

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemunculan internet dapat mengubah komunikasi antar masyarakat semakin mudah dan semakin luas. Hal ini juga didukung bahwa mengakses internet dapat dimana saja sehingga mendukung untuk semakin banyak pengguna internet. Terdapat banyak hal yang ditimbulkan dari penggunaan internet sendiri, salah satunya adalah pasar *Online*. Perubahan masyarakat dalam berbelanja melalui jejaring *Online* hal ini karena semakin mudah untuk diakses tanpa perlu datang ke tempat belanja. Penggunaan internet kini semakin meningkat bukan hanya untuk komunikasi pemasaran saja melainkan untuk transaksi pembelian.

Sektor pertanian di Indonesia merupakan sektor yang memberikan peluang besar dan menjanjikan hal ini dapat dilihat pada kuartal IV-2020 tumbuh sebesar 5,59%. Sehingga dapat dikatakan bahwa sektor pertanian merupakan sektor yang tumbuh positif selama triwulan IV-2020 (BPS 2021). Peningkatan sektor pertanian sendiri dipicu oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah komoditas tanaman pangan yang mengalami pertumbuhan sebesar 10,47%. Hal ini terjadi lantaran adanya peningkatan luas panen dan produk serta cuaca yang mendukung. Kemudian, komoditas hortikultura juga tumbuh sebesar 7,85% persen karena permintaan buah-buahan dan sayuran selama Pandemi *Covid-19* (BPS 2021).

Sayuran hijau mempunyai manfaat yang besar pada kesehatan manusia. Sayuran hijau mengandung kandungan vitamin, mineral, serat, dan berbagai nutrisi yang dapat menghindarkan penyakit pada tubuh manusia. Perusahaan PT Semesta Cahaya Kemilau dengan *branding* Gadog Fresh adalah salah satu perusahaan di Kabupaten Bogor yang menjual sayuran. Gadog Fresh melakukan kegiatan usaha pertanian mulai dari pengadaan input sampai dengan pemasaran. Gadog Fresh mempunyai konsumen mulai dari restoran, café, pasar modern, pasar tradisional, *car free day*, dan perorangan. Meningkatnya penularan virus di Indonesia pemerintah membuat kebijakan agar warga seluruh masyarakat Indonesia menerapkan untuk menjaga jarak sosial atau *social distancing*. Hal tersebut membuat permintaan Gadog Fresh menurun karena banyaknya konsumen Gadog Fresh yang *off* operasinoal sehingga permintaan berkurang. Berikut data rata-rata per bulan permintaan dan penawaran sayuran pada Gadog Fresh tahun 2021 dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Rata-rata permintaan dan penawaran per bulan Gadog Fresh tahun 2021

No	Nama sayuran	Permintaan/Kg	Penawaran/Kg	Gap/Kg
1	Selada Keriting	428	499	71
2	<i>lolo rossa</i>	143	214	71
3	<i>okleaf green lettuce</i>	143	214	71
4	<i>okleaf red lettuce</i>	143	214	71
5	<i>Butterhead</i>	285	356	71
6	<i>Romaine</i>	285	356	71

Sumber: Gadog Fresh (2021)

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.

Berdasarkan Tabel 1 dapat disimpulkan bahwa permintaan sayuran pada Gadog Fresh kurang dari penawaran yang diberikan oleh Gadog Fresh. Selisih antara permintaan dan penawaran pada Gadog Fresh cukup tinggi sebesar 71 Kg setiap bulan. Gadog Fresh mempunyai target untuk menjual sayuran sekitar 2000 Kg/ bulan. Namun ketika Pandemi terjadi penurunan karena masih banyaknya *off* operasional dari restoran, café dan menurunnya permintaan dari *consumer segment* lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa Gadog Fresh harus memperluas pemasaran agar mampu bersaing di masa Pandemi.

Perkembangan teknologi makin hari semakin berkembang pesat setiap harinya. Data dari Kementrian Komunikasi dan Informasi (2019) dan BPS (2019) menyebutkan bahwa penduduk di Indonesia adalah pengguna aktif internet dan sosial media. Kebijakan pemerintah untuk mencegah virus *Covid-19* untuk jaga jarak membuat masyarakat di Indonesia lebih memilih berbelanja secara daring dengan memanfaatkan berbagai *marketplace* penyedia kebutuhan pokok manusia dan komoditas pertanian untuk menjaga kontak fisik dengan masyarakat lain. Hasil penelitian Apriadi dan Saputra (2017) menyebutkan bahwa aplikasi *e-commerce* berbasis *marketplace* dapat digunakan oleh pelaku usaha seperti petani untuk memasarkan produk pertanian langsung ke konsumen. Sehingga, para konsumen juga akan membeli dengan harga yang lebih murah karena langsung membeli dari petani dapat melalui tengkulak atau perantara. Layanan yang dilakukan melalui media *Online* dapat membuat transaksi menjadi lebih mudah dan dapat menghindari interaksi langsung terhadap penjual untuk mengurangi penularan virus. Selain itu juga, layanan jual beli secara *Online* dapat mempermudah distribusi dan dapat mencakup konsumen lebih luas yang selama ini hanya dilakukan secara tradisional oleh perusahaan. Hal ini yang mendasari ide pengembangan pada Gadog Fresh yaitu “Perluasan Pasar Sayuran *Western Melalau E-commerce* di PT Semesta Cahaya Kemilau”.

1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang, tujuan penulisan kajian pengembangan ini yaitu:

1. Merumuskan ide kajian pengembangan bisnis pada PT Semesta Cahaya Kemilau(Gadog Fresh).
2. Menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis dengan menganalisis faktor finansial dan non finansial.
3. Merancang strategi pemasaran melalui *E-commerce* yang akan dilaksanakan pada PT Semesta Cahaya Kemilau (Gadog Fresh).