



Penerapan Sistem *Sharing Economy* pada Bisnis Jasa Penyalur Sayuran Hidroponik di Wilayah Surakarta

Irfan Nurdiansah¹, Innaka Rizki Meliana¹, Rezananda Yulian Akbar¹

¹Program Studi Teknik Industri Universitas Sebelas Maret, Jl. Ir. Sutami 36A, Surakarta, 57126

Corresponding author: irfannoerdiansah99@student.uns.ac.id

Abstrak. Potensi pasar hidroponik di wilayah Surakarta dengan 165 hotel, 317 restoran, 23 rumah sakit dan banyak usaha catering dan swalayan menjadikan Surakarta lokasi yang potensial untuk memasarkan sayuran hidroponik di tengah ketimpangan supply dan demand sayuran hidroponik karena pemasok tidak mampu memenuhi demand dari pasar itu sendiri. “posponic” dengan sistem sharing economy dapat menyelesaikan masalah ini dengan mengkoordinasikan pemasok agar mampu memenuhi supply ke pasar. Konsep sharing economy merujuk pada aktivitas mendapatkan, memberi, atau berbagi akses barang dan jasa berbasis peer-to-peer yang dikoordinasikan langsung melalui layanan berbasis komunitas. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menjalankan bisnis ini adalah melakukan survei pasar terkait kondisi pasar, minat beli konsumen, dan rentang harga yang dapat diterima oleh konsumen, pemetaan wilayah pemasok dan pasar, proses produksi, proses distribusi dan proses pemasaran produk.

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi dalam bidang pertanian semakin berkembang, khususnya dalam hal media tanam. Fungsi tanah sebagai media pendukung larutan akar dan penyalur nutrisi nyatanya dapat digantikan dengan media seperti batu kerikil, sabut kelapa, batu apung dan potongan kayu atau busa yang disebut dengan teknik hidroponik [6]. Kemajuan teknologi juga mengubah gaya hidup masyarakat dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi. Hal ini ditandai dengan meningkatnya konsumsi sayuran organik yang salah satunya dapat dihasilkan dari teknik penanaman secara hidroponik.

Begitu pula dengan Kota Surakarta, Kota Surakarta merupakan wilayah otonom dengan status kota madya di wilayah Jawa Tengah dengan penduduk sebanyak 512.226 jiwa [3]. Banyaknya jumlah penduduk di Surakarta berbanding lurus dengan kebutuhan sayuran hidroponik yang ada. Namun, kebutuhan akan sayuran hidroponik ini belum dapat terpenuhi dengan baik padahal terdapat ribuan petani hidroponik mulai dari petani berskala rumahan hingga berskala industri yang tergabung dalam beberapa komunitas di Kota Surakarta yang mampu memenuhi permintaan akan sayuran hidroponik ini sendiri. Hal ini disebabkan karena para petani hidroponik berskala rumahan hanya menjadikan sayuran hidroponik sebagai konsumsi pribadi mereka. Keterbatasan akses yang menghubungkan petani rumahan dengan pasar, menyebabkan mereka tidak dapat memasarkan hasil panen mereka. Sehingga pada kenyataannya kebutuhan sayuran hidroponik di Kota Surakarta ini seharusnya dapat terpenuhi jika petani hidroponik rumahan dapat ikut andil dalam pemenuhan kebutuhan sayuran hidroponik di pasaran.

Dewasa ini model bisnis *sharing economy* sedang banyak diminati kaum milenial. *Sharing economy* sebenarnya bukan hal baru, namun karena berkembangnya akses internet dan kemajuan teknologi membuat model bisnis ini semakin dikenal luas sebagai solusi permasalahan yang efektif bagi pebisnis yang tidak memiliki sumber daya namun memiliki ide bisnis yang layak untuk diterapkan. Konsep *sharing economy* merujuk pada aktivitas mendapatkan, memberi, atau berbagi akses barang dan jasa berbasis *peer-to-peer* yang dikoordinasikan langsung melalui layanan berbasis komunitas [4]. Untuk itu, melihat peluang yang ada “posponic” hadir untuk menyelesaikan masalah *supply* sayuran hidroponik di wilayah Surakarta dengan menghimpun pasokan sayuran hidroponik rumahan dan menyalurkannya pada pasar yang tepat.

2. Metode Pelaksanaan

2.1 Persiapan dan Survei Pasar

Tahap persiapan dan survei pasar diawali dengan mengetahui kondisi pasar, minat beli konsumen, dan harga yang dapat diterima oleh konsumen. Dari data survei ini, mitra dan konsumen akan dipetakan menjadi beberapa kelompok wilayah tertentu sehingga waktu dan biaya operasi menjadi lebih efektif dan efisien.

2.2 Metode Produksi

Pada tahap ini dilakukan pengemasan pada hasil panen hidroponik untuk menambah nilai jual serta untuk melindungi produk. Sebelum produk dikemas, hasil panen yang diambil dari petani-petani rumahan hidroponik serta mitra dagang di sekitar Solo Raya tersebut akan di cek terlebih dahulu apakah produk layak untuk didistribusikan atau tidak. Proses pengemasan dilakukan dengan menggunakan keranjang sayur yang diberi lubang dan label / logo untuk memberikan ciri khas dari produk kami.

2.3 Metode Pengiriman

Proses pengiriman dilakukan dengan metode *batch*. Metode ini diterapkan untuk mencapai angka *break even point* yakni dengan penjualan minimal 2 kg/*batch*. Pengambilan hasil panen dilakukan pada beberapa mitra petani di satu kawasan wilayah yang saling berdekatan. Hal ini ditujukan agar biaya perjalanan dapat lebih murah.

2.4 Metode Pemasaran

Pemasaran dilakukan sesuai dengan target pasar yang sudah ditentukan sebelumnya. Pencarian konsumen dilakukan dengan cara memberikan penawaran kepada pihak hotel, restoran, swalayan, dan juga pebisnis catering terlebih dahulu agar menjadi pelanggan tetap. Selain itu pemasaran juga dilakukan menggunakan media sosial. Penggunaan media sosial ini diharapkan bisa meningkatkan penjualan diluar target pasar utama.

2.5 Evaluasi

Tahap terakhir dalam bisnis ini adalah evaluasi. Pada tahap ini dilakukan evaluasi total baik berupa pengeluaran dan pemasukan, strategi pemasaran, modal, serta terhadap mitra kerja. Evaluasi ini dilakukan untuk mengetahui kekurangan dalam bisnis ini. Hasil evaluasi ini kemudian menjadi dasar untuk pengembangan bisnis selanjutnya.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Gambaran Usaha

“posponic” atau posko hidroponik yang merupakan tempat penghimpun hasil panen tanaman hidroponik dari petani-petani rumahan yang berada di wilayah Kota Surakarta. Hasil panen tersebut nantinya akan dijadikan sumber pasokan utama yang akan disalurkan kepada konsumen dalam jumlah besar. Sebelum disalurkan kepada konsumen, “posponic” akan melakukan *quality control*, pengemasan dan pemberian merk dagang terhadap hasil panen sayuran hidroponik agar produk tetap dalam keadaan baik sampai ke tangan konsumen dan hal ini pula yang menjadi salah satu *competitive advantage* dari usaha ini.

“posponic” menggunakan metode bisnis *sharing economy* dimana “posponic” akan menjadi perantara antara mitra (petani rumahan) dengan pasar. *Sharing economy* merupakan kegiatan kolaboratif yang memungkinkan para pihak dalam suatu komunitas yang terkoordinasi untuk memperoleh, memberikan, ataupun berbagi akses antara pihak satu dengan pihak lain yang dapat mendatangkan manfaat ekonomi. Mitra tidak harus memiliki lahan yang besar, mitra yang mulanya hanya menjadikan hidroponik sebagai hobi dapat dijadikan bisnis mereka, mitra tidak harus menghabiskan waktu mencari pasar mereka, dan mitra akan memiliki waktu luang lebih banyak karena distribusi produk akan dilakukan oleh “posponic”.

