

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 1.1 Logo Sangkuriang Farm

Sumber : Data Internal Sangkuriang Farm, 2021

Sangkuriang Farm merupakan suatu unit usaha dibawah naungan dari PT Khatulistiwa Putra Mandiri. Sangkuriang Farm sendiri berdiri sejak tahun 2015 di Lembang, Jawa Barat tepatnya di daerah Parongpong Lembang. Sangkuriang Farm bergerak dalam industri pertanian dan memiliki spesialisasi dalam mengisi kebutuhan untuk sayuran di sejumlah supermarket di Jabodetabek dan Bandung seperti Carrefour, Transmart, Giant Supermarket, Hero Supermarket, Ranch Market, Lotte Mart dan sejumlah pasar modern lain. Hingga saat ini, Sangkuriang Farm memiliki sekitar 30 orang pekerja tetap dan 45-60 orang petani harian sesuai kebutuhan lahan pertanian Sangkuriang Farm.

Selain supermarket, Sangkuriang Farm juga memasok keberadaan sayur di sejumlah pasar tradisional di Bandung saat memiliki persediaan sayur lebih. Sejumlah pasar yang kerap menjadi konsumen Sangkuriang Farm adalah Pasar Induk Caringin Bandung. Sangkuriang Farm memiliki lahan pertanian seluas 16 hektare di Lembang, Jawa Barat yang ditanami puluhan jenis sayuran untuk mengisi kebutuhan sayuran di supermarket mitra. Lahan pertanian tersebut

sebagian besar merupakan hasil kerjasama berbentuk sewa guna antara Sangkuriang Farm dengan Kavaleri Indonesia.

VISI

Menjadi Perusahaan pertanian yang mandiri dengan kualitas unggulan yang berkelanjutan

MISI

1. Menjadikan produk tani yang unggul, sehat dan berkualitas
2. Terus melakukan improvisasi dan inovasi dalam menjaga kualitas produk
3. Mengembangkan agribisnis yang efisien, tangguh, berdaya saing dan berwawasan lingkungan
4. Meningkatkan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen serta ketenangan kerja dan kesejahteraan karyawan
5. Mengembangkan jaringan pemasaran dan kemitraan

Gambar 1.2 Visi dan Misi Sangkuriang Farm

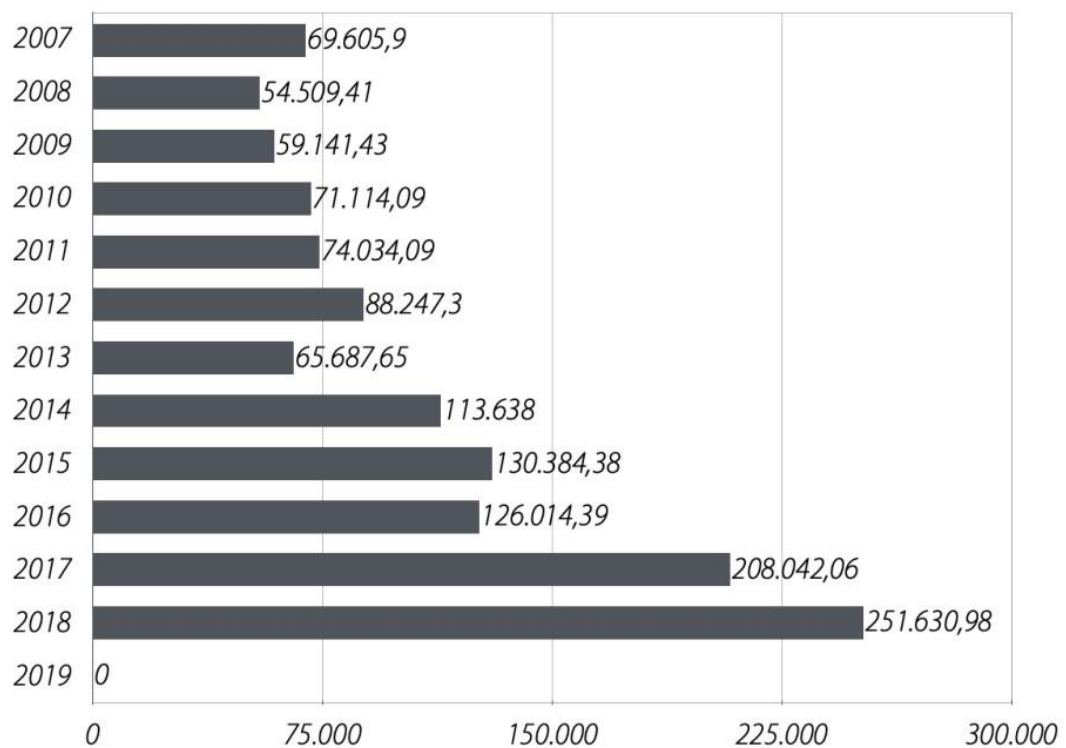
Sumber : *Company Profile* Sangkuriang Farm, 2021

Sesuai dengan visi yang diangkat oleh Sangkuriang Farm, pertanian yang di garap oleh Sangkuriang Farm adalah pertanian kualitas unggulan dimana seluruh komponen dalam kegiatan pertanian dikerjakan dengan menggunakan alat dan bahan berkualitas serta dengan tenaga kerja yang paham betul mengenai pertanian sehingga dihasilkan hasil tani dari Sangkuriang Farm berkualitas unggulan. Selain itu, untuk mencapai visi yang diangkatnya Sangkuriang Farm menjadi usaha dalam industri pertanian yang mandiri yaitu mengerjakan seluruh aktivitas tani secara *inhouse* dari mulai pembukaan lahan pertaniannya, proses semai bibit tanaman, panen, hingga proses pendistribusian hasil tani ke konsumen pun dilakukan sendiri oleh Sangkuriang Farm. Dan untuk menjalankan misinya, hingga kini Sangkuriang Farm terus menjalankan bisnisnya sesuai dengan standar

operasional perusahaan agar kualitas hasil tani dan pelayanan yang dihasilkan tetap terjaga dengan baik.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pertanian merupakan penggunaan tenaga manusia dengan tujuan memperoleh hasil dari tumbuh-tumbuhan dan hewan dengan memanfaatkan berbagai hal diberikan oleh alam (Aartsen, 1953). Indonesia berada pada posisi 21 dunia dalam kategori luasan lahan organik namun Indonesia menurut data dari Statistik Pertanian Organik Indonesia (2020). Menurut Kompas.com (2019) berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia merupakan salahsatu negara dengan jumlah ekspor pertanian terbesar di dunia. Indonesia menduduki peringkat kelima dibawah Amerika Serikat, China, Australia, dan Brazil.

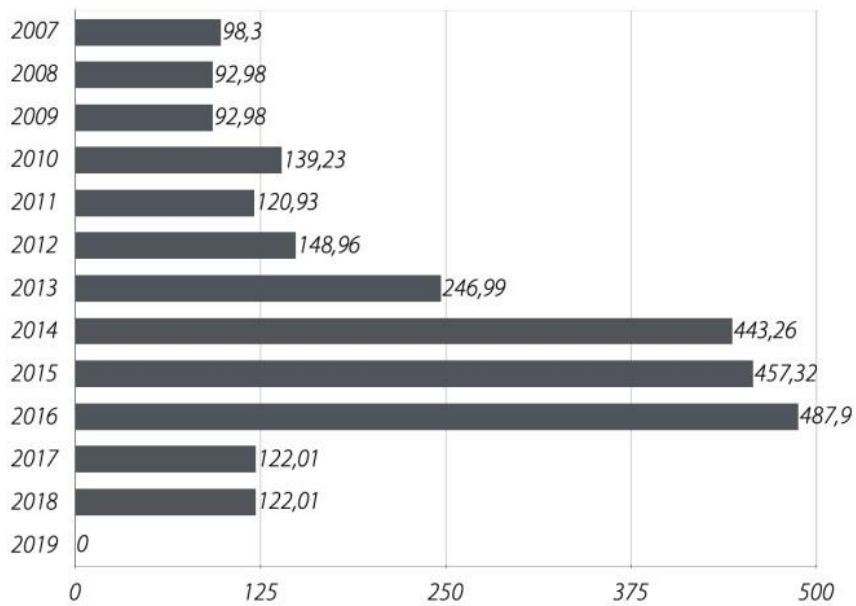


Gambar 1.3 Luas Lahan Pertanian Organik Tersertifikasi di Indonesia (Ha)

Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

Berdasarkan gambar 1.3 diatas terlihat bahwa luas lahan pertanian organik di Indonesia yang tersertifikasi dari tahun 2007 hingga 2018 cenderung selalu naik. Hal tersebut karena semakin banyaknya lembaga yang mendukung program

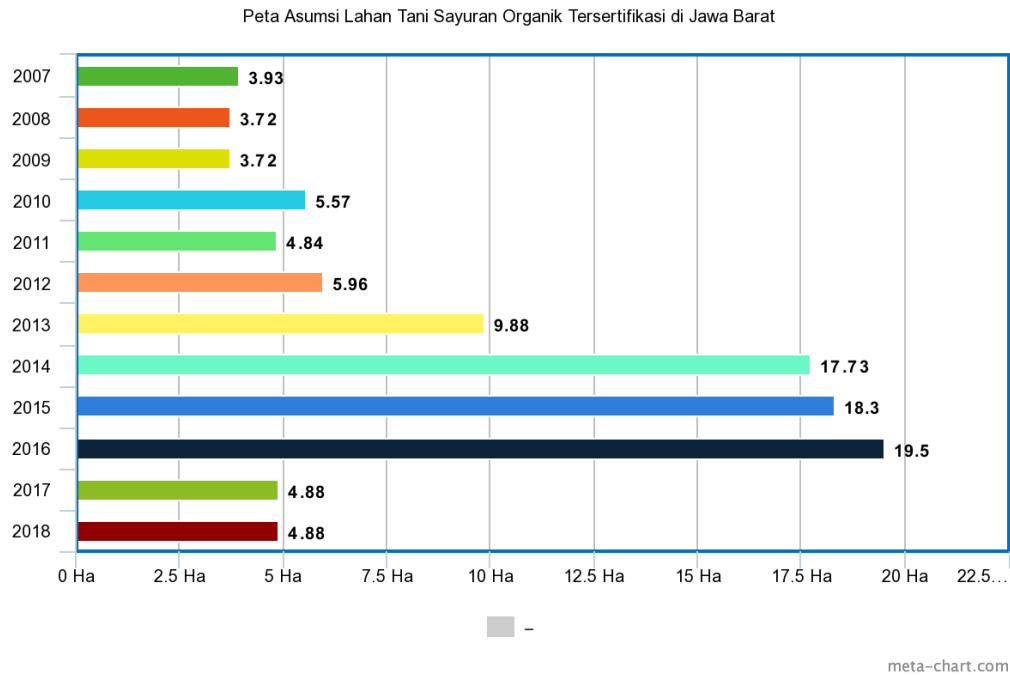
akreditasi tersebut yang bersumber dari semakin tingginya permintaan produk organik dari masyarakat.



Gambar 1.4 Luas Lahan Tani Sayuran Organik Tersertifikasi di Indonesia (Ha) Per Tahun

Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

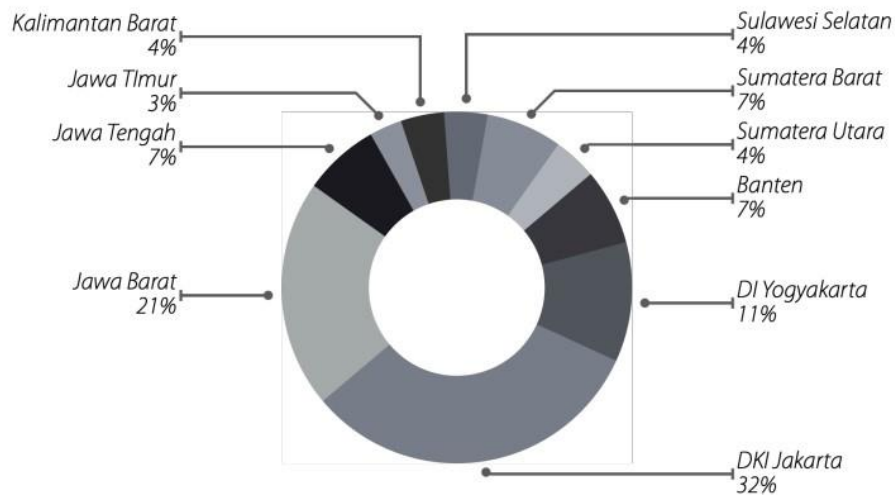
Dari keseluruhan ketersediaan lahan pertanian organik di Indonesia, luas lahan pertanian organik untuk sayuran merupakan yang terluas diantara produk organik lainnya. Puncak dari luas lahan pertanian sayuran organik terdapat pada tahun 2016 yaitu seluas 487,9 hektar. Menurut David dan Ardiansyah (2014) sayuran organik adalah produk organik yang dikonsumsi paling banyak oleh masyarakat Indonesia.



Gambar 1.5 Peta Asumsi Lahan Tani Sayuran Organik Tersertifikasi di Jawa Barat (Ha)

Sumber : Diadaptasi dari Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

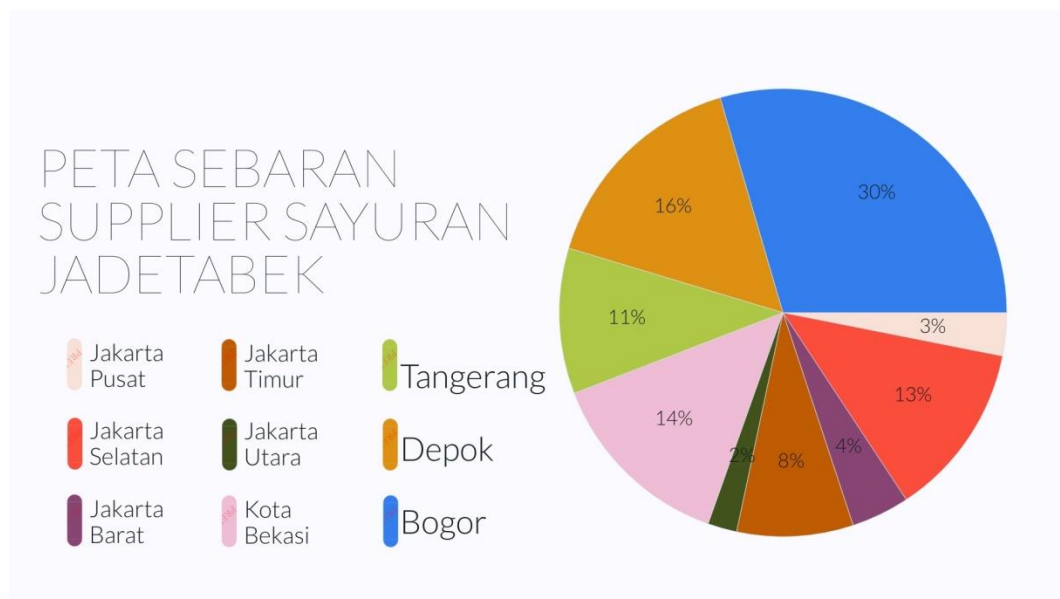
Dari keseluruhan ketersediaan lahan pertanian sayuran organik yang tersertifikasi di Indonesia, luas lahan pertanian organik untuk sayuran yang tersertifikasi di Jawa Barat memiliki luasan sesuai gambar 1.5. Peta asumsi tersebut disusun berdasarkan perbandingan luas daratan Indonesia dan dibandingkan dengan luas Jawa Barat. Pada gambar 1.5 terlihat bahwa puncak dari luas lahan pertanian sayuran organik yang tersertifikasi di Jawa Barat terdapat pada tahun 2016 yaitu seluas 19,5 hektar.



Gambar 1.6 Perkembangan Konsumsi Produk Organik Tahun 2019

Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

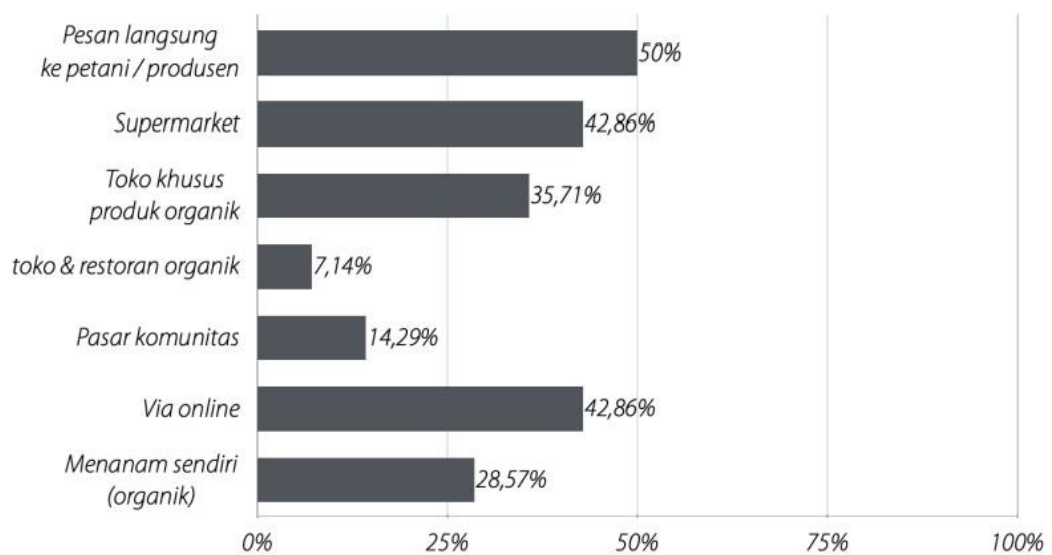
Industri pertanian di Indonesia terus berkembang akibat dari semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk pertanian terutama produk pertanian organik. Pada gambar 1.6 terlihat bahwa terjadi peningkatan konsumsi produk organik di berbagai provinsi di Indonesia dimana yang tertinggi terdapat di DKI Jakarta yang peningkatannya sebesar 32%.



Gambar 1.7 Peta Sebaran Supplier Sayuran JaDeTaBek

Sumber : Diadaptasi dari Google.com, 2021

Gambar 1.7 menunjukkan data sejumlah *supplier* sayuran organik yang beroperasi untuk mengisi kebutuhan sayuran bagi masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Sejumlah *supplier* sayuran organik tersebut memiliki beragam pasar masing-masing mulai dari penjualan ke supermarket, penjualan ke pedagang lain maupun penjualan ke konsumen langsung. Kota dengan jumlah pemasok sayuran terbesar adalah Kota Jakarta Selatan dengan 33% dari keseluruhan *supplier* sayuran di Jakarta, Depok, Tangerang dan Bekasi.



Gambar 1.8 Cara Konsumen Mendapatkan Produk Pertanian Organik Sebelum Pandemi Covid-19.

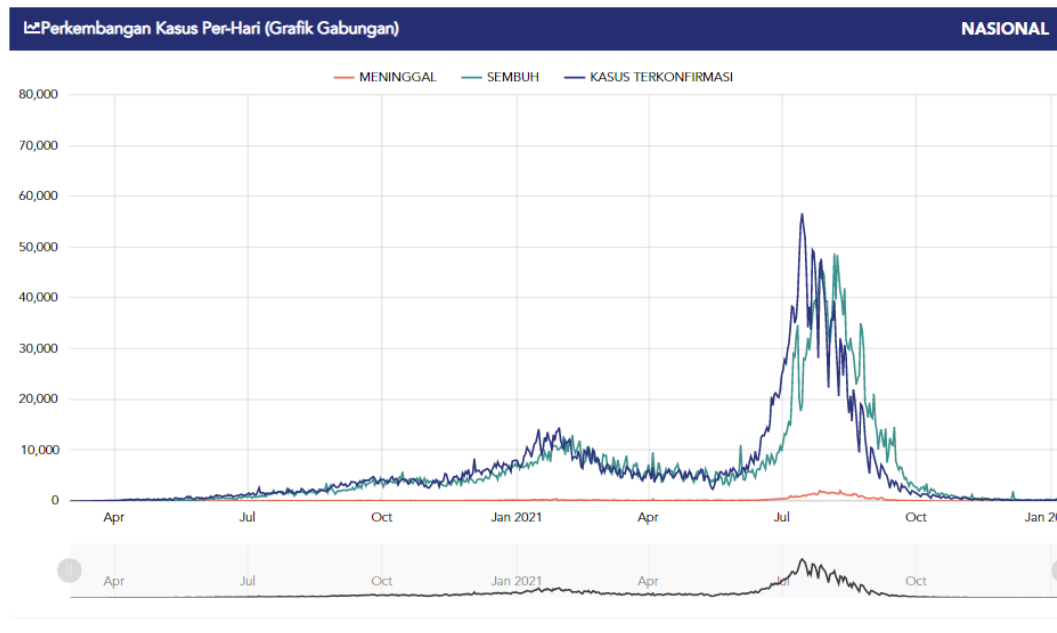
Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

Cara konsumen memperoleh produk pertanian organik menjadi penting untuk mengetahui pola distribusi produk pertanian organik. Dari gambar 1.8 diketahui bahwa cara konsumen mendapatkan produk pertanian organik melalui gabungan antara cara *online* dan langsung hampir mencapai 50%. Berdasarkan gambar tersebut, konsumen paling banyak memperoleh produk organik dengan cara memesan langsung ke petani/produsen lalu diikuti dengan cara berbelanja ke supermarket dan membeli produk organik secara *online*.

Situasi pandemi yang terjadi saat ini secara global di seluruh dunia telah mengakibatkan perubahan besar dalam kehidupan masyarakat dunia. Pandemi dari

virus corona dengan nama lengkap virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) atau yang kita akrab kenal dengan COVID-19 ini pertama kali muncul di “Negeri Tirai Bambu” China khususnya di kota Wuhan pada akhir tahun 2019 tepatnya pada bulan Desember. Berawal dari Wuhan, virus ini selanjutnya menyebar dengan cepat ke seluruh penjuru China hingga ke seluruh dunia akibat tingkat infeksi yang sangat tinggi yang diberikan oleh virus SARS-CoV-2 ini. Penyebaran virus ini terutama pada awal kemunculannya sangat tidak dapat terkontrol. Hal tersebut terjadi karena gejala dari virus ini sangat tidak terduga dan sangat beragam dengan tingkat penularan sangat tinggi yang mengakibatkan virus ini akhirnya menyebar ke seluruh negara di dunia tidak terkecuali Indonesia.

Kasus infeksi virus *severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* (SARS-CoV-2) ini pertama kali dilaporkan di Indonesia pada awal Maret 2020 yang diduga berasal dari dua orang WNI warga Kota Depok yang baru pulang dari luar negeri namun sempat memiliki kontak dengan orang yang sudah lebih dulu terinfeksi COVID-19. Kasus tersebut hanya permulaan dari “menggilanya” penularan virus ini di Indonesia bahkan dalam kurun waktu dua bulan sejak kemunculannya di Indonesia, virus ini sudah menjangkit hampir 292 orang di Indonesia yang terdata dan mengakibatkan kematian bagi 31 orang penderitanya di awal kemunculannya di Indonesia dan seluruh angka tersebut terus bertambah hingga kini.



Gambar 1.9 Kasus COVID-19 di Indonesia Hingga 7 Januari 2021

Sumber : covid19.go.id, 2022

Dari gambar 1.9 dapat dilihat bahwa hingga awal Januari 2022 infeksi virus SARS-CoV-2 di Indonesia mencapai 4.266.195 kasus terkonfirmasi. Grafik peningkatan jumlah infeksi SARS-CoV-2 di Indonesia yang terburuk terjadi pada ketiga tahun 2021 yang selanjutnya berangsur membaik dan membuat Indonesia kini turun ke peringkat 20 negara dengan kasus infeksi Covid-19 terbanyak di dunia berdasarkan data dari *Johns Hopkins University*. Hal tersebut menjadi angin segar bagi Indonesia karena secara tidak langsung menandakan bahwa penanganan Covid-19 di Indonesia sudah mulai membaik dari sebelumnya.

Di awal kemunculannya di Indonesia, Covid-19 menciptakan rasa takut bagi seluruh masyarakat Indonesia termasuk juga pemerintahan. Hal tersebut mengakibatkan pemerintah Indonesia beserta Presiden Joko Widodo memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk menekan laju penularan dan penyebaran Covid-19 di Indonesia. di sejumlah daerah yang perlu untuk memberlakukan PSBB ini mulai dari awal April 2021. Akibatnya, seluruh kegiatan masyarakat menjadi sangat terbatas dan mengakibatkan sejumlah permasalahan dalam perekonomian maupun dalam kehidupan bersosial masyarakat Indonesia. Sangat berkurangnya aktivitas masyarakat dan perputaran

uang yang minim mengakibatkan masalah perekonomian hingga akhirnya perekonomian Indonesia dinyatakan resesi akibat pandemi ini terutama karena banyaknya tenaga kerja yang dirumahkan dan sejumlah sektor industri yang gagal mempertahankan bisnisnya akibat dari pandemi ini.

COVID-19 telah menjadi pandemi global dan tidak jelas berapa lama akan berlangsung. Karena seluruh negara terkunci, kehidupan sosial berkurang secara signifikan di seluruh dunia, dengan efek merugikan pada kegiatan ekonomi (Keppel, 2021). Sejumlah bisnis mengalami masalah terutama karena pembatasan yang ada dan berkurangnya daya beli masyarakat selama pandemi ini. Hanya sebagian kecil industri ataupun bisnis yang dapat tetap menjalankan kegiatannya dengan normal seperti berbagai bisnis dalam bidang pangan untuk mengisi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia. Meskipun bisnis tersebut tetap dapat berjalan, namun daya beli masyarakat yang berkurang mengakibatkan berkurangnya kuantitas bahan pangan yang dibutuhkan. COVID-19 secara langsung memengaruhi kelangsungan bisnis karena operasi bisnis berkurang, rantai pasokan mengering, dan permintaan turun (Keppel, 2021).

Menurut Abeam Consulting (2021) industri ritel, khususnya, sangat terpengaruh sejak pemerintah meminta orang untuk mengkarantina diri mereka sendiri, yang sangat membatasi layanan tatap muka di toko. Gaya hidup kita sebagai konsumen juga dipaksa untuk berubah secara dramatis. Diam di rumah dan tidak pergi ke toko membuat pembelian online tersebar luas di kalangan mereka yang belum pernah menggunakannya. Dan karena perubahan gaya kerja akibat orang-orang yang dipaksa bekerja dari jarak jauh dari rumah, kehidupan melalui saluran online menjadi normal. Teknologi digital yang mendukung gaya hidup online memang sudah populer sejak beberapa waktu lalu, namun penyebarannya semakin cepat eksplosif sejak awal pandemi.

Perubahan proses bisnis seperti pada industri ritel sangat terpengaruh oleh Covid-19. Dalam bisnis ritel yang menangani makanan dan kebutuhan sehari-hari, beberapa contoh tindakan cepat yang dilakukan antara lain penerapan stiker lantai untuk menunjukkan posisi jarak sosial yang tepat bagi pelanggan yang menunggu

di antrean check-out. Tirai vinil juga dipasang di konter kasir, sebagian untuk melindungi karyawan. Selain itu, tindakan seperti desinfeksi kereta belanja dan pengemasan produk individu untuk mencegah infeksi tetesan telah ditambahkan ke rutinitas sehari-hari sebagai tanggapan atas permintaan pelanggan akan keselamatan, yang telah menambah kelelahan karyawan (Abeam Consulting, 2021).

