produk pertanian berkelanjutan lainnya. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dengan variabel yang lebih luas atau metode analisis yang lebih mendalam.