

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan salah satu komoditas yang berpotensi untuk dikembangkan. Salah satu komoditas hortikultura adalah sayuran. Sayuran merupakan bahan pangan yang penting untuk dikonsumsi oleh manusia karena memiliki berbagai manfaat untuk tubuh. Hal ini karena sayuran kaya akan sumber vitamin, protein, dan karbohidrat yang baik bagi kesehatan dan tubuh. Teknik menanam sayuran banyak dilakukan salah satunya adalah teknik menanam sayuran hidroponik. Sayuran hidroponik adalah sayuran yang ditanam tanpa menggunakan media tanah. Sistem hidroponik juga memiliki banyak keunggulan dibanding bercocok tanam menggunakan tanah, di antaranya perawatan dan budi daya tanaman hidroponik lebih mudah serta relatif bersih karena terhindar dari kotoran media tanam (Monikasari 2020). Masyarakat Indonesia mulai menyadari pentingnya menjaga pola hidup sehat selama masa pandemi, salah satu menjaga pola hidup sehat adalah mengonsumsi sayur-sayuran.

Dampak pandemi *covid-19* sangat terasa hampir di seluruh sektor kegiatan usaha dan aktivitas manusia. Sektor kegiatan usaha yang terdampak salah satunya adalah sektor pertanian pangan. Situasi pandemi memaksa para pedagang, pengolah, pengusaha, hotel dan restoran mengurangi kegiatan perdagangan atau produksi barang dan jasa yang menggunakan produk pangan sebagai bahan baku (Ashari 2020). Keadaan pandemi mengharuskan masyarakat untuk lebih banyak tinggal di rumah. Hal tersebut dikarenakan untuk memutus rantai penyebaran virus *covid-19*, sehingga kegiatan yang biasa dilakukan oleh masyarakat sangat terbatas, dan banyak kegiatan yang dilakukan beralih ke belanja secara *online*. Pembelian atau belanja sayur secara *online* menandakan bahwa perkembangan teknologi informasi berkembang dengan pesat. Perkembangan tersebut dapat menjadi peluang dalam kegiatan bisnis untuk meningkatkan pangsa pasar dan pengenalan produk. Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi informasi, maka konsumen sangat dimudahkan adanya internet yang mampu menyediakan segala kebutuhan manusia terkait dengan produk yang mereka inginkan (Rosmadi 2021).

Perkembangan teknologi dapat memudahkan segala aktivitas salah satunya adalah penjualan menggunakan *E-commerce*, di Indonesia mencapai 78 %, salah satunya adalah menggunakan *marketplace*. *Marketplace* adalah sebuah layanan web yang bertindak sebagai perantara antara penjual dan pembeli di dunia maya (Ashari 2020). Penjualan melalui *marketplace* menjadi pilihan terbaik bagi penjual karena tidak memerlukan biaya sewa tempat dan penjual dapat memantau perkembangan bisnis sehingga penjual dapat mengevaluasi produk dan strategi pemasaran yang dilakukan. Menurut Badan Pusat Statistik (2020) analisis Big Data Ditengah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru yang Terbit pada pertengahan Agustus 2020, menunjukkan bahwa pembelian sayur secara *online* melonjak 1.900 persen selama pandemi. Survei tersebut mengambil data harian pada situs *marketplace* di Indonesia, selama Januari hingga Juni 2020. Berikut merupakan penjualan makanan yang naik di *Marketplace* pada Tahun 2020 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 IPB.

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

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.



Gambar 1 Penjualan makanan yang naik di marketplace

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

Puspa Agro Farm Hidroponik merupakan perusahaan yang bergerak di bidang sayuran hidroponik yang berlokasi di daerah Sukabumi, Jawa Barat. Puspa Agro Farm Hidroponik menjual hasil produksi kepada masyarakat umum daerah Sukabumi dan perusahaan *supplier* sayuran yang berada di Cipanas, Jawa Barat. Penanaman pasca panen oleh Puspa Agro Farm Hidroponik dengan melakukan sortasi terlebih dahulu sebelum produk dikirim ke perusahaan *supplier*. Puspa Agro Farm Hidroponik mampu memproduksi sayuran hidroponik sebanyak 62 ton per tahun. Rata-rata penjualan sayuran hidroponik ke perusahaan *supplier* sebesar 48 ton per tahun dan sisanya sebesar 14 ton dilakukan penjualan langsung kepada masyarakat umum dan permintaan dari mitra. Adanya pandemi mengakibatkan penjualan sayuran mengalami *over supply* sekitar 30 % sehingga sayuran tidak terjual karena aktivitas manusia yang terbatas di luar rumah, dampak yang sangat terasa bagi Puspa Agro Farm Hidroponik mengakibatkan pendapatan perusahaan menurun. Pemasaran yang dilakukan oleh Puspa Agro Farm Hidroponik selama ini masih dilakukan secara *offline*, sehingga untuk mensiasati *over supply* tersebut maka Puspa Agro Farm Hidroponik dapat memanfaatkan peluang untuk melakukan pemasaran secara *online*. Oleh karena itu, salah satu solusinya adalah untuk mencari peluang pasar baru dan melihat kondisi saat ini banyak masyarakat yang lebih banyak belanja secara *online*, penggunaan *marketplace* dapat menjadi solusi untuk melakukan penjualan *online*. *Marketplace* yang digunakan untuk memasarkan produk sayuran adalah Shopee dan Tokopedia. Alasan memilih *marketplace* tersebut karena Shopee dan Tokopedia memiliki jumlah pengunjung terbanyak dibandingkan dengan *marketplace* lainnya. Berikut merupakan data pengunjung *marketplace* di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2 .

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	135,076,700	#2	#4	807,100	3,413,560	6,538,670	5,365
2 Shopee	127,400,000	#1	#1	578,000	7,654,330	21,550,060	10,530
3 Bukalapak	34,170,000	#6	#5	206,000	1,568,690	2,517,900	2,371
4 Lazada	30,516,700	#3	#2	425,000	2,917,400	31,234,990	3,997
5 Bilibili	19,590,000	#7	#7	525,300	1,597,250	8,598,300	1,999

Gambar 2 Data pengunjung *marketplace* di Indonesia

Sumber : i-Price (2021)

## 2 Tujuan

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini pada Puspa Agro Farm Hidroponik yaitu :

Merumuskan ide pengembangan bisnis pada usaha sayuran hidroponik Puspa Agro Farm Hidroponik dengan pemanfaatan *marketplace* bagi penjualan sayuran hidroponik

Mengkaji pemanfaatan *marketplace* pada Puspa Agro Farm Hidroponik berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial

