

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **I. 1 Latar Belakang**

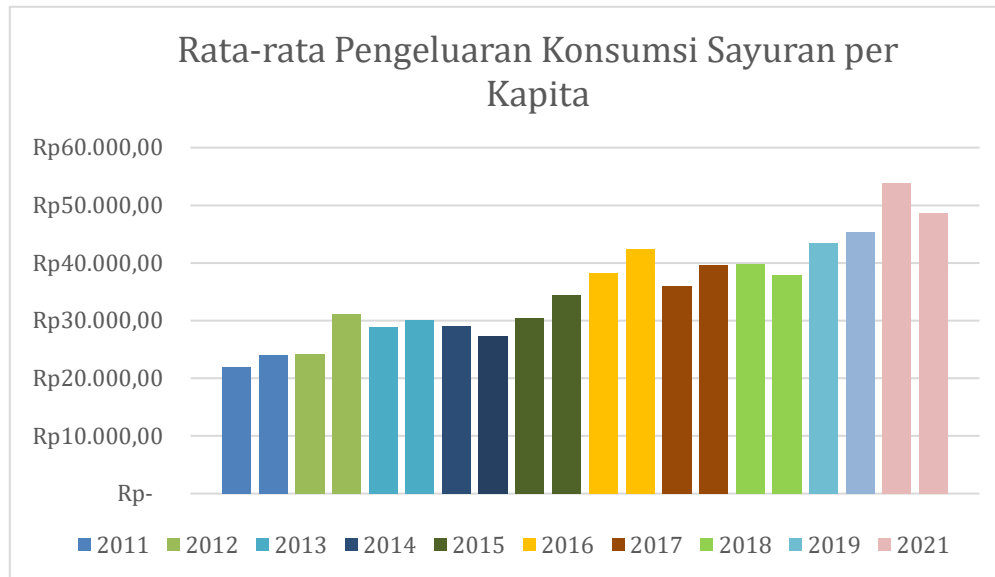
Sayuran merupakan sebutan umum bagi bahan pangan asal tumbuhan yang biasanya mengandung kadar air tinggi dan dikonsumsi dalam keadaan segar atau setelah diolah secara minimal. Sayuran merupakan komoditas penting dalam mendukung ketahanan pangan nasional. Komoditas ini memiliki keragaman yang luas dan berperan sebagai sumber karbohidrat, protein nabati, vitamin, dan mineral (Taufik, 2012). Selain itu tingkat permintaan terhadap komoditas sayuran juga cenderung mengalami peningkatan setiap tahunnya, yang dicerminkan melalui peningkatan konsumsi sayuran di Indonesia (Choliq dan Ambarsari,2009).



Gambar I. 1 Tanaman Hidroponik

Suatu komoditas pertanian untuk dapat tumbuh dan berproduksi secara optimal memerlukan kualitas dan karakteristik lahan serta manajemen tertentu. Sering terjadi suatu komoditas yang diusahakan di suatu wilayah secara vegetatif dapat tumbuh dengan subur, tetapi tidak mampu berproduksi optimal karena persyaratan tumbuh generatifnya tidak terpenuhi oleh lahan dan belum adanya teknologi terapan untuk mengatasi kendala yang dihadapi (Djaenudin,2008). Salah satu sayuran yang digemari masyarakat Indonesia adalah selada. Sayuran tersebut adalah jenis tanaman yang mudah ditanam serta memiliki kandungan nutrisi yang baik. Perawatan selada tergolong mudah karena tanaman ini tidak memerlukan perawatan

khusus seperti pupuk yang mahal ataupun aliran air yang sangat banyak. Maka dari itu, selada cocok ditanam pada tempat yang tidak terlalu luas. Jenis dari sayuran tersebut memiliki beberapa macam seperti selada *romaine*, selada *iceberg*, selada daun, selada batang, dan masih banyak lagi jenisnya. Keberagaman inilah yang menjadi daya tarik dari selada dimata penggemar sayuran.



Gambar I. 2 Rata-rata Pengeluaran Konsumsi Sayuran per Kapita

Sumber: Badan Pusat Statistik

Rata-rata pengeluaran konsumsi sayuran per kapita di Indonesia meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut membuktikan bahwa penjualan sayuran dapat meningkat setiap tahunnya, karena tingkat konsumsi sayuran di Indonesia dapat dibilang cukup tinggi. Dengan meningkatnya konsumsi sayuran di Indonesia, peluang untuk membuka usaha hidroponik semakin besar juga. Peningkatan tingkat konsumsi yang paling signifikan adalah dari tahun 2019 ke tahun 2021. Hal tersebut menunjukkan bahwa semenjak menyebarnya virus COVID-19 kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat.

Sejak menyebarnya virus corona, banyak masyarakat yang semakin peduli dengan kesehatan. Melihat masyarakat sekitar yang sangat peduli dengan kesehatan mereka, tercetuslah ide untuk menjual sayuran yang mudah dalam perawatannya yaitu

dengan membudidayakan sayuran menggunakan metode hidroponik. Berasal dari ide tersebut, banyak rekan dan warga sekitar yang tertarik untuk membeli sayuran. Melihat peluang yang ada, penulis mencoba untuk membuka pre-order sayuran khusus daerah Kota Pontianak. Selain itu, penulis juga membuka gerai di gang Selamat Bersama untuk mencoba peruntungan. Tidak disangka respon yang didapatkan melalui cara penjualan tersebut sangat baik. Cukup banyak masyarakat yang mulai tertarik, membeli, bahkan hanya sekedar konsultasi mengenai perawatan atau menanam sayuran.