Akibat dari penularan dan penyebaran infeksi Covid-19 yang sulit untuk dikenali maka masyarakat harus menjaga kebersihan dan kesehatan diri masing-masing. Selain mengikuti protokol kesehatan yang dikemukakan oleh pemerintah Indonesia selama pandemi ini yaitu menggunakan masker, mencuci tangan dan menjaga jarak, masyarakat juga harus menjaga daya tahan tubuh mereka dengan menerapkan pola hidup sehat. *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan gaya hidup sehat tidak hanya tentang fisik namun juga tentang kesehatan mental. Untuk menjaga tubuh agar tetap sehat, tentunya berolahraga saja tidak cukup.

Menurut Pusat Studi Pangan dan Gizi Universitas Gajah Mada (2020) pandemi Covid-19 mengakibatkan pola konsumsi masyarakat berubah. Masyarakat Indonesia kini lebih gemar untuk memasak dan makan di rumah dikarenakan adanya himbauan *stay at home*, *social distancing*, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan sejumlah himbauan dari pemerintah lainnya, sehingga muncul *e-commerce* yang diandalkan masyarakat yang artinya pola konsumsi masyarakat kini mengalami perubahan dari ritel dan gerai *offline* ke *online*. Faktor yang membuat masyarakat memilih keputusan belanja adalah ketersediaan produk, fungsi produk & *delivery* (kecepatan dan kenyamanan). Saat ini perubahan pola konsumsi masyarakat yang berubah adalah:

1. *Minimal Human Touch Points*

Transisi atau peralihan pola konsumsi masyarakat menjadi lebih menyukai *home cooking* disebabkan karena konsumen ingin membatasi kontak mereka dengan keramaian. Kondisi tersebut meningkatkan penjualan bahan baku memasak, perlengkapan untuk makan, serta makanan pendamping.

2. *Healthy Eating*

Pengelolaan asupan makanan sehat seperti buah-buahan dan sayuran untuk menjaga daya tahan tubuh.

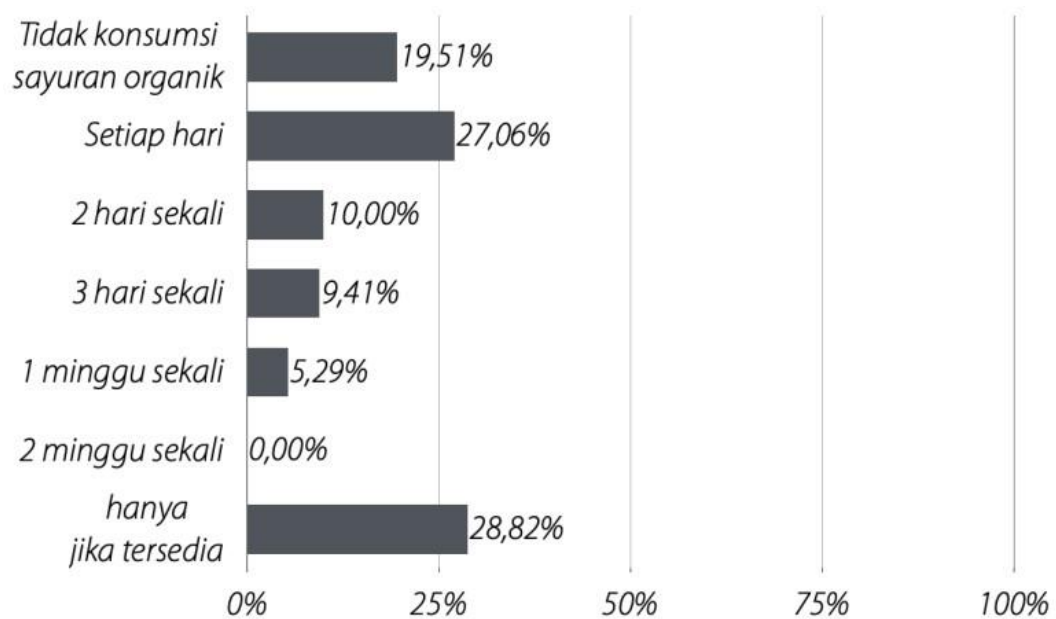
3. *Food Safety*

Kekhawatiran terkait keamanan pangan yang dalam hal ini adalah tingkat kebersihan juga menjadi alasan peralihan pola konsumsi masyarakat ke *home cooking*.

4. Fokus pada Makanan Lokal

Peningkatan kesadaran masyarakat tentang keamanan (kebersihan) pangan serta keinginan untuk makan makanan yang lebih bergizi akan meningkatkan permintaan makanan lokal.

Kini masyarakat Indonesia gencar untuk menerapkan pola hidup sehat dan juga mengkonsumsi makanan yang sehat terutama menjaga asupan gizi dan mengkonsumsi sejumlah bahan makanan yang dapat meningkatkan daya tahan tubuh agar terhindar dari infeksi Covid-19. Demi menjaga kesehatan jasmaninya, masyarakat mengkonsumsi makanan sehat seperti sayuran serta mengkonsumsi sejumlah rempah yang dipercaya dapat meningkatkan daya tahan tubuh.



Gambar 1.10 Frekuensi Konsumsi Produk Pertanian Organik dalam Pandemi Covid-19

Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

Menurut data dari Statistik Pertanian Organik Indonesia sesuai gambar 1.10, selama pandemi Covid-19, banyak masyarakat yang mengalami perubahan konsumsi sayur menjadi mengkonsumsi sayuran setiap hari. Terlihat dalam gambar tersebut bahwa lebih banyak masyarakat yang mengkonsumsi sayur dibandingkan yang tidak mengkonsumsi sayuran meskipun masih banyak masyarakat yang mengkonsumsi sayur jika hanya tersedia saja.

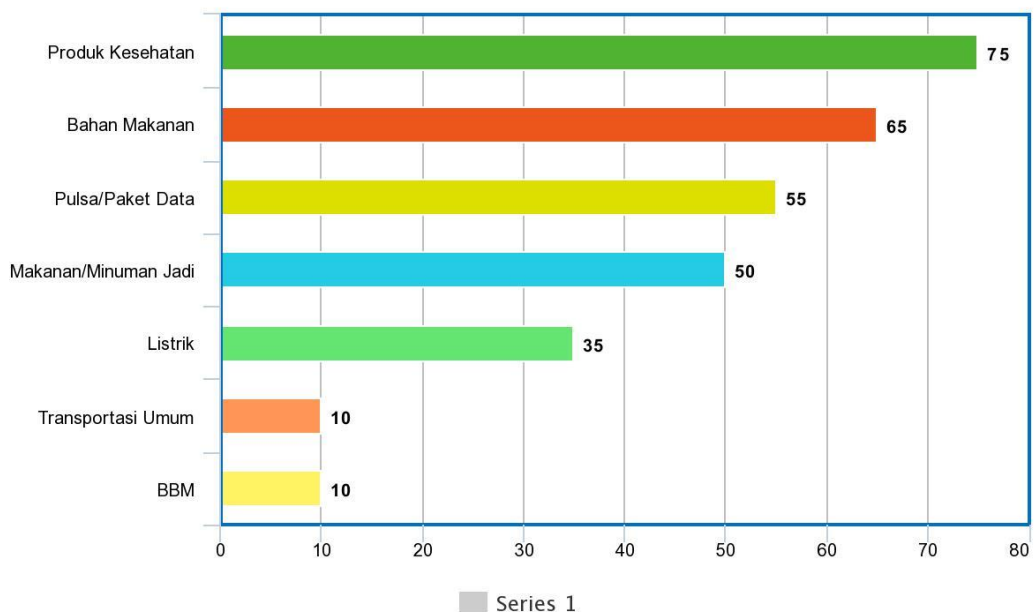
Menurut Syahyuti (2020) peningkatan permintaan terhadap produk pertanian dialami oleh para pelaku usaha sayur organik di Desa Tenjolaya, Kabupaten Bandung dikarenakan permintaan produk pertanian dapat dilakukan dua kali lipat jika dibandingkan dengan sebelumnya. Jumlah produksi sayur terus ditingkatkan, namun belum sanggup mengimbangi permintaan yang mendadak karena proses produksi sayuran membutuhkan waktu berbulan-bulan. Sayuran tersebut kemudian dijual lewat perdagangan eceran serta kebanyakan dikirim ke Jakarta dan ke wilayah Bandung.

