



# Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (1) 2023: 349-352

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



## Penerapan Strategi Marketing Pada Perusahaan Sayurbox Dengan Menggunakan Analisis SWOT

Dhian Cristina Panjaitan<sup>1</sup>, Diki Muklis<sup>2</sup>, Hesti Mulyani<sup>3</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: [dhianchristina13@gmail.com](mailto:dhianchristina13@gmail.com)

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima 01 Oktober 2023 Disetujui 15 Oktober 2023 Diterbitkan 20 November 2023</p>	<p>Pada perkembangan teknologi yang sangat pesat di 4.0 ini sangat amat dimanfaatkan oleh pengusaha yang akan membangun bisnisnya mulai dari UMKM hingga <i>start-up</i>. Salah satunya dengan berbisnis lewat platform digital dalam bidang pertanian seperti sayurbox yang dapat diakses oleh konsumen di <a href="http://www.sayurbox.com">www.sayurbox.com</a> atau dapat mengunduh aplikasinya di Google Play untuk pengguna Android dan App Store bagi pengguna IOS. Analisis SWOT merupakan salah satu ukuran yang dapat digunakan untuk melihat aspek-aspek dalam perusahaan sayurbox. Penelitian ini menggunakan data sekunder atau data tetap yang dikumpulkan oleh peneliti dan menggunakan teknik observasi dengan cara mengamati peristiwa atau fenomena yang terjadi di lingkungan. Hasil penelitian analisis menunjukkan bahwa <i>Strength</i> dan <i>Weakness</i> berasal dari internal atau dari dalam perusahaan sendiri dan <i>Opportunity</i> serta <i>Threats</i> berasal dari eksternal atau dari luar perusahaan tersebut. Sehingga sayurbox di klaim sebagai aplikasi penolong untuk para konsumen yang ingin cepat dan praktis.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Strategi Marketing, Analisis SWOT <i>Strengths</i> (kekuatan), <i>Weaknesses</i> (kelemahan), <i>Opportunities</i> (peluang), dan <i>Threats</i> (ancaman)</p>	<p style="text-align: center;"><i>ABSTRACT</i></p>
<p><b>Keywords:</b> <i>Marketing Strategy, SWOT analysis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i></p>	<p><i>The very rapid development of technology in 4.0 is being greatly utilized by entrepreneurs who want to build their businesses, from UMKM to start-ups. One of them is by doing business through digital platforms in the agricultural sector such as Sayurbox which consumers can access at <a href="http://www.sayurbox.com">www.sayurbox.com</a> or can download the application on Google Play for Android users and the App Store for IOS users. SWOT analysis is a measure that can be used to look at aspects of the Sayurbox company. This research uses secondary data or fixed data collected by researchers and uses observation techniques by observing events or phenomena that occur in the environment. The results of the analytical research show that Strength and Weakness come from internal or from within the company itself and Opportunities and Threats come from external or from outside the company. So Sayurbox is claimed to be a helpful application for consumers who want it to be fast and practical.</i></p>

### PENDAHULUAN

Perkembangan internet yang sangat pesat pastinya tidak disia-siakan oleh para pebisnis untuk membangun usahanya, mulai usaha yang berbasis UMKM sampai dengan *start-up*. Adanya perkembangan teknologi 4.0 membuat pola konsumsi masyarakat berubah dengan cepat dalam

beberapa tahun terakhir. Kini budaya berbelanja masyarakat juga kian berubah, jika dahulu masyarakat lebih suka belanja dengan cara *offline* atau langsung ke toko / pasar, sekarang masyarakat lebih suka berbelanja *online* alias daring. Konsep belanja *online* ini berkembang pesat dalam satu dekade terakhir ini. Awal mulanya, masyarakat lebih mengenal berbelanja *online* hanya untuk produk seperti pakaian, elektronik, atau makanan. Baru belakangan, produk sayuran, daging dan buah-buahan segar pun mulai ditawarkan oleh sejumlah platform digital (*e-commerce*). Salah satunya, Sayurbox.

Sayurbox merupakan sebuah platform digital yang mengusung konsep bisnis *farm-to-table* yang menyediakan bahan segar dan produk sehat berkualitas langsung dari petani lokal Indonesia. Pada saat ini Sayurbox sudah meluaskan produknya hingga buah dan daging. Sayurbox telah memiliki sebanyak 70-80 petani dan 300 mitra. Pasar Sayurbox masih berada di Jabodetabek yang melayani 50.000 pelanggan, dan masih di dominasi oleh konsumen rumah tangga. Sayurbox juga melakukan 1.000 pengiriman dalam sehari yang akan di kirimkan pada pagi hari hingga sore hari.

Sayurbox didirikan oleh Amanda Susanti, Rama Notowidigoto, dan Metha Trisnawati pada bulan Juli tahun 2016. Tujuannya adalah untuk memfasilitasi konsumen agar dapat mengakses bahan segar dan produk berkualitas secara langsung dari petani lokal. Sayurbox didirikan dengan tujuan untuk memangkas mata rantai yang panjang antara produsen dengan konsumen sehingga mereka dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan produsen lokal. Jadi bukan hanya memudahkan untuk mendapatkan sayur atau buah segar saja tetapi juga dapat membantu para petani untuk lebih mudah mendapatkan penghasilan yang lebih tinggi lagi. Kini kita dapat mengakses sayurbox ini dari aplikasi mobile atau juga website mereka di [www.sayurbox.com](http://www.sayurbox.com).

## KAJIAN LITERATUR

### *E-Commerce*

*E-commerce* adalah proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet (Wong, 2010). Para ahli lainnya juga berpendapat bahwa *E-commerce* adalah suatu bentuk perdagangan elektronik yang memberikan transaksi antara pedagang dan pembeli dengan jaringan atau terkoneksi dengan internet (Tirton, 2006)

### *Start-up*

Menurut kamus *Merriam-Webster startup* adalah perusahaan bisnis pemula, sementara *The American Heritage Dictionary* mengatakan bahwa *startup* adalah bisnis yang baru saja memulai operasinya (Robehmed, 2013). Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk dikategorikan sebagai *startup* sebuah bisnis atau perusahaan haruslah baru mulai beroperasi.

### Strategi Marketing

Strategi pemasaran atau marketing adalah cara dimana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan (Kotler & Amstrong, 2012) dalam tingkat bauran pemasaran. Strategi pemasaran adalah rencana yang ingin diikuti oleh manajer pemasaran. Rencana aksi ini didasarkan pada analisis situasi dan tujuan perusahaan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan tersebut. Sering dipahami dalam pengertian strategi, perencanaan adalah suatu proses yang berlangsung terus menerus dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, strategi pemasaran suatu perusahaan merupakan rencana umum dimana perusahaan berharap untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, yang pada akhirnya akan menjadi realisasi dari tujuan perusahaan. (Tjiptono, 2018)

### Analisis SWOT

Analisis Swot adalah salah satu metode yang digunakan untuk menciptakan strategi yang dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama bisnis ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). *Strength* dan *Weakness* berasal dari internal atau dari dalam perusahaan sendiri dan begitu juga sebaliknya *Opportunity* dan *Threats* berasal dari eksternal atau dari luar perusahaan tersebut.

### 1. **Strengths (Kekuatan)**

Kekuatan menggambarkan faktor-faktor positif dari suatu organisasi yang dapat mereka kendalikan, keunggulan-keunggulan atau keterampilan, relatif terhadap pesaing atau kebutuhan pasar. Mereka dapat dianalisis dengan membagi organisasi menjadi penjualan, keuangan, pemasaran, penelitian dan pengembangan, dan elemen struktural lainnya. Kekuatan melibatkan kontribusi positif dari pemangku kepentingan utama dalam hal pengalaman, pengetahuan, latar belakang pendidikan dan keterampilan yang berkontribusi terhadap kinerja organisasi.

### 2. **Weaknesses (Kelemahan)**

Kelemahan adalah elemen-elemen bisnis yang masih membutuhkan banyak peningkatan dan menjatuhkan organisasi dalam lebih dari satu cara seperti keterbatasan atau kerurangan dalam sumber daya, keterampilan yang menghambat efektifitas perusahaan.

### 3. **Opportunities (Peluang)**

Peluang merupakan , situasi penting yang memberi keuntungan bagi perusahaan seperti hasil dari pendapatan atau pertumbuhan pasar, perubahan persepsi pasar, solusi atas kesulitan yang dihadapi pasar saat ini.

### 4. **Threats (Ancaman)**

Ancaman menunjukkan faktor-faktor yang dapat membahayakan strategi pemasaran organisasi yang ada dan juga pada akhirnya menyebabkan kerugian bisnis atau situasi yang tidak memberi keuntungan dalam lingkungan perusahaan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran perusahaan Sayurbox dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian menggunakan data sekunder, data sekunder diartikan sebagai data tetap yang dikumpulkan oleh peneliti atau organisasi lain Data sekunder mengacu pada informasi yang diperoleh dari sumber yang ada (Sekaran dan Bougie, 2018). Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan teknik observasi. Pengumpulan data melalui teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati peristiwa atau fenomena yang terjadi di lingkungan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan sayurbox memiliki kekuatan dan kelemahan berdasarkan analisis SWOT yang telah kami observasi;

### 1. **Strengths (Kekuatan)**

1. Bisa pilih waktu pengiriman barang
2. Kualitas barang yang diterima sesuai dengan deskripsi
3. Memberikan harga promo seperti “Harga Kebon” yang lumayan bikin irit
4. Ada batasan pembelian pada barang-barang promo
5. *Free ongkir* minimal belanja Rp 50.000
6. Bisa pilih pengemasan tanpa plastic (*Go Green*)
7. Produk dikemas menggunakan kardus kokoh jadi aman selama dalam perjalanan.
8. Manifest belanjaan disertakan dalam box

### 2. **Weaknesses (Kelemahan)**

1. Harga produk relatif mahal
2. Produk promo dengan Harga Kebon sering cepat habis
3. Stok produk tidak tentu
4. Membutuhkan penanganan khusus karena gampang rusak, seperti pendingin, sehingga menambah biaya manufaktur

### 3. **Opportunities (Peluang)**

1. Masih banyak petani di berbagai daerah yang belum dijangkau
2. Semakin berkembang terutamasaat pandemic seperti ini, haruslebih berinovasi lagi
3. Semakin berkembangnya sayur box membuat mitra lain berminat untuk mengajak sayur box untuk berkolaborasi

#### 4. Threats (Ancaman)

1. Kompetisi untuk start up dibidang logistic dan perdagangan semakin banyak sehingga dibutuhkan bisnis model yang komprehensif
2. Pesaing yang menawarkan hargayang lebih murah

### KESIMPULAN

Pola konsumsi masyarakat berubah dengan cepat dalam beberapa tahun terakhir. Tapi pada awalnya masyarakat lebih mengenal belanja online untuk produk seperti pakaian, elektronik, atau makanan. Sayurbox didirikan dengan tujuan untuk memangkas mata rantai yang panjang antara produsen dengan konsumen sehingga mereka dapat meningkatkan kesejahteraan petani dan produsen lokal. Kita dapat mengakses sayurbox ini dari aplikasi mobile atau juga website di [www.sayurbox.com](http://www.sayurbox.com). Strategi pemasaran atau marketing adalah cara dimana fungsi pemasaran mengatur kegiatannya untuk mencapai pertumbuhan yang menguntungkan dalam Analisis Swot. Strength dan Weakness berasal dari internal atau dari dalam perusahaan sendiri dan begitu juga sebaliknya Opportunity dan Threats berasal dari eksternal atau dari luar perusahaan tersebut.

### REFERENSI

- Adminlp2m. "Pengertian Analisis SWOT Beserta Template Dan Contohnya." *Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 21 Dec. 2021, lp2m.uma.ac.id/2021/12/21/pengertian-analisis-swot-beserta-template-dan-contohnya/.
- Agung Anggoro, Ichmi Yani Arinda Rohmah, Norbertus Citra Irawan, Prasetio Utomo, Ramdani Bayu Putra, Yuria Putra Tubarad, Mukhamad Zulianto, Susanto, D., Diksi Metris, Arip Musthopa, Arif Zunaidi, & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi*. Pustaka Peradaban.
- Burhan, F. A. (2022, May 12). *Google Bongkar Potensi Bisnis Sayurbox hingga Segari Tahun Ini - E-commerce*. *Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/627ca7fc1bc8f/google-bongkar-potensi-bisnis-sayurbox-hingga-segari-tahun-ini>
- Desita Ria Yusian TB, N. A. (2021, Oktober 2). Start Up Digital Business: Mengetahui Peluang Dan Tips Bisnis Bagi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat INOTEC UUI*, 3, 34.
- Lubis, R. M., Hasibuan, A., & Novarika, W. (2023). Strategi Pemasaran Penjualan Produk Kopi Mandailing di Pasar Sumatera Utara dengan Metode Analisis SWOT. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.56211/factory.v2i1.315>
- Nur, A. S., Sarwoningsih, L. A., Irmadani, N., & Okfitasari, A. (2023). Peluang dan Tantangan Pajak E-commerce di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, 3(1), 858–858. <https://ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/2741>
- Sari, N. N. (2021, August 5). *Pengalaman Belanja Online Lewat Sayurbox*. Nickenblackcat's Home. <https://www.nickenblackcat.com/2021/08/pengalaman-belanja-online-lewat-sayurbox.html>