

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya akan sumber daya alam. Jawa Barat memiliki kondisi alam dengan struktur geologi yang kompleks dengan wilayah pegunungan berada di bagian tengah dan selatan serta dataran rendah di wilayah utara yang memiliki potensi yang besar dalam bidang pertanian, salah satunya komoditas hortikultura.

Hortikultura merupakan bagian dari sektor pertanian yang terdiri atas tanaman sayuran, buah-buahan, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias. Menurut Direktorat Jendral Hortikultura, komoditas hortikultura menjadi komoditas potensial yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi dan permintaan pasar yang tinggi, termasuk salah satu komoditas hortikultura yaitu tanaman sayuran. Produksi tanaman sayuran di Jawa Barat cenderung fluktuatif dan meningkat dengan jumlah yang besar pada tahun 2019. Produksi tanaman sayuran di Jawa Barat dapat dilihat di Tabel 1.

Tabel 1 Produksi tanaman sayuran di Jawa Barat tahun 2015–2019

Tahun	Jumlah (kuintal)
2015	43.251.014
2016	48.331.544
2017	46.164.419
2018	45.036.495
2019	58.841.551

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Secara umum, tanaman sayuran dapat dibudidayakan dengan berbagai macam teknik bercocok tanam. Salah satu cara bercocok tanam adalah dengan metode hidroponik. Hidroponik merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan tentang cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya (Herwibowo dan Budiana 2014). Hidroponik berasal dari bahasa Yunani, yaitu *hydro* yang berarti air dan *ponos* yang artinya daya. Di kalangan umum, istilah ini dikenal sebagai “bercocok tanam tanpa tanah”.

Hidroponik merupakan cara budi daya dengan media air. Salah satu keunggulan dari hidroponik yaitu sebagai alternatif pertanian lahan terbatas, terutama di perkotaan termasuk Kota Bandung. Dengan sistem hidroponik, tanaman dapat dibudidayakan pada lahan kecil, produk yang dihasilkan lebih bersih dan segar serta pemeliharanya pun mudah karena tempat budi daya lebih bersih dan media tanam yang steril.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tanaman hidroponik adalah CV Casa Farm yang berlokasi di Kota Bandung, Jawa Barat. CV Casa Farm menjual berbagai kebutuhan hidroponik mulai dari menjual benih dan instalasi hidroponik, budi daya sayuran hidroponik, serta jasa pelatihan hidroponik. Produk sayuran unggulan yang dijual oleh CV Casa Farm adalah selada. Selada yang diproduksi CV Casa Farm merupakan selada yang memiliki rasa yang manis dan renyah. CV Casa Farm menjual selada sebanyak 20–30 kg per minggu dan dijual ke restoran dan *café* melalui distributornya secara langsung sesuai dengan jumlah

pesanan. Pada tahun 2020 CV Casa Farm mengalami penurunan penjualan sayuran karena terkena dampak pandemi covid-19 yang melanda Indonesia sejak Maret 2020. Restoran dan *café* tutup dan tidak beroperasi akibat adanya kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Hal ini berakibat permintaan selada CV Casa Farm menurun sehingga CV Casa Farm memproduksi sayuran dalam jumlah yang sedikit. Pada tahun 2021 kondisi sudah lebih baik dibandingkan dengan tahun sebelumnya, namun selada yang diproduksi masih belum terjual sepenuhnya yang menyebabkan selada yang siap dipanen semakin tua dan menjadi gagal panen. Data permintaan dan penawaran sayur CV Casa Farm dapat dilihat di Tabel 2.

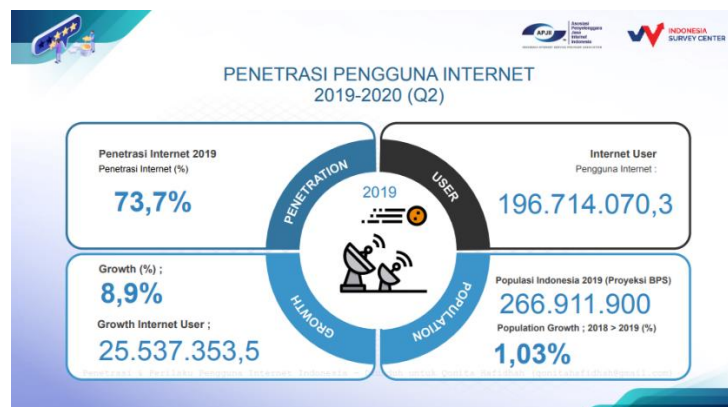
Tabel 2 Permintaan dan penawaran sayur di bulan Februari–April 2021

