

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor Pertanian merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Hampir seluruh sektor yang berhubungan dengan bidang ekonomi memiliki keterkaitan dengan sektor pertanian. Kondisi ini terjadi karena Indonesia memiliki kekayaan alam yang melimpah. Selain itu, kondisi tanah dan iklim yang mendukung menjadikan sektor pertanian sebagai aset berharga bagi keberhasilan pengembangan pertanian Indonesia melalui pembangunan. Upaya dalam menciptakan pertanian sebagai sektor yang kuat dan berkembang agar menjadi sektor utama yang menyongsong pembangunan negara harus didukung oleh pengembangan industri pertanian yang kuat, maju, efisien, dan efektif (Latumaresa, 2015). Pada triwulan II tahun 2024, sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan di Indonesia tumbuh sebesar 3,25%. Jika dibandingkan dengan triwulan II tahun sebelumnya, lapangan usaha ini mengalami pertumbuhan sebesar 23,43%. Angka tersebut menegaskan bahwa sektor pertanian kini menjadi sektor yang berkontribusi besar bagi banyak penduduk dan terhadap perekonomian negara yang meningkat setiap tahunnya.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mendorong peningkatan peran sektor pertanian dalam pembangunan ekonomi adalah dengan mengembangkan komoditas unggulan dalam suatu wilayah yaitu pengembangan komoditas unggulan secara terintegrasi dalam sistem agribisnis. Agribisnis adalah kegiatan usaha yang berlandaskan pada sektor pertanian serta mencakup seluruh rantai aktivitas, mulai dari hulu hingga hilir yaitu budidaya, agroindustri, pemasaran hasil serta lembaga penunjang (Arifin & Biba, 2017).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk sektor agribisnis yang memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM dalam sektor agribisnis melakukan berbagai aktivitas ekonomi, seperti produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran produk pertanian. UMKM juga berkontribusi secara signifikan dalam menciptakan nilai tambah dari produk pertanian, mulai dari hulu yaitu produksi bahan baku hingga hilir pengolahan dan pemasaran produk. Berdasarkan penjelasan umum Undang-Undang Nomor 20

Tahun 2008, UMKM adalah bentuk kegiatan ekonomi yang memiliki potensi dalam menciptakan lapangan kerja baru serta menyediakan layanan ekonomi yang menjangkau berbagai lapisan masyarakat. UMKM juga berperan dalam meningkatkan pemerataan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan turut menjaga stabilitas nasional.

Pemasaran produk pertanian dan pengolahan bahan baku pangan saat ini menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung ketahanan pangan serta peningkatan nilai tambah komoditas lokal. Selain memberikan dampak ekonomi yang signifikan, produk pertanian dan olahan pangan juga memenuhi kebutuhan nutrisi masyarakat secara luas. Permintaan terhadap produk olahan pangan yang bergizi, praktis, dan berkualitas tinggi terus meningkat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pola makan sehat dan praktis. Industri pengolahan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi tertinggi dengan pertumbuhan 4,43% pada tahun 2024, meskipun perekonomian global melemah (Kemenperin, 2024). Selain itu, industri pengolahan terus tumbuh meskipun krisis yang terjadi pada tahun 2023. Salah satu subsektor yang memiliki peran besar dalam mendukung sektor ini adalah industri makanan dan minuman. Pada Triwulan-I 2024, industri makanan dan minuman mendominasi struktur Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan non-migas, memberikan kontribusi 39,91%, atau 6,47%, dari total PDB Nasional. Hal ini mengindikasikan bahwa subsektor industri pengolahan makanan dan minuman memiliki peran penting dan masih memiliki potensi untuk berkembang.

Konsumsi bahan pangan di Indonesia pada tahun 2021 hingga 2023 menunjukkan variasi yang signifikan berdasarkan jenis bahan pangan. Merujuk kepada informasi yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia tahun 2024, rata-rata konsumsi daging sapi per kapita meningkat 0,01% per minggu, sedangkan konsumsi daging ayam meningkat hingga 0,16% per minggu, sayuran meningkat 0,08% per minggu dan konsumsi ikan segar meningkat 0,02% pada tahun 2021 hingga 2023. Sejalan dengan semakin banyaknya pelanggan, kebutuhan akan produk pertanian dan produk pangan juga meningkat setiap tahunnya. Data BPS tersebut juga menunjukkan bahwa ada peningkatan konsumsi produk nabati dan hewani seperti daging, ikan, unggas, dan produk unggas lainnya

seiring dengan perubahan pertumbuhan penduduk dan pola konsumsi (Lampiran 1). Informasi ini menggarisbawahi pentingnya perencanaan yang tepat dalam penyediaan dan distribusi pangan guna memenuhi permintaan yang terus meningkat di masa mendatang. Oleh karena itu, hal ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk menyediakan kebutuhan bahan pangan masyarakat. Khususnya usaha di bidang bahan pangan, mulai dari yang menjual bahan segar hingga produk olahan, berkembang pesat di berbagai daerah untuk memenuhi permintaan pasar yang terus bertumbuh.

Berdasarkan konteks usaha penyedia produk pertanian dan bahan pangan yang masih baru, penerapan manajemen strategi menjadi kunci peningkatan kualitas dan daya saing produk di pasar. Strategi merupakan pendekatan yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yang mencakup penentuan fokus, capaian yang diinginkan, serta pengalokasian sumber daya dan kegiatan terhadap produk maupun pasar guna menjawab peluang dan tantangan yang ada, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha adalah bentuk perencanaan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah pusat dan daerah, masyarakat, serta pelaku usaha itu sendiri. Tujuannya adalah untuk mendorong pertumbuhan usaha menjadi lebih besar dan kompetitif melalui dukungan fasilitas, dorongan motivasi, serta peningkatan kreativitas (Fahmi, 2017).

Strategi pengembangan yang tepat sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan usaha pemasaran produk pertanian dan pengolahan bahan baku pangan. Strategi yang efektif mencakup peningkatan pengendalian internal, inovasi produk, dan adaptasi terhadap pasar. Pendekatan terstruktur memungkinkan usaha ini meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, dan memaksimalkan peluang pertumbuhan. Selain itu, strategi pengembangan juga dapat membantu usaha mempertahankan keunggulan dalam persaingan yang semakin ketat. Sebaliknya, tanpa strategi yang tepat, usaha pengolahan bahan pangan akan merasa kesulitan dalam mengelola kinerja mereka dan mengatasi permasalahan yang ada.

Penelitian mengenai strategi pengembangan usaha pemasaran produk pertanian dan pengolahan bahan pangan sangat penting untuk mencari solusi bagi para pemilik usaha dalam menghadapi masalah. Permasalahan yang dihadapi

adalah permasalahan internal dan juga eksternal seperti aspek manajemen, pemasaran, produksi, keuangan serta permasalahan dari luar usaha seperti persaingan dan fluktuasi harga serta ketersediaan pasar. Studi ini memberikan pemahaman tentang memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi tantangan eksternal untuk mempertahankan keberlanjutan dan pertumbuhan organisasi. Penelitian ini secara umum diharapkan mampu berperan dalam mendukung kemajuan subsektor industri pengolahan pangan di Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Segarbox adalah salah satu usaha penyedia produk pertanian dan produk olahan pangan serta kebutuhan dapur di Kota Padang yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti aneka sayuran, ayam, daging sapi, *seafood* dan berbagai macam bumbu serta Makanan Pendamping Air Susu Ibu (MPASI), dengan mendukung konsep gaya hidup praktis dan sehat tanpa harus susah pergi berbelanja ke pasar. Segarbox terletak di Jalan Sisingamangaraja Nomor 42, Kelurahan Gantiang Parak Gadang, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, Sumatera Barat. Segarbox ini didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2022 oleh Ibu Lisa Maidona S.E yang bekerja sebagai pegawai swasta dan termotivasi untuk mendirikan usaha ini berdasarkan pengalaman pribadi yang susah memiliki waktu untuk berbelanja dipasar. Usaha ini memiliki 3 orang karyawan dengan jumlah hari kerja 26 hari. Usaha Segarbox ini memiliki berbagai jenis produk mulai dari sayuran segar, ayam, daging sapi, dan aneka *seafood* yang siap untuk dimasak (*ready to cook*).

