i-WIN LIBRARY
INTERNATIONAL
WAQAF ILMU NUSANTARA
LIBRARY
waqafilmunusantara.com
admin@waqafilmunusantara.com

i-WIN Library
Perpustakaan Internasional Waqaf Illmu Nusantara
Office: Centre for Policy Research and International Studies (CenPRIS)
Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia 11800
E-mail: secretariat.alamnusantara@gmail.com
admin@waqafilmunusantara.com
Visit us at: https://www.waqafilmunusantara.com

Title : Sobatani: Marketplace Jual Beli Sayur Dan Buah Dengan Konsep Secondary Market Untuk Meminimalkan Risiko Kerugian Petani Dan Food Loss

Author(s) : Novi Indriani

Institution : Universitas Negeri Malang

Category : Article, Competition

Topics : Environment

SOBATANI: *MARKETPLACE* JUAL BELI SAYUR DAN BUAH DENGAN KONSEP *SECONDARY MARKET* UNTUK MEMINIMALKAN RISIKO KERUGIAN PETANI DAN *FOOD LOSS*

Disusun oleh: Novi Indriani

Produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab merupakan tujuan ke-12 dari 17 Tujuan Global yang tersusun dalam Agenda Pembangunan Berkelanjutan atau biasa kita kenal dengan *Sustainable Development Goals* (SDG) 2030 (https://www.sdg2030indonesia.org/page/20-tujuan-duabelas). Produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab berkaitan tentang pengelolaan yang efisien dalam penggunaan sumber daya alam milik bersama, hal ini juga berkaitan dengan cara kita membuang sampah beracun dan polutan yang menjadi target penting untuk meraih tujuan ini. Selain hal tersebut, mendorong bisnis, industri, dan juga konsumen untuk mendaur ulang dan mengurangi sampah yang telah dihasilkan juga memiliki arti penting, seperti halnya juga mendukung negara-negara berkembang untuk bergerak menuju pola konsumsi yang lebih bertanggungjawab dan berkelanjutan pada tahun 2030.

FAO menggolongkan sampah makanan dalam beberapa jenis, yang pertama adalah komoditas dan produk nabati yang ada pada produksi agrikultur, penanganan dan penyimpanan pasca panen, pengolahan, distribusi, dan konsumsi yang tidak optimal. Yang kedua adalah komoditas dan produk hewani yang juga bermula dari proses produksi, penanganan dan penyimpanan, pengolahan, distribusi, dan konsumsi yang tidak optimal (FAO, 2011).

Secara global, jumlah timbulan sampah makanan terbilang cukup besar, yaitu sekitar 1,3 Giga ton sampah makanan pertahun atau sepertiga dari jumlah bahan makanan yang diproduksi (FAO, 2011). Limbah makanan ini juga dapat berdampak pada iklim. Pada istilah *Food wastage,* terdapat dua istilah, yaitu *food loss* dan *food waste*, *Food loss* merupakan sampah makanan yang berasal dari bahan pangan seperti sayuran, buah-buahan atau makanan yang masih mentah tetapi pada akhirnya tidak terolah dan terbuang. Sedangkan *food waste* makanan yang telah jadi

atau sudah siap dimakan tetapi pada akhirnya terbuang. Dan *food loss* cukup banyak terjadi di berbagai wilayah di Indonesia, seperti yang pernah terjadi di Malang di mana petani membuang hasil sayurannya karena kesulitan mencari konsumen dan petani di Banyuwangi yang memilih membuang hasil panen buah naganya. Kasus-kasus ini lah yang masuk dalam kategori *food loss* dan perlu teratasi dalam upaya SDGs 2030 ke-12.

Kalangan pengusaha menilai bahwa Covid-19 berdampak besar pada perekonomian Indonesia karena mengganggu mata rantai industri sehingga perputaran bisnis terhambat. Di sisi lain, pandemi yang cukup panjang membuat banyak masyarakat beralih dari transaksi secara langsung ke transaksi digital. transaksi ini dianggap memudahkan sekaligus memberikan kenyamanan karena hanya perlu melakukan transaksi dengan memanfaatkan jaringan internet (Fatoni, dkk, 2020). Melihat berbagai permasalahan yang telah disebutkan di atas maka diperlukan solusi terkait perputaran mata rantai usaha agar tetap berjalan lancar khususnya di bidang pertanian yang sekaligus sebagai upaya mengurangi *food loss* di Indonesia.

Analisis Kebutuhan Solusi

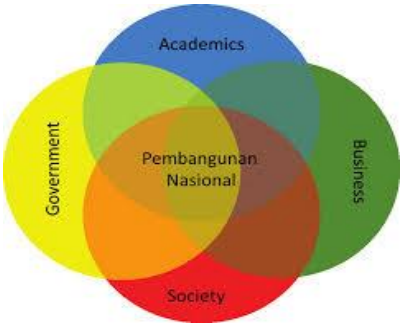
Indonesia menjadi negara pembuang sampah makanan nomor 2 di dunia setelah Arab Saudi yang berada pada posisi pertama. Menurut FAO (2016), jumlah sampah makanan di Indonesia sebesar 13 juta ton setiap tahun, jumlah itu sama dengan 500 kali berat Monas di Jakarta dan diperkirakan mampu menghidupi 28 juta orang. Sampah makanan tersebut berasal dari retail, restoran, rumah tangga maupun industri pengolahan makanan dan dijalur distribusi. Jika dirata-rata, maka setiap orang membuang 300 kilogram pertahun. Kementerian Pertanian (Kementan) terus berupaya untuk meminimalkan terjadinya *food loss*. Salah satunya dengan mengembangkan teknologi yang dapat memperpanjang masa simpan, baik dalam bentuk asal maupun dengan mengolah hasil pertanian menjadi pangan olahan. Dengan pengelolaan yang baik, pangan yang tadinya berpotensi terbuang justru dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan pangan dan gizi penduduk.

Berkaitan dengan masalah tersebut, Usaha Kementerian Pertanian untuk mengembangkan teknologi sebagai upaya dalam meminimalkan *food loss* belum begitu terasa di lapangan. Masih terjadi kasus di beberapa kota atau wilayah di mana terjadi gagal panen, kegagalan distribusi, permainan harga pasar di lapangan yang berimbas tidak lakunya hasil pertanian, dan sulitnya akses antara petani dan konsumen hasil pertanian. Berdasarkan problematika di atas, peneliti memandang perlunya alternatif bisnis baru yang lebih ramah dan efisien melalui penggunaan teknologi dalam mengoptimalkan usaha dalam mengurangi limbah sampah berupa *food loss*. Sehingga *impact* yang dapat diperoleh dari inovasi ini ialah :

1. Dengan *mobile app*, SobaTani bisa diakses kapan pun dan di manapun.
2. Petani bisa menjangkau area pasar lebih mudah.
3. Konsep *secondary market* yang tersedia pada SobaTani juga meminimalkan risiko *food loss*. Di mana makanan-makanan yang masih layak untuk dikonsumsi dapat dipasarkan ke pelaku UMKM (bidang penjualan berbahan sayur dan buah).
4. Dengan adanya aplikasi mobile ini, diharapkan kedepannya mengurangi jumlah *food loss* di Indonesia serta memberikan sumbangsih terhadap perekonomian nasional.

Deskripsi SobaTani: *Marketplace* Jual Beli Sayur dan Buah dengan Konsep *Secondary Market*

