

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

Berdasarkan hasil riset yang penulis lakukan dengan wawancara langsung, penulis memperoleh data mengenai penjualan produk sayuran hidroponik pada masa pandemi Covid-19 dan kendala nya di Fatih Hidroponik Banjarmasin dari pemilik bisnis selaku narasumber.

Nama	: Hafiz Ramadhani, S.kom
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Umur	: 33 Tahun
Jabatan	: Pemilik
Pendidikan Terakhir	: S1 Ilmu Komputer
Alamat	: Jl. Meranti 3 Komp. Madinah Jalur Madinah 3 No. 23D.

#### **1. Profil Fatih Hidroponik Banjarmasin**

Fatih Hidroponik Banjarmasin merupakan perusahaan agribisnis yang bergerak di bidang produksi sayuran segar. Fatih Hidroponik Banjarmasin didirikan pada 15 oktober 2014 di Banjarmasin. Ide awal berdirinya Fatih Hidroponik Banjarmasin merupakan perpindahan pertanian organik ke hidroponik, karna dulu mengalami banyak kendala membuat berfikir untuk pindah ke pertanian modern yang lebih cepat

maju, ide ini mulai oleh seorang ibu rumah tangga yang bernama Muslika lulusan SMA.

Fatih Hidroponik ini merupakan suatu usaha bisnis budidaya tanaman hidroponik milik Bapak Hafiz Ramadhani, S.kom yang bertempat di Banjarmasin yang menjual berbagai produk sayuran hidroponik. Sayuran yang dihasilkan dengan metode hidroponik ini menghasilkan sayuran yang relatif lebih segar, sehat, bebas akan pestisida dan zat-zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan tubuh. Fatih Hidroponik ini juga merupakan supplier sayuran jenis selada untuk rumah makan atau kedai-kedai kebab.

Pada saat bulan Ramadhan banyak rumah makan dan kedai kebab yang berminat sehingga penjualan sayur hidroponik meningkat. Dalam mengkonsumsi barang kita dilarang dalam mengkonsumsi yang tidak halal, mengkonsumsi yang bersih dan bebas dari najis. Hal ini juga berkaitan dengan prinsip dasar ekonomi islam untuk konsumen yaitu; prinsip kebenaran, kebersihan, kesederhanaan, kemaslahatan, dan moralitas. Sehingga membuat penjualan produk sayuran hidroponik di Fatih Hidroponik meningkat dikarenakan konsumen lebih memilih produk yang berkualitas dan bersih.

Fatih Hidroponik Banjarmasin di mulai dengan menanam sebanyak 5000 titik tanam, hal ini di karenakan Fatih Hidroponik Banjarmasin sudah mempunyai pangsa pasar sebagai lanjutan dari

sayuran organik. Dan saat ini sudah berkembang hingga menjadi 20.000 titik tanam yang di gunakan untuk memproduksi sayuran.

Pangsa pasar Fatih Hidroponik Banjarmasin saat ini yaitu supermarket, e-Commerce sekitar Banjarmasin, restoran, rumah makan hingga masyarakat sekitar. Adapun strategi pemasaran yang diterapkan oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin saat ini adalah melakukan packing pasca panen kemudian menyuplay stok sayuran yang ada pada supermrket seperti PT. Hero, Tbk Banjarmasin dan Hypermart Banjarmasin dan Banjarbaru dengan berbagai macam varian sayuran. Penyuplayan dilakukan 2 hari sekali.

Adapun kendala yang di hadapi oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin dalam melakukan pemasaran selama ini adalah ketika stok sayuran masih banyak dan sayuran yang berada di kebun sudah tiba waktu panen maka akan mengganggu sirkulasi produksi selanjutnya hal ini terjadi dikarenakan tidak adanya distributor sayuran yang siap membeli putus, agar jadwal tanam dan sirkulasi produksi sayuran terjaga.

## **2. Visi dan Misi Fatih Hidroponik Banjarmasin**

Dalam menjalankan usahanya Fatih Hidroponik Banjarmasin memiliki visi yaitu:

Untuk mewujudkan usaha pertanian yang berkembang dan berorientasi pada sosial interpreneurship dalam mengembangkan dan membangun usaha di bidang pertanian dengan kualitas terbaik.

Misi:

- a. Menciptakan sayuran sehat
- b. Memperkenalkan masyarakat terkait sayuran hidroponik
- c. Memperluas jaringan pemasaran sayuran hidroponik
- d. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi warga di sekitar

### 3. Produk Hidroponik pada Fatih Hidroponik Banjarmasin

Jumlah sayur yang diproduksi perusahaan memiliki berbagai macam variasi seperti kangkung ,bayam merah, bayam hijau, Pak Choy, Slada Pandan, Selada Kriting, Kale, Kailan, Daun Mint, Sawi Neybay dan Sawi Kriting.

Selain memproduksi sayuran, dahulu Fatih Hidroponik Banjarmasin juga membuat modul atau tempat untuk budidaya sayuran hidroponik untuk di jual kepada orang-orang yang mau membudidaya sendiri. Namun untuk saat ini sudah tidak lagi dikarenakan teknis pembuatan modul sudah tidak bekerja di Fatih Hidroponik Banjarmasin. Berikut daftar produk pada Fatih Hidroponik Banjarmasin:

**Tabel 4.1**  
**Daftar Harga Sayuran**  
**Fatih Hidroponik Banjarmasin**  
**Tahun 2021**

No.	Produk	Volume	Harga
1	Nay Bay	1 pcs	Rp10.000
2	Kailan	1 pcs	Rp10.000
3	Selada Pandan	1 pcs	Rp10.000
4	Pak Choy	1 pcs	Rp10.000
5	Sawi Keriting	1 pcs	Rp10.000
6	Kale	1 pcs	Rp9.000
7	Sawi Manis	1 pcs	Rp8.000

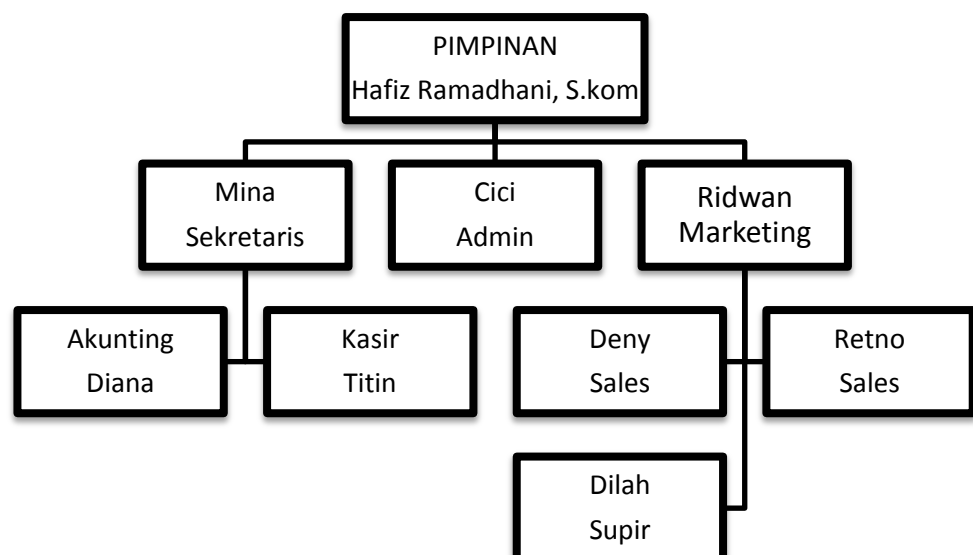
8	Bayam Merah	1 pcs	Rp6.000
9	Bayam Hijau	1 pcs	Rp6.000
10	Selada Keriting	1 pcs	Rp6.000
11	Kangkung	1 pcs	Rp5.000

Sumber: Fatih Hidroponik Banjarmasin (2021)

#### 4. Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan Fatih Hidroponik Banjarmasin

Organisasi adalah kesatuan sosial yang dikoordinasikan secara sadar, dengan sebuah batasan yang relative dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar yang relative terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau sekelompok tujuan.

Adapun struktur organisasi Fatih Hidroponik Banjarmasin dapat dilihat dari bagan sebagai berikut :



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fatih Hidroponik Banjarmasin**  
**Sumber: Fatih Hidroponik Banjarmasin (2021)**

## **B. Analisis Data**

### **1. Analisis Penjualan Produk Sayuran Hidroponik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banjarmasin pada Fatih Hidroponik Banjarmasin**

#### **a. Kondisi dan kemampuan penjual**

Fatih Hidroponik Banjarmasin sebelum pandemi Covid 19 menyediakan hanya 5 jenis sayuran saja seperti pak choy, sawi keriting, bayam, selada dan kangkung saja, namun setelah pandemi Fatih Hidroponik Banjarmasin memperbanyak jenis sayuran yang dijual hingga menjadi 11 jenis sayuran yang terdiri dari kangkung, bayam merah, bayam hijau, Pak Choy, Slada Pandan, Selada Kriting, Kale, Kailan, Sawi, Ney bay dan Sawi Kriting.

Menurut informasi dari pemilik Fatih hidroponik Banjarmasin, dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin masih terlalu tinggi dibandingkan dari petani sayur Hidroponik di daerah lain di Banjarmasin, sehingga harga jual sayur sebaiknya diturunkan sesuai dengan keadaan pandemi sekarang mengingat banyak masyarakat yang memulai usaha baru dari nol.

Untuk pelayanan yang diberikan oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin dapat disimpulkan bahwa pelayanan sudah sangat baik, namun para pegawai Fatih Hidroponik Banjarmasin masih belum mengusai manfaat dari jenis sayuran yang dijual karena

sebagian pembeli khususnya konsumen biasanya menanyakan manfaat dari sayuran yang akan dikonsumsi. Adanya kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi sayur segar dan sehat merupakan salah satu peluang. Yang mana sayuran segar dan sehat ini diproduksi dari hidroponik yang bebas pestisida.

Transaksi jual beli merupakan pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat mencapai sasaran penjualan yang diharapkan (Tjiptono, 2019, hal. 43).

b. Kondisi Pasar

Sudah memulai produksi hidroponik sejak 2014 dan sudah melatih para pekerja diberbagai kesempatan pelatihan hidroponik. Sebagai bentuk implementasi pengalamannya, menyediakan pelatihan hidroponik bagi siapa yang berminat, baik personal maupun pergrup. Hal ini menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk dapat mengembangkan berbagai variasi sayuran segar hidroponik.

Hasil dari wawancara dapat disimpulkan bahwa segmen pasar Fatih Hidroponik Banjarmasin menasar pada swalayan, restoran dan rumah makan serta masyarakat sekitar, namun pemasaran tersebut masih belum cukup luas karena Fatih

Hidroponik Banjarmasin hanya memasarkan kepada masyarakat sekitar tempat jualan saja tidak ke daerah lain atau ke lingkup wilayah yang jauh lebih besar.

Daya beli masyarakat juga selama pandemi meningkat disebabkan tingginya antusias masyarakat untuk mengkonsumsi makanan sehat selama pandemi, namun keinginan masyarakat untuk terus membeli dengan frekuensi yang jauh lebih banyak masih belum bisa dipenuhi oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin disebabkan terbatasnya lahan pertanian dan modal usaha dari Fatih Hidroponik Banjarmasin.

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan. Adapun Jenis dan faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah pasarnya, apakah pasar konsumen, pasar penjual, pasar industri, pasar pemerintah /pasar internasional (Tjiptono, 2019, hal. 43). Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini



hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan.

Beragam isu mengenai pentingnya mengonsumsi sayuran sehat dan higienis merefleksikan masyarakat agar mengonsumsi sayur segar dan buah yang bebas pestisida dan higienis. Hal ini ditunjukkan semakin besarnya kemauan masyarakat untuk mengonsumsi sayur bebas pestisida dan peluang untuk mengembangkan produksi sayur hidroponik.

c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual itu belum dikenal oleh pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dahulu atau membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya saran serta usaha tersebut seperti alat transportasi. Tempat peraga baik diluar maupun didalam perusahaan. Usaha promosi dan sebagainya semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan oleh perusahaan. Fatih Hidroponik Banjarmasin memiliki lahan pertanian yang terbatas dan kurangnya modal usaha dari Fatih Hidroponik Banjarmasin.

Pada perusahaan besar biasanya masalah penjualan ditangani oleh bagian penjualan yang dipegang oleh orang-orang

tertentu/ ahli dibidang penjualan lain halnya dengan perusahaan kecil masalah-masalah penjualan ditangani oleh orang-orang yang juga melakukan fungsi lain. Hal ini disebabkan oleh tenaga kerjanya yang lebih sedikit. Sistem organisasi juga lebih sederhana masalah-masalah yang dihadapinya juga tidak sekompleks perusahaan besar biasanya masalah perusahaan ini ditangani oleh perusahaan dan tidak diberikan kepada orang lain (Tjiptono, 2019, hal. 43).

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Pasar sebagai lokasi transaksi barang dengan pelanggan bagi pelaku hidroponik merupakan suatu keterbatasan. Dikarenakan sayuran hidroponik memiliki kelas pasar menengah keatas dan sayuran hidroponik diperjual belikan di swalayan dan supermarket. Secara produksi yang diinginkan oleh produsen ialah memproduksi sayuran yang sehat, segar dan bebas pestisida kimia. Hal ini didukung oleh adanya greenhouse untuk melindungi hama dan penyakit tanaman. Sehingga pestisida tidak dibutuhkan lagi untuk mengendalikan hama dan penyakit tanaman. Selama pandemi Covid 19 Fatih Hidroponik Banjarmasin memiliki lahan pertanian dan toko yang terlalu kecil bila dibandingkan dengan meningkatnya permintaan pasar terhadap sayuran hidroponik.

e. Faktor lain

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, media online merupakan alat yang paling efektif dalam mengembangkan usaha. Hal ini dibuktikan dengan kurangnya kegiatan penggunaan media online seperti media sosial dan media pemberitaan online lainnya. Seperti medsos basis facebook dan instagram banyak dilakukan para pelaku usaha untuk melapakkan produknya.

