

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki potensi besar dalam sektor pertanian luasnya lahan yang tersedia dan tingkat kesuburan lahan yang tinggi. Arti pentingnya pertanian adalah sebagai lapangan pekerjaan bagi warga Negara khususnya di Indonesia, karena Indonesia memiliki lahan yang subur untuk pertumbuhan tanaman pangan dan hortikultura. Penurunan luasan lahan pertanian di Indonesia akibat konversi dari sektor pertanian ke sektor bukan pertanian menyebabkan kegiatan budidaya pertanian mengalami kendala dalam penyediaan lahan. Tentu saja hal ini berdampak buruk bagi peningkatan kuantitas produksi pertanian, khususnya pangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>1</sup>

Salah satu bahan pangan (sayuran) memiliki permintaan yang tinggi karena jumlah konsumsi penduduk Indonesia terus meningkat seiring dengan tingginya pertumbuhan jumlah penduduk. Kesadaran masyarakat akan manfaat sayur yang banyak mengandung vitamin guna meningkatkan daya imun tubuh yang menyebabkan meningkatnya konsumsi sayuran di masyarakat. Namun semakin tinggi konsumsi masyarakat terhadap sayuran tidak sebanding dengan produksi sayur yang tersedia. Karena semakin berkurangnya kapasitas ketersediaan lahan pertanian akibat konversi lahan yang cukup tinggi untuk kebutuhan perumahan dan

---

<sup>1</sup>Fanema Gabrieli M, "Analisis Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Di Kota Medan," Skripsi Universitas Sumatra Utara, 2017), h.1.

industri, hal tersebut menjadi kendala utama hingga saat ini. Sehingga kesediaan lahan untuk memenuhi peningkatan produksi sayuran semakin lama semakin berkurang untuk menama sayuran.

Sayuran adalah bahan makanan yang berasal dari bagian tumbuhan seperti daun, batang, dan bunga. Sayuran adalah tanaman yang dapat dikonsumsi secara langsung dalam bentuk mentah atau yang telah diolah. Sayuran biasa dikonsumsi sebagai pelengkap makanan pokok.<sup>2</sup> Sayuran memiliki kandungan yang tinggi akan serat, vitamin serta mineral yang banyak bermanfaat bagi tubuh, diantaranya dapat membersihkan racun dalam tubuh, sebagai sumber energi, mencegah berbagai penyakit baik penyakit ringan hingga berat, memperlancar sistem pencernaan, dan banyak manfaat lainnya yang mulai di tanam dengan berbagai media tanam yang salah satunya adalah dengan media tanam hidroponik.

Hidroponik atau istilah asingnya *hyroponics*, adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan beberapa cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai tempat menanam tanaman.<sup>3</sup> Selain itu budidaya sayuran hidroponik telah berkembang. Budidaya sayuran hidroponik merupakan bisnis yang menguntungkan dan memberi kemungkinan kepada setiap orang untuk mengusahakannya, karena harga jual lebih tinggi dari sayuran yang dibudidayakan secara umum. Sistem hidroponik tidak mengenal musim, sehingga dapat diusahakan sepanjang tahun. Sehingga, harga jual dari produk yang dibudidayakan dengan sistem hidroponik

---

<sup>2</sup>Sediaoetomo, *Budidaya Usahatani Sayur dan Buah*. (Jakarta: Penebar Swadaya 2014), h. 10.

<sup>3</sup>Pinus Lingga, *Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah*, (Cet. 8; Jakarta:Penebar Swadaya, 2012), h. 1.

pun tidak dikhawatirkan akan anjlok. Pemeliharaan dengan budidaya sistem hidroponik lebih mudah dilakukan, karena tempat budidaya yang relatif lebih bersih, media tanam yang digunakan steril, tanaman terlindung dari paparan sinar matahari yang tinggi dan curahan hujan, serangan hama dan penyakit relatif rendah, serta memiliki kualitas dan produktivitas yang tinggi seperti sayuran lebih sehat, tekstur lebih garing, lebih bersih, dan sebagainya.<sup>4</sup> Hasil panen dari budidaya hidroponik jauh lebih berkualitas dan steril jika dibandingkan dengan hasil panen dari budidaya konvensional karena tidak memakai pestisida. Sehingga hasil panen tanaman hidroponik tersebut menjadi semakin aman dan sehat untuk dikonsumsi serta lebih menguntungkan dalam aspek finansial atau pendapatan.