Menurut situs Ubersugget dalam Statistik Pertanian Organik Indonesia (2020) juga menunjukkan bahwa terjadi peningkatan permintaan secara signifikan terhadap produk pertanian organik terutama beras dan sayuran pada periode Maret 2020 – Mei 2020 jika dibandingkan dengan bulan Maret 2019 – Januari 2020. Kenaikan ini merupakan akibat dari adanya pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan peningkatan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap konsumsi makanan organik dan sehat dengan tujuan untuk meningkatkan imunitas tubuh.

Peningkatan permintaan tersebut terjadi karena saat ini banyak orang yang memilih pola hidup sehat dengan mengkonsumsi sayuran organik. Pandemi Covid-19 mengubah pola hidup masyarakat untuk mengimplementasikan gaya hidup sehat demi menjaga daya tahan tubuh menghadapi pandemi. Perubahan pola pikir tersebut juga memengaruhi minat masyarakat untuk mencari sumber makanan sehat, seperti sayur dan buah dari pertanian organik yang baik untuk kesehatan.

Untuk daerah Jawa Barat sendiri, menurut Kepala Bidang Penyuluhan Pertanian Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Jawa Barat yaitu Arifin, selama pandemi ini petani-petani yang ada tidak terpengaruh terhadap keberadaan pandemi dimana mereka tetap melakukan kegiatan tani mereka setiap harinya. Selain itu, jumlah petani di Jawa Barat selama pandemi Covid-19 ini pun mengalami peningkatan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi. Menurut Analis Pasar Hasil Pertanian Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Jawa Barat yaitu Tati Mustika Dewi, hal tersebut dikarenakan perekonomian masyarakat yang mengalami penurunan sehingga masyarakat memilih untuk mengkonsumsi sayuran dibandingkan daging karena harga yang lebih terjangkau. Selain itu, kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi makanan yang sehat untuk memenuhi kebutuhan nutrisi agar daya tahan tubuh terjaga selama adanya pandemi juga menjadi salahsatu latar belakang mengapa permintaan sayuran dari masyarakat mengalami peningkatan selama adanya pandemi Covid-19 ini. Maka dari itu selama pandemi Covid-19 ini, usaha-usaha dalam industri pertanian mengalami kemajuan terutama untuk pertanian hortikultura.

Persentase Perubahan Konsumsi Masyarakat dalam Masa Pandemi Covid-19

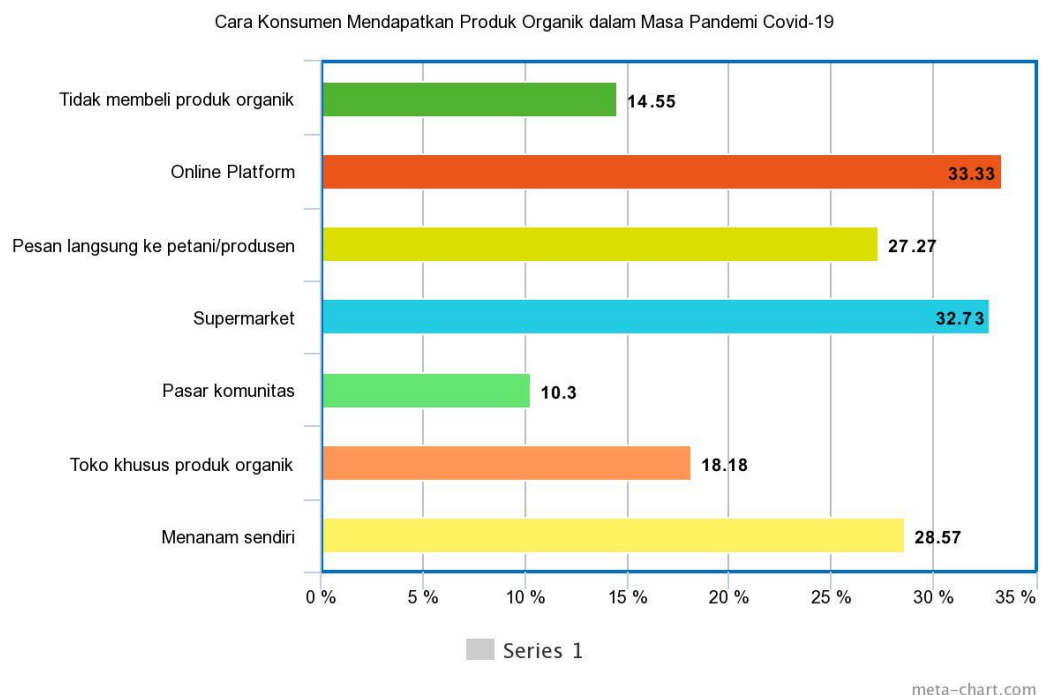


meta-chart.com

Gambar 1.11 Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat dalam Masa Pandemi Covid-19.

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) diatas, terlihat bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan terkait tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk kesehatan dan bahan makanan pada masa pandemi Covid-19. Permintaan pasar akan produk kesehatan naik 75% dan permintaan terhadap bahan makanan memiliki peningkatan sebesar 65% jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19.



