

KINERJA BISNIS USAHA BAHAN MAKANAN SEGAR ONLINE DI BANDAR LAMPUNG

(*Business Performance of Online Fresh Groceries in Bandar Lampung*)

I Rani Mellya Sari, Dian Rahmalia, Eka Kasymir, Iva Mutiara Indah, Anindya Putri Nismara

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung, 35141, e-mail: dian.rahmalia@fp.unila.ac.id

ABSTRACT

Human civilization is entering a disruptive era of technology indicated by behaviour changes and the discovery of new patterns, one of which is digital transformation. It was further triggered by the global COVID-19 pandemic. The right digital marketing model contributes to a massive digital technology-based market transformation to increase the welfare of agricultural business actors. The research focuses on business actors that utilize digital technology in the category of fresh food products. The aims of this research are analyzing the effectiveness of digital marketing and analyzing business performance. The research using basic case study method. The research location was chosen purposively, namely three business actors, by utilizing digital innovation. The results shows that the business performance of selling fresh food online in Bandar Lampung is divided into two aspects, namely production performance and management performance. Production performance is based on productivity, quality, capacity, process, delivery speed, flexibility, and processing speed to layout. Meanwhile, management performance is based on guidelines regarding good food production methods for home industries, from 13 assessment indicators, it was found that business A was in the category of minor deviation, business actor B and C was in the category of major deviation.

Key words: digital marketing effectiveness, digital transformation, groceries

Received: 6 Juli 2023

Revised: 26 Oktober 2023

Accepted: 21 November 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v11i3.7472>

PENDAHULUAN

Peradaban manusia terus mengalami perubahan akibat adanya perkembangan teknologi yang pesat. Menurut Aysa (2021), kemunculan teknologi digital dan internet mengakibatkan perubahan pada berbagai lini dimana ruang dan waktu semakin terkompresi. Hasil identifikasi Verhoef *et al.*, (2021), terdapat tiga tahapan dalam transformasi digital yaitu *digitization, digitalization, and digital transformation*. Hal ini kemudian berlanjut pada penemuan pola baru akibat adanya disruptif teknologi di era revolusi 4.0.

Akselerasi transformasi terkait teknologi digital semakin dilakukan sebagai respon dari penetapan pandemi global covid-19 oleh WHO pada awal tahun 2020 (Widnyani *et al.* 2021). Pandemi covid-19 yang terjadi semakin memicu penggunaan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, contohnya dalam proses pembelian atau berbelanja (Sheth 2020). Hasil penelitian Munawar *et al.*, (2021) menyatakan bahwa jenis kegiatan yang paling menonjol dalam pemanfaatan teknologi digital diantaranya berkomunikasi,

menelusuri, menganalisis data, memprediksi atau meramalkan untuk memperoleh solusi digital.

Berdasarkan penelitian Oktavenus (2019), transformasi digital yang diikuti dengan perubahan pola perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap perubahan bisnis model di dalam suatu perusahaan. Perusahaan dituntut peka dan responsif terhadap situasi terkini melalui berbagai inovasi yang memanfaatkan teknologi secara maksimal. Respon perusahaan dapat berupa promosi atau iklan pada komunitas digital, pembentukan citra perusahaan di media sosial ataupun *platform marketplace* serta pemanfaatan media digital dalam pemasaran produk.

Saputra *et al.* (2020) menyatakan bahwa di era revolusi industri 4.0, pemasaran dengan menggunakan metode *digital marketing* merupakan hal yang sangat menguntungkan. Pemasaran produk dan atau jasa layanan menjadi lebih inovatif, dapat menjangkau calon konsumen dan pelanggan dengan lebih cepat, relevan, dan hemat biaya. Improvisasi dalam kegiatan pemasaran kemudian dilakukan oleh berbagai bidang usaha termasuk usaha yang terkait

komoditas pertanian. Salah satu bisnis pertanian yang telah mengalami transformasi pada model bisnisnya yaitu usaha penjualan bahan pangan segar. Bahan pangan segar seperti beras, sayuran, daging, ikan, rempah, dan buah-buahan tidak hanya tersedia di pasar-pasar tradisional dan modern, tetapi tersedia juga secara *online*. Menurut Lusianti dan Nindyasari (2020), belanja *online* menjadi tren, terutama bagi masyarakat digital. Bahkan fenomena belanja *online* terus tumbuh dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan Rahmalia *et al.* (2022), terjadi peningkatan frekuensi pembelian bahan pangan segar secara *online* di Kota Bandar Lampung pada masa pandemi covid-19. Pembelian bahan pangan segar secara *online* dilakukan lebih dari empat kali dalam sebulan. Frekuensi ini meningkat dibandingkan saat sebelum terjadinya pandemi covid-19 yang hanya satu sampai dua kali dalam sebulan. Alasan dilakukannya pembelian bahan pangan segar secara *online* ini adalah sebagai alternatif pembelian, karena malas keluar rumah, sedang sibuk, dan pembatasan aktivitas saat pandemi.

Terdapat beberapa pelopor usaha terkait dengan transformasi pemasaran digital pada usaha penjualan bahan pangan segar pada masa pandemi di Bandar Lampung. Berdasarkan penelusuran pada aplikasi google, ada lebih dari lima puluh pelaku usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* di Kota Bandar Lampung. Hal ini tentunya menimbulkan tantangan tersendiri bagi para pelaku usahanya baik dari segi produk, harga, pelayanan, dan loyalitas konsumen serta ancaman apabila tidak mampu bertahan pada persaingan usaha yang semakin tinggi. Namun, tidak banyak usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* yang mampu membuat inovasi usaha dengan memaksimalkan pemanfaatan dari teknologi digital yang ada, sehingga usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* yang mampu bertahan saat pandemi mulai mereda pun menjadi tidak banyak.

Menurut Faviana *et al.*, (2021), pemasaran *online* memberikan sumbangan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Terdapat tiga pelopor usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* yang dirintis saat awal pandemi dan mampu bertahan sampai dengan sekarang yang selanjutnya disebutkan sebagai Usaha A, Usaha B, dan Usaha C. Untuk itu, perlu dilakukan penelitian mengenai kinerja usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* di Kota Bandar Lampung, sehingga mampu

bertahan, meskipun pandemi mulai mereda dan aktivitas masyarakat tidak lagi dibatasi.

METODE PENELITIAN

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) di Usaha A, Usaha B dan Usaha C dengan pertimbangan bahwa ketiga usaha ini merupakan pelopor usaha yang menjual bahan pangan segar di Kota Bandar Lampung dengan memanfaatkan inovasi digital dalam proses bisnisnya dan mampu bertahan, meskipun pandemi mulai mereda. Penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan mulai dari bulan Mei sampai dengan September 2022.

Metode dasar yang digunakan adalah metode studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi (pengamatan langsung) dan survei (wawancara responden) menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner). Responden penelitian terdiri dari pemilik usaha (*owner*), ahli (*expert*), dan karyawan (*staf*) pada usaha *online* bahan pangan segar di Kota Bandar Lampung. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka (*desk study*), publikasi-publikasi, dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini, serta pencatatan lembaga/instansi seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Provinsi Lampung, Dinas Koperasi Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandar Lampung.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan untuk mengetahui kinerja usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* di Kota Bandar Lampung. Kinerja yang dianalisis meliputi kinerja produksi dan kinerja manajemen. Indikator yang digunakan dalam pengukuran kinerja produksi terdiri dari 5 aspek yaitu desain produk dan kualitas, kapasitas produksi, proses produksi dan tata letak, persediaan, manusia dan sistem kerja (Bismala 2016). Untuk mengukur kinerja manajemen mengacu pada Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor 75/M-IND/PER/7/2010 tentang Pedoman CPPOB (*Good Manufacturing Practices*) dan PerKa BPOM RI No.HK.03.1.23.04.12.2206 tahun 2012 tentang Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga. Indikator yang dinilai meliputi lokasi, bangunan, fasilitas sanitasi, mesin dan peralatan, bahan, produk akhir, laboratorium, karyawan, pengemasan, label dan keterangan produk, penyimpanan, dan pemeliharaan. Hasil penilaian dari indikator-

indikator tersebut kemudian ditentukan level kinerja manajemennya. Penentuan level yang digunakan pada penelitian ini berada pada 3 indikator yaitu minor, mayor dan kritis. Penyimpangan minor dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 0-25%, mayor dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 26-75%, dan kritis dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 76-100% terhadap hasil kinerja manajemennya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produktivitas dan Kualitas

Menurut Sari *et al.*, (2015), produktivitas merupakan rasio perbandingan antara total *input* dan total *output*. Perhitungan produktivitas perusahaan A, B, dan C adalah dengan produk sayuran segar yang diproduksi (*output*) dengan masukan yang digunakan (tenaga kerja). Menurut Render dan Heizer (2001) dalam Sari *et al.*, (2015), standar produktivitas tenaga kerja adalah sebesar 7,20 kg/HOK. Usaha A, Usaha B, dan Usaha C memiliki jumlah tenaga kerja yang berbeda-beda, dimana masing-masing usaha menghasilkan jumlah produk yang berbeda-beda pula. Produktivitas tenaga kerja pada usaha A sebesar 1,41 kg/jam, pada usaha B sebesar 1,95 kg/jam, dan pada Usaha C sebesar 12,92 kg/jam, artinya masing-masing tenaga kerja usaha A, usaha B, dan usaha C mampu memproduksi sebesar 1,41 kg; 1,95 kg; 12,92 kg setiap satu jam. Berdasarkan standar nilai produktivitas tenaga kerja yang dikemukakan Render dan Heizer, maka hanya usaha C yang memenuhi standar, sedangkan usaha A dan usaha B harus ditingkatkan.

Peningkatan produktivitas tenaga kerja dapat dilakukan dengan mengembangkan SDM dan melakukan pelatihan-pelatihan pengembangan diri. Selain itu, peningkatan produktivitas juga dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas bahan baku produk. Sayur yang dijual oleh usaha A, B, dan C merupakan sayur dengan kualitas *grade* yang baik yang berasal dari petani mitra ataupun pasar lokal. Dalam menjaga kualitas produknya, usaha A, B, dan C melakukan proses pengolahan yang berbeda-beda mulai dari penyesuaian *packaging* sesuai jenis produk hingga memberikan perlakuan kepada sayur seperti *grading* dan sortasi.

Kapasitas Produksi

Menurut Heizer *et al.* (2015), kapasitas merupakan fasilitas dalam penyimpanan, penerimaan, hingga

produksi yang telah berinovasi menyesuaikan antara jumlah unit dengan periode waktu tertentu yang dinyatakan dalam satuan persen (%). Dengan kata lain, kapasitas adalah pengukuran kemampuan suatu proses dalam pengemasan untuk menghasilkan produk sayur yang telah dikemas sesuai dengan standar perusahaan. Jika kapasitas bernilai 50% atau lebih, suatu usaha dapat dikatakan telah berproduksi dengan baik. Jika kapasitas bernilai kurang dari 50%, usaha tersebut dikatakan kurang baik dalam berproduksi.

Usaha A mampu memproduksi 30 kg sayuran dalam sehari dengan *output* maksimal sebesar 50 kg, sehingga memiliki kapasitas 60%. Usaha B mampu memproduksi 30 kg sayuran dalam sehari dengan *output* maksimal 33 kg yang menghasilkan kapasitas sebesar 91%. Usaha C menghasilkan *output* sebesar 20 kg dengan *output* maksimal sebanyak 45 kg, sehingga besaran kapasitas yang dihasilkan yakni 44%. Usaha A telah berproduksi dengan baik, karena memiliki kapasitas di atas 50%. Usaha B telah berproduksi dengan sangat baik, karena kapasitas yang diperoleh mendekati 100%. Usaha B telah mampu memproduksi sesuai kapasitas maksimum dengan memanfaatkan teknologi dan tenaga kerja yang ada secara efektif dan efisien. Usaha C belum dapat berproduksi dengan baik, karena nilai kapasitas tersebut bernilai kurang dari 50%. Kapasitas usaha C masih perlu ditingkatkan melalui penggunaan teknologi yang terbaru dan tepat guna ataupun dengan meningkatkan tenaga kerja yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan perusahaan.