Selain itu pedagang sayur dalam menjalankan usahanya perlu melakukan strategi. Namun dalam upaya merumuskan strategi bukanlah pekerjaan yang mudah. Kendala utamanya adalah komitmen internal terhadap segala hal yang telah dirumuskan sebagai konsekuensi strategi. Porter menjelaskan makna terpenting dari pemahaman strategi sebagai mengambil tindakan yang berbeda dari perusahaan pesaing dalam satu industri guna mencapai posisi yang lebih baik. Strategi antar perusahaan dalam satu industri, berbeda dengan lainnya, karena masing-masing perusahaan mengalami kondisi internal dan tujuan yang berbeda, walaupun pada umumnya kondisi eksternal dapat sama.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Wibisono dan Asriyanti, *Hidroponik Indonesia Bercerita*. (Jakarta: Griya Kencana, 2013), h. 115.

<sup>5</sup>Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan kewirausahaan*, Prenadamedia Group, Jakarta 2016. h.17

Strategi pemasaran yang baik memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang perlu dilakukan dalam menggunakan setiap peluang pada beberapa sasaran pasar atau konsumen. Strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi pengembangan dan pelaksanaan kegiatan dalam strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada setiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, dan pengembangan, pelaksanaan, serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.<sup>6</sup> Oleh karena strategi pemasaran diperlukan oleh pedagang sayur yang baru maupun pedagang sayur yang lama. Pemasaran merupakan faktor penentu keberhasilan bagi para pedagang karena itu pemasaran selalu memperoleh posisi penting dalam perdagangan. Tanpa pemasaran, pedagang akan seperti kehilangan dorongan untuk bertahan dan bersaing yang selanjutnya membawa pedagang menuju titik kemunduran, bahkan kekalahan dalam persaingan.<sup>7</sup>

Menurut Alma, pendapatan merupakan suatu usaha yang diperoleh dari penjualan mengaktifkan dan memuaskan kebutuhan serta keinginan sang pembeli agar dicapai manfaat bagi sang penjual dan menguntungkan kedua belah pihak.<sup>8</sup> Adapun penjualana yang dimaksudkan adalah penjualan sayuran dikalangan konsumen. Oleh karena pendapatan merupakan suatu bagian dari pemasaran, yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran suatu produk dari produsen ke konsumen yang mencari keuntungan atau laba dari hasil yang dijual. Pendapat ini memiliki

---

<sup>6</sup>Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, (CV, Yrama Widya: Bandung, 2016), h.161

<sup>7</sup>Serian Wijanto, *Pengantar Entrepreneurship* (Jakarta: PT Grasindo, 2016). h 172

<sup>8</sup>Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2015), h.

nilai satuan uang. Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang paling penting dari suatu perusahaan. Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk apakah dengan promosi atau secara langsung.

Berkenaan dengan hal ini, diberbagai wilayah Indonesia secara umum dan khususnya di Maluku kegiatan produksi tanaman pangan khusus sayur-sayuran mulai di budidayakan bukan saja di lahan atau tanah terbuka namun juga di tanama atau dibudidayakan dengan bantuan media selain tanah yakni hidroponik. Hidroponik berasal dari kata hidro yang berarti air, dan ponus yang berarti daya. Dengan demikian, hidroponik dapat berarti pemberdayaan air sebagai dasar pengembangan tubuh tanaman dan berperan dalam proses pertumbuhan tanaman. hingga saat ini sebagian masyarakat di Maluku secara umum dan diwiyah desa Batu Merah Kecamatan Sirimau mulai ada masyarakat yang menanam sayuran dengan menggunakan teknik hidroponik di pekarangan rumah selain selain untuk dikonsumsi sendiri juga sebagai mata pencaharian atau penambah pendapatan bagi keluarga. sudah relatif berkembang dimana sudah banyak digunakan teknologi budidaya yang berhasil di adopsi dari negara-negara maju. Diantaranya, sistem pertanian lahan sempit yang saat ini di terapkan adalah sistem budidaya secara hidroponik.

Berdasarkan hasil survei dari pemanfaatan tanaman hidroponik yaitu ibu Yuli La Jumat, jenis sayuran hidroponik yang ditanam seperti Kangkung, Selada dan juga Pak Coy (sawi putih), Bayam Hijau dan sawi biasa dimana penulis melihat bahwa beliau tidak mempunyai areal yang luas tetapi bisa mendapatkan hasil panen yang lumayan banyak, beliau menanam sayuran hidroponik ini dengan menggunakan abu sekam dan *wick system* (sistim sumbu) di depan halaman

rumahnya.<sup>9</sup> Selanjutnya hasil dari panenya ini tidak di jual di pasar Batu Merah, hal ini sebagaimana diungkapkan oleh informan yakni Yuli La Jumat yang menuturkan bahwa “para pembeli datang sendiri ke rumah dengan harga yang masih terjangkau beliau menjual hasil panennya ini hanya Rp.10.000/1 ikat, dalam satu ikatnya ini terdapat 15-20 batang kangkung dengan panjang berkisar 15-20 cm, jika untuk selada dengan panjang kisaran 10-12 cm seharga Rp.10.000, kemudian untuk pakcoy dengan panjang kisaran 15-20 cm dengan harga Rp.10.000 harga yang masih sangat terjangkau jika melihat bahwa khasiat serta manfaat dari sayuran hidroponik itu sendiri yang baik bagi kesehatan tubuh dan memberikan keuntungan terhadap pengembangan usaha dari bertanam sayur secara hidroponik di area pekarangan rumah.<sup>10</sup>

Usaha sayur hidroponik merupakan salah satu usaha mikro sebagai bagian dari salah satu sumber pendapatan dalam bekerja. Oleh karena agama Islam menganjurkan umat manusia untuk berusaha dan mencari rizki dimuka bumi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi yang termasuk didalamnya adalah ekonomi Islam dimana masyarakat bekerja demi memenuhi hidupnya seperti pemanfaatan tanaman sayuran hidroponik yang mereka hasilkan menjadi pemicu semangat mereka dalam bekerja agar bisa mengembangkan usahanya guna mendapatkan penghasilan.

Berdasarkan penuturan dari informan tersebut, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pemanfaatan tanaman hidroponik dalam pengembangan usaha tersebut dengan mengambil judul “**Analisis Strategi**

---

<sup>9</sup>Hasil observasi Sayuran Hidroponik di Lorong Warasia Desa Batumerah Ambon, tanggal 15 Januari 2022.

<sup>10</sup>Yuli La Jumat, Pemilik Sayuran Hidroponik di Lorong Warasia Desa Batumerah Ambon, wawancara tanggal 15 Januari 2022.

## **Pemasaran Sayuran Hidroponik Dalam Pengembangan Usaha Ditinjau Dari Ekonomi Islam (Studi Pada Wara Hidroponik Garden)”**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalahnya adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik di Wara Hidroponik Garden?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik di Wara Hidroponik Garden?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik di Wara Hidroponik Garden.
2. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik di Wara Hidroponik Garden.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, antara lain:

1. Bagi penulis, penelitian ini merupakan sarana menambah pengetahuan dalam mengaplikasikan teori-teori ekonomi yang telah diperoleh selama mengikuti proses perkuliahan di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon.
2. Sebagai bahan masukan bagi masyarakat ataupun kelompok usaha di desa Batu Merah dan desa lainnya dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan datang terkait strategi penjualan (sayuran hidroponik) dengan pengembangan farian dalam usaha hidroponik.
3. Bagi pemerintah dan dinas terkait yang berkepentingan, hasil penelitian dapat dijadikan bahan referensi maupun rujukan praktis agar pengembangan usaha masyarakat dapat didukung dengan penyuluhan SDM dan dukungan finansial agar proses usaha dapat berkembang di masyarakat.
4. Manfaat praktis yang dapat diharapkan dari penelitian ini adalah bagi pembaca dapat menambah pemahaman tentang dunia usaha/kewirausahaan yang berkaitan dengan pemanfaatan tanaman hidroponik dalam pengembangan usaha mikro di masyarakat.



lebih memfokuskan kepada analisis strategi pemasaran sayuran hidroponik dalam pengembangan usaha di tinjau dari ekonomi Islam (studi pada wara hidroponik garden)

### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan yaitu menggambarkan secara mendalam dengan apa adanya secara obyektif sesuai dengan data yang dikumpulkan. Menurut Bogdan dan Taylor menyatakan bahwa “metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati”.<sup>62</sup> Kemudian lebih lanjut Moleong menyatakan bahwa “penelitian kualitatif berakar pada akar alamiah sebagai keutuhan. Mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif”. Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha untuk mengungkapkan analisis strategi pemasaran sayuran hidroponik dalam

---

<sup>62</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014, h. 4.

pengembangan usaha ditinjau dari ekonomi Islam (studi pada Wara Hidroponik Garden).

## **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Tempat pelaksanaan penelitian ini pada tanaman sayuran hidroponik di Jln. Warasia RT. 002/RW.014 Desa Batumerah Ambon kode pos. 97128.

### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 10 Maret sampai dengan 10 April 2022.

43

## **C. Informan Penelitian**

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha sayuran hidroponik 1 orang sebagai informan kunci dan 4 orang konsumen (pembeli sayuran hidroponik) sebagai informan pendukung agar memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Jadi total informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang. Adapun teknik pengambilan informan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yakni pengambilan sampel dengan tujuan tertentu sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan yang diteliti.<sup>63</sup>

## **D. Sumber Data Penelitian**

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka data penelitian bersumber dari:

---

<sup>63</sup>*Ibid*, h. 211.

1. Data primer yakni data yang akan diperoleh langsung dari sumber inti. Data primer tersebut diperoleh langsung dari informan yakni 1 orang sebagai informan kunci (utama) dan 4 orang konsumen yang mewakili dari sekian banyak konsumen agar peneliti dapat mengolah data menjadi lebih mudah dan cepat.
2. Data sekunder yakni data yang diperoleh melalui bahan kepustakaan.<sup>64</sup> Data tersebut diperoleh dari literatur-literatur penunjang seperti artikel, jurnal, tulisan blog internet, dokumen-dokumen penting, laporan hasil penelitian, makalah dan sebagainya dan sumber-sumber terpercaya lainnya.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data sebagai berikut:

##### **1. Observasi (pengamatan)**

Observasi (pengamatan) adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang terjadi pada saat konsumen datang atau berkunjung pada sayuran hidroponik. Dalam hal ini penggunaan metode observasi langsung yaitu akan mengadakan pengamatan dan pencatatan dalam situasi yang sebenarnya terkait dengan keabsahan data di lokasi penelitian.

##### **2. Wawancara (Interview)**

---

<sup>64</sup>Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum, Jurumetri dan Sosial*, (Ghalia Indonesia: Jakarta, 2015), h. 52-53.

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara (informan). Peneliti mewawancarai seluruh subjek yang telah ditentukan, berkaitan dengan masalah yang diteliti. Wawancara dilakukan secara terbuka terhadap informan penelitian yakni 5 orang yang dijadikan objek penelitian dan wawancara bersifat berstruktur, maka peneliti perlu membuat pertanyaan yang lebih sistematis terhadap hasil wawancara. Dari berbagai sumber data, perlu dicatat mana data yang dianggap penting, data yang sama dikelompokkan. Hubungan satu data dengan data yang lain perlu dikonstruksikan, sehingga menghasilkan pola dan makna tertentu. Data yang masih diragukan perlu ditanyakan kembali kepada sumber data lama atau yang baru agar memperoleh ketuntasan dan kepastian.<sup>65</sup>

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu suatu metode penelitian yang mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen rapat dan sebagainya. Dalam literatur paradigma kualitatif ada dibedakan istilah *documents* dari *records* (bukti catatan). *Records* segala catatan tertulis yang disiapkan seseorang atau lembaga untuk pembuktian sebuah peristiwa atau menyajikan perhitungan, sedangkan dokumen adalah barang yang tertulis atau terfilmkan selain *records* yang tidak disiapkan khusus atas permintaan peneliti.<sup>66</sup>

### F. Teknik Analisis Data

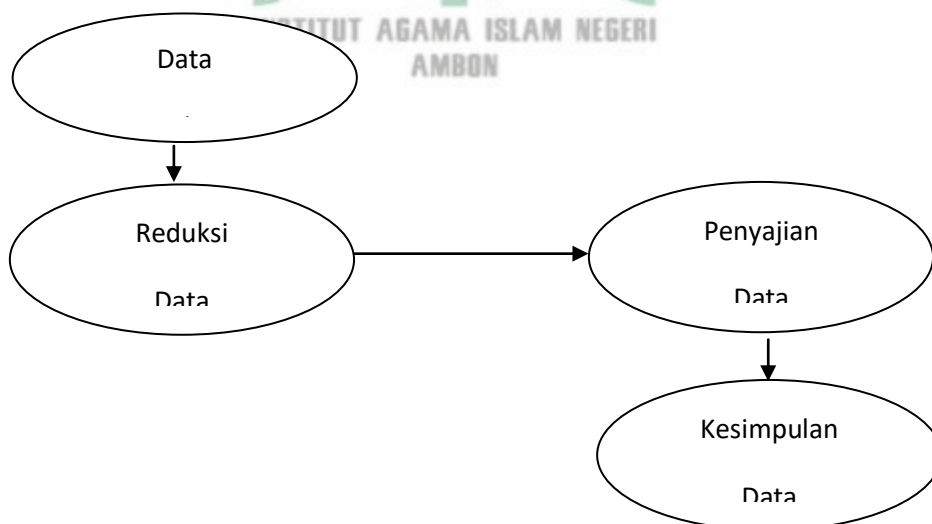
---

<sup>65</sup>Sugiyono, *Ibid*, h. 240.

<sup>66</sup>*Ibid*.

Analisis data merupakan mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang permasalahan yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan. Dalam menganalisa data, peneliti menggunakan teknik deskriptif analitik, yaitu data yang diperoleh tidak dianalisa menggunakan rumusan statistika, namun data tersebut dideskripsikan sehingga memberikan kejelasan sesuai kenyataan realita yang ada di lapangan dengan langkah-langkah analisis yang dilakukan adalah:<sup>67</sup>

Gambar 3.1. Tahap-tahap penelitian menurut Matthew Miles dan A. Michael Huberman 2002



<sup>67</sup>Matthew Miles dan A. Michael Huberman. *Analisa data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. (Cet. I; Jakarta: UI Press, 2012), h. 15.

Uraian pemaparan harus sistematis dan menyeluruh sebagai satu kesatuan dalam konteks lingkungannya juga sistematis dalam penggunaannya sehingga urutan pemaparannya logis dan mudah diikuti maknanya. Adapun langkah-langkah analisis data yang peneliti lakukan adalah:<sup>68</sup>

### **1. Tahap Reduksi Data (*Data Reducation*)**

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan mengumpulkan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

### **2. Pengajian Data (*Data Display*)**

Dengan mendisplaykan data maka, akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan

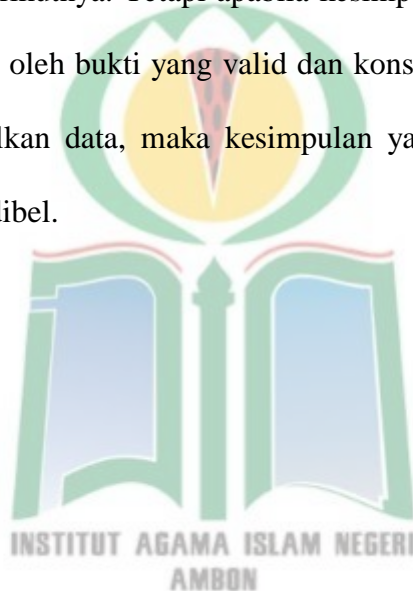
---

<sup>68</sup>*Ibid*, h. 88.

teks yang negatif, juga dapat berupa grafik, matrik, network (internet). Untuk itu maka peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak.

### **3. Kesimpulan Data (*Verification*)**

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis terkait dengan analisis strategi pemasaran sayuran hidroponik terhadap pengembangan usaha di Wara Hidroponik Garden ditinjau dari ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik masyarakat di Wara Hidroponik Garden yang dilakukan namun belum terlaksana secara maksimal dikarenakan pemilik usaha sayuran hidroponik belum memasukan atau mendistribusikan sayuran hidroponik ke swalayan, mall dan atau restoran serta rumah makan, atau memublikasikan ke media cetak maupun elektronik namun hanya melalui saluran publikasi dari pelanggan (mulut ke mulut) dan online (WA/FB) dan menanam dengan metode hidroponik sangat cocok diterapkan di wilayah dengan area lahan yang sempit seperti di wilayah desa Batumerah kota Ambon ini.
2. Tinjauan ekonomi Islam dalam pengembangan usaha sayuran hidroponik pada masyarakat di Wara Hidroponik Garden sangat baik dalam memaksimalkan setiap peluang dalam mengembangkan usaha yang ada karena agama Islam selalu menghendaki agar umatnya melakukan kegiatan muamalah (bisnis) yang halal dan baik. Oleh karena makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu akan menjadi keberkahan termasuk dalam usaha sayuran hidroponik di konsumsi pelanggan.