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, Segarbox memproduksi produk setiap hari kecuali hari Minggu dengan jam kerja dari pukul 09.00 hingga 18.00 WIB. Segarbox menawarkan berbagai produk yang diolah sendiri, mulai dari bahan mentah hingga produk setengah jadi seperti sayuran, ayam, daging sapi, dan aneka *seafood* yang sudah dibumbui dan siap untuk dimasak. Semua produk yang disediakan oleh Segarbox siap untuk langsung diolah oleh konsumen. Hasil dari produksi ini dipasarkan kepada konsumen terutama ibu rumah tangga yang memiliki pendapatan menengah keatas. Untuk harga produk yang ditawarkan mulai dari Rp18.000 hingga Rp115.000 tergantung berat bersih produknya.

Penentuan kriteria dalam sektor industri dan perdagangan dapat ditinjau dari aspek jumlah tenaga kerja yang terlibat, yaitu sebanyak 3 orang, usaha Segarbox termasuk pada kategori usaha mikro. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yang menyebutkan bahwa usaha mikro adalah usaha dengan omzet maksimal Rp300 juta per tahun. Saat ini, usaha Segarbox memiliki omzet sebesar Rp 240 juta pada periode tahun 2024 (Lampiran 2), sehingga masih berada dalam kategori tersebut. Segarbox memiliki segmen pasar yang luas di Kota Padang, mulai dari ibu rumah tangga hingga kalangan pekerja yang menginginkan kemudahan dalam mendapatkan bahan makanan segar tanpa harus pergi ke pasar (Lampiran 3). Hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan ekonomi dalam usaha penyedia produk pertanian lainnya di Kota Padang, sekaligus mencerminkan peran pentingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin meningkat. Tren pertumbuhan yang kuat di era sekarang, membuat usaha ini berpotensi untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif dalam perekonomian setempat.

Perumusan strategi pengembangan Segarbox perlu didasarkan pada analisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha. Faktor internal yang berkontribusi terhadap keberhasilan usaha pangan meliputi manajemen, produksi, pemasaran, dan keuangan. Sedangkan faktor eksternal juga mempengaruhi keberlangsungan usaha pengolahan pangan. Salah satu faktor utamanya adalah persaingan, fluktuasi harga bahan baku yang dapat berubah-ubah tergantung musim, dan ketersediaan pasar. Hal ini mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Peraturan pemerintah mengenai keamanan pangan, standar kualitas, dan kebijakan perdagangan juga merupakan tantangan yang harus diatasi oleh pemilik usaha untuk menjaga kelancaran operasional.

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, banyak permasalahan yang terjadi pada usaha Segarbox yaitu permasalahan internal seperti aspek manajemen, aspek pemasaran, aspek produksi dan aspek keuangan serta permasalahan eksternal yaitu persaingan dan fluktuasi harga. Berdasarkan hasil survei pendahuluan, salah satu permasalahan di usaha ini adalah hasil penjualan yang belum begitu stabil. Pendapatan usaha Segarbox mengalami fluktuasi seiring dengan nilai penjualan pada tahun 2024 (Lampiran 2). Volume penjualan Segarbox sejak awal berdirinya telah mengalami fluktuasi yang cukup dinamis. Pada awal

operasinya, Segarbox hanya mampu menjual 1 jenis produk per hari, dan penjualannya dilakukan langsung dari rumah. Namun, seiring berjalannya waktu dan semakin berkembangnya bisnis ini, pesanan harian telah meningkat signifikan hingga mencapai 10 jenis produk per hari. Baik produk sayuran segar maupun produk olahan pangan. Meskipun demikian, fluktuasi dalam volume penjualan masih menjadi tantangan yang perlu diatasi untuk menjaga kestabilan dan keberlanjutan usaha. Permintaan pasar yang tidak selalu konsisten dapat berdampak pada kemampuan Segarbox untuk mempertahankan angka penjualan ini.

Permasalahan pada aspek manajemen pada usaha Segarbox ini, yaitu kekurangan tenaga kerja yang memadai untuk memenuhi permintaan konsumen. Keterbatasan jumlah tenaga kerja berdampak negatif pada kapasitas produksi dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas yaitu 3 orang, kondisi kerja mungkin sangat padat, meningkatkan risiko kelelahan dan menurunkan efisiensi. Akibatnya, pesanan pelanggan tidak dapat dipenuhi sepenuhnya, menyebabkan kerugian bagi bisnis dan kehilangan loyalitas pelanggan. Selain itu, pemilik usaha Segarbox juga menyebutkan bahwa usaha tidak dapat melakukan diversifikasi produk dan inovasi karena kekurangan tenaga kerja, yang sangat penting untuk bersaing dalam industri yang semakin kompetitif. Segarbox mungkin kesulitan meningkatkan efisiensi dan beradaptasi dengan permintaan pasar yang dinamis jika tidak ada pekerja yang berpengalaman.

Permasalahan pada aspek pemasaran, yaitu jangkauan pasar yang sempit dan terbatas serta belum tersebar merata di daerah Kota Padang bahkan masih belum banyak melakukan pemasaran keluar dari Kota Padang. Saat ini, produk Segarbox masih belum didistribusikan ke berbagai toko, swalayan, maupun pelaku usaha lainnya di wilayah Kota Padang. Hal ini membuat jangkauan produk Segarbox terbatas dan kurang dikenal di pasar lokal. Minimnya kolaborasi ini juga mengurangi peluang untuk memperluas distribusi, meningkatkan volume penjualan, dan memperkuat posisi usaha di pasar lokal. Pemasaran yang dilakukan oleh usaha Segarbox yaitu secara langsung dan secara *online* menggunakan aplikasi WhatsApp dan Instagram. Namun, pemasaran *online* ini belum dimanfaatkan secara maksimal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Permasalahan lainnya dari aspek produksi adalah dari bahan baku yang mengalami fluktuasi harga seperti sayuran, daging ayam maupun daging sapi dan *seafood* serta kurangnya kemampuan usaha dalam pengelolaan bahan baku, yang memakai bahan baku produk segar seperti sayuran dan daging yang memiliki masa simpan yang relatif singkat. Salah satu tantangan yang dihadapi pemilik untuk memastikan bahwa produk tetap segar hingga ke tangan konsumen dan belum bisa memiliki stok produk yang banyak, karena jika stok tidak dikelola dengan baik dengan menggunakan teknologi, bahan baku bisa rusak, yang nantinya akan mengakibatkan penurunan kualitas produk dan kehilangan pelanggan. Selain itu, pemilik juga sulit untuk memenuhi standar kualitas produk yang konsisten dan mengalami fluktuasi harga bahan baku, terutama sayuran dan bahan dapur bergantung pada musim, dan kondisi cuaca.

Permasalahan selanjutnya terletak pada aspek keuangan yaitu keterbatasan modal yang digunakan para pelaku usaha. Produsen masih menggunakan modal sendiri untuk mengoperasikan usahanya, sehingga pengembangan usaha Segarbox sedikit terhambat karena keterbatasan modal. Produsen merasa kesulitan dalam melakukan peminjaman karena rumit serta panjangnya prosedur proses peminjaman modal untuk melakukan ekspansi bisnis. Selain itu, usaha Segarbox juga belum membuat catatan keuangan sehingga belum bisa memaksimalkan pengelolaan keuangan di usaha Segarbox.

Kemudian permasalahan dari segi pesaing yaitu adanya peningkatan jumlah usaha pengolahan bahan pangan khususnya usaha dengan produk yang serupa dengan usaha Segarbox ini. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Provinsi Sumatera Barat terus menunjukkan tren positif. Salah satu daerah yang mengalami peningkatan signifikan adalah Kota Padang, di mana hingga tahun 2023 telah terdapat sebanyak 47.629 unit usaha mikro yang beroperasi di wilayah tersebut (Lampiran 4). Meningkatnya jumlah UMKM di Kota Padang memberikan peluang bagi para pelaku bisnis untuk senantiasa mengembangkan usahanya agar tetap kompetitif dalam menghadapi tantangan pasar. Kecamatan Padang Timur merupakan salah satu wilayah yang menunjukkan pertumbuhan jumlah UMKM. Mengacu pada data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, tercatat bahwa

jumlah usaha mikro di Kecamatan Padang Utara mengalami peningkatan yang berkelanjutan, dengan total 4.791 unit usaha pada tahun 2023 (Lampiran 5).

Terdapat kurang lebih 25 kompetitor (Lampiran 6) yang bergerak di bidang usaha sejenis dengan Segarbox dan menawarkan keunikan masing-masing. Banyaknya jumlah pelaku usaha dalam bidang ini menyebabkan persaingan menjadi sangat ketat, terutama dalam hal menghadirkan inovasi-inovasi yang mampu menarik minat konsumen. Meningkatnya pesaing tersebut akan berdampak pada penjualan dan keuntungan Segarbox. Selain itu, Segarbox harus segera berubah untuk tetap kompetitif karena pesaingnya dapat melakukan hal-hal baru dalam hal pengemasan, penyimpanan, dan distribusi. Oleh karena itu, Segarbox memerlukan strategi yang tepat untuk mampu bertahan dan bersaing.

Beberapa pokok permasalahan tersebut membuat usaha ini tidak dapat berproduksi sesuai keinginannya. Hal ini dapat menjadi penghambat usaha ini dalam memenuhi permintaan produknya. Segarbox berpeluang untuk dikembangkan karena usahanya bergerak di bidang kebutuhan pokok yang menawarkan produk siap olah yang praktis dan berkualitas, serta memiliki harga yang kompetitif. Selain itu, Segarbox telah memiliki pelanggan tetap dan keunggulan dalam hal kemudahan akses bagi konsumen. Potensi tersebut akan semakin optimal apabila diiringi dengan penerapan strategi pengembangan yang tepat sasaran. Melalui implementasi strategi tersebut, diharapkan usaha dapat meningkatkan pendapatan Segarbox dan mengembangkan usaha ini dimasa mendatang. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian yang berfokus pada strategi pengembangan usaha Segarbox guna merumuskan alternatif dan menentukan strategi yang paling tepat sesuai dengan kondisi aktual usaha. Hal ini bertujuan untuk mendukung keberlanjutan usaha dari berbagai perspektif, baik dari faktor internal maupun eksternal.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan oleh peneliti di lapangan, maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi usaha Segarbox di Kota Padang?
2. Bagaimana merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan usaha Segarbox di Kota Padang?

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha “Segarbox” di Kota Padang”**.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha Segarbox di Kota Padang.
2. Merumuskan dan menetapkan strategi dalam pengembangan usaha Segarbox di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi banyak pihak di antaranya:

1. Bagi Pelaku Usaha
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan yang bermanfaat dalam memilih strategi pengembangan usaha yang tepat bagi pelaku usaha Segarbox.
2. Bagi Akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai strategi pengembangan usaha kecil.
3. Bagi Penulis
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dan menambah pengetahuan mengenai strategi pengembangan serta sebagai penerapan teori-teori yang telah didapat diperkuliahan khususnya mengenai manajemen strategi.