Faktor-faktor yang sering mempengaruhi penjualan yaitu periklanan, peragaan, kampanye, dan pemberian hadiah. Namun untuk melaksanakannya diperlukan dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang memiliki modal yang kuat kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan sebaliknya perusahaan kecil jarang melakukan karena memiliki modal sedikit (Swastha, 2008, hal. 45).

Hasil wawancara dengan pemilik Fatih hidroponik Banjarmasin dapat disimpulkan bahwa selama pandemi Covid 19 pemerintah turut serta dalam rangka membantu masyarakat agar mengkonsumsi makanan sehat seperti melalui media sosial dan televisi sehingga antusias masyarakat untuk mengkonsumsi makanan sehat guna menjaga kesehatan tubuh meningkat.

## **2. Kendala dalam Penjualan Produk Sayuran Hidroponik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Banjarmasin pada Fatih Hidroponik Banjarmasin**

Setiap aktivitas bisnis yang dilakukan pasti ada saja kendalanya, termasuk juga salah satunya aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran produk atau jasa. Kendala yang dihadapi Fatih Hidroponik Banjarmasin di bidang pemasaran bermacam-macam, mulai dari promosi, People (Partisipan) dan tantangan teknologi.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik Fatih Hidroponik Banjarmasin mengenai kendala penjualan produk sayuran hidroponik pada masa pandemi covid-19 di Fatih Hidroponik Banjarmasin adalah sebagai berikut:

### **a. Kendala Internal**

Faktor internal merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kekuatan dan kelemahan. Kendala internal dalam penjualan menurut hasil wawancara dengan pemilik adalah Fatih Hidroponik Banjarmasin melakukan penjualan, yang mana penjualannya dilakukan oleh pemilik usaha sendiri, sedangkan jasa karyawan hanya untuk penanaman, perawatan dan pemanenan. Dan sebaiknya mempunyai karyawan penyedia jasa layanan dalam bidang penjualan agar jaringan pemasaran terbuka lebih luas.

### **b. Kendala Eksternal**

Faktor eksternal dalam hal ini mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman yang mempengaruhi penjualan produk sayuran hidroponik milik Fatih Hidroponik Banjarmasin.

1) Peluang Pasar

Peluang pasar terhadap produk sayuran hidroponik ini sangat luas dikarenakan merupakan salah satu kebutuhan pokok yang pasti dikonsumsi oleh manusia sebagai konsumen. Dan hal ini keinginan masyarakat untuk terus membeli dengan frekuensi yang jauh lebih banyak masih belum bisa dipenuhi oleh Fatih Hidroponik Banjarmasin disebabkan terbatasnya lahan pertanian dan modal usaha dari Fatih Hidroponik Banjarmasin.

2) Target konsumen

Target Fatih Hidroponik masih belum cukup luas karena Fatih Hidroponik Banjarmasin hanya memasarkan kepada masyarakat sekitar tempat jualan saja tidak ke daerah lain atau ke lingkup wilayah yang jauh lebih besar. Fatih Hidroponik Banjarmasin masih kurang melakukan promosi terhadap swalayan, pasar, restoran dan masyarakat sekitar yang ada di kota Banjarmasin, maka dari itu Fatih Hidroponik Banjarmasin harus meningkatkan promosi kepada swalayan yang ada di kota Banjarmasin, dan sebaiknya melakukan promosi melalui media sosial.

### 3) Pemasaran

Untuk pemasaran Fatih Hidroponik Banjarmasin masih secara manual dan tidak memanfaatkan teknologi. Seharusnya di zaman teknologi ini selaku pengusaha seharusnya memanfaatkan teknologi yang ada. Fatih Hidroponik Banjarmasin telah melakukan pemasaran secara langsung seperti mulut ke mulut, ke swalayan, pasar, restoran dan masyarakat sekitar yang ada di Banjarmasin.

### 4) Harga

Harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Harga yang diterima petani merupakan harga yang diperoleh dari pendistribusian sayuran hidroponik di pasar. Hasil penelitian terhadap pemilik Fatih Hidroponik Banjarmasin mengatakan harga naik 30%. Harga suplai Rp 5000 jadi Rp 6500 naik 30%.

### 5) Tenaga Kerja

Saat ini Fatih Hidroponik Banjarmasin melakukan penjualan, yang mana penjualannya dilakukan oleh pemilik usaha sendiri, sedangkan jasa karyawan hanya untuk penanaman, perawatan dan pemanenan. Dan sebaiknya mempunyai karyawan

penyedia jasa layanan dalam bidang penjualan agar jaringan pemasaran terbuka lebih luas.