## B. Saran

Mengembangkan usaha memang tidak mudah, ada berbagai langkah yang harus dilakukan terlebih dahulu untuk mencapai titik di mana usaha bisa berkembang, untuk itu dalam penelitian ini penulis menyarankan kepada:

6. Pemerintah kota Ambon melalui dinas terkait diharapkan kepada Pemerintah Daerah khususnya Badan Ketahanan Pangan (BKP) dan Penanaman Modal Kota Ambon sebagai lembaga yang melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan urusan pemerintahan daerah bidang ketahanan pangan, untuk lebih memperhatikan dan membantu dalam pengembangan sayuran hidroponik dengan diberikannya vasilitas dan modal agar pengembangan usaha masyarakat dapat berkembang.
7. Kepada Petani atau pengusaha, diharapkan menambah keragaman sayuran hidroponik dan memasarkan produk pada berbagai alternatif pasar seperti hotel, restaurant, mall, pusat perbelanjaan, rumah tangga, dan untuk mendorong peningkatan produksi dan permintaan pasar tersebut diharapkan memanfaatkan teknologi komunikasi (online) agar usaha sayuran hidroponik dapat berkembang dengan mudah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam Dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).
- Adiwarman A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014).
- Agung Abdulrasul, *Ekonomi Mikro*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).
- Akhmad. *Ekonomi Mikro Teori dan Aplikasi di Dunia Usaha* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).
- Badan Pusat Statistik, *Konsumsi Sayuran di Indonesia* (Jakarta, BPS: 2018-2019).
- Bambang Swasto Sunuharjo, *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. (Jakarta: Yayasan Ilmu Sosial, 2011).
- Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Liberti, 2015).
- Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2015).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'a dan Terjemahnya*, (Semarang: Toha Putra, 2012).
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2015.
- Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2016).
- Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis, Pengenalan Peraktis Dan Studi Kasus*, (Jakarta: Ken cana, 2016).
- Jimmy Halim, *6 Teknik Hidroponik*. (Penebar Swadaya: Jakarta, 2017).
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Slami*, Semarang: Walisongo Press, 2015.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, ( Jakarta: Kencana, 2013).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014).
- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).
- Mandala Manurung & Pratama Raharja, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*, Edisi Kedua, Lembaga Penerbit FE UI, 2012.
- Matthew Miles dan A. Michael Huberman. *Analisa data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. (Cet. I; Jakarta: UI Press, 2012).
- Muh. Said HM, *Pengantar Ekonomi Islam: Dasar-dasar Dan Pengembangan*, (Pekanbaru: SUSKA Press, 2015).

- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2017).
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2014).
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017).
- Nurul Aini dan Nurul Azizah, *Teknologi Budidaya Tanaman Sayuran Secara Hidroponik*. (UB Press. Malang, 2017).
- Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*, (Jakarta: Reneka Cipta, 2017).
- Pinus Lingga, *Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah*, (Cet. 8; Jakarta:Penebar Swadaya, 2012).
- R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2016).
- Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014).
- Ratna Indriasti, *Analisis Usaha Sayuran Hidroponik Pada PT Kebun Sayur Segar Kabupaten Bogor*, Skripsi, Institut Pertanian Bogor, Bogor, 2013.
- Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum, Jurimetri dan Sosial*, (Ghalia Indonesia: Jakarta, 2012).
- Sediaoetomo, *Budidaya Usahatani Sayur dan Buah*. (Jakarta: Penebar Swadaya 2014).
- Slamet Soeseno, *Bercocok Tanamsecara Hidroponik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013).
- Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Edisi III (Jakarta: Penerbit Salemba, 2016).
- Susi Anggraeni, *Kiat Sukses Bertanam Hidroponik*. (Trans Idea Publishing: Yogyakarta, 2018).
- Tati Suharti dan M. Fathorrazi, *Teori Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012).
- Umar Chapra, *Ekonomi dan Tantangan Ekonomi, Islam Kontemporer* (Surabaya: Risalah Gusti, 1999).
- Veithzal Rivai, Andi Buchari, *Islamic Economics: Ekonomi Bukan Opsi, Tetapi Solusi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013).
- Zulfikar Moesa, *Hidroponik Kreatif Membangun Instalasi Unik Menggunakan Barang Bekas*. (PT Agromedia Pustaka. Jakarta, 2016)