

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SELADA HIJAU (*Lactuca sativa* L.) DI HIDROPONIK DZAKIYYAH FARM KABUPATEN SUKOHARJO

Guntur Eka Pradana¹, Yos Wahyu Harinta¹, Agung Setyarini¹

¹Fakultas Pertanian, Jurusan Agribisnis, Universitas Veteran Bangun Nusantara, Jl. Letjend S. Humardani No 1 Jombor Sukoharjo, E-mail: guntur1907eka@gmail.com

Info Artikel

Masuk: 02 Maret 2022

Diterima: 08 Maret 2022

Terbit: 31 Mei 2022

Keywords:

Lettuce, SWOT, QSPM.

Abstract

Hydroponic plant cultivation is increasingly being enjoyed by urban communities. This hydroponic trend emerged in line with the increasingly limited agricultural land in urban areas. The aim of this research is to determine internal and external factors, alternative strategies and determine strategic priorities in marketing. The basic method used is descriptive qualitative. The types of data used are primary and secondary data. Determining key persons or respondents using Purposive and Snowball sampling techniques. For data analysis methods use IFE, EFE, SWOT, and QSPM. Based on the results of the IFE matrix, 5 strengths and 5 weaknesses were identified with the results showing marketing distribution and not having a greenhouse as the main weakness, and the results of the EFE matrix identified 5 opportunities and 4 threats with the results showing regular customers as the biggest opportunity and competitors' pricing strategies and distribution strategies as the biggest threat. The SWOT matrix produces 8 alternative strategies, namely increasing the number of planting holes, creating a permanent partnership, embracing hydroponic beginners as partners, adjusting planting schedules to avoid natural risks, creating SOPs, creating social media, creating greenhouses, improving better management. The alternative is then decided through the QSPM matrix which places the W-O strategy, namely Making SOPs (Product Operational Standards) as a strategic priority with a Total Alternative Score of 7.721. The results of this research prioritize the strategy for creating SOPs, starting from standardizing products for production and partners, as well as maintaining existing quality so that it remains in demand by regular customers.

Abstrak

Kata kunci:

Selada Hijau, SWOT, QSPM.

Corresponding Author:

Guntur Eka Pradana,

E-mail:

guntur1907eka@gmail.com

Budidaya tanaman hidroponik semakin dinikmati masyarakat perkotaan. Tren hidroponik ini muncul sejalan dengan semakin sempitnya lahan pertanian di perkotaan. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Faktor Internal serta Faktor Eksternal, Alternatif Strategi dan menentukan prioritas strategi dalam pemasaran. Metode dasar yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Penentuan key person atau responden menggunakan teknik Purposive dan Snowballsampling. Untuk metode analisis data menggunakan IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan hasil matriks IFE teridentifikasi 5 kekuatan dan 5 kelemahan dengan hasil menunjukkan distribusi pemasaran sebagai kekuatan utama dan belum memiliki greenhouse sebagai kelemahan utama, serta hasil matriks EFE teridentifikasi 5 peluang dan 4 ancaman dengan hasil menunjukkan pelanggan tetap sebagai peluang terbesar dan strategi harga dan strategi distribusi pesaing sebagai ancaman terbesar. Dari matriks SWOT menghasilkan 8 alternatif strategi yaitu Peningkatan jumlah lubang tanam, Membuat sebuah kemitraan tetap, Merangkul pemula hidroponik sebagai mitra, Penyesuaian Jadwal tanam untuk menghindari resiko alam, Pembuatan SOP, Pembuatan Media sosial, Pembuatan greenhouse, Peningkatan manajemen yang lebih baik. Alternatif tersebut kemudian diputuskan lewat matriks QSPM yang menempatkan strategi W- O yaitu Pembuatan SOP (Standar Operasional Produk) sebagai prioritas strategi dengan skor Total Alternative Score sebesar 7,721. Hasil penelitian ini menempatkan prioritas strategi pembuatan SOP, dimulai dari pembuatan standarisasi produk terhadap produksi dan juga terhadap mitra, serta menjaga kualitas yang ada agar tetap diminati oleh pelanggan tetap.