3.2 Analisis Pasar

Kota Surakarta merupakan kota besar yang sering dikunjungi wisatawan dan menjadi tempat pelajar untuk melanjutkan masa studinya. Banyak kalangan terpelajar dan wisatawan yang mulai sadar akan manfaat mengonsumsi makanan organik. Kota Surakarta memiliki 165 hotel dengan 52

diantaranya hotel berbintang, 317 restoran, 23 rumah sakit, dan terdapat banyak usaha catering sehat dan swalayan (Badan Pusat Statistik, 2018). Oleh karena itu, Kota Surakarta menjadi tempat yang strategis untuk memasarkan hasil panen hidroponik.

3.3 Analisis Pesaing

Pebisnis hidroponik yang ada berupa pesaing langsung seperti komunitas karang taruna di Boyolali yang melakukan budidaya hidroponik dan memasarkan hasil panenanya melalui media sosial @hidroponik_boyolali dengan harga yang relatif murah namun mereka hanya memiliki instalasi sebesar 1 x 3 meter, artinya hasil panen yang dihasilkan belum mampu memenuhi permintaan pasar dalam kapasitas yang besar. Mereka hanya melakukan penjualan dalam skala kecil untuk keperluan rumah tangga. Komunitas lain yang ada adalah komunitas HIAS (Hidroponik Area Solo) yang berisi petani kecil hidroponik di area Surakarta. Mereka melakukan penjualan dalam skala kecil karena fokus dari komunitas ini adalah melakukan penyuluhan mengenai pembibitan, budidaya hidroponik dan penjualan peralatan hidroponik. Berdasarkan data yang didapatkan pesaing bisnis hidroponik merupakan petani-petani kecil yang memasarkan produknya dalam skala kecil.

4. Kesimpulan

Potensi wilayah Surakarta sebagai pasar hidroponik menjadikan bisnis jasa penyalur sayuran hidroponik sangat layak dijalankan. Penerapan sistem sharing economy mengurangi biaya yang sangat signifikan untuk memulai bisnis sayuran hidroponik. posponic menerapkan sistem sharing economy dengan mengkolaborasikan potensi masyarakat Surakarta dalam bercocok tanam sayuran hidroponik berskala rumahan untuk disalurkan ke pasar yang membutuhkan sayuran hidroponik. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menjalankan bisnis ini adalah melakukan survei pasar terkait kondisi pasar, minat beli konsumen, dan rentang harga yang dapat diterima oleh konsumen. Produksi “posponic” merupakan proses pengemasan yang sebelumnya telah dilakukan quality control terhadap sayuran hidroponik. Distribusi dilakukan dengan metode batch dengan mengambil dan mengirim sayuran hidroponik ke wilayah hasil pemetaan. Pemasaran dilakukan melalui media cetak maupun media online. Hasil analisis pasar dan pesaing menunjukkan potensi dan keunggulan bagi posponic untuk bersaing di pasar sayuran hidroponik di wilayah Surakarta.

5. Referensi

- [1] Aliansi Organik Pertanian. 2017. *Statistik Pertanian Organik Indonesia 2016*. Bogor: AOI
- [2] Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2016. *Kota Surakarta Dalam Angka*. Surakarta: BPS Kota Surakarta. ISSN: 0215-6164
- [3] Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. 2018. <https://surakartakota.bps.go.id/statictable/2019/11/25/109/banyaknya-hotel-dan-jumlah-kamar-menurut-klasifikasi-di-kota-surakarta-tahun-2018.html>. Diakses pada 10 Desember 2019.
- [4] Hamari, J., Sjöklint, M. dan Ukkonen, A. 2015. The Sharing economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*.
- [5] Komunitas Hidroponik Soloraya. 2019. <https://www.facebook.com/groups/352379282359939/>. Diakses pada 19 September 2019.
- [6] Roidah, Ida Syamsu. 2014. PEMANFAATAN LAHAN DENGAN MENGGUNAKAN SISTEM HIDROPONIK. *Jurnal Universitas Tulungagung Bonorowo*. 2 (2). ISSN: 2339-0352.