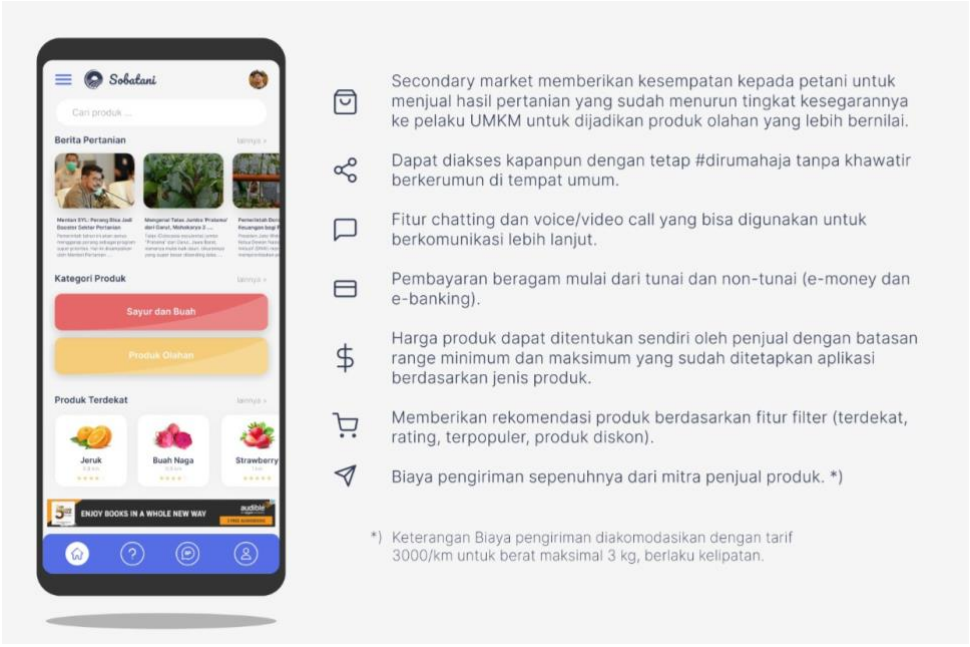
SobaTani merupakan *platform marketplace* yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan produk pertanian, baik produk mentah (buah dan sayur), maupun berupa produk yang telah diolah dengan bahan dasar buah atau sayur. SobaTani menerapkan konsep *Quadruple Helix* yang merupakan pengembangan konsep *triple helix* di mana pada pengimplementasiannya mengintegrasikan peran akademisi, pengusaha (*business*), pemerintah (*government*) dan masyarakat (*community*) ke dalam aktivitas kreativitas dan pengetahuan yang berlandaskan kepentingan bersama. Ketika seluruh komponen dapat bersinergi dengan baik maka cita-cita bangsa akan dapat terwujudkan dengan optimal.



Gambar 1. Quadruple Helix Model

Sumber: Jurnal Kajian Lemhannas RI

SobaTani terintegrasi dengan kerjasama dari beberapa pihak di dalamnya, yaitu petani sebagai pelaku pertama dan menjadi mitra, yang menghasilkan produk pertanian dan sayuran, lalu pelaku UMKM yang bergerak di bidang olahan berbahan baku sayur dan buah-buahan sehingga memilik nilai yang lebih untuk dijual ke masyarakat sekaligus menjadi mitra, dan masyarakat yang berposisi sebagai konsumen untuk pelaku UMKM maupun konsumen bagi petani, dan terdapat ahli tanaman/agrikultur maupun akademisi bidang pertanian yang akan melakukan pendampingan kepada petani mengenai hasil pertanian yang masih layak untuk dimakan ataupun diolah meski telah menurun tingkat kesegarannya. Selain itu, dengan adanya SobaTani petani dapat bertemu langsung dengan para konsumen di *marketplace* dan dapat menentukan harga sepenuhnya terkait produk pertaniannya.



Gambar 2. *User Interface* SobaTani

Sebagai *marketplace* pertanian, SobaTani menerapkan berbagai strategi agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen serta mejaga kualitas produk yang ditawarkan. Strategi yang diterapkan adalah berupa penyediaan dua kategori produk, standarisasi, serta *quality control* produk. Dan berikut adalah rinciannya:

Gambar 3. Kategori, standarisasi dan *quality control*

Fitur unggulan di SobaTani adalah sebagai berikut:

1. *First Market*: di mana petani bisa menjual hasil sayur dan buah-buahannya langsung ke masyarakat maupun ke petani dengan kondisi yang tingkat kesegarannya masih tinggi.
2. *Secondary Market*: di mana ketika ada hasil pertanian yang sudah berusia beberapa lama dan menurun tingkat kesegarannya, maka petani dapat menjualnya di *secondary market* pada pelaku UMKM dengan harga yang lebih rendah tanpa merugikan. Dengan fitur ini tentu dapat meminimalkan pembuangan hasil pertanian.
3. Info dan Konsultasi Petani: di sini, petani dapat mendapatkan info-info terkini terkait pertanian, seperti edukasi penyimpanan hasil pertanian, distribusi hasil pasca-panen, dan petani dapat berkonsultasi dengan ahli agrikultur atau ahli tanaman terkait hasil produksi pertaniannya.

Gambar 4. *Interface* Aplikasi SobaTani

SobaTani memiliki berbagai keunggulan sebagaimana berikut:

- ***User fruendly***

Mempermudah user dalam menemukan informasi penting dalam aplikasi, serta konten aplikasi yang tersusun rapi.

- ***Responsive***

Dapat dengan mudah menyesuaikan tampilan aplikasi sesuai dengan perangkat yang digunakan oleh user

- ***Accountable***

Memungkinkan semua user untuk melihat update informasi oleh user lain

- ***Transparancy***

Dapat mengetahui fluktuasi jasa yang dutawarkan oleh mitra penyedia produk

- ***Trusted***

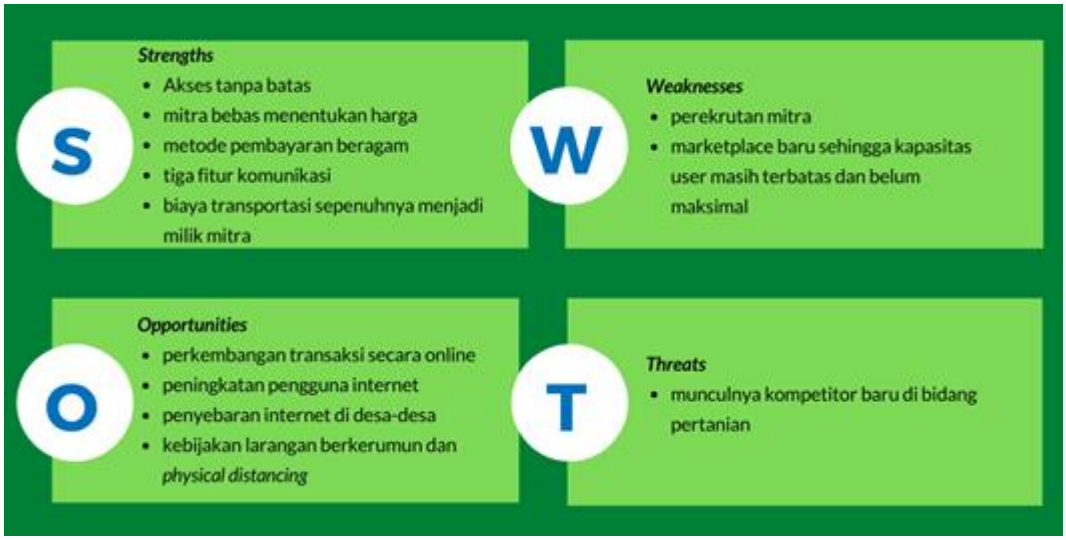
Semua mitra penyedia produk yang terdaftar di aplikasi telah memenuhi standarisasi dengan melampirkan berkas ketika pendaftaran ke aplikasi.

Adapun aplikasi ini dapat terimplementasi dengan kerjasama berbagai pihak, seperti komunitas petani, pelaku UMKM (yang bergerak di bidang olahan makanan berbahan baku hasil pertanian buah dan sayur), akademisi, masyarakat, dan dukungan pemerintah. Adapun strategi implementasi yang digunakan adalah strategi ASTERA *(Action, Socialitation, Trial, Evaluation, Replication, and Advocation*) dengan rincian berikut:

Gambar 5. Langkah implementasi

Analisis SWOT

Analisis internal diperlukan untuk mengindentifikasi kekuatan dan kelemahan resources MasterJasa, serta melihat tantangan dan peluang yang akan dihadapi. Oleh karenanya digunakan analisis SWOT sebagaimana berikut:



Gambar 6. Analisis SWOT

Analisis Kompetitor

SobaTani memiliki beberapa kompetitor sejenis, akan tetapi terdapat berbagai keunggulan yang dimiliki SobaTani, sehingga menjadi *competitive advantages* dari kompetitor lain. Dan berikut adalah analisis perbandingannya:

Tabel Analisis Perbandingan Kompetitor

Fitur Aplikasi	**SobaTani**	**Aplikasi Pertanian Lain**
Menyediakan berbagai produk buah dan sayur	√	√
Kelengkapan fitur komunikasi	√	√
Opsi pembayaran yang bervariasi	√	√
Secondary market dari petani untuk pelaku UMKM	√	X
Pilihan harga yang lebih bervariasi	√	X
Biaya pengiriman sepenuhnya menjadi milik mitra SobaTani	√	X

KESIMPULAN

SobaTani merupakan *marketplace* yang terintegrasi di mana terdapat kerjasama dari beberapa pihak di dalamnya. SobaTani menerapkan konsep

Quadruple Helix yang merupakan pengembangan konsep *triple helix* di mana pada pengimplementasiannya mengintegrasikan peran akademisi, pengusaha (*business*), pemerintah (*government*) dan masyarakat (*community*), yaitu petani sebagai mitra, yang menghasilkan produk pertanian sayuran dan buah-buahan, lalu pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan berbahan baku sayur dan buah-buahan yang telah diolah dan melalui proses *packaging* yang baru dan juga bagian dari mitra, dan juga masyarakat sebagai konsumen untuk pelaku UMKM maupun konsumen bagi petani, dan terdapat ahli tanaman/agrikultur yang akan melakukan pendampingan kepada petani mengenai hasil pertanian yang masih layak untuk dimakan. Aplikasi ini ditujukan untuk semakin mudahnya petani menjangkau pasar, terlebih di masa pandemi ketika kebijakan *physical distancing* dan juga di masa semakin berkembangnya transaksi secara online seiring dengan perkembangan teknologi dan tren ekonomi. SobaTani juga bertujuan meminimalkan risiko kerugian petani dan juga meminimalkan risiko *food loss* serta ikut berkontribusi untuk perekonomian nasional.

DAFTAR PUSTAKA

Afonso, O., Monteiro., M.Thomson. (2012). A Growth Model for the Quadruple Helix Inovation Theory. Journal of Business Economics and Management. 13 (4), p.1-31.

FAO (2019) 'Pangan Sehat Itu Penting', p. 4. Available at: http://www.fao.org/3/ca4694id/CA4694ID.pdf.

Fatoni, S. N. et al. (2020) 'Dampak COVID-19 terhadap perilaku konsumen dalam penggunaan e-wallet di Indonesia', Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), pp. 1689–1699.

Hootsuite (We Are Social). (2020). Indonesian Digital Report 2020. (Online) https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/

Oscar Afonso., Sara monteiro, M. T. (2010) '"A Growth Model for the Quadruple Helix Innovation Theory" Oscar Afonso Maria Thompson', Working Paper Series, pp. 1–22.

Ramdhani, M. A. (2019) 'Implementasi Quad Helix Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Bangsa', *Jurnal Kajian Lemhannas RI*, (39), pp. 35–42.

Setyanti, S. W. L. H. (2018) 'Peran Quadruple Helix Untuk Meningkatkan', *Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis ke-3*, pp. 244–251. Available at: https://jurnal.unej.ac.id/index.php/prosiding/article/download/9169/6136.

Thalib, E. F. and Meinarni, N. P. S. (2019) 'Tinjauan Yuridis Mengenai Marketplace Berdasarkan Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia', *Jurnal IUS Kajian Hukum dan Keadilan*, 7(2).

World Bank. (2020). Memperluas Kelas Menengah Kunci Bagi Kemajuan Indonesia di Masa Depan. (Online) https://www.worldbank.org/in/news/press-release/2020/01/30/expanding-middle-class-key-forindonesia-future.