1. Pendahuluan

Budidaya tanaman hidroponik semakin dinikmati masyarakat perkotaan. Hal ini muncul seiring semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan makanan sehat dan demi menjalankan pola hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran dan buah yang higienis dan berkualitas kian meningkat. Kondisi ini membuat tanaman hidroponik laris di pasaran. Hidroponik merupakan solusi bagi masyarakat dalam mempertahankan lahan hijau untuk mengatasi pola kehidupan di kota yang mulai tercemar dan kurangnya udara yang sejuk di kota serta semakin menyempitnya lahan untuk pertanian, merupakan salah satu solusi untuk ketahanan pangan terutama di perkotaan (Ismail dkk, 2019).

Keunggulan hidroponik dibandingkan dengan bercocok tanam menggunakan tanah antara lain pemeliharaan dan budidaya tanaman hidroponik lebih mudah karena tempatnya relatif bersih, media tanaman yang digunakan bersih dari kotoran dan tanaman terlindung dari terpaan hujan, serangan hama penyakit relatif kecil, tanaman lebih sehat, produktivitasnya tinggi, mutu hasil tanaman berkualitas tinggi dan tahan lama serta harga jualnya tinggi. Selain mutu tanaman, salah satu faktor yang dapat menjadikan sayuran hidroponik memiliki harga jual tinggi yaitu fleksibilitasnya. Menurut Susilawati (2019) hidroponik merupakan sistem produksi besar yang terikat dalam lingkungan, ekonomi dan sosial, dan fleksibilitas yang berarti bahwa hal itu

dapat diterapkan dalam kondisi yang berbeda. Termasuk juga sayuran yang biasa ditanam di dataran tinggi, juga bisa ditanam di dataran rendah dengan cara merekayasa agroklimatologi nya. Apalagi seperti Kabupaten Sukoharjo yang memiliki topografi dataran rendah dan perbukitan juga memiliki potensi besar untuk ditanami dengan sayuran dataran tinggi dengan metode hidroponik. Salah satu tanaman segar yang ditanam secara hidroponik yaitu selada hijau (*Lactuca sativa* L.) yang menjadi komoditi unggulan di Hidroponik Dzakiyyah Farm yang mampu memberikan suplai ke beberapa daerah di wilayah Solo Raya dan juga masih mampu untuk menjual sayuran ke konsumen sekitar untuk datang langsung memilih sayuran selada hijau (*Lactuca sativa* L.). Hal itu didorong juga dengan penyediaan yang cukup baik mulai dari perencanaan hingga pemasaran yang baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan prioritas strategi pemasaran pada sayuran selada hijau di Hidroponik Dzakiyyah Farm Kabupaten Sukoharjo

2. Metode Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode deskriptif analisis yaitu metode yang mendeskripsikan kejadian atau keadaan yang sedang terjadi saat ini. Sampel atau objek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik, pelanggan tetap, dan pelaku usaha hidroponik di kota solo. Sampel tersebut dipilih dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* dan secara *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2012) Teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dan teknik *Snowball sampling* sendiri adalah teknik pengambilan sampel sumber data multi tahap, dimulai dari sedikit orang dan akhirnya membesar. Pemilihan responden dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa informasi dapat terkumpul dari sumber yang tepat diantara responden yang dipandang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih responden yang mengetahui tentang produk Hidroponik Dzakiyyah Farm, antara lain: pemilik dan beberapa pelaku Hidroponik lainnya disekitar Solo Raya yang mengerti kondisi pemasaran selada di area Solo Raya serta pelaku hidroponik yang berfokus pada komoditi Selada Hijau. Sedangkan teknik *Snowball sampling* digunakan ketika peneliti hendak menentukan pelanggan tetap yang direkomendasikan dari pemilik Hidroponik Dzakiyyah Farm. Peneliti memberikan batasan dalam pemilihan responden konsumen ini dengan minimal 2 tahun sebagai pelanggan tetap. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu faktor internal dan eksternal menggunakan matriks IE, alternatif strategi menggunakan matriks SWOT dan prioritas strategi menggunakan matriks QSPM (David dan Forest R, 2019) .

3. Hasil Dan Pembahasan

Kebun Hidroponik Dzakiyyah Farm yang terletak di Jl. Alternative Tawang Sari- Bayat, Dua, Pundungrejo, Kecamatan Tawang Sari, Kabupaten Sukoharjo memiliki jumlah lubang tanam ± 10.000 dengan kemampuan panen 15- 25 Kg. Berada di lingkungan dengan udara dan intensitas cahaya yang cukup, membuat hasil produksi dari sayuran hidroponik di Hidroponik Dzakiyyah Farm menjadi sangat baik. Pemanfaatan lahan atau pekarangan yang efektif membuat Hidroponik Dzakiyyah Farm mampu memiliki lubang tanam sebanyak ± 10.000 dan masih berpotensi menambah lubang tanam hingga ± 15.000 .

3.1. Kondisi Faktor Internal dan Eksternal

3.1.1 Faktor Internal

Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi kondisi pemasaran selada hijau di Dzakiyyah Farm disajikan pada matriks IFE

Tabel 1. Matriks IFE

	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
Kekuatan			
Kualitas Produk Baik	0,111	4	0,444
Kesesuaian Jadwal Tanam	0,099	3	0,297
Jumlah Lubang Tanam Banyak	0,106	3	0,318
Harga Produk Terjangkau	0,106	3	0,318
Distribusi Pemasaran	0,118	4	0,472
Sub total	0,540		1,849
Kelemahan			
Tidak Memiliki SOP	0,099	1	0,099
Lokasi Usaha yang Kurang Strategis	0,087	2	0,174
Manajemen yang Sederhana	0,087	2	0,174
Belum Memiliki Greenhouse	0,081	1	0,081
Kurang Eksistensi di Media Sosial	0,106	2	0,212
Sub total	0,460		0,740
Total	1,000		2,589

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Berdasarkan analisis diatas maka diperoleh bahwa total skor dari IFE (Internal Factor Evaluation) adalah sebesar 2,589 yang berarti Hidroponik Dzakiyyah Farm berada pada posisi yang kuat dimana Hidroponik Dzakiyyah Farm mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan dapat mengatasi kelemahan yang ada. Dari hasil analisis matrik IFE diperoleh bahwa kekuatan utama yang dimiliki Hidroponik Dzakiyyah Farm adalah distribusi pemasaran dengan skor 0,472. Dan kelemahan utama yang dimiliki oleh Hidroponik Dzakiyyah Farm adalah belum memiliki greenhouse dengan skor 0,081

3.1.2 Faktor Eksternal

Faktor internal meliputi peluang dan ancaman yang mempengaruhi kondisi pemasaran selada hijau di Dzakiyyah Farm disajikan pada matriks EFE

Tabel 2. Matriks EFE

	Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
Peluang			
Belum Banyak Pelaku Hidroponik yang Berfokus Pada Sayuran Selada Hijau	0,119	3	0,357
Daya Serap Pasar yang Besar	0,119	3	0,357
Kemitraan yang Luas	0,126	4	0,504
Kesadaran Masyarakat	0,105	3	0,315
Pelanggan Tetap	0,133	4	0,532
SubTotal	0,602		2,065
Ancaman			
Strategi Harga dan Strategi Distribusi Pesaing	0,126	4	0,504
Resiko Alam	0,112	3	0,336
Isu Pertanian Organik	0,070	2	0,140
Pemula Hidroponik	0,090	3	0,270
Sub total	0,398		1,250
Total	1,000		3,315

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

Berdasarkan analisis diatas maka diperoleh bahwa total skor dari EFE (Eksternal Factor Evaluation) adalah sebesar 3,315 yang berarti Hidroponik Dzakiyyah Farm berada pada posisi yang kuat dimana Hidroponik Dzakiyyah Farm mampu memanfaatkan Peluang yang dimiliki dan dapat mengatasi ancaman yang ada. Dari hasil analisis matrik EFE diperoleh bahwa peluang terbesar yang dimiliki Hidroponik Dzakiyyah Farm adalah pelanggan tetap dengan skor 0,532. Dan ancaman terbesar yang dimiliki oleh Hidroponik Dzakiyyah Farm adalah strategi harga dan strategi distribusi Pesaing dengan skor 0,504.

3.2. Alternatif Strategi Pemasaran

Berdasarkan dari hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, maka dapat disusun matriks SWOT. Pendekatan matriks SWOT akan memberikan berbagai alternatif strategi diantaranya adalah strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O, dan Strategi W-T. Formulasi strategi dengan menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks SWOT Strategi Pemasaran di Dzakiyyah Farm

IFE EFE		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
		1. Kualitas Produk Baik 2. Kesesuaian Jadwal Tanam 3. Jumlah Lubang Tanam 4. Harga Produk Terjangkau 5. Distribusi Pemasaran	1. Tidak Memiliki SOP 2. Lokasi Usaha yang Kurang Strategis 3. Manajemen yang Sederhana 4. Belum Memiliki Greenhouse 5. Kurang Eksistensi di Media Sosial
	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Straregi S-O	Strategi W- O
	1. Belum Banyak Pelaku Hidroponik yang Berfokus Pada Sayuran Selada Hijau 2. Daya Serap Pasar yang Besar 3. Kemitraan yang Luas 4. Kesadaran Masyarakat 5. Pelanggan Tetap	1. Peningkatan jumlah lubang tanam (s1,s3,o1,o5) 2. Membuat sebuah kemitraan tetap (s4,s5,o2,o3)	1. Pembuatan SOP(w1,w3,o3,o4) 2. Pembuatan Media sosial (w2,w5,o2,04)
	Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S- T	Strategi W- T
	1. Strategi Harga dan Strategi Distribusi Pesaing 2. Resiko Alam 3. Isu Pertanian Organik 4. Pemula Hidroponik	1. Merangkul pemula hidroponik sebagai mitra (s4, s5, t1, t4) 2. Penyesuaian Jadwal tanam untuk menghindari resiko alam (s2, s3, t1, t2)	1. Pembuatan greenhouse (w1, w2,w4,t2) 2. Peningkatan manajemen yang lebih baik (w1,w3,t1)

Sumber: Analisis Data Primer (2021)

a. Strategi S- O (Strenght- Opportunities)

1) Peningkatan jumlah lubang tanam (s1,s3,o1,o5)

Peningkatan jumlah lubang tanam tentu akan meningkatkan produktivitas produksi. Hidroponik Dzakiyyah Farm yang sekarang mampu menghasilkan 15- 20 Kg selada hijau dalam sehari, jika dapat menambah jumlah lubang tanam tentu akan meningkatkan hasil panen perharinya. Disamping itu pula akan terdapat pelanggan tetap yang kemudian semakin bertambah dan juga memungkinkan untuk menambah variasi sayuran yang akan ditanam.

2) Membuat sebuah kemitraan tetap (s4,s5,o2,o3)

Melihat daya serap pasar yang cukup besar dan mulai dikenalnya hasil sayuran dari hidroponik sebagai sayuran bebas pestisida, memungkinkan untuk permintaan masyarakat yang semakin besar. Banyak nya pula pelaku hidroponik di daerah Solo Raya terutama Kabupaten Sukoharjo. Membuat sebuah kemitraan tetap dengan sebuah SOP atau MoU agar dapat memaksimalkan daya serap pasar yang besar. Selain itu juga dapat menambah pelanggan tetap jika memang sudah ada sebuah kemitraan tetap juga perjanjian didalamnya.

b. Strategi S- T (Strenght- Threats)

1) Merangkul pemula hidroponik sebagai mitra (s4, s5, t1, t4)

Pemula hidroponik yang belum memiliki pengalaman dalam pasar akan kebingungan diawal masa pemasarannya, hal ini disebabkan kurangnya pemahaman dan pencarian informasi tentang harga. Terlebih lagi menurut responden pelaku hidroponik lainnya mengatakan bahwa, pemula hidroponik terlalu fokus pada pasar nya kedepan bukan fokus di kualitas terlebih dahulu. Sembari memberikan sedikit pemahaman dan pengalaman, Hidroponik Dzakiyyah Farm dapat memulai sebuah kemitraan dengan pemula hidroponik agar kualitas dan harga yang diberikan tidak saling menjatuhkan.

2) Penyesuaian Jadwal tanam untuk menghindari resiko alam (s2, s3, t1, t2)

Penyesuaian yang dimaksud adalah penyesuaian mulai semai hingga pemindahan ke meja remaja. Penyesuaian memang hanya dilakukan jika dalam kondisi alam dengan resiko yang tinggi seperti musim penghujan. Karena dalam musim penghujan, bobot dari sayuran akan menurun drastis dan akan mempengaruhi kuantitan dari sayuran selada perkilonya.

c. Strategi W- O (Weakness- Opportunities)

1) Pembuatan SOP (w1,w3,o3,o4)

Untuk memastikan kualitas produk agar tetap terjaga dan kepuasan bagi konsumen, tentu diperlukan pemberlakuan SOP. SOP juga diperlukan agar proses produksi terutama kualitas dari produk tersebut tetap terjaga. Terlebih lagi jika suatu saat nanti kebun dari Hidroponik Dzakiyyah Farm mulai dikelola oleh pihak ketiga yang dengan kata lain karyawan atau pun mahasiswa magang. SOP nanti bukan hanya meliputi proses produksi, namun juga sampai tingkat pemasaran dan kemitraan.