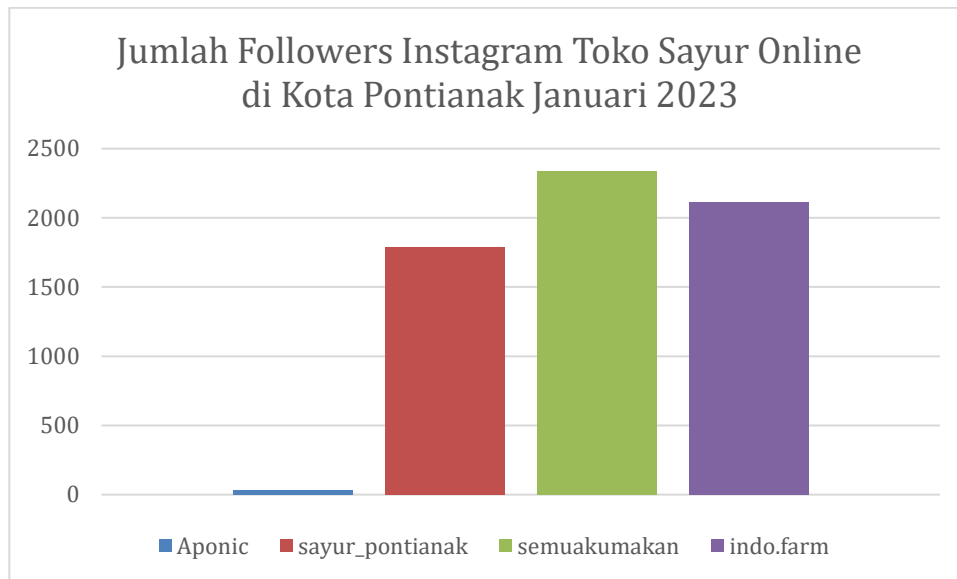
Gambar I. 3 Logo Aponic

Hal tersebut menimbulkan peluang usaha untuk membangun sebuah hidroponik dengan nama Aponic karena peminat sayuran sangat meningkat khususnya bayam dan selada yang dinilai cukup menjanjikan. Sayuran yang dijual akan dibungkus dengan bungkus yang bagus dan higienis untuk menarik konsumen. Serta layanan akan dilengkapi dengan pesan antar untuk daerah sekitar gerai demi meningkatkan ketertarikan calon konsumen. Hidroponik merupakan teknologi bercocok tanam tanpa menggunakan media tanah namun menggunakan air dan larutan nutrisi yang dibutuhkan tanaman sebagai media untuk tumbuh. Pada sistem pertanian menggunakan hidroponik, yang perlu ditekankan adalah pemenuhan kebutuhan nutrisi dengan air sebagai sumber nutrisi dari tanaman. Prinsip budidaya tanaman secara hidroponik adalah memberikan/ menyediakan nutrisi yang diperlukan tanaman dalam bentuk larutan dengan cara disiramkan, ditetaskan, dialirkan atau disemprotkan pada media tumbuh tanaman.



Gambar I. 4 Grafik Penjualan Aponic 2021

Menurut data total penjualan dari Aponic mulai Februari 2021 hingga September 2021, Aponic tidak mendapatkan pendapatan yang stabil. Kurang stabilnya pendapatan tersebut terjadi karena Aponic belum memiliki kekuatan *marketing* yang dapat menandingi pesaing yang ada di daerah Kota Pontianak. Hal tersebut terjadi karena kurangnya pemasaran Aponic dengan menggunakan media sosial. Followers Instagram Aponic kalah jauh dengan pesaing di daerah Kota Pontianak. Pada bulan pertama Aponic dibuka, total penjualan bisa mencapai Rp 3.670.000. Lalu saat pengambilan data terakhir yaitu pada September 2021, Aponic hanya memiliki total penjualan sebesar Rp 3.030.000. Target pendapatan yang telah ditetapkan Aponic adalah sebesar Rp 5.000.000. Dapat dilihat bahwa Aponic masih belum memenuhi target pendapatan yang telah ditetapkan. Target tersebut didapatkan berdasarkan pengeluaran per bulan, gaji, dan pengembangan usaha. Saat ini Aponic hanya dapat menutupi biaya pengeluaran dan membayar gaji dari karyawan.

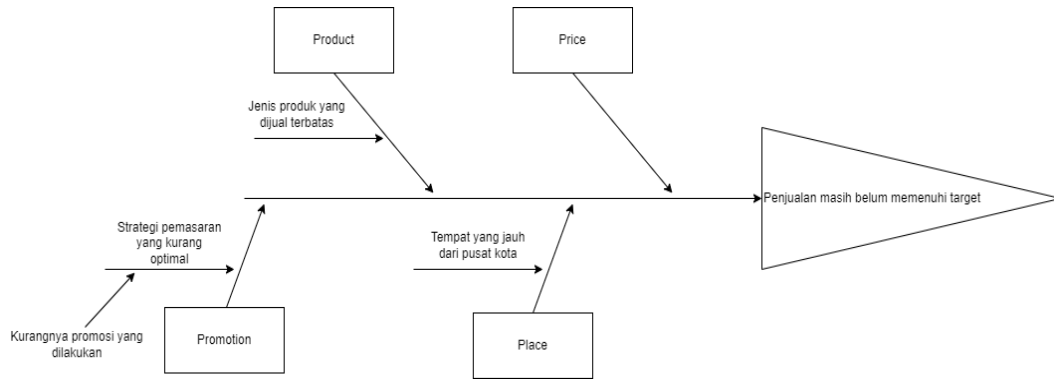


Gambar I. 5 Grafik Jumlah Followers Instagram Toko Sayur *Online* di Kota Pontianak Januari 2023

Terlihat pada data diatas, *followers* Instagram Aponic sangat jauh dibawah kompetitor. Hal tersebut menandakan bahwa nama Aponic masih belum dikenal oleh masyarakat Kota Pontianak. Dengan *followers* Instagram sebanyak 33 Aponic masih belum bisa menyaingi indo.farm (2115 *followers*), semuakumakan (2336 *followers*), dan sayur\_pontianak (1786 *followers*). Untuk dapat meningkatkan penjualan, Aponic harus lebih meningkatkan pemasaran dalam bentuk media sosial. Karena dengan bertambahnya *followers* Instagram Aponic akan membuat Aponic lebih dikenal oleh masyarakat Kota Pontianak secara daring.

Pemasaran yang dilakukan oleh Aponic tidak hanya dengan media sosial sebagai alat untuk menarik pelanggan. Aponic juga mendatangi beberapa pasar modern untuk menjual produk dengan sistem komisi. Jadi, dengan adanya sistem komisi tersebut Aponic bisa mendapatkan keuntungan yang terbilang banyak tanpa harus membuka pasar sendiri. Walaupun Aponic kurang dikenal oleh masyarakat secara daring, Aponic cukup terkenal di kalangan pengusaha yang membuka pasar modern. Hal ini disebabkan oleh target Aponic yang kurang baik pada sistem pemasaran secara daring. Dalam penelitian sebelumnya (Tinjung Mary, 2022) menganalisis strategi pemasaran menggunakan SWOT dan QSPM, namun belum dilakukan

validasi terhadap perusahaan mengenai diterima atau tidaknya strategi dari hasil penelitian.



Gambar I. 6 *Fishbone* Aponic

Berdasarkan Gambar I.6 diatas, Aponic memiliki penjualan yang masih belum memenuhi target karena beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut sangat mempengaruhi tingkat penjualan produk Aponic. Dengan fishbone dapat diketahui 3 akar masalah yang mempengaruhi penjualan Aponic. Faktor-faktor yang menjadi akar masalah dari Aponic adalah *product*, *place*, dan *promotion*. Masalah yang terdapat pada setiap faktor adalah jenis produk yang dijual terbatas, harga yang kurang kompetitif, tempat yang jauh dari pusat kota, dan strategi pemasaran yang kurang optimal.

## I. 2 Alternatif Solusi

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, terdapat beberapa masalah yang dihadapi:

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	<i>(Product)</i> Jenis produk yang dijual terbatas	Mengembangkan variasi produk yang dijual
2	<i>(Place)</i> Tempat yang jauh dari pusat kota	Memindahkan tempat penjualan produk
3	<i>(Promotion)</i> Strategi pemasaran kurang optimal	Membuat perancangan strategi pemasaran yang lebih optimal
4	<i>(Price)</i> Harga jual produk Aponic tidak memiliki masalah	Harga jual produk tidak terdapat masalah karena lebih murah dibandingkan kompetitornya

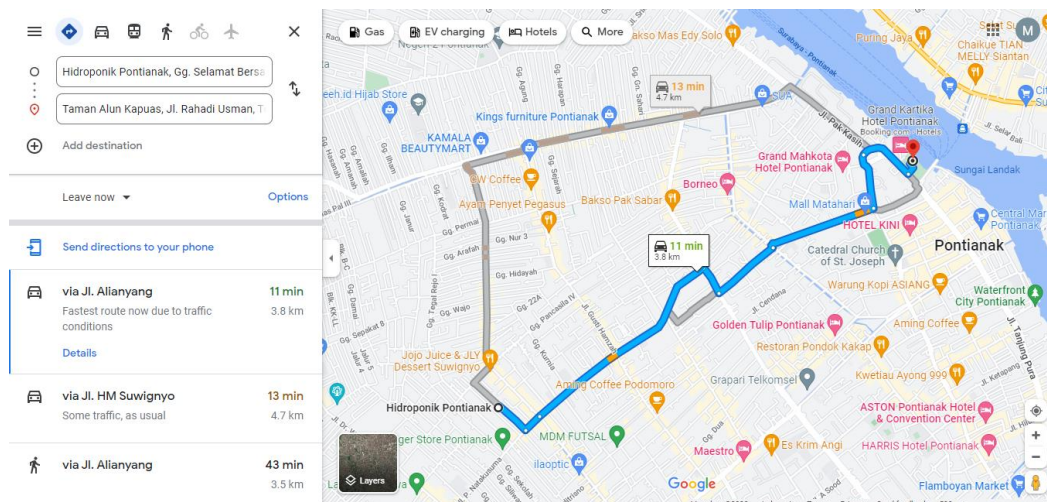
Dari masalah yang terdapat pada Aponic, telah didapatkan alternatif solusi. Alternatif solusi yang terpilih yaitu:

### 1. *Product*

Masalah yang terdapat pada *product* adalah jenis produk yang dijual terbatas. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan pengembangan variasi produk yang dijual. Hal tersebut dilakukan agar dapat menambah jenis produk yang dijual oleh Aponic.

### 2. *Place*

Masalah yang terdapat pada *place* adalah tempat penjualan yang jauh dari pusat kota. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan pemindahan tempat penjualan produk agar lebih dekat dengan pusat kota. Hal itu tersebut dilakukan agar pengiriman dapat dilakukan dengan lebih mudah dan pelanggan menjadi lebih mudah untuk datang ke toko fisik Aponic.



Gambar I. 7 Letak Aponic

Sumber: Google Maps

### 3. Promotion

Masalah yang terdapat pada *promotion* adalah strategi pemasaran kurang optimal. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan perancangan strategi pemasaran yang lebih optimal agar Aponic mendapatkan keuntungan dan jumlah penjualan yang lebih banyak. Permasalahan tersebut dapat dijadikan akar masalah karena data dan informasi yang didapat mengenai kebutuhan penerapan strategi pemasaran untuk meminimalisir selisih yang terjadi pada Aponic dengan usaha sejenis lain.

#### I. 3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana rancangan strategi pemasaran Aponic agar dapat bersaing di pasar?
2. Bagaimana prioritas strategi yang diterapkan Aponic menggunakan metode QSPM?

#### I. 4 Tujuan Tugas Akhir



Tujuan pada penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Merancang strategi pemasaran pada Aponic.
2. Menentukan strategi prioritas yang dapat diimplementasikan dalam mengembangkan usaha.

### **I. 5 Manfaat Tugas Akhir**

Manfaat dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dapat menghasilkan strategi pemasaran yang dapat membantu Aponic dalam meningkatkan penjualan.
2. Bagi peneliti, tugas akhir ini bermanfaat dalam menerapkan analisis SWOT dan QSPM dalam upaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam suatu organisasi.

### **I. 6 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan pada penyusunan Tugas Akhir ini:

a) **BAB I PENDAHULUAN**

Pada BAB I ini berisikan penjelasan mengenai Latar Belakang, Alternatif Solusi, Rumusan Masalah, Tujuan Tugas Akhir, Manfaat Tugas Akhir, dan Sistematika Penulisan pada Tugas Akhir.

b) **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada BAB II ini berisikan teori-teori relevan yang berkaitan dengan Tugas Akhir. Tujuan bab ini yaitu memberikan pengetahuan dasar dan kerangka berpikir yang digunakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir.

c) **BAB III METODOLOGI PERANCANGAN**

Pada BAB III ini berisikan uraian mengenai kerangka penyelesaian masalah dan penggunaan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah Tugas Akhir. Batasan dan asumsi tugas akhir, identifikasi komponen sistem integral serta rencana waktu penyelesaian tugas akhir.

d) **BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI**

Pada BAB IV ini menjelaskan tentang analisis dan evaluasi hasil perancangan kegiatan yang dilakukan dalam merancang sistem terintegrasi.

e) **BAB V ANALISIS DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN**

Pada BAB V ini berisikan analisis dan evaluasi hasil perancangan data yang digunakan dalam Tugas Akhir secara keseluruhan.

f) **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada BAB VI ini berisikan kesimpulan pada Tugas Akhir yang dilakukan serta pemberian saran kepada objek penelitian Tugas Akhir