

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang utama di Indonesia. Salah satu produk hortikultura yang memiliki prospek di masa mendatang yaitu sayuran. Pemanfaatan sayuran ini tidak hanya sebatas pada industri rumah tangga, tetapi juga lebih mengarah pada industri bisnis seperti rumah makan, restoran siap saji, hotel, dan hal-hal yang berkaitan dengan industri pengolahan makanan. Komoditas pertanian mempunyai karakteristik khusus, yaitu *perishable* atau mudah rusak, proses penanaman, pertumbuhan, dan pemanen tergantung pada iklim dan musim, hasil panen memiliki bentuk dan ukuran yang bervariasi. Faktor tersebut sangat penting dipertimbangkan untuk menganalisis strategi yang tepat dalam pemasaran.

Sayuran memegang peran terpenting sebagai komponen utama pada pola pangan. Sama halnya seperti buah-buahan yang menjadi bagian terpenting dari keseimbangan pangan, sehingga sayuran dan buah-buahan harus tersedia setiap saat dalam jumlah yang cukup, mutu yang baik, aman konsumsi, harga yang terjangkau, serta dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat mempengaruhi peningkatan konsumsi terutama komoditas sayuran. Produksi sayuran di Indonesia dalam 5 tahun berturut-turut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi sayuran di Indonesia (dalam ton) 2014-2018

Komoditas	Tahun				
	2014	2015	2016	2017	2018
Bawang Merah	1.233.984	1.229.184	1.446.860	1.470.155	1.503.436
Kentang	1.347.815	1.219.270	1.213.038	1.164.738	1.284.760
Wortel	495.798	522.520	537.521	537.341	609.630
Buncis	318.214	291.314	275.509	279.040	304.431
Ketimun	477.976	447.677	430.201	424.917	433.923

Sumber : Badan Pusat Statistik (2018)

Berdasarkan data pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa adanya peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 semua jenis sayuran mengalami kenaikan, dan jenis sayuran yang paling banyak mengalami kenaikan adalah wortel.

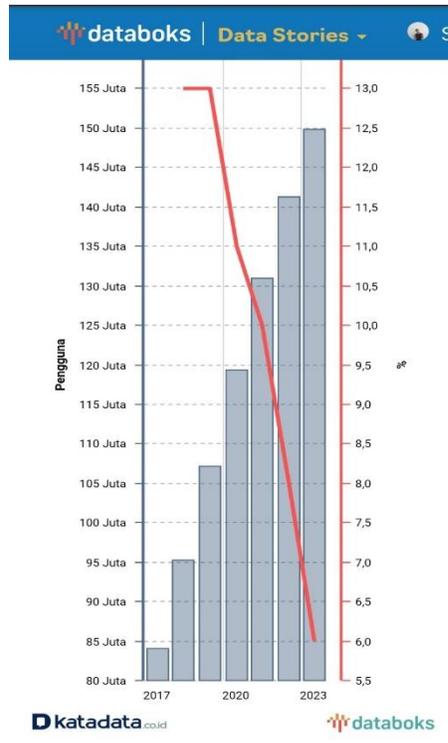
Pada zaman sekarang, masyarakat harus terbiasa berinteraksi lewat media sosial. Hal ini karena, saat ini semuanya sudah serba digital dan tidak terlepas dari internet, termasuk masalah jual beli berbagai produk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tak terkecuali bahan pangan seperti sayuran. Berdasarkan survey yang dibuat oleh databoks pada 2019, pengguna internet di Indonesia akan semakin meningkat. Tercatat sampai tahun 2023 pengguna internet akan mencapai 150 juta orang. Survey tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.

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 IPIB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPIB.



- 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 memperbarinya sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Gambar 1 Pengguna internet di Indonesia  
Sumber : Databooks (2019)

Sampai saat ini, PT Sayuran Siap Saji telah menggunakan media elektronik sebagai strategi memasarkan produknya, yaitu dengan menggunakan *e-commerce* Blibli.com yang baru berjalan pada Maret 2020. Penjualan lewat *e-commerce* dapat menjadi solusi untuk menjual produk termasuk sayuran. Hal ini karena, sudah banyaknya *e-commerce* yang ada dan dapat dimasuki oleh PT Sayuran Saji, seperti Tokopedia dan Bukalapak. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan, mengingat masih barunya perusahaan terjun dalam *digital marketing*.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha PT Sayuran Siap Saji;
2. Merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis usaha PT Sayuran Siap Saji pada bidang *digital marketing* untuk target *business to customer*.