

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor yang memiliki peranan penting dalam pembangunan di Indonesia adalah sektor pertanian. Sektor pertanian memiliki beberapa subsektor, yaitu subsektor tanaman pangan, subsektor hortikultura, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, subsektor perburuan dan jasa pertanian. Subsektor yang dapat berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki pengaruh terhadap pembangunan perekonomian adalah subsektor hortikultura. Salah satu peran subsektor hortikultura pada pembangunan perekonomian adalah kontribusi dalam peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang menunjukkan dari tahun ke tahun semakin meningkat. Peningkatan subsektor hortikultura dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Nilai Produk Domestik Bruto Pertanian tahun 2015-2018

No	Uraian	Nilai Produk Domestik Bruto (Miliar Rupiah)			
		2015	2016	2017	2018
1	Pertanian, kehutanan, perikanan	1.555.207,8	1.671.597,8	1.787.285,2	1.900.348,5
2	Pertanian, peternakan, perburuan dan jasa pertanian	1.183.968,6	1.266.865,4	1.346.867,3	1.417.074,5
	a. Tanaman pangan	397.408,6	425.185,6	438.889,5	449.822,3
	b. Tanaman hortikultura	174.453,2	187.402,6	197.320,7	218.712,4
	c. Tanaman perkebunan	405.291,5	428.782,6	471.307,8	489.248,8
	d. Peternakan	184.151,5	201.123,5	213.306,1	231.710,9
	e. Jasa pertanian dan perburuan	22.663,8	24.371,1	26.043,2	27.580,1
3	Kehutanan	82.321,8	87.542,4	91.564,1	97.337,6
4	Perikanan	288.916,6	317.190	348.853,8	385.936,4

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Hortikultura dikelompokkan menjadi empat jenis tanaman yaitu tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman bunga atau florikultura dan tanaman obat atau biofarmaka. Sayur-sayuran merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang dapat dikonsumsi oleh masyarakat dan sangat bermanfaat bagi tubuh. Hal ini disebabkan sayuran memiliki sumber vitamin, serat dan mineral yang cukup baik bagi tubuh dan kesehatan.

Masyarakat Indonesia mulai menyadari akan pentingnya hidup sehat dengan cara mengkonsumsi sayuran organik. Perubahan gaya hidup tersebut mempengaruhi perkembangan konsumsi sayuran di Indonesia. Budidaya sayuran



di Indonesia sebagian besar masih dilakukan secara konvensional dimana dalam kegiatan budidaya masih menggunakan bahan-bahan kimia. Penggunaan bahan kimia secara berlebihan dapat berdampak buruk bagi kualitas sayuran yang dihasilkan sehingga membahayakan kesehatan bagi yang mengkonsumsinya. Perkembangan konsumsi sayuran di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Perkembangan konsumsi sayuran dan buah di Indonesia (Kg/Kap/Th)

	2013	2014	2015	2016	2017
Sayuran	56,9	59,6	60,0	60,7	51,9
Buah	30,2	33,9	37,7	31,5	30,1

Sumber: Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian (2019)

Tujuan pertanian organik adalah menghasilkan produk pertanian khususnya bahan pangan yang aman bagi kesehatan konsumen serta tidak merusak lingkungan. Pertanian organik dapat meningkatkan perekonomian Indonesia karena harga jual sayuran organik lebih tinggi dari produk sayuran non organik. Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan petani organik yang melakukan budidaya sayuran organik.

Hidroponik Alley adalah salah satu perusahaan yang menghasilkan sayuran organik yang berada di Jakarta Selatan. Kale (*Brassica oleracea var. Acephala*) salah satu jenis sayuran yang termasuk dalam kategori sayuran organik yang dihasilkan. Kale memiliki tampilan fisik mirip dengan brokoli. Warna daunnya hijau atau ungu kebiruan. Kale memiliki jenis daun yang berbeda, yaitu kale kerring dan kale *flat*. Sayuran kale sangat bernutrisi karena mengandung zat-zat bermanfaat seperti beta karoten, vitamin K, vitamin C, dan kalsium yang memiliki kadar sangat tinggi dibanding dengan sayuran lainnya. Kale dapat dikonsumsi dalam bentuk mentah atau dijadikan salad. Kale sangat cocok diolah menjadi *juice* dan sebagai makanan diet.

Hidroponik Alley mampu menjual sayuran kale sebanyak 8 sampai 10 kg per hari. Konsumen perusahaan berasal dari warga sekitar maupun restoran yang mengolah sayuran di Jakarta Selatan. Sistem promosi Hidroponik Alley belum dilakukan dengan maksimal yang menyebabkan sayuran yang diproduksi belum terjual sepenuhnya. Data permintaan dan penawaran sayuran pada Hidroponik Alley dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Permintaan dan penawaran sayuran di Hidroponik Alley bulan Februari

Jenis sayuran	Permintaan(kg)	Penawaran(kg)
Kale	87	162
Salada <i>red rapid</i>	8	10
Salada <i>romaine</i>	4	8
Basil	1,5	3

Sumber: Hidroponik Alley (2020)

Tabel diatas dapat dilihat bahwa permintaan sayuran kurang dari penawaran yang diberikan oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan belum bisa mengatasi dan kelebihan hasil budidaya yang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Pasar yang dituju oleh perusahaan saat ini masih terbatas yaitu restoran dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

konsumen yang ada di daerah Jakarta Selatan, sehingga lingkup pasar yang dituju masih kecil. Dengan jumlah penawaran yang cukup besar, perusahaan dapat mencari pasar baru dengan lingkup yang akan dituju menjadi lebih luas.

Berkembangnya teknologi dan internet di Indonesia pada umumnya terus meningkat. Teknologi dan internet sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Hal ini dapat membantu untuk melakukan interaksi jual beli suatu produk melalui internet. Adanya kemudahan dalam berinteraksi jual beli ini membuat suatu peluang yang dapat dilakukan perusahaan terkait dengan masalah pemasaran produk sayuran yang diproduksi perusahaan. Target wilayah untuk melakukan pemasaran secara *online* tersebut ialah wilayah DKI Jakarta dan target konsumen adalah konsumen akhir. Minat masyarakat wilayah DKI Jakarta terhadap media *online e-commerce* sebagai media pemasaran dapat dipercaya dalam melakukan transaksi sebuah produk secara *online*.

Penjualan *online* atau *e-commerce* adalah suatu aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat melalui transaksi elektronik yang dapat membantu perusahaan dalam pemasaran produk yang maksimal (Fuady 2002). Dengan adanya penjualan *online*, maka perusahaan memiliki peluang untuk memperluas segmentasi pasar yang dituju dengan melakukan pemasaran *e-commerce* sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, pemasaran yang dilakukan akan menjadi lebih mudah dan efektif.



1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang diatas, tujuan dari penulisan Kajian Pengembangan Bisnis yaitu:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada usaha produk sayuran kale Hidroponik Alley dengan peningkatan pemasaran *online* melalui *e-commerce*.
2. Menyusun dan merencanakan pengembangan bisnis pada Hidroponik Alley berdasarkan aspek non finansial dan finansial.

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian pengembangan bisnis disusun berdasarkan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan di Hidroponik Alley yang berada di Jalan Pelita Dalam No 7 RT 07 RW 11 Cilandak Barat, Jakarta Selatan. Waktu yang digunakan untuk melakukan kegiatan PKL dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2020 sampai dengan 13 Maret 2020. Operasional kerja yang digunakan oleh perusahaan adalah Senin sampai dengan Jum'at dari pukul 08.00 hingga pukul 16.00 WIB.