

Permintaan Kafe Terhadap Sayuran Hidroponik Di Perusahaan ABC

Uka Berliana Viqina Haqe

¹Uka Berliana Viqina Haqe, ²Muhammad Zaini, ²Dayang Berliana.

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, ²Dosen Program Studi Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung

Jl. Soekarno Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung

Telp (0721) 703995, Fax : (90721) 787309

Abstrak

Perusahaan ABC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran sayuran hidroponik mempunyai kurang lebih 15 jenis sayuran, memasarkan produknya pada supermarket dan kafe di Bandar Lampung. Kafe yang menjadi pelanggan Jaya Anggara Farm berjumlah enam kafe, yaitu Xo Suki, New LG, Perut bulat, Onago Transmart, Onago MbK dan Shabu kitchen. Tujuan tugas akhir penulis adalah menghitung permintaan sayuran hidroponik di PT ABC oleh manajer kafe dan mengidentifikasi faktor penentu kafe melakukan pembelian sayuran hidroponik di Perusahaan ABC menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Hasil pembahasan yaitu jumlah permintaan kafe pada Bulan Juli 212,5 Kg dan mengalami penurunan pada Bulan Agustus menjadi 166,95Kg kemudian mengalami peningkatan menjadi 291Kg pada Bulan September. Rata-rata permintaan kafe perhari sebanyak 9,54Kg kafe yang paling sering membeli adalah kafe Xo Suki, sedangkan kafe yang jarang membeli adalah kafe perut bulat. Faktor penentu kafe membeli sayuran hidroponik di Perusahaan ABC adalah kualitas yang sepadan dengan harga yang ditawarkan.

Kata kunci : *Permintaan, sayuran hidroponik*

Pendahuluan

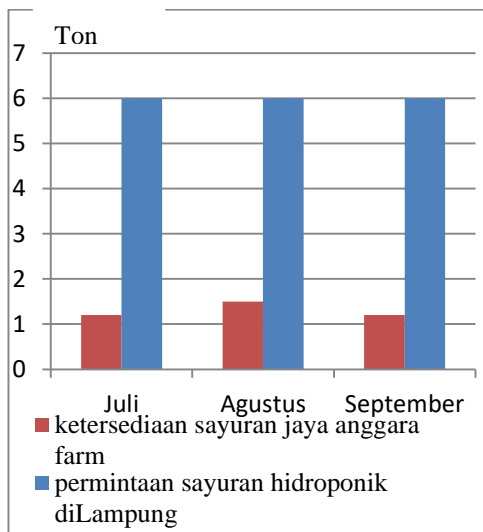
Pertanian merupakan sektor penting bagi masyarakat khususnya Indonesia. Sektor pertanian menjadi sumber penghasilan beberapa masyarakat, karena sebagian besar wilayah Indonesia adalah lahan pertanian (Syamsu, 2014). Pertanian di Indonesia tidak hanya menggunakan teknik atau cara tanam yang

menggunakan pertanian konvensional (cocok tanam pada media tanah), tetapi menggunakan teknik budidaya hidroponik yaitu media air (bukan tanah).

Hidroponik secara bahasa berasal dari kata *Hydro* yang artinya adalah air dan *Phonic* yang artinya pengerjaan, sehingga hidroponik

memiliki arti budidaya tanaman dengan menggunakan media air untuk mengganti media tanah. Hidroponik disimpulkan memiliki pengertian metode budidaya tanaman dengan menggunakan air yang dicampur dengan nutrisi (Syamsu, 2014).

PT ABC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha tani khususnya sayuran hidroponik. Sayuran yang dibudidaya dan di pasarkan ke pasar modern dan kafe yang ada di Bandarlampung. Kafe yang menjadi pelanggan tetap Perusahaan ABC berjumlah enam kafe. Jumlah permintaan sayuran hidroponik di Lampung dan ketersediaan sayuran hidroponik di Perusahaan ABC dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber : Jaya Anggara Farm

Gambar 1 menunjukkan data permintaan sayur hidroponik di Laampung dan ketersediaan sayuran hidroponik Perusahaan ABC selama tiga bulan untuk pemenuhan Supermarket

dan kafe-kafe yang menjadi pelanggan sayuran hidroponik Perusahaan ABC. Terjadi ketidakterpenuhinya permintaan sayuran hidroponik serta alasan kafe membeli sayuran hidroponik di Perusahaan ABC menarik untuk dikaji sehingga penulis mengambil judul “Permintaan Kafe Terhadap Sayuran Hidroponik di Perusahaan ABC”.

Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung jumlah permintaan kafe dan faktor penentu kafe melakukan pembelian sayuran hidroponik di Perusahaan ABC.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengumpulan data dilakukan pada bulan Juli sampai Oktober 2019 di Perusahaan ABC. Data dianalisis terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer yaitu data atau informasi yang diperoleh dari perusahaan mengenai sejarah perusahaan, kegiatan produksi, dan kegiatan pemasaran. Data sekunder yaitu data atau informasi yang diperoleh dari data penjualan perusahaan, informasi dari konsumen atau pemilik kafe, buku-buku literatur, dan jurnal dari konsumen.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang diolah menggunakan aplikasi ms.excel tujuan satu memakai rumus yaitu :

$$\text{Jumlah permintaan sayur satu bulan} \\ = \frac{\text{Hasil jumlah permintaan kafe}}{\text{Sayuran selama satu bulan}}$$

Sedangkan untuk menjawab tujuan dua menggunakan rumus :

Persentase jawaban responden

$$= \frac{\text{Jumlah jawaban kafe}}{\text{Jumlah kafe}}$$

Permintaan sayuran hidroponik Jaya Anggara Farm oleh kafe

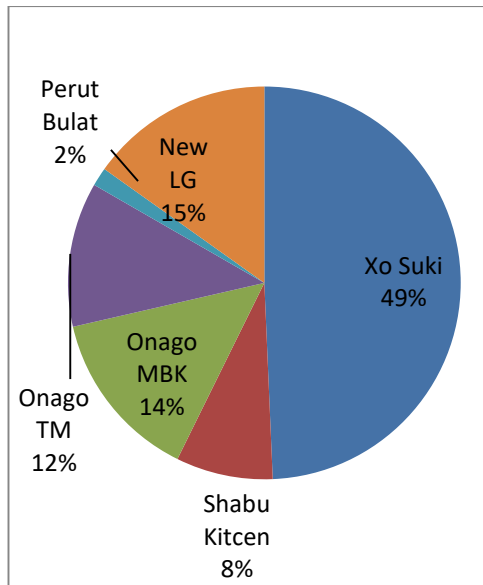
Daftar permintaan pada dasarnya ialah suatu tabel yang memberi gambaran berbentuk angka-angka tentang hubungan antara harga dengan jumlah barang yang diminta konsumen (Sukirno, 2016). Permintaan kafe terhadap sayuran hidroponik di Perusahaan ABC selama tiga bulan yaitu bulan Juli, Agustus, September dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penjualan sayuran hidroponik perbulan ke kafe

Bulan	Nama Kafe	Permintaan sayur (Kg)
Juli 2019	Xo Suki	104.8
	Shabu Kitchen	16.9
	Onago MBK	30
	Onago TM	25.3
	Perut Bulat	3.25
Agustus 2019	New LG	32.2
	Xo Suki	65.9
	Shabu Kitchen	20.65
	Onago MBK	35.15
	Onago TM	20.2
September 2019	Perut Bulat	2.15
	New LG	22.9
	Xo Suki	107.3
	Shabu Kitchen	21.6
	Onago MBK	35.55
Jumlah	Onago TM	23.8
	Perut Bulat	2.3
	New LG	100.45
Jumlah		670.45
Rata-rata		223.48

Tabel 1 merupakan data penjualan selama tiga bulan yaitu bulan Juli, Agustus, dan September. Pada bulan Juli ke bulan Agustus mengalami penurunan dari 212,5 Kg menjadi 166,95 Kg dan mengalami kenaikan sampai 291 Kg pada bulan September. Kafe yang paling banyak membeli sayuran hidroponik adalah Xo Suki dan

yang paling jarang membeli adalah Perut Bulat dapat dilihat pada Gambar 2.



Faktor penentu kafe membeli sayur hidroponik Jaya Anggara Farm

Faktor yang mempengaruhi konsumen membeli suatu produk biasanya adalah harga barang itu sendiri, pertambahan jumlah penduduk, tingkat pendapatan, harga barang-barang lain, musim dan selera, harapan atau pandangan masa yang akan datang, dan elastisitas harga (Silitonga dan Salman, 2014). Pembelian kafe terhadap sayuran hidroponik di Jaya Anggara Farm tentu disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya :

1) Harga

Harga yang diberikan atau ditawarkan oleh Jaya Anggara Farm lebih mahal dibandingkan dengan harga

sayuran yang dijual dipasaran yang menjual sayuran konvensional dan lebih mahal dibandingkan dengan produk serupa yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen lain. Jaya Anggara Farm hanya memberikan harga murah terhadap salah satu kafe yang telah menjadi konsumen kafe pertama dan pelanggan setia Jaya Anggara Farm yaitu Kafe New LG.

2) Kualitas

Standar produk berkualitas yang Jaya Anggara Farm tetapkan yaitu, sayuran bebas pestisida, kesegaran produk yang terjaga, dan telah lulus uji keamanan produk. Sayuran bebas pestisida maksudnya sayur yang dihasilkan tidak menggunakan zat kimia beracun untuk membunuh hama yang mengganggu tanaman yang dibudidayakan.

3) Pelayanan

Pelayanan yang baik kepada pelanggan akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap penjualan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan (Tjiptono, 2012). Konsumen Perusahaan ABC terutama kafe

sangat penting mendapatkan pelayanan yang baik, contoh pelayanan yang diberikan adalah dengan mengantar sayuran tepat waktu yaitu pagi hari rentang waktu jam 10-11 pagi. Karena kafe buka pukul 09.00 pagi dan ramai pada pukul 12.00 siang saat jam istirahat makan siang. Selain pengiriman yang tepat waktu pihak Jaya Anggara Farm juga memberikan gratis ongkir (ongkos kirim) sayuran, dan pihak Jaya Anggara juga selalu menerapkan 3S (Senyum, salam, sapa) saat bertemu dengan para konsumen dan selalu menerima kritik, saran, keluhan, serta masukan yang diberikan oleh para pemilik kafe maupun konsumen yang datang langsung ke lokasi produksi sayuran hidroponik. Biasanya pemilik maupun manajer yang ingin complain langsung menghubungi pemilik Perusahaan ABC melalui via telepon.

Saran

Jaya Anggara Farm sebaiknya mempertahankan kualitas sayuran yang dihasilkan agar konsumen tetap membeli

sayuran hidroponik meskipun harga yang lebih tinggi dibanding sayuran lain.

Referensi

- Silitonga, J., & Salman, S. 2014. Analisis Permintaan Konsumen Terhadap Sayuran Organik Di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Dinamika Pertanian*, 29(1), 79–86. <http://journal.uir.ac.id/index.php/dinamikapertanian/article/view/862>
- Sukirno, Sadono. 2016. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Syamsu, Ida. 2014. *Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Lahan Hidroponik*. Universitas Tulung Agung. Bonorowo.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran. Bayu Media*. Yogyakarta.