

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura berasal dari bahasa latin yaitu hortus (tanaman kebun) dan cultura/colere (budidaya), dan dapat diartikan sebagai budidaya tanaman kebun. Hortikultura ini cabang dari agronomi yang fokus utamanya yaitu pada budidaya tanaman buah (pomologi/frutikultur), tanaman bunga (florikultura), tanaman sayuran (olerikultura), tanaman obat-obatan (biofarmaka), dan taman (lansekap). Salah satu produk hortikultura yang banyak diminati oleh masyarakat yaitu sayuran karena produk tersebut memiliki gizi yang bermanfaat untuk kesehatan masyarakat. Nilai gizi makanan sehari-hari dapat diperbaiki dengan mengkonsumsi sayuran karena sayuran merupakan sumber vitamin, mineral, protein nabati, dan tentunya serat (Hendro, 2003). Data Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Barat mencatat jumlah produksi tanaman hortikultura khususnya pada tanaman sayuran mengalami peningkatan setiap tahunnya. Produksi sayuran di Jawa Barat dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah produksi sayuran di Jawa Barat 2019-2021

No	Komoditas	Tahun		
		2019	2020	2021
1	Bawang daun	140.800	151.427	167.008
2	Sawi	179.925	189.354	188.944
3	Kacang panjang	80.943	81.731	83.112
4	Cabai besar	263.949	266.067	343.067
5	Cabai rawit	128.494	130.838	137.456
6	Terung	89.738	89.738	99.958
7	Ketimun	128.065	138.575	148.272
8	Kangkung	56.229	62.504	67.178
9	Bayam	28.987	31.371	34.491
10	Melinjo	27.418	39.518	58.894

Sumber : BPS (2022)

Di masa pandemi Covid-19 ini kekhawatiran masyarakat terhadap kesehatan tubuh semakin meningkat, maka dari itu masyarakat mulai mengubah pola hidup ke arah yang lebih sehat untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh, salah satunya dengan mengonsumsi sayuran. Maka dari itu terjadi kenaikan permintaan sayuran selama pandemi Covid-19. Dalam memenuhi kebutuhan konsumsi sayuran di dalam negeri, diperlukannya peningkatan produksi dari para petani untuk memenuhi permintaan tersebut.

Inovasi teknologi pertanian modern saat ini yaitu sistem hidroponik. Hidroponik berasal dari kata Yunani yaitu “hydro” yang berarti air dan “ponics” yang berarti mengerjakan, tenaga atau daya. Hidroponik sebagai budi daya tanaman yang tidak menggunakan tanah sebagai media tumbuhnya, melainkan memanfaatkan air sebagai pemenuhan nutrisi bagi tanaman dengan didukung oleh media tanam seperti kerikil, pasir, sabut kelapa, *rockwool*, *cocopeat* dan sebagainya. Keunggulan menggunakan teknik hidroponik antara lain media tanam yang dipakai bersih dan tanaman terhindar dari guyuran hujan, kemungkinan kecil



dari gangguan hama dan penyakit, tanaman dengan produktivitas tinggi dan lebih sehat, kualitas dari produk hidroponik tinggi, lebih awet dan memiliki harga jual yang tinggi (Hayati *et al.* 2020).

Sun Farm merupakan perusahaan yang menghasilkan sayuran hidroponik untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat. Komoditas sayuran hidroponik yang ditanam di kebun Sun Farm terdapat 10 jenis sayuran, antara lain bayam hijau, bayam merah, kangkung, kale, kailan, selada keriting hijau, selada merah, selada *matt green*, selada *chris green*, dan selada *romaine*. Hasil panen sayuran hidroponik Sun Farm memiliki kualitas terjamin karena telah melewati tahap sortasi sebelum produk sampai di tangan konsumen. Tabel permintaan dan penawaran Sun Farm dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Data permintaan dan penawaran pada Sun Farm Januari-April 2022

Komoditas	Permintaan (kg)	Penawaran (kg)	Selisih (kg)
Bayam hijau	3960	3432	-528
Selada keriting	1184	1194	10
Bayam merah	2445	2476	31
Kale	83	91	8
Kailan	110	128	18
Kangkung	1445	1465	20
<i>Romaine</i>	102	126	24
<i>Chris green</i>	98	119	21
<i>Matt green</i>	136	152	16
Selada merah	43	65	22

Sumber : Sun Farm (2022)

Berdasarkan Tabel 2 yang menunjukkan bahwa terjadinya kelebihan produksi pada Sun Farm yang mengakibatkan sayuran tidak bisa diserap pasar dan diberikan secara percuma kepada para pekerja maupun diberikan kepada kelinci. Hal tersebut dikarenakan adanya spesifikasi khusus yang di tawarkan oleh pelanggan seperti Shabuhachi, Kios Sayur dan Amazing Farm untuk memasok sayuran dari Sun Farm yaitu dengan kriteria tinggi sayuran tidak melebihi 40 cm. Sayuran yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak mungkin di jual ke konsumen karena Sun Farm ingin menjaga kualitas dan tidak ingin mengecewakan konsumen. Hal tersebut menunjukkan terdapat tidak-efisienan kinerja manajemen pemasaran Sun Farm, karena terdapat selisih antara permintaan dan penawaran atau sayuran yang tidak terjual yang menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Maka dari itu diperlukannya perluasan pasar.

Perkembangan teknologi pemasaran berbasis internet, dengan media sosial (*e-commerce*) yang pesat memudahkan kinerja pemasaran produk barang maupun jasa, sehingga meningkatkan efisiensi pemasaran dan keuntungan bagi perusahaan. Media sosial merupakan suatu sarana bagi pelaku bisnis untuk berbagi informasi *teks*, audio, gambar dan video kepada masyarakat yang menggunakan sosial media. Munculnya media sosial yang merupakan bagian dari teknologi informasi membawa banyak manfaat bagi pelaku usaha. Media sosial memudahkan para pelaku usaha untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan, memudahkan berkomunikasi dengan konsumen, memperluas jangkauan masyarakat untuk mengetahui dan membeli produk yang ditawarkan dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social* pada Tahun 2022 yang menjelaskan bahwa dari 277,7 juta penduduk Indonesia, terdapat 204,7 juta orang yang telah menggunakan internet. Dari jumlah pengguna internet di Indonesia, terdapat 191,4 juta orang merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu *WhatsApp* (88,7%), *Instagram* (84,8%), *Facebook* (81,3%) dan *TikTok* (63,1%). Media sosial tersebut dijadikan sebagai alat promosi sayuran hidroponik Sun Farm. Pemasaran digital ini tidak diperlukan biaya promosi yang banyak dan lebih efektif dalam penyampaian informasi kepada konsumen. Maka dari itu, peluang tersebut harus dimanfaatkan untuk memperluas pasar sayuran hidroponik Sun Farm melalui media sosial.

1.2 Tujuan

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari Kajian Pengembangan Bisnis ini adalah :

1. Merumuskan perluasan pasar melalui media sosial dengan analisis internal dan eksternal Sun Farm untuk meningkatkan pendapatan perusahaan Sun Farm.
2. Menyusun dan mengkaji kelayakan aspek finansial dan non finansial dari pengembangan bisnis perluasan pasar sayuran pada perusahaan Sun Farm.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies