

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan sektor bisnis saat ini sudah beralih ke arah *digital*, dimana bisnis *digital* merupakan jenis usaha yang melakukan penjualan produk secara online, baik itu melalui website ataupun aplikasi, salah satu contohnya adalah *e-commerce*. Bisnis digital merupakan salah satu bisnis yang sangat menjanjikan saat ini, melihat kondisi kehidupan manusia sekarang yang memiliki kecenderungan untuk hidup praktis.

Salah satu *e-commerce* yang memberikan media untuk penjualan sayuran bagi para petani di Indonesia adalah TaniHub. TaniHub *Group* merupakan sebuah *group* perusahaan bergelut dibidang *agriculture technology* yang telah berdiri sejak tahun 2016, TaniHub merupakan *e-commerce* yang berbasis aplikasi dan web dengan menyediakan hasil tani yang berkualitas, dan mempermudah para petani menjual barang-barang hasil panennya langsung ke konsumen B2B (*Business-to-Business*) dan B2C (*Business-to-Consumer*).

TaniHub bekerjasama dengan Kementerian Pertanian Indonesia dalam membangun dan meresmikan *National Fullfillment Center* (NFC) pada tahun 2021. TaniHub adalah *startup* pertama yang berhasil membangun konsep NFC disertai teknologi yang mumpuni hingga kapasitas besar yang mampu memfasilitasi 10.000 transaksi perhari. Pembangunan NFC diharapkan dapat berperan sebagai pintu gerbang bagi TaniHub dalam melayani *inbound* dan *outbound* untuk pulau lain di luar Jawa dan Bali serta pasar luar negeri, dan merupakan bagian dari upaya TaniHub *Group* untuk membangun infrastruktur rantai pasok pertanian yang komprehensif untuk menunjang permintaan pasar nasional hingga global. (Kementan 2021)

TaniHub bukan hanya sebatas membuka akses pasar bagi petani dengan mempermudah komoditas pertanian agar bisa langsung dinikmati oleh masyarakat secara luas, tetapi juga bagian dari upaya membuka lapangan pekerjaan di bidang pertanian. Kolaborasi Kementerian Pertanian (Kementan) dengan TaniHub ini diharapkan dapat menciptakan banyak kesempatan bagi para petani untuk mengembangkan usaha taninya. Oleh karena itu dalam hal ini TaniHub dipilih sebagai mitra karena memiliki program program yang mampu membuka peluang dan pasar baru untuk Kelompok Tani Subur Jaya, tak hanya itu TaniHub juga memiliki tujuan untuk mensejahterakan petani Indonesia dengan memberikan harga yang wajar sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari Kelompok Tani Subur Jaya. Produk yang ditawarkan dari Kelompok Tani Subur Jaya kepada TaniHub adalah serai dapur. Kelompok Tani Subur Jaya merupakan salah satu penghasil serai dapur di kabupaten Bekasi. Kelompok Tani Subur Jaya memiliki luas lahan 4 ha untuk budidaya serai.

Serai dapur atau dengan nama latin (*Cymbopogon citratus (DC) Stapf*) termasuk dalam lima tanaman utama di antara bermacam-macam tanaman di daerah tropis selain kunyit, temulawak, kencur, akar wangi, lengkuas, dan lain-lain. Serai dapur merupakan salah satu komoditi yang mempunyai potensi untuk dikembangkan penggunaannya, baik sebagai bahan makanan maupun sebagai



bahan baku industri. Sebagai bahan makanan, serai dapur banyak digunakan sebagai bumbu dalam beberapa makanan olahan. Sedangkan sebagai bahan baku industri serai dapur dapat diolah menjadi minyak serai dapur maupun sitral. Pengembangan serai dapur disamping memberikan komoditi alternatif kepada petani, juga merupakan diversifikasi ekspor yang berarti akan menjadi salah satu sumber devisa di sektor non-migas (Slamet *et al*, 2013).

Berikut adalah data penawaran dan permintaan serai pada Kelompok Tani Subur Jaya.

Tabel 1 Penawaran dan permintaan serai Kelompok Tani Subur Jaya 2022

No	Pasar yang dituju	Perminggu (Kg)		Selisih (Kg)
		Penawaran	Permintaan	
1	PT Indofood	600	500	100
2	Pasar Induk Cibitung	550	400	150
3	Pasar Baru Bekasi	500	450	50
4	Pasar Caringin Bandung	500	350	150
5	Pasar Kramat Jati	550	300	250
6	Pasar Cikopo	600	400	200
	Total	3.300	2.400	900

Sumber: Kelompok Tani Subur Jaya (2022)

Dari data yang diperoleh pada Tabel 1 terjadi kelebihan penawaran sebesar 900 kg serai setiap minggunya. Dengan kondisi perusahaan yang mengalami penawaran lebih tinggi dibandingkan dengan permintaannya dapat diatasi dengan memperluas pasar. Untuk itu pemasaran melalui teknologi digital perlu dimanfaatkan, seperti melalui *e-commerce* TaniHub.

Sayangnya, pemasaran dari produk biofarmaka ini juga biasanya banyak melibatkan lembaga pemasaran, sehingga pemasaran yang terbentuk dari petani hingga konsumen menjadi panjang dan tidak efisien. Melihat masalah yang ada, maka petani khususnya di Kelompok Tani Subur Jaya membutuhkan informasi mengenai inovasi dalam pemasaran guna meningkatkan efisiensi dari pemasaran yang dilakukan petani. Maka dari itu, dilakukannya kemitraan dengan PT. TaniHub Indonesia sebagai *supplier* menjadi salah satu alternatif dalam meningkatkan permintaan dan juga pendapatan pada Kelompok Tani Subur Jaya.

1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis yaitu melalui analisis internal dan eksternal pada Kelompok Tani Subur Jaya Kabupaten Bekasi
2. Menyusun dan mengkaji pengembangan bisnis melalui analisis finansial dan non finansial pada Kelompok Tani Subur Jaya Kabupaten Bekasi