Proses Produksi

Badrianto (2022) menyebutkan bahwa proses produksi adalah kegiatan yang menggabungkan berbagai faktor produksi, sehingga dapat menghasilkan suatu produk. Ketiga usaha A, B, dan C melakukan proses produksi dengan menghasilkan jasa melalui pengemasan produk dari pemasok untuk kembali dipasarkan ke konsumen. Frekuensi proses produksi pada setiap perusahaan dilakukan setiap hari. Pada Usaha A, produk yang dikemas dan dijual berdasarkan pesanan konsumen. Proses yang terjadi yaitu pemesanan produk oleh konsumen ke perusahaan, selanjutnya perusahaan akan melakukan pengadaan dengan pendataan terlebih dahulu untuk selanjutnya dilakukan pemesanan produk ke pemasok. Setelah produk dikirimkan dari pemasok, perusahaan akan mengemas ulang produk sayuran dan selanjutnya dikirim kepada konsumen. Pengiriman kepada konsumen dilakukan melalui

penyedia jasa transportasi *online* yakni Gojek apabila pemesanan yang diterima menggunakan *e-commerce* (Tokopedia), WhatsApp dan media sosial lainnya.

Usaha B untuk proses produksi dilakukan dengan pemesanan produk ke pemasok setelah dilakukan pengecekan persediaan sayuran atau yang disebut dengan *stock opname*. Selanjutnya, pemasok akan melakukan pengantaran produk ke perusahaan. Konsumen yang telah melakukan pemesanan akan dicatat dengan prenota. Setelah itu, perusahaan akan melakukan pengemasan pada produk sayur sesuai dengan pesanan konsumen dan kemudian dikirimkan dengan jasa pengiriman dari perusahaan maupun melalui jasa pengiriman transportasi *online* seperti Gojek, Grab, atau Maxim. Kemasan yang digunakan pada perusahaan B berupa plastik cetak dengan logo perusahaan dan *goodie bag*.

Usaha C proses produksi dilakukan dengan tahapan awal berupa pendataan pemesanan dari konsumen ke perusahaan. Selanjutnya perusahaan akan melakukan pengadaan produk sayuran dengan berbelanja ke pasar mulai dari pukul 05.00-07.30 WIB. Produk sayuran tersebut selanjutnya dikemas dengan menggunakan plastik *wrapping* (untuk sayuran hijau segar) dan plastik mika (untuk buah dan sayuran) yang ukuran atau berat produknya dari 100-1.000 gram. Tahapan terakhir, produk siap dikirimkan kepada konsumen.

Kecepatan Pengiriman, Fleksibilitas dan Kecepatan Proses

Berdasarkan Apriadi dan Saputra (2017), salah satu kelebihan *e-commerce* adalah tersedianya beberapa pilihan metode pengiriman yang dapat disesuaikan dengan waktu pengiriman. Kecepatan pengiriman ada dua ukuran dimensi, pertama jumlah waktu antara produk ketika dipesan untuk dikirimkan ke pelanggan, kedua adalah ketepatan waktu dalam pengiriman. Pada Usaha A, B, dan C, kecepatan pengiriman sudah baik. Dalam mengirimkan produknya, usaha A akan mengantar sayur langsung setelah terkumpul beberapa pesanan, sedangkan pada usaha B dan C pengiriman produk didasarkan dari waktu pemesanan oleh pelanggan. Jika pelanggan memesan produk sebelum pukul 12.00 WIB, maka pesanan akan langsung dikirimkan oleh Usaha B dan C di hari yang sama saat waktu memesan, sedangkan jika pelanggan memesan produk di atas jam 12.00 WIB, maka pesanan ke konsumen akan dikirimkan pada keesokan harinya.

Fleksibel atau fleksibilitas adalah mengukur bagaimana proses transformasi produk menjadi lebih baik dengan kebutuhan penggunaan kinerja yang ada. Terdapat tiga dimensi dalam fleksibel, pertama dilihat dari waktu untuk mendatangkan bahan baku. Kedua adalah kemampuan bereaksi untuk berubah dalam volume, bagaimana kemampuan sayuran berubah untuk menjadi beberapa variasi produk. Ketiga adalah kemampuan dari proses produksi lebih dari satu produk secara serempak, bagaimana kemampuan perusahaan dalam mengubah bahan baku sayur menjadi produk berbeda. Fleksibilitas usaha sayur hanya dapat diukur berdasarkan dimensi pertama, yaitu dalam waktu mendatangkan bahan baku oleh Usaha A, B, dan C yang membutuhkan waktu rata-rata lebih dari 1 jam, hal ini dikarenakan bahan baku berasal dari pasar lokal dan petani mitra sekitar. Fleksibilitas pada Usaha A, B, dan C masih tergolong kurang dan perlu ditingkatkan, karena pengukuran pada dimensi dua dan tiga belum dapat dilakukan.

Kecepatan proses dapat diukur dari berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk mulai dari bahan baku datang. Rata-rata waktu yang dibutuhkan oleh Usaha A, B, dan C dari mulai bahan baku datang sampai menjadi produk akhir adalah 2 jam. Proses produksi yang dilakukan terkait menyortir dan melakukan pengemasan, sehingga tidak ditemukan kendala dalam kecepatan proses.

Tata Letak dan Persediaan

Menurut Stevenson dan Chuong (2014) dalam Burhan (2020), persediaan (*inventory*) merupakan barang-barang yang disimpan perusahaan dalam persediaan yang berhubungan dengan bisnis yang dilakukan. Pengelolaan persediaan bukan hanya menyangkut nilai barang yang harus diperhatikan, akan tetapi perputaran barang tersebut juga tidak kalah pentingnya. Di samping itu, pemanfaatan ruang dan tata letak di gudang secara efektif dan efisien juga perlu diperhatikan. Pengaturan tata letak pada ketiga usaha sudah dinilai cukup baik dan efisien, dimana tata letak perusahaan sudah mengikuti alur proses produksi. Usaha A, B, dan C diketahui tidak menyediakan stok sayur berlebih, dikarenakan produk pertanian akan menurun kualitasnya bila disimpan terlalu lama. Manajemen persediaan yang digunakan oleh ketiga usaha adalah metode *First in First Out* (FIFO), dimana pada metode ini sayur yang dibeli pertama akan langsung dijual ke konsumen untuk mengurangi nilai kerugian.

Tabel 1. Jumlah penyimpangan (maksimal) usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* di Bandar Lampung

Aspek	Usaha A (%)	Usaha B (%)	Usaha C (%)
Row Lokasi	25,00	25,00	25,00
Row Bangunan	0,00	0,00	0,00
Fasilitas Sanitasi	0,00	0,00	10,00
Mesin dan Peralatan	16,67	16,67	16,67
Bahan	50,00	50,00	50,00
Produk Akhir	50,00	50,00	100,00
Laboratorium	100,00	100,00	100,00
Karyawan	0,00	50,00	100,00
Pengemasan	0,00	25,00	16,67
Label	0,00	0,00	100,00
Penyimpanan	0,00	0,00	12,50
Pemeliharaan	0,00	0,00	16,67
Rata-rata	20,14	26,39	45,63

Kinerja Manajemen

Pengukuran kinerja manajemen untuk usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* menggunakan pengukuran kinerja manajemen bagi suatu industri rumah tangga yang mengacu pada Peraturan Menteri Perindustrian RI Nomor 75/M-IND/PER/7/2010 tentang Pedoman CPPB (*Good Manufacturing Practices*) dan PerKa BPOM RI Nomor HK.03.1.23.04.12.2206 tahun 2012 tentang Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga. Indikator yang dinilai meliputi lokasi, bangunan, fasilitas sanitasi, mesin dan peralatan, bahan, produk akhir, laboratorium, karyawan, pengemasan, label dan keterangan produk, penyimpanan, dan pemeliharaan. Hasil penilaian dari indikator-indikator untuk mengukur kinerja manajemen usaha tersebut disajikan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa pelaku usaha A memiliki jumlah penyimpangan yang terendah, sedangkan pelaku usaha C memiliki jumlah penyimpangan tertinggi dari hasil penilaian yang dilakukan terhadap 12 indikator penilaian. Analisis kinerja manajemen dilakukan dengan beberapa kriteria tertentu dengan melakukan analisis terhadap 12 aspek yaitu lokasi, bangunan, fasilitas sanitasi, mesin dan peralatan, bahan, produk akhir, laboratorium, karyawan, pengemasan, label, penyimpanan, serta pemeliharaan. Menurut Peraturan Menteri Perindustrian tentang cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga, dalam penentuan level kinerja manajemen untuk pelaku usaha didasarkan pada beberapa indikator yaitu minor, mayor, serius dan kritis. Sejalan dengan penelitian Jameelah dan Puteri, (2020), Komala *et*