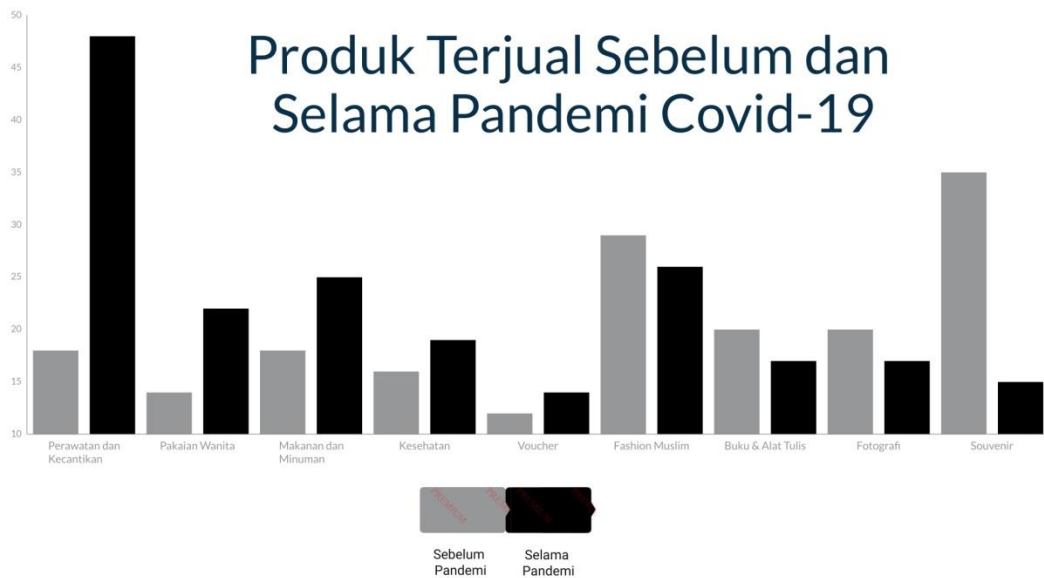
Gambar 1.12 Cara Konsumen Mendapatkan Produk Organik Selama Pandemi Covid-19.

Sumber : Statistik Pertanian Organik Indonesia, 2020

Dari gambar 1.10 terlihat perubahan cara konsumen untuk mendapatkan produk pertanian organik jika dibandingkan dengan gambar 1.8. Terlihat bahwa pada masa pandemi Covid-19, berbelanja dengan menggunakan *online platform* baik menggunakan media sosial maupun menggunakan berbagai platform *e-commerce* merupakan cara yang paling sering dilakukan oleh masyarakat untuk mendapatkan produk pertanian organik yang mereka butuhkan yaitu sebesar

33,33%. Lalu diikuti dengan membeli produk pertanian organik ke supermarket sebesar 32,83%.

Kebijakan yang ditetapkan pemerintah seperti *social distancing*, *stay at home*, serta kebijakan lainnya selama pandemi Covid-19 telah mendorong konsumen untuk meningkatkan penggunaan *online shopping*, penggunaan *social media*, serta *internet telephony*. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya lonjakan penjualan *Business-to-Consumers* (B2C) dan peningkatan *Business-to-Business* (B2B) khususnya untuk penjualan *online* kebutuhan perlengkapan medis, kebutuhan rumah tangga serta produk makanan. *E-commerce* dapat membantu mengurangi permasalahan di masa pandemi Covid-19 yaitu dengan menawarkan layanan data, meningkatkan layanan pengiriman, meningkatkan kapasitas jaringan, dan menghapus biaya transaksi pada pembayaran digital melalui *e-wallet* (Pusat Studi Pangan dan Gizi Universitas Gajah Mada, 2020).

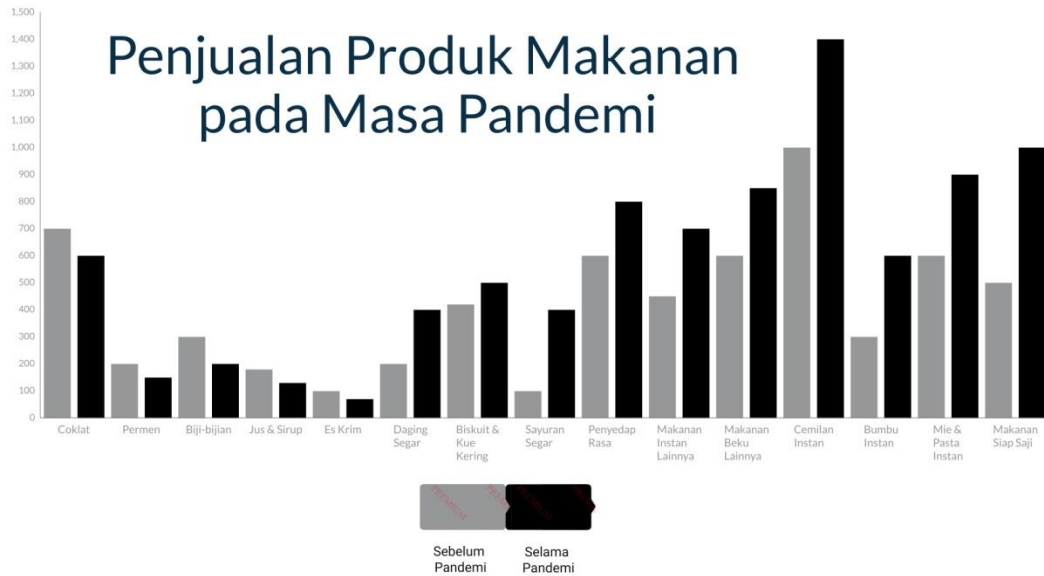


Gambar 1.13 Produk Terjual Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada gambar 1.13 yang didapat melalui analisa *big data* pada *e-commerce*, terlihat peningkatan permintaan dari pasar terhadap produk makanan dan minuman. Hal tersebut

merupakan dampak dari perubahan pola konsumsi masyarakat dalam masa pandemi Covid-19.



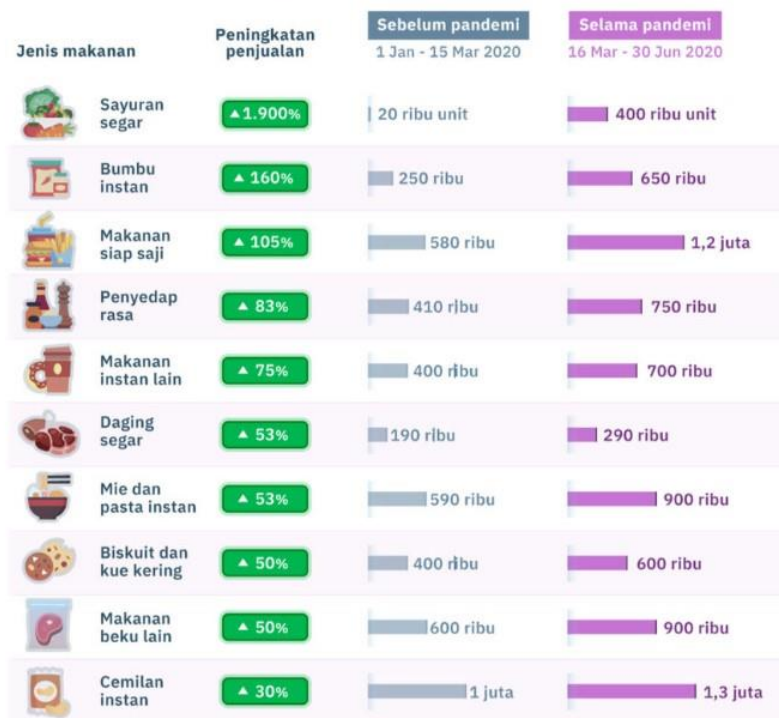
Gambar 1.14 Penjualan Produk Makanan pada Masa Pandemi Covid-19

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 2020

Namun tidak seluruh produk makanan dan minuman mengalami peningkatan penjualan. Berdasarkan gambar 1.14, terdapat sejumlah produk makanan dan minuman yang mengalami penurunan penjualan berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2020). Produk-produk tersebut mengalami penurunan karena masyarakat kini lebih memilih untuk membeli makanan dan minuman penunjang kesehatan dan produk yang digunakan sebagai bahan masakan dirumah karena pola konsumsi masyarakat yang berubah menjadi lebih sering memasak dirumah.

Penjualan makanan yang **naik** di *marketplace*

Sayuran segar mencatat kenaikan penjualan tertinggi selama pandemi, dari 20.000 unit ke 400.000 unit.



* Data selama periode Jan - Jun 2020, diambil dari Publikasi BPS, dengan judul Analisis Big Data di Tengah Masa Adaptasi Kebiasaan Baru.
 Sumber: BPS, 2020 (diolah) Elemen visual: iStock, Flat icons
 Desainer: Ardi, Astari | Analis: Nanang

lokadata

Gambar 1.15 Penjualan Makanan yang Naik di *Marketplace*

Sumber : Lokadata, 2020

Pada gambar diatas terlihat bahwa penjualan sayuran segar selama masa pandemi Covid-19 di *marketplace* mengalami peningkatan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19. Peningkatan penjualan tersebut mencapai angka 1.900% hingga 2.000%. Hal tersebut dikarenakan masyarakat yang mulai sadar untuk mengkonsumsi makanan sehat untuk menjaga daya tahan tubuh agar terhindar dari kontaminasi virus.

Namun berdasarkan hasil wawancara dengan kepala divisi Sangkuriang Farm yaitu Alex Wijaya didapatkan bahwa Sangkuriang Farm sebagai pelaku bisnis dalam industri pangan khususnya dalam bidang pertanian yang seharusnya mendapat penambahan volume penjualan malah mengalami hal sebaliknya. Sangkuriang Farm sebagai perusahaan pemasok sayuran untuk supermarket

mengalami penurunan kuantitas permintaan bahan pangan sayuran dari sejumlah supermarket yang bermitra dengan Sangkuriang Farm. Hal tersebut didukung dengan pendapat CEO Sangkuriang Farm, Rahmaizan Saputra yang mengatakan bahwa penjualan sayuran dari Sangkuriang Farm ke seluruh supermarket konsumennya mengalami penurunan hingga 80% selama masa pandemi Covid-19 terutama saat pandemi Covid-19 sedang berada di puncak penyebarannya. Hal ini menjadi sebuah kejanggalan dimana beralihnya polah hidup masyarakat menjadi pola hidup yang sehat ini tidak seiring dengan peningkatan permintaan produk pertanian kepada Sangkuriang Farm. Hal tersebut tentunya berdampak kepada kinerja perusahaan Sangkuriang Farm terutama jika dibandingkan dengan sebelum adanya pandemi Covid-19. Berkurangnya kuantitas permintaan sayuran terhadap Sangkuriang Farm tentunya mengharuskan Sangkuriang Farm memutar otak untuk menemukan strategi yang terbaik untuk menjalankan bisnisnya di masa pandemi ini.

Setelah melakukan analisa terkait fenomena yang terjadi, maka penelitian ini diangkat dengan judul **“Analisis Strategi Bersaing Sangkuriang Farm Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”**.

1.3 Perumusan Masalah

Pandemi COVID-19 yang saat ini sedang melanda dunia mengakibatkan seluruh industri bisnis mengalami penurunan drastis. Namun, pada industri pertanian terdapat perbedaan dimana perubahan gaya hidup masyarakat menjadi menerapkan pola hidup sehat yang salahsatunya adalah dengan mengkonsumsi makanan sehat seperti sayuran, mengakibatkan volume permintaan akan sayuran naik. Untuk area Jawa Barat sendiri, peningkatan kebutuhan sayuran tersebut pun terjadi dimana saat ini usaha-usaha dalam industri pertanian mengalami kemajuan yang cukup terlihat, dimana permintaan sayuran dari masyarakat meningkat yang diikuti dengan peningkatan jumlah petani yang ada di Jawa Barat. Namun hal sebaliknya dialami Sangkuriang Farm yang seharusnya ikut mengalami kenaikan permintaan dari konsumennya namun saat ini permintaan yang didapat Sangkuriang Farm menurun terutama jika dibandingkan dengan sebelum

terjadinya pandemi. Penurunan permintaan sayuran dari konsumen supermarket Sangkuriang Farm mencapai angka 80% khususnya saat pandemi Covid-19 sedang berada di puncak penyebarannya. Hal tersebut berdampak pada penurunan kinerja perusahaan dimana perusahaan harus kembali menyesuaikan strategi bersaing yang diterapkan untuk disesuaikan dengan kondisi yang terjadi saat ini.

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian tersebut, maka permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi faktor lingkungan internal Sangkuriang Farm selama masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana kondisi faktor lingkungan eksternal Sangkuriang Farm selama masa pandemi Covid-19?
3. Bagaimana usulan strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan Sangkuriang Farm untuk dapat melakukan *respond*, *recovery* dan *renew* strategi perusahaan dalam masa pandemi Covid-19 berdasarkan faktor lingkungan eksternal dan internalnya dengan menggunakan analisis QSPM?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi faktor lingkungan internal Sangkuriang Farm selama masa pandemi Covid-19.
2. Mengetahui kondisi faktor lingkungan eksternal Sangkuriang Farm selama masa pandemi Covid-19.
3. Memperoleh dan mengusulkan strategi bersaing yang sesuai untuk digunakan oleh Sangkuriang Farm untuk dapat melakukan *respond*, *recovery* dan *renew* strategi perusahaan dalam masa pandemi Covid-19 jika dilihat berdasarkan faktor lingkungan eksternal dan lingkungan internal menggunakan analisis QSPM.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan untuk membangkitkan perusahaan akibat pandemi Covid-19.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang dan analisis menyeluruh bagi Sangkuriang Farm yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dalam usahanya untuk merespon, memperbaiki dan memperbaharui strategi bisnisnya untuk meningkatkan kinerja bisnis perusahaan dalam pandemi Covid-19.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori tentang penelitian ini, menggunakan landasan teori dari peneliti yang terdahulu sebagai acuan. untuk menggambarkan masalah-masalah yang ada di penelitian ini dan adanya hipotesis sebagai dugaan awal masalah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi metode apa yang akan digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dan dapat menjawab masalah penelitian. berisi Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel / Situasi Sosial, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi duabagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian.

Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian- penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bagian akhir dari isi sebuah penelitian yang telah dibuat, dimana kesimpulan merupakan pernyataan secara ringkas dan jelas yang dibuat dari keseluruhan isi penelitian. Sedangkan saran sendiri lebih mengarah kepada pendapat yang dikemukakan oleh peneliti.