

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar wilayahnya meliputi sektor pertanian. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor dalam perekonomian yang mempunyai arti dan kedudukan penting dalam pembangunan nasional. Sektor pertanian terbagi menjadi lima yaitu tanaman pangan, hortikultura, peternakan, perikanan, dan kehutanan. Sektor hortikultura merupakan salah satu sektor pertanian yang menarik dan menjanjikan. Tanaman hortikultura seperti tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman hias, dan tanaman obat memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Produksi tanaman hortikultura terbesar salah satunya berasal dari daerah Jawa Barat. Perkembangan produksi tanaman hortikultura di daerah Jawa Barat mengalami peningkatan pada tahun 2020, hal ini disebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga pola hidup sehat selama masa pandemi. Berikut Perkembangan produksi tanaman hortikultura di daerah Jawa Barat.

Tabel 1 Produksi tanaman hortikultura di Jawa Barat

Komoditas	Produksi (kuintal)	
	2019	2020
Jahe	34.077	34.91
Jeruk siam	385.159	471.369
Jeruk besar	55.353	130.417
Jambu air	179.335	209.964
Jambu biji	508.873	794.345

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Dampak pandemi *Covid-19* memberikan perubahan yang sangat signifikan bagi masyarakat luas, salah satunya adalah perubahan gaya hidup konsumen seperti berbelanja. Peralihan metode berbelanja *offline* menjadi *online* merupakan hal yang tidak dapat dihindari seiring kemajuan teknologi informasi. Jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2019 sebesar 8,9% atau sebanyak 25,54 juta pengguna dari tahun sebelumnya dengan jumlah terbesar di Pulau Jawa berasal dari provinsi Jawa Barat sebanyak 35,1 juta jiwa (APJII 2020). Peningkatan jumlah pengguna internet tersebut mempengaruhi transaksi pembelian secara *online*. Berikut jumlah transaksi pembelian *online* produk makanan.

Tabel 2 Jumlah transaksi pembelian *online* produk makanan

Tahun	Jumlah transaksi (miliar)
2019	1,45
2020	3,17
2021	4,66

Sumber: Hootsuite (2021)

Tabel 2 menunjukkan aktivitas belanja *online* meningkat sebanyak 3,21 miliar jiwa pada tahun 2019 hingga 2021. Peningkatan tersebut mempengaruhi penjual dalam melakukan penjualan secara *online*, salah satunya melalui *marketplace*.

*Marketplace* adalah sebuah layanan web yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya. *Marketplace* dapat menjadi pilihan terbaik bagi penjual karena tidak memerlukan biaya sewa tempat, pembuatan akun toko yang mudah, dan pengunjung *marketplace* sangat besar sehingga dapat menjadi pasar potensial bagi perusahaan. Berdasarkan persentase usaha *e-commerce* menurut barang dan jasa yang dijual pada tahun 2020 paling banyak berupa makanan, minuman dan bahan makanan (BPS 2020).

PT Agro Jabar adalah perusahaan Perseroan Daerah di Jawa Barat yang memproduksi buah dan sayur serta produk olahannya yang terletak di JL. Pelajar Pejuang 45 No.66, Turangga, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat. PT Agro Jabar memiliki empat kebun dengan lokasi dan luas yang berbeda-beda yaitu Kebun Wanaraja, Kebun Cikajang, Kebun Pangalengan, dan Kebun Cikadu. Salah satu kebun penghasil produk primer PT Agro Jabar yang berlokasi di Garut yaitu Kebun Wanaraja. Berikut produksi dan penjualan PT Agro Jabar Kebun Wanaraja dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Produksi dan penjualan PT Agro Jabar Kebun Wanaraja 2021

Uraian	Produksi (kg)	Penjualan (kg)	Sisa produksi (kg)
Lemon	12.000	10.800	1.200
Jambu kristal	19.680	17.712	1.968
Jale merah	6.000	5.400	600
Jagung pipil	6.000	6.000	0
Tanaman hias	440	-	-
Bibit kopi	7.436	-	-

Sumber: Kebun Wanaraja (2022)

Berdasarkan Tabel 3 bahwa masih adanya sisa produksi pada Kebun Wanaraja. Hal tersebut dikarenakan kegiatan pemasaran pada PT Agro Jabar Kebun Wanaraja masih mengalami kesulitan dalam memasarkan produk primer, karena penjualannya hanya dilakukan secara *offline* yaitu dengan melakukan pengiriman produk ke konsumen maupun konsumen yang datang secara langsung ke kebun. Konsumen pada Kebun Wanaraja yaitu bandar, pasar sekitar Garut, dan masyarakat sekitar. Penjualan di Kebun Wanaraja saat ini belum memanfaatkan penjualan secara *online*, sedangkan dampak pandemi *Covid-19* dan perkembangan teknologi menyebabkan masyarakat mulai melirik aktivitas belanja secara *online*. Penggunaan *marketplace* dapat menjadi solusi bagi Kebun Wanaraja untuk meningkatkan penjualannya dan memperluas pemasarannya secara *online*. Jumlah pengunjung *marketplace* di Indonesia tahun 2021 dapat dilihat pada Gambar 1.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore
1 Tokopedia	147.790.000	#2	#4
2 Shopee	126.996.700	#1	#1
3 Bukalapak	29.460.000	#6	#5
4 Lazada	27.670.000	#3	#2
5 Blibli	18.440.000	#8	#7

Gambar 1 Jumlah pengunjung *marketplace* di Indonesia

Sumber : I-Price (2021)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



*Marketplace* yang dapat digunakan untuk memasarkan produk buah dan sayur Kebun Wanaraja adalah *marketplace* Tokopedia dan Shopee. Alasan penggunaan kedua *marketplace* tersebut dapat dilihat pada Gambar 1 bahwa Tokopedia dan Shopee memiliki jumlah pengunjung bulanan tertinggi di *e-commerce* pada tahun 2021 dibandingkan dengan *marketplace* lainnya. Jumlah pengunjung Tokopedia yaitu sebanyak 147,79 juta pengunjung dan Shopee sebanyak 126,99 juta pengunjung. Penggunaan kedua *marketplace* ini diharapkan menjadi peluang bagi Kebun Wanaraja untuk berjualan secara *online* sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas, meningkatkan penjualan, dan pendapatan dari Kebun Wanaraja.

## 1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini pada PT Agro Jabar Kebun Wanaraja yaitu :

1. Merumuskan ide perluasan pemasaran melalui *marketplace* pada PT Agro Jabar Kebun Wanaraja.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis perluasan pemasaran melalui *marketplace* pada PT Agro Jabar Kebun Wanaraja berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies