



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 3031-3039

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Penerapan Pemasaran Online Terhadap Kelayakan Usaha Pada Usaha Hidroponik Di Kota Kendari (Studi Kasus Usaha Hidroponik Nuri Horti)

Orayeta Imaraya¹, Bahari², La Ode Arfan Dedu^{3✉}

Universitas Halu Oleo

Email: laodearfandedu@gmail.com^{3✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Mengetahui penerapan pemasaran online pada usaha hidroponik Nuri Horti, (2) Mengetahui kelayakan usaha hidroponik Nuri Horti. Beragamnya jenis komoditas usaha hidroponik Nuri Horti yang dihasilkan, hal tersebut berkaitan dengan tujuan usaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta memaksimalkan keuntungan. Penelitian menggunakan metode analisis R/C hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan keseluruhan yang didapat dalam usaha hidroponik Nuri Horti sebesar Rp 27.000.000/ bulannya untuk penerimaan pemasaran online sebesar Rp 16.200.000/bulan dengan total biaya Rp 8.180.283/bulan sehingga dapat di peroleh pendapatan sebesar Rp 8.019.717/bulan dan rata-rata R/C sebesar 1,98 (R/C Ratio > 1)

Kata Kunci: *Pemasaran online, Kelayakan Usaha*

Abstract

This research aims to find out (1) Knowing the application of online marketing in Nuri Horti's hydroponic business, (2) Knowing the feasibility of Nuri Horti's hydroponic business. The various types of commodities produced by Nuri Horti's hydroponic business are related to the business objectives of meeting community needs and maximizing profits. Research using the R/C analysis method, the results of this research show that the overall revenue obtained from Nuri Horti's hydroponic business is IDR 27,000,000/month for online marketing revenue of IDR 16,200,000/month with a total cost of IDR 8,180,283/month so that You can get an income of IDR 8,019,717/month and an average R/C of 1.98 ($R/C > 1$)

Keywords: *Online marketing, Business Feasibility*

PENDAHULUAN

Hidroponik berasal dari dua suku kata dalam yaitu hydro yang berarti air dan ponos yang artinya tenaga kerja. Jadi hidroponik mempunyai arti bekerja dengan menggunakan air. Hidroponik juga dikenal sebagai soilless culture atau budidaya tanaman tanpa tanah, namun menggunakan media inert (seperti kerikil, pasir, gambut, vermikulit, batu apung, atau serbuk gergaji) yang ditambahkan larutan nutrisi yang mengandung semua unsur hara penting yang dibutuhkan untuk pertumbuhan dan perkembangan tanaman (Aini dan Azizah, 2018). Hidroponik merupakan sistem budidaya tanpa menggunakan tanah melainkan dengan memanfaatkan air dengan menenkankan pada pemenuhan kebutuhan nutrisi bagi tanaman (Hendra, 2017).

Pemasaran online awalnya menggunakan halaman-halaman statis berformat HTML (Hypertext Markup Language), yang dapat diakses oleh pengguna internet. Itulah awal dari website yang kemudian menjadi semacam brosur online dan bahkan kantor kedua bagi perusahaan-perusahaan untuk menampilkan jati dirinya ke seluruh dunia. Dalam perjalanannya pemasaran online terus mengalami kemajuan, tidak hanya menggunakan website tapi juga e-mail dan aplikasi lain yang ada di internet, seperti media sosial (facebook, twitter, instagram, dan lain-lain) (Kotler, 2010).

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (user) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (sharing), dan membangun jaringan (networking). Media sosial menjadi media promosi online gratis yang terbaik saat ini, pasalnya jumlah pengguna aktif pada beberapa media sosial berjumlah jutaan orang (Sulianta, 2015). Teknologi informasi adalah teknologi yang menggabungkan komputer dengan jalur komunikasi yang berkecepatan tinggi yang dapat menyimpan dan membawa data, suara

dan video (Wiliam dan Sawyer, 2003). Penerapan teknologi informasi, yang mencakup pengetahuan dan kemampuan auditor dalam bidang teknologi informasi (skill and knowledge), penggunaan sistem (system usage), serta persepsi penggunaan (perceived usefulness) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja auditor (Yohanis, 2018).

Analisis kelayakan usaha merupakan suatu hal yang penting untuk mengetahui manfaat dari pelaksanaan suatu usaha. Analisis kelayakan terhadap investasi diterapkan untuk mengurangi risiko kerugian (Wahyu, 2018). Suatu usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar memiliki satu tujuan yang sama yaitu memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan mengeluarkan modal atau investasi dalam jumlah yang sedikit. Sehingga untuk mewujudkan capaian tersebut pihak perusahaan melakukan pengembangan usaha yang sedang dijalani.

Hidroponik Nuri Horti merupakan salah satu sub usaha yang dikembangkan oleh Pusat Pelatihan Pertanian Perdesaan dan Swadaya (P4S) Nuri Horti. Hidroponik Nuri Horti terletak di Jalan Sorumba, RT 007, RW 003, Kelurahan Bonggoeya, Kecamatan Wua Wua, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Nuri Horti Dimulai sejak tahun 2018, Hidroponik Nuri Horti mengawali usahatani hidroponiknya dengan 800 lubang tanam untuk komoditas selada dan kangkung. Seiring perkembangannya, Hidroponik Nuri Horti telah mencapai total 9000 lubang tanam dan memiliki 26 meja dengan komoditas yang beragam, yaitu selada, pak choy, dan caisim. Pada hidroponik Nuri Horti menggunakan sistem pemasaran mix yaitu secara online dan offline, pada penjualan secara offline konsumen dapat melihat langsung produk yang akan di beli dan mendapatkan informasi lebih lanjut terkait produk yang akan di beli, pada penjualan secara offline dapat menghasilkan Rp 250.00/hari.

Penjualan secara Online telah dilakukan sejak tahun 2019, pada tahun 2020 penjualan hidroponik Nuri Horti memiliki peningkatan pada hasil penjualan sayuran hidroponik dikarenakan saat itu sedang covid 19 dan diterapkannya aktivitas dari rumah sehingga konsumen melakukan pemesanan melalui WhatsApp, Grab dan Maxim hingga saat ini, konsumen juga biasanya hanya menelfon kemudian di antarkan melalui Maxim. Untuk penjualan online dan offline ini pada usaha hidroponik Nuri Horti konsumen lebih menyukai memesan/membeli produk melalui online.

METODE PENELITIAN

Penelitian akan di laksanakan Jl. sorumba, Kelurahan Bonggoeya, Kecamatan Wua-Wua, Kota Kendari. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (purposive) dengan pertimbangan bahwa usaha Nuri Horti merupakan tempat usaha hidroponik yang telah berjalan cukup lama yakni sejak tahun 2018 sehingga jumlah konsumen cukup banyak. Selain itu, Nuri Horti juga melayani pemesanan online bagi konsumennya sehingga memudahkan konsumen untuk pembelian sayur hidroponik. Penelitian ini dimulai pada bulan Februari sampai dengan Maret 2024. Subjek dalam penelitian ini adalah Nuri Horti. Penelitian ini berjenis studi kasus yaitu penelitian yang dilakukan secara mendalam dan terperinci pada suatu usaha hidroponik. Jumlah subjek dalam penelitian ini adalah satu orang yaitu pemilik Nuri Horti Hidro sebagai informan dalam pemasaran online pada kelayakan usaha. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. (1) Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjeknya, tanpa melalui perantara pihak lain. Data ini bersumber langsung dari responden yang diperoleh melalui kuesioner (daftar pertanyaan). (2) Data sekunder yaitu data yang diambil secara tidak langsung atau data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan telah diolah oleh pihak lain. Data ini bersumber dari bahan bacaan, studi literatur, buku, jurnal, dan artikel.

ANALISIS DATA

1. Pemasaran online di usaha hidroponik. Data dapat mencakup jenis pemasaran online yang digunakan, dan dapat membantu usaha hidroponik dalam menjangkau audiens yang lebih luas, dengan pertumbuhan penggunaan internet yang pesat, pemasaran online menjadi pilihan utama bagi banyak bisnis, termasuk usaha hidroponik.

Pemasaran digital adalah suatu kegiatan pemasaran dengan menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran konvensional. Saat ini pemasaran digital merupakan solusi yang paling efektif bagi para pedagang untuk menjangkau dan memperluas target berbagai media sosial yang dengan segala kelebihanannya, mampu mendukung dan membantu proses pemasaran tersebut (Permatasari, E., 2022).

2. Kelayakan usaha pada usaha hidroponik menggunakan metode analisis a. untuk menghitung Penerimaan usaha hidroponik

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan

P = Harga

Q = Total Produksi (Sukirno, 2002)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Pemasaran Online Usaha Hidroponik Nuri Horti

Hidroponik Nuri Horti adalah sebuah usaha hidroponik yang telah ada sejak tahun 2018, dengan luas lahan 600 m² dan memiliki 26 meja dengan ukuran meja yang bervariasi ada yang 8 m sebanyak 22 meja dan ukuran meja 12 m sebanyak 3 meja. jumlah tanaman yang ada sebanyak 3 komoditas yaitu selada, caisim dan pak choy dengan jumlah 9000 lubang tanaman untuk jumlah tanaman selada sebanyak 6000, Caisim sebanyak 1000 dan Pak Choy sebanyak 2000, yang menggunakan pipa bermerek jaya D dengan ukuran 2,5 inci dengan ukuran pipa sesuai ukuran meja 8 m dan 13 m, jarak lobang tanam sebesar 20 cm dengan menggunakan Atap jenis Plastik UV. Nuri Horti menggunakan pupuk Nutrisi AB mix (general Letus) 15 paket dalam sebulan, untuk penggunaan pupuknya jika air telah h ditambahkan yang ke 2 kali setelah habis stengah tandon maka nutrisi juga di tambahkan. Untuk pelanggan tetap ada sekitar 3 orang, pelanggan tetap ini membeli produk 1-2 kali dalam sehari. Pelanggan sehari-hari Nuri Horti kisaran 9 orang/hari atau 270 orang/bulan untuk pembeli online sebanyak 130 orang/bulan dan offline sekitar 120 orang/bulan. Volume penjualan Nuri Horti sebanyak 800 kg/bulannya untuk offline 40% dan online 60% maka, volume untuk penjualan online sebanyak 480 kg/bulan dan offline sebanyak 320 kg/bulan. Untuk harga Volume penjualan Nuri Horti/kg adalah selada dengan harga Rp 45.000/kg, Caisim Rp 20.000/kg dan Pak Choy Rp 25.000/kg.

Produksi dan Harga Hidroponik

Produksi merupakan hasil akhir dari sebuah proses produksi, besar kecilnya hasil suatu produksi dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi. Produksi hidroponik adalah produksi hidroponik dalam bentuk fisik yang dihasilkan pada setiap bulannya. Setiap petani selalu berusaha agar hidroponik yang dikelola berhasil, sehingga mampu memenuhi kebutuhan keluarganya dan menjadi salah satu tolak ukur dalam keberhasilan petani dalam mengelola usaha hidroponiknya yaitu tingginya jumlah produksi yang diterima oleh petani dan penerimaan yang lebih besar.

Harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan dalam satuan rupiah dari penjualan sayuran hidroponik. Karena itu, bagi para petani harga merupakan faktor utama yang harus diperhatikan, karena harga memegang peranan penting dalam menentukan besar

kecilnya penerimaan dan pendapatan yang diterima oleh petani. Adapun gambaran mengenai produksi usaha hidroponik dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Total Produksi Usaha Hidroponik Nuri Horti

Luas Lahan (m ²)	Produksi (kg/bulan)	Penerimaan (Rp/bulan)
600	800	27.000.000

Kelayakan Usaha Hidroponik Nuri Horti

Penerimaan Pemasaran Online Nuri Horti

Penerimaan merupakan hasil akhir yang akan diterima oleh petani yang diperoleh dari hasil perkalian antara produksi dengan harga yang berlaku. Penerimaan usaha yang dimaksud adalah penerimaan usaha dari hasil penjualan hidroponik yaitu, Pak Choy, Selada dan Caisim. Jenis hidroponik yang dihasilkan lebih dari satu, hal ini menyebabkan harga jual hidroponik masing-masing komoditi memiliki harga yang bervariasi. Berdasarkan hal tersebut penerimaan usaha hidroponik Nuri Horti dari masing-masing komoditas bisa dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2 Penerimaan Usaha Nuri Horti

No	Jenis Hidroponik (kg)	Jumlah Produksi (Rp/kg)	Harga (Rp/Bulan)	Penerimaan
1	Pak Choy	120	25.000	3.000.000
2	Selada	240	45.000	10.800.000
3	Caisim	120	20.000	2.400.000
Jumlah		480		16.200.000

Biaya Produksi Usaha Hidroponik Nuri Horti

Biaya yang dimaksud adalah biaya keseluruhan sarana yang digunakan oleh pemilik usaha hidroponik Nuri Horti. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha yang besarnya tidak dipengaruhi oleh produksi yang dihasilkan. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh Hidroponik Nuri Horti terdiri dari peralatan pembuatan bangunan hidroponik, pipa paralon, netpot, pompa mesin, ember tandon atau plastik UV dan lain sebagainya. Hasil perhitungan biaya tetap dengan cara menghitung biaya penyusutannya ditambah dengan biaya tenaga kerja, usaha hidroponik memiliki biaya produksi bisa dilihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Biaya Produksi Usaha Hidroponik Nuri Horti

Biaya yang dimaksud adalah biaya keseluruhan sarana yang digunakan oleh pemilik usaha hidroponik Nuri Horti. Biaya tetap adalah biaya yang harus dikeluarkan pelaku

usaha yang besarnya tidak dipengaruhi oleh produksi yang dihasilkan. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh Hidroponik Nuri Horti terdiri dari peralatan pembuatan bangunan hidroponik, pipa paralon, netpot, pompa mesin, ember tandon atau plastik UV dan lain sebagainya. Hasil perhitungan biaya tetap dengan cara menghitung biaya penyusutannya ditambah dengan biaya tenaga kerja, usaha hidroponik memiliki biaya produksi bisa dilihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Biaya produksi usaha Nuri Horti hidroponik

Biaya Total	Jumlah (Rp/bulan)
Biaya tetap	4.811.083
Biaya Variabel	3.369.200
Jumlah Biaya Total	8.180.283

Pendapatan

Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan dengan total pengeluaran, sehingga untuk mencapai hasil tersebut pemilik usaha diharapkan dengan berbagai alternatif, ia harus menghitung pengeluaran dan penerimaan serta mampu berusaha menjual hasil usahanya dengan harga yang lebih tinggi dari biaya-biaya yang telah dikorbankan selama proses produksi berlangsung. Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selisih antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan dalam usaha hidroponik Nuri Horti. Pendapatan yang diperoleh tersebut dapat memberikan gambaran tentang keadaan usaha hidroponik Nuri Horti, jadi secara pengertian pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh produsen atas penjualan produk yang dihasilkan. Penerimaan atau pendapatan akan mendorong petani untuk dapat mengalokasikannya dalam berbagai kegunaan seperti biaya produksi. Penerimaan, Biaya dan pendapatan usaha Hidroponik Nuri Horti dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Usaha Hidroponik Nuri Horti

No	Uraian	Jumlah
1	Penerimaan (Rp)	16.200.000
2	Biaya (Rp)	8.180.283
3	Pendapatan (Rp)	8.019.717

R/C Ratio

Analisis R/C Ratio merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya usaha hidroponik Nuri Horti. Nilai R/C Ratio untuk menunjukkan kondisi suatu usaha yang menguntungkan atau merugi sehingga bisa diketahui usaha tersebut layak untuk

dijalankan dan dikembangkan. Nilai $R/C > 1$ maka kegiatan usaha hidroponik Nuri Horti yang dijalankan dapat dikatakan layak karena kegiatan usaha tersebut dapat memberikan penerimaan yang lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan. Nilai $R/C < 1$ maka kegiatan usaha hidroponik Nuri Horti yang di kelola dapat dikatakan tidak layak karena kegiatan usaha tersebut tidak dapat memberikan penerimaan yang lebih besar dari pada pengeluarannya. Nilai $R/C = 1$ maka kegiatan usaha hidroponik Nuri Horti yang dikelola tidak memberikan keuntungan maupun kerugian karena penerimaan yang diterima sama dengan pengeluaran yang dikeluarkan bisa dilihat pada Tabel 4.5

Tabel 4.5 R/C Ratio Usaha Hidroponik Nuri Horti

No	Usaha Hidroponik Nuri Horti	Jumlah (Rp/Bulan)
1	Total Penerimaan	16.200.000
2	Total Biaya	8.180.283
	R/C Ratio	1,98

SIMPULAN

1. Penerapan pemasaran online yang digunakan yaitu WhatsApp dan telepon, untuk pembelian menggunakan WhatsApp sebanyak 78 orang dan pengguna telepon sebanyak 52 orang dengan melakukan pemasaran online akan mempermudah pengusaha hidroponik untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas, meningkatkan jumlah produk, meningkatkan penjualan dan keuntungan.
2. Tingkat kelayakan usaha hidroponik Nuri Horti menunjukkan bahwa dari hasil R/C Ratio usaha hidroponik Nuri Horti sebesar 1,98 yakni lebih besar dari 1. Hal ini menandakan bahwa usaha hidroponik Nuri Horti layak dan dapat diteruskan oleh pemilik usaha.

REFERENSI

- Aini dan Nur Azizah, 2018 Nurul, Teknologi Budidaya Tanaman Sayuran Secara online
- Hendra, 2017, Akuntansi Biaya, Penerbit ANDI, kerjasama dengan BPFE
- Kotler, Phillip. 2010. Marketing. Jakarta: Erlangga
- Permatasari, E. 2022. Analisis Usaha Tani dan Pemasaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: Usaha Tani Sayuran Hidroponik Bayam di Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Srinivasan, Shuba. 2014. Bagaimana Tindakan Pemasaran dan Metrik Pola Pikir Pelanggan Mempengaruhi Jalur Konsumen dalam Membeli?. Pemasaran Pembeli dan Peran Pemasaran Dalam Toko, 11, 103-125.

- Suliyanto. 2010. Studi Kelayakan Bisnis Pendekatan Praktis. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Wahyu, E. W. 2018. Analisis Kelayakan Usaha. Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian, 12(1), 1-8.
- Yohanis, C. U. 2018. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Auditor. Tesis. Program Studi Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.