2) Pembuatan Media sosial (w2,w5,o2,o4)

Penggunaan media sosial mulai digandrungi oleh mayoritas masyarakat, mulai dari penyebaran informasi serta penggunaannya untuk penjualan suatu produk. Media sosial juga sangat diperlukan untuk menambah eksistensi suatu usaha agar mudah dicari oleh masyarakat. Pembuatan media sosial juga tidak hanya berfokus pada salah satu platform seperti facebook saja, akan tetapi instagram juga.

d. Strategi W- T (Weakness- Threaths)

1) Pembuatan greenhouse (w1, w2,w4,t2)

Greenhouse diperlukan utntuk merekayasa keadaan alam dan berguna untuk mengendalikan alam. Rekayasa alam dalam keadaan tertentu digunakan untuk mengendalikan hama dan penyakit yang biasa menyerang tanaman selada hijau. Terutama sayuran selada hijau yang memiliki kualitas produk yang maksimal jika

ditanam di dataran tinggi. Tidak hanya untuk merekayasa keadaan alam namun greenhouse juga berfungsi untuk mengurangi serangan hama.

2) Peningkatan manajemen yang lebih baik (w1,w3,t1)

Sebuah usaha akan tetap eksis dan berjalan mengikuti perkembangan tentu memiliki sebuah manajemen usaha yang baik. Manajemen Hidroponik Dzakiyyah Farm yang masih sederhana dengan belum adanya sebuah pembukuan keuangan, tentu akan menyulitkan untuk perkembangan dari usaha itu sendiri. Dimulai dari berkembang dengan menambah jumlah lubang tanam, hingga pembuatan greenhouse yang memiliki pendanaan yang cukup besar.

3.3. Prioritas Strategi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis QSPM, dapat dilihat bahwa strategi terbaik yang dapat dilakukan oleh Hidroponik Dzakiyyah Farm adalah strategi W- O yaitu strategi pembuatan SOP. Dengan melakukan pembuatan SOP yang dapat mengatur segala hal agar lebih terarah mulai dari proses produksi sampai pada pemasarannya. Dimulai dari standar penggunaan benih juga nutrisi atau pupuk yang digunakan, kadar keasaman atau pH air, dan juga jadwal pindah tanam yang akan diatur sedemikian rupa didalam SOP tersebut. Selain itu juga SOP akan berpengaruh pada pemasaran Hidroponik Dzakiyyah Farm yang lebih baik lagi. Penerapan SOP merupakan rekomendasi dari *Food Agricultural Organization* (FAO). Standar Operasional Prosedur (SOP) adalah cara pelaksanaan budi daya tanaman pertanian (pangan, buah dan sayur) dan perkebunan secara baik, benar dan tepat, dengan harapan menghasilkan produk yang berkualitas (Rafi'i dkk, 2021).

4. Kesimpulan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Dzakiyyah Farm perlu melakukan pembuatan SOP. Pembuatan SOP berpengaruh disemua aspek faktor baik lingkungan, baik di faktor internal maupun faktor eksternal. Strategi ini juga akan sangat membantu perkembangan dari aspek pemasaran dari Hidponik Dzakiyyah Farm mulai dari produk, harga, tempat dan promosi. Fokus utama dalam pembuatan SOP kedepannya adalah pembuatan standardisasi perihal kualitas produk. Serta penyesuaian kualitas dengan mitra agar kualitas selada dari mitra dapat mendekati kualitas yang sudah dibangun oleh Hidroponik Dzakiyyah Farm agar tetap diminati oleh pelanggan tetap

Daftar Pustaka

- David FR, Forest RD. 2019. *Managemen Strategik*. Ed. Ke-15.Salemba Empat. Jakarta.
- Ismail, M. R., Manginsela, E. P., dan Kapantow, Gene. H. M. 2019. Analisis Pendapatan Usahatani Hidroponik Matuari di Kelurahan Paniki Bawah Kota Manado. *Jurnal Agrirud*. Volume 1(2): 153–161.
- Rafi'I, Akhyar., Farmia, Asih., Akoso, Galuh HE. 2021. Pengembangan Implementasi SOP (Standart Operational Procedure) Budidaya Salak Pondoh (Salacca edulis) Organik Studi Kasus Kelompok Tani Kusuma Mulya Kelurahan Girikerto Kapanewon Turi Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian*.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Susilawati. 2019. *Dasar- Dasar Bertanam Secara Hidroponik*. Unsri Press. Palembang.