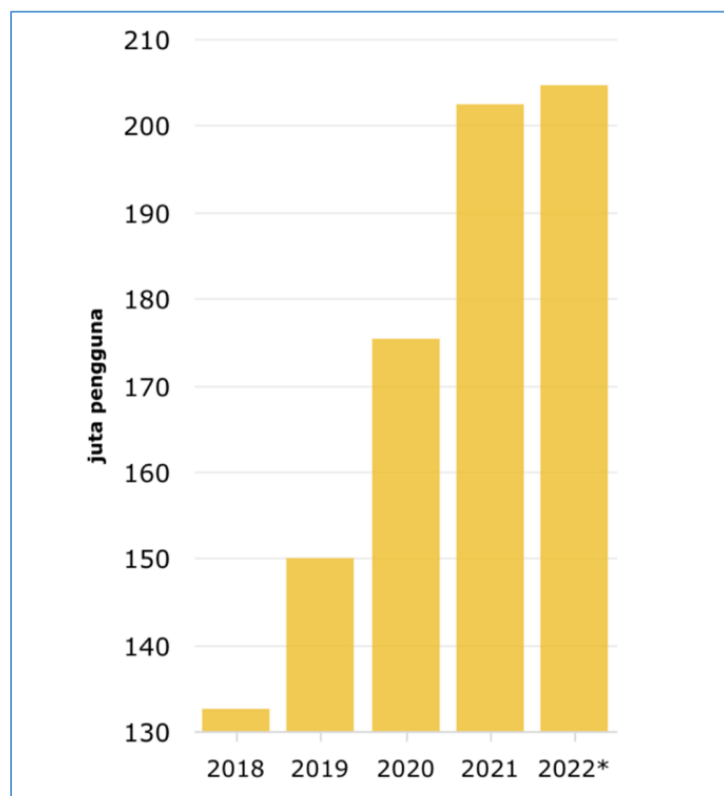


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan penggunaan internet di Indonesia naik secara signifikan yang disebabkan oleh adanya penyebaran wabah virus corona yang membuat pemerintah mengeluarkan kebijakan pembatasan aktivitas diluar rumah seperti *work from home*. Hal ini membuat sebagian besar aktivitas orang-orang jadi dilakukan secara daring.

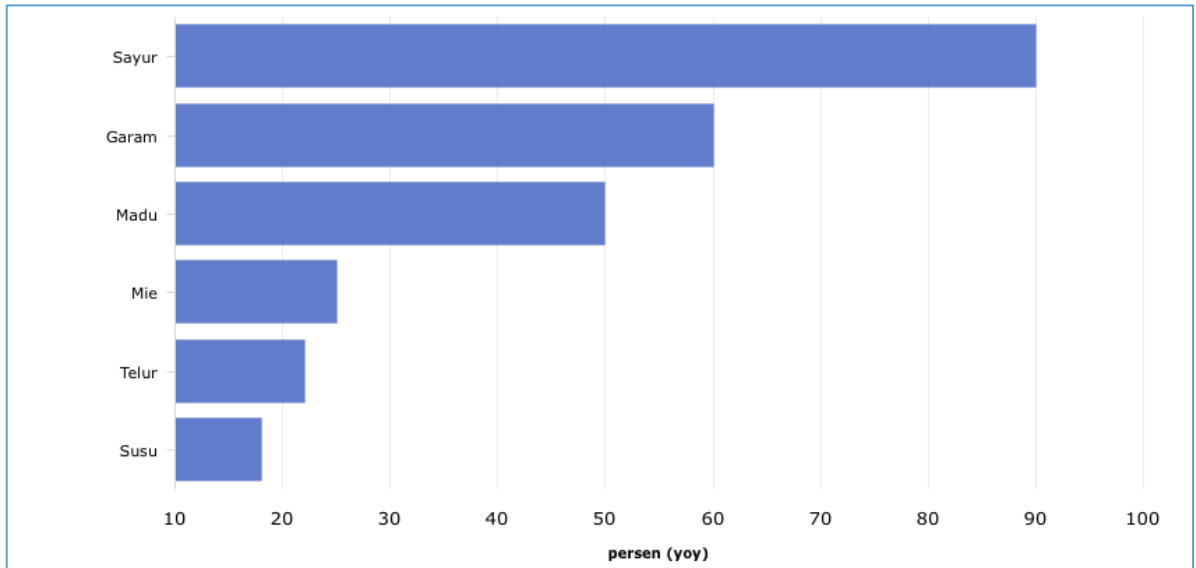


Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: Katadata.co.id

Menurut *We Are Social*, menjelaskan bahwa terdapat peningkatan populasi penggunaan internet di Indonesia sebesar 202,6 juta pengguna pada tahun 2021 dan semakin meningkat menjadi 204,7 juta pengguna per Januari 2022 dengan tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai 73,7% dari total penduduk awal

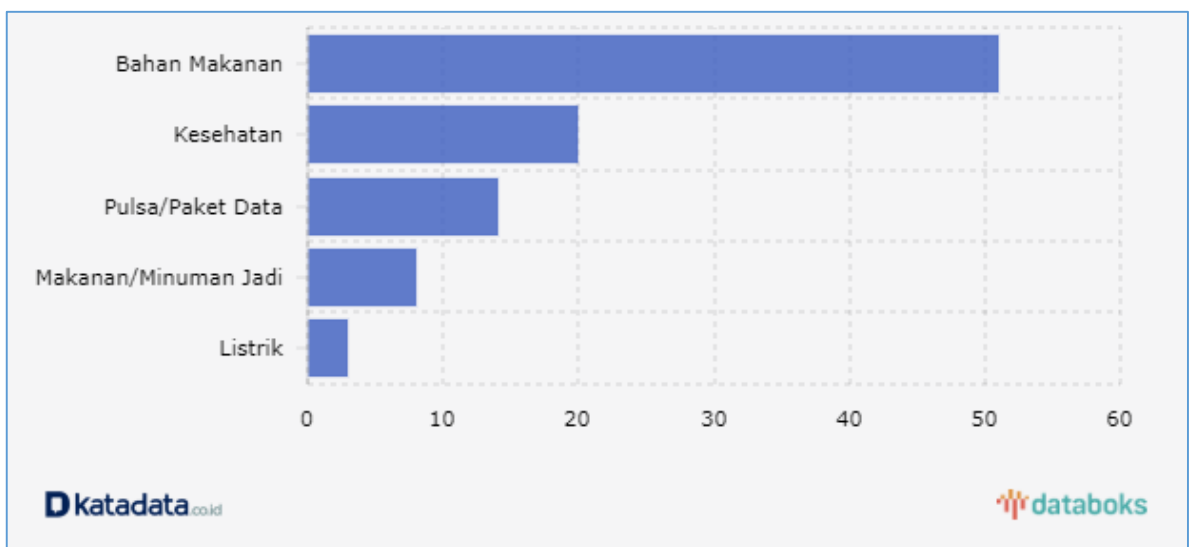
Indonesia yang berjumlah 277,7 juta orang. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia membuat berbelanja secara online juga meningkat.



Gambar 1.2 Peningkatan Penelusuran Kata Kunci Bahan Pokok di Google

Sumber: Katadata.co.id

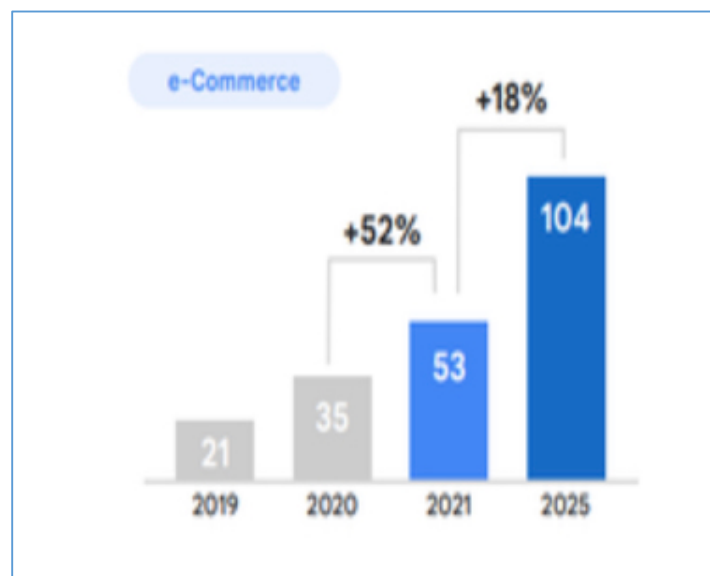
Salah satunya yaitu berbelanja bahan pokok secara online, dapat terlihat dari peningkatan penelusuran kata kunci pada sejumlah bahan pokok dari tahun 2021 hingga kuartal pertama 2022. Peningkatan penelusuran kata kunci sekitar 24% yang terkait dengan bahan pokok seperti Kata kunci 'sayur' 90%, 'garam' 60%, 'madu' 50%, 'mie' 25%, 'telur' 22%, dan 'susu' 18%.



Gambar 1.3 Peningkatan Pengeluaran Rumah Tangga Akibat Pandemi Covid-19

Sumber: Katadata.co.id

Tidak hanya peningkatan penelusuran kata kunci, berdasarkan pada data Kata data diatas dapat dilihat bahwa adanya peningkatan berbelanja bahan pokok selama pandemi Covid-19. Sejalan dengan ini, berdasarkan laporan e-Conomy SEA 2021, bahwa e-commerce mengalami pertumbuhan sebesar 52% di tahun 2021 sebagai pendorong ekonomi digital di Indonesia.



Gambar 1.4 Pertumbuhan e-Commerce di Indonesia

Sumber: Tekno.kompas.com

Kemudian terdapat peningkatan penetrasi layanan *online groceries* yang signifikan sebesar 24% dari survey yang dilakukan terhadap 500 lebih responden. Terhitung sejak 2021, kesadaran responden dalam berbelanja bahan pokok secara online meningkat 58% di kuartal II 2021 menjadi 66% di kuartal I 2022 (Katadata.com,2022). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat peluang yang besar bagi perusahaan *online groceries* untuk mempercepat pertumbuhan dan memperluas pangsa pasar karna banyak masyarakat yang berbelanja bahan pokok secara online untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat memilih berbelanja bahan pokok secara online alasan utamanya karna keterbatasan aktivitas keluar rumah untuk mengurangi penyebaran virus *Covid-19*. Namun terdapat alasan lain, yaitu harga terjangkau, produk segar dan berkualitas, produk yang tersedia

lengkap, kemudahan dalam menggunakan aplikasi, banyak diskon menarik, dan praktis pesanan cepat diantar setelah pembayaran.

Peluang besar ini dimanfaatkan oleh beberapa *start-up* agro bisnis seperti TaniHub, Sayurbox, Segari, dan Cari Sayur untuk mempercepat pertumbuhan produk dan layanan perusahaan serta memperluas pangsa pasarnya. Mereka memanfaatkan internet untuk menawarkan produknya melalui aplikasi, *website*, dan *market place* kepada pelaku usaha *business to business* maupun ritel *business to customer*. TaniHub merupakan *platform online* yang berfokus menjadi supplier bahan makanan dan minuman kepada pelaku usaha seperti Hotel, Restoran, *Kafe*, *Supermarket*, dan UMKM dalam pemenuhan kebutuhan berjualan dengan jangkauan distribusi di Jabodetabek, Bandung, Sumedang, Solo, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Pasuruan, Malang, dan Bali.

Sedangkan Sayurbox merupakan *platform online* yang menyediakan berbagai jenis produk seperti bahan makanan, produk kesehatan, produk ibu dan anak, dan kebutuhan rumah tangga langsung ke *business to business* dan ritel *business to customer* dengan jangkauan distribusi di Jabodetabek, Surabaya, dan Bali. Namun tidak mencakup seluruh area, masih ada beberapa area yang belum masuk ke jangkauan distribusi. Kemudian Segari merupakan *platform online* yang menyediakan berbagai jenis produk seperti sayuran, buah, daging, unggas, *seafood*, produk protein, sembako, paket masakan, makanan jadi siap santap, peralatan masak, dan suplemen vitamin untuk memenuhi kebutuhan ritel *business to customer* dengan jangkauan distribusi di Jakarta, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Terakhir Cari Sayur merupakan *platform online* yang menyediakan berbagai jenis produk seperti sayur Organik & Hidroponik, buah, bumbu, daging, Ikan, makanan beku, telur, tahu, tempe, buah beku, minuman, salad, sembako, dan lain-lainnya untuk memenuhi kebutuhan ritel *business to customer* dengan jangkauan distribusi di Jabodetabek dan Surabaya,

Terbukti bahwa perusahaan tersebut tumbuh secara pesat. TaniHub mencatat peningkatan transaksi sebesar empat kali lipat selama 2021, sedangkan SayurBox mengalami peningkatan permintaan layanan sebesar 30% pada kuartal I 2021. Kemudian Segari pun mengalami hal yang sama, jumlah pengguna layanan dan pendapatannya meningkat lebih dari 20 kali lipat dalam kurun waktu kurang dari 12 bulan sejak berdiri

pada tahun 2020 ((Katadata.com, 2022). Cari Sayur juga mengalami pertumbuhan dengan meningkatnya pencarian kata kunci ‘Cari Sayur’ yang mencapai 3.600 hingga 4.000 kali perbulan di Google (Marketeers.com, 2021).

Melihat peluang besar di industri ini dan *start-up* yang tumbuh pesat, membuat banyak perusahaan yang sudah ada tetapi masih merintis atau perusahaan baru bersemangat melakukan strategi agar dapat ikut bersaing dan bertumbuh. Salah satunya adalah Kota Sayur sebagai perusahaan yang berjualan bahan pokok secara offline dan online dengan berfokus pada penyediaan sayuran hidroponik, sayuran konvensional, dan kebutuhan untuk memasak lainnya. Produk yang disediakan oleh Kota Sayur merupakan produk-produk yang bermutu dengan jaminan kesegaran, sehat, lengkap dan terjangkau untuk masyarakat menengah agar mereka bisa hidup sehat. Kota Sayur juga berkomitmen dalam memberikan pelayanan terbaik untuk semua konsumen dengan menyediakan *offline store dan online store*. Kota Sayur yang dimiliki dan dioperatori oleh PT Anugerah Sentosa Agropriama ingin menjadi salah satu pilihan utama konsumen Indonesia dalam memenuhi kebutuhan *ritel*.

Oleh karena itu, disinilah peran penulis sebagai *Marketing Analyst* di Kota Sayur. Selama melakukan kerja magang, penulis bertugas untuk menganalisis tentang perusahaan kompetitor Kota Sayur yaitu TaniHub Group, Sayurbox, Segari, dan Cari Sayur. Tujuan penulis melakukan kerja magang sebagai *Marketing Analyst* untuk mengetahui bagaimana cara kerja masing-masing kompetitor agar dapat bersaing dan berkembang di industri yang sedang berkembang pesat ini. Hasil analisis akan digunakan oleh Kota Sayur untuk mempertimbangkan strategi bisnis apa yang akan dilakukannya untuk bersaing di industri ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang di PT Anugerah Sentosa Agropriama (Toko Kota Sayur) ialah sebagai salah satu pemenuhan mata kuliah Internship 1. Dengan melakukan kerja magang, penulis dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari di kampus. Kemudian kerja magang ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan

perkuliahan penulis. Beberapa hal yang menjadi tujuan penulis melakukan kerja magang di PT Anugerah Sentosa Agropriima (Toko Kota Sayur), yaitu:

1. Penulis dapat menambah wawasan serta mendapat pengalaman kerja dalam menganalisis kompetitor perusahaan.
2. Penulis dapat mengasah kedisiplinan dan tanggung jawab dengan cara mengerjakan tugas yang diberikan dengan baik dan dikumpulkan tepat waktu.
3. Penulis dapat melatih kemampuan dalam menghadapi berbagai macam kesulitan dalam proses analisis..

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan syarat dan ketentuan Universitas Multimedia Nusantara, bahwa pelaksanaan kerja magang wajib dilaksanakan minimal 800 jam atau setara 100 hari kerja. Sehingga untuk memenuhi persyaratan itu, penulis melaksanakan kerja magang selama 4 bulan 14 hari, dimulai dari tanggal 9 Februari 2022 sampai dengan 23 Juni 2022. Berikut waktu pelaksanaan kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PT Anugerah Sentosa Agropriima(Kota Sayur)
Alamat	: Jl. Tanjung Duren Raya No. 115, Jakarta Barat 11470
Bidang	: <i>Devisi Marketing</i>
Waktu Pelaksanaan Magang	: 9 Februari 2022 - 23 Juni 2022
Waktu Kerja Efektif	: 08:00 – 17:00
Posisi Magang	: <i>Marketing Analyst</i>

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang dimulai dengan beberapa proses, yaitu:

1. Penulis mengajukan lamaran kerja dengan cara menyerahkan CV penulis kepada pihak PT Anugerah Sentosa Agroprima.
2. Kemudian penulis dipanggil ke perusahaan untuk melakukan proses wawancara dengan Pak Fery Hartono selaku direktur PT Anugerah Sentosa Agroprima.
3. Setelahnya, penulis diterima kerja magang dibagian *Marketing Analyst* dengan *job desc* utama, yaitu menganalisis beberapa perusahaan kompetitor Kota Sayur yang merupakan anak perusahaan PT Anugerah Sentosa Agroprima.
4. Penulis mengajukan surat pengajuan kerja magang dan surat pengantar magang kepada pihak kampus untuk diserahkan ke perusahaan PT Anugerah Sentosa Agroprima. Setelah mendapat surat tersebut, penulis langsung menyerahkan ke Human Capital Division Head PT Anugerah Sentosa Agroprima.
5. Penulis mendapatkan surat persetujuan kerja magang dari PT Anugerah Sentosa Agroprima.
6. Setelah semua persyaratan administrasi selesai, penulis resmi melakukan kerja magang di PT Anugerah Sentosa Agroprima (Kota Sayur) bagian *Marketing Analyst*. Penulis wajib menyerahkan laporan analisis kepada direktur Toko Kota Sayur setiap hari Kamis. Kemudian setelah memberikan laporan, penulis akan mendapatkan ulasan atau masukan melalui email atau diskusi melalui telepon tentang revisi atau dapat dilanjutkan analisisnya.
7. Penulis setiap hari selama melaksanakan kerja magang, menulis *daily task* yang dikerjakan oleh penulis di *website* UMN Merdeka.
8. Penulis melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing dan menyusun laporan magang hingga selesai.
9. Setelah memenuhi persyaratan jam kerja magang, penulis selesai melakukan kerja magang dan melaksanakan sidang magang.