al., (2017) dan Putra (2020) dalam penentuan level kinerja manajemen didasarkan pada indikator minor, mayor, serius dan kritis. Penentuan level yang digunakan pada penelitian ini berada pada 3 indikator yaitu minor, mayor dan kritis. Penyimpangan minor dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 0-25%, mayor dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 26 -75%, dan kritis dengan rentang persentase jumlah penyimpangan sebesar 76-100%. Kategori kinerja manajemen pelaku usaha bahan pangan segar di Kota Bandar Lampung dapat dilihat pada Gambar 1.

Penerapan CPPB pada industri rumah tangga menjadi suatu kriteria yang diperhatikan dan memerlukan penanganan dan pengawasan khusus. Penerapan CPPB tersebut menjadi standar yang wajib dipenuhi oleh produsen pangan industri rumah tangga untuk menghasilkan pangan yang bermutu, aman dan layak dikonsumsi. Produk pangan yang layak dan aman bisa dihasilkan, jika persyaratan CPPB-IRT dapat dipenuhi.

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa pelaku usaha A berada pada level minor dengan persentase rata-rata penyimpangan sebesar 20,14. Pelaku usaha A memiliki jumlah penyimpangan yang paling sedikit, jika dibandingkan dengan pelaku usaha yang lain. Pelaku Usaha A tidak melakukan penyimpangan dalam beberapa aspek seperti aspek bangunan, aspek fasilitas sanitasi, aspek karyawan, pengemasan, label, penyimpanan dan pemeliharaan.

Kinerja aspek-aspek tersebut dinilai sangat bagus, karena telah memenuhi kriteria. Pelaku usaha A telah memiliki bangunan dengan teknik dan



Gambar 1. Kategori kinerja manajemen pelaku usaha bahan pangan segar di Kota Bandar Lampung

kehigienisan yang sesuai dengan jenis produknya, mudah untuk dibersihkan dan dipelihara. Bangunan milik pelaku usaha A dibuat dengan ruangan pokok dan ruangan pelengkap yang terpisah dengan jelas, sehingga memudahkan karyawan dalam melakukan kegiatan produksinya. Pelaku usaha A memiliki fasilitas sanitasi dengan kondisi kebersihan perusahaan yang dijaga rapi dan bersih setiap saat dilengkapi dengan sarana penyediaan air dan sarana pembuangan sampah. Pengemasan dilakukan dengan menggunakan wadah yang dibersihkan terlebih dahulu sebelum digunakan, lalu dikenakan tindakan sanitasi, dan sterilisasi secara aseptik. Label makanan yang digunakan juga telah memenuhi ketentuan, dibuat dengan ukuran, kombinasi warna dan atau bentuk yang berbeda untuk tiap jenis. Pelaku Usaha A telah melakukan penyimpanan di tempat bersih dan terlindung dari pencemaran, alat dan perlengkapan disimpan dengan baik, agar terlindung dari debu dan pencemaran lain. Alat pengangkutan untuk distribusi produk akhir juga bersih, dapat melindungi produk baik fisik maupun mutunya sampai ke tempat tujuan.

Kinerja manajemen yang dinilai kurang baik dilakukan oleh pelaku usaha A adalah pada aspek lokasi, produk akhir, bahan, mesin dan peralatan. Lokasi produksi bahan pangan perusahaan tidak berada di dekat tempat pembuangan sampah, sehingga dapat menyulitkan bagi pelaku usaha untuk membuang limbah usahanya. Oleh karena itu, sebaiknya perusahaan menetapkan lokasi perusahaan yang jauh dari area pemukiman dan dekat tempat pembuangan limbah, agar masyarakat tidak terganggu oleh pencemaran limbah yang dihasilkan. Perusahaan ini juga tidak menggunakan jasa laboratorium terakreditasi di luar perusahaan.

Pemanfaatan jasa ini berguna sebagai penjamin mutu produk, sehingga disarankan bagi pelaku usaha A untuk melakukan pengujian mutu produk, agar ketika ada complain dari konsumen, hasil uji tersebut bisa dijadikan bukti kuat. Mesin dan peralatan yang digunakan oleh pelaku usaha A belum berbahan dasar *stainless steel*. *Stainless steel* memiliki tingkat korosi yang rendah dan merupakan salah satu logam yang sulit berkarat. Industri pangan membutuhkan tingkat kehigienisan yang tinggi, sehingga disarankan untuk menggunakan mesin dan peralatan yang berbahan dasar *stainless steel*.

Pelaku usaha B berada pada level mayor dengan persentase rata-rata penyimpangan sebesar 28,47%. Pelaku usaha B telah berhasil menjaga kinerja manajemen pada aspek bangunan, fasilitas sanitasi, pemeliharaan, dan penyimpanan, sedangkan pelaku usaha B dapat melakukan beberapa improvisasi dalam rangka memperbaiki kinerja manajemen perusahaannya pada aspek laboratorium, bahan, produk akhir, karyawan, label, pengemasan, lokasi, serta mesin dan peralatan. Mulai dari aspek laboratorium, pelaku usaha B belum menggunakan jasa laboratorium terakreditasi di luar perusahaan. Mutu merupakan suatu aspek yang sangat penting bagi keberlanjutan perusahaan yang dapat dijaga dan ditingkatkan dengan bantuan jasa laboratorium terakreditasi di luar perusahaan. Selanjutnya, aspek bahan dan produk akhir dapat diperbaiki dengan melakukan pemeriksaan secara organoleptik, fisika, kimia, biologi/mikrobiologi baik sebelum maupun sesudah kegiatan produksi.

Aspek internal dan eksternal sama-sama berpengaruh bagi kinerja manajemen suatu

perusahaan. Salah satu upaya meningkatkan kinerja manajemen adalah dengan memperhatikan kualitas karyawan. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan pemeriksaan kesehatan karyawan secara berkala, sedangkan karyawan dapat meningkatkan kedisiplinannya dengan mengenakan pakaian kerja yang sesuai, termasuk sarung tangan, tutup kepala dan sepatu. Selain itu, karyawan diimbau untuk tidak makan, minum, merokok, meludah atau tindakan lain yang dapat mengkontaminasi produk.

Melimpahnya produk di pasaran memungkinkan konsumen untuk memilih. Tidak dapat dipungkiri, perusahaan harus lebih memperhatikan nilai estetika produk yang dipasarkan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pengemasan produk. Pelaku usaha B dapat memperbaiki aspek tersebut dengan membersihkan wadah, melakukan tindakan sanitasi, dan sterilisasi secara aseptik sebelum kegiatan produksi. Selain aspek-aspek yang telah disebutkan, aspek mesin dan peralatan serta aspek lokasi dapat diperbaiki untuk meningkatkan kualitas kinerja manajemen. Perusahaan B terletak di lingkungan pemukiman padat penduduk, sehingga memungkinkan terjadinya pencemaran akibat limbah hasil produksi. Aspek tersebut dapat diperbaiki dengan pemindahan lokasi demi menjaga kebersihan lingkungan. Aspek terakhir yang dapat diperbaiki adalah aspek mesin dan peralatan, hal tersebut dapat diperbaiki dengan menggunakan peralatan berbahan dasar *stainless steel*, karena bahan tidak mudah hangus dan berkarat, sehingga sesuai dengan standar industri pangan.

Dibandingkan dengan perusahaan A dan B, perusahaan C memiliki tingkat penyimpangan kinerja manajemen paling tinggi, yaitu sebesar 45,63%. Dapat dipahami karena perusahaan C tergolong perusahaan baru. Perusahaan C baru didirikan pada tahun 2021. Beberapa aspek yang harus diperbaiki antara lain aspek produk akhir, laboratorium, karyawan, label, bahan, lokasi, pengemasan, pemeliharaan, mesin dan peralatan, penyimpanan, serta fasilitas sanitasi. Perusahaan C dapat meningkatkan produk akhir, bahan dan labelnya dengan memenuhi standar mutu atau persyaratan yang ditetapkan dan tidak merugikan serta aman bagi kesehatan dan melakukan pemeriksaan secara organoleptik dan fisika, kimia dan biologi/mikrobiologi sebelum produk akhir diedarkan. Sama halnya dengan perusahaan A dan B, perusahaan C juga disarankan menggunakan jasa laboratorium demi meningkatkan mutu dan sanitasi produk. Selain itu, pelaku usaha C

disarankan untuk menggunakan bahan yang kuat dan tidak melepaskan bagian/unsurnya, tahan terhadap perlakuan selama pengolahan, pengangkutan dan peredaran aman bagi konsumen.