Jenis sayur	Permintaan (kg)	Penawaran (kg)
Selada	399	768
Kangkung	89	95
Pakcoy	28	30

Sumber: CV Casa Farm (2021)

Penjualan selada CV Casa Farm dilakukan kepada para pelaku bisnis, belum secara langsung ke konsumen akhir. Pada Tabel 2 ditunjukkan bahwa penawaran perusahaan lebih besar dari permintaan. Dalam hal ini perusahaan belum bisa mengatasi kelebihan hasil panen sehingga menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

Perkembangan teknologi dan internet di Indonesia pada umumnya terus meningkat. Saat ini peran internet semakin penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, maupun politik. Perkembangan teknologi yang meningkat membuat masyarakat lebih mudah dalam mendapatkan informasi yang diinginkan tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih untuk mengunjungi sumber informasi tersebut. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) jumlah pengguna internet Indonesia terus tumbuh dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 pengguna internet sebanyak 143,26 juta jiwa, tahun 2018 sebanyak 171,18 juta jiwa dan pada tahun 2019 hingga kuartal II 2020 pengguna internet Indonesia capai 196,7 juta.



Gambar 1 Penetrasi pengguna internet di Indonesia tahun 2019-2020
 Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Pada pandemi covid-19 terjadi kebijakan baru yang dilakukan oleh pemerintah untuk memutus rantai penyebaran covid-19. Kebijakan pembatasan

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.

sosial berskala besar (PSBB) memberlakukan pembatasan pada kegiatan masyarakat untuk tetap di rumah dan menjaga jarak. Restoran, pusat perbelanjaan, dan pasar tradisional dibatasi kegiatan operasionalnya untuk menghindari kerumunan. Kebijakan PSBB juga berpengaruh pada tempat wisata dan hotel karena Kota Bandung sebagai kota wisata mengalami penurunan kunjungan wisatawan luar kota dan menyebabkan hotel dan tempat wisata mengalami kerugian karena sepi pengunjung.

Pandemi covid-19 juga membuat adanya kebiasaan baru yang dilakukan oleh masyarakat dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Kebijakan PSBB membuat masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah dan berbelanja menggunakan aplikasi belanja (*e-commerce*). *E-commerce* adalah transaksi antara dua belah pihak yaitu pembeli dan penjual yang melakukan pertukaran barang, jasa, informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya (Romindo *et al.* 2019).

Berdasarkan data yang dihimpun Badan Pusat Statistik (BPS) rata-rata peningkatan produk terjual di aplikasi *online (e-commerce)* adalah 20% dari penjualan bulan sebelum pandemi. Produk kesehatan, makanan, dan minuman termasuk produk dengan peningkatan penjualan terbesar selama masa pandemi. Dalam survei sosial demografi dampak covid-19 yang dilakukan oleh BPS, 9 dari 10 responden melakukan aktivitas berbelanja *online* untuk mematuhi anjuran pemerintah untuk tetap berada dirumah. Sebesar 51% responden menjadikan bahan makanan sebagai perubahan pengeluaran yang paling dominan. Hal ini tidak lepas dari anjuran pemerintah untuk tetap berada di rumah dan meningkatkan imunitas tubuh dengan memasak makanan sendiri. Dalam hal ini banyak para pelaku usaha memanfaatkan peluang yang ada dan mulai menjual produknya melalui aplikasi *online/e-commerce*.

Perubahan kebiasaan masyarakat yang kini gemar berbelanja *online* dan teknologi informasi yang terus berkembang di Indonesia menjadikan peluang bagi CV Casa Farm untuk melakukan perluasan pemasaran sayurnya menggunakan *e-commerce*. Penurunan penjualan dan banyaknya selada tidak terjual dengan adanya *e-commerce* ini perusahaan dapat melakukan perluasan pasar dengan mencari pasar baru. Pemasaran selada yang sebelumnya dipasarkan kepada pelaku bisnis, dapat diperluas dengan menambah target baru yaitu kepada konsumen akhir yang dijual melalui *e-commerce*.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis eksternal dan internal pada CV Casa Farm.
2. Menyusun perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial.