Pelaku usaha C juga perlu meningkatkan kualitas karyawannya, dengan menunjuk dan menetapkan penanggung jawab bidang produksi dan pengawasan mutu yang memiliki kualifikasi sesuai tugas dan tanggung jawabnya. Dilihat dari segi lokasi, perusahaan C berada jauh dari tempat pembuangan sampah akhir, sehingga berisiko menimbulkan pencemaran lingkungan. Fasilitas sanitasi perusahaan C butuh perhatian dari pelaku usaha dengan menyediakan sabun, handuk atau alat pengering tangan, tempat sampah yang jumlahnya cukup. Alat dan perlengkapan produksi juga perlu dibersihkan dan dilakukan tindak sanitasi. Selain itu, perlu dilakukan usaha pencegahan masuknya serangga dan binatang pengganggu (hama), agar mengurangi risiko kontaminasi. Terakhir, pelaku usaha C harus memastikan permukaan mesin dan peralatan bersih dan tidak ada makanan halus yang menempel dengan alasan kebersihan.

KESIMPULAN

Kinerja usaha penjualan bahan pangan segar secara *online* di Kota Bandar Lampung dibagi menjadi dua aspek yaitu kinerja produksi dan kinerja manajemen. Usaha A mampu memproduksi 30 kg sayuran dalam sehari dengan *output* maksimal sebesar 50 kg, sehingga memiliki kapasitas 60%. Usaha B mampu memproduksi 30 kg sayuran dalam sehari dengan *output* maksimal 33 kg yang menghasilkan persentase kapasitas sebesar 91%. Usaha C menghasilkan *output* sebesar 20 kg dengan *output* maksimal sebanyak 45 kg, sehingga besaran kapasitas yang dihasilkan yakni 44%. Untuk kinerja manajemen bahwa pelaku Usaha A berada dalam katagori penyimpangan minor, pelaku usaha B dan C berada pada katagori penyimpangan mayor.

DAFTAR PUSTAKA

Apriadi D dan Saputra AY. 2017. E-commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal Resti (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi)*, 1 (2): 131–136. <https://jurnal.iaii.or.id/index.php/RESTI/article/view/36/20> [2 Januari 2022].

Aysa IR. 2021. Tantangan transformasi digital bagi

- kemajuan perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2):140–153. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1963> [2 Mei 2022]
- Badrianto YD. 2022. *Manajemen Operasional (Produksi dan Operasi)*. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Bismala L. 2016. Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5 (1): 19–26. <https://journal.uc.ac.id/index.php/JEE/article/view/383/343> [2 Mei 2022].
- Burhan U. 2020. Menakar Kinerja persedian bahan melalui Turn Over Rasio (TOR) pada UMKM pertanian. *Gema Ekonomi*, 9 (02): 171–180. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/view/1342> [3 Mei 2022].
- Faviana E, Lestari DAH, dan Murniati K. 2021. Keragaman agroindustri Bacang Ayam El Shaddai Food melalui pemasaran konvensional dan online di Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 9 (3): 410–417. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/5327/pdf> [3 Mei 2022].
- Heizer J, Kurnia H, dan Render B. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Jameelah M dan Puteri NE. 2020. Penerapan cara produksi pangan yang baik pada Industri Kecil Menengah (IKM) yang telah tersertifikasi halal LPPOM MUI Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 5 (4): 197-201. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SST/article/view/418/pdf> [3 Februari 2022].
- Komala IS, Laksmi W, dan Pangestuti DR. 2017. Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) Perusahaan Tahu Putih “SI” Kabupaten Semarang tahun 2017. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 5 (4): 690–697. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jkm/article/view/18750/17828> [3 Februari 2022].
- Lusianti D dan Nindyasari R. 2020. Sayursop.com: Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran. *Journal of Management and Business Review*, 17 (2): 125–136. <https://jmbr.ppm-school.ac.id/index.php/jmbr/article/view/178> [6 April 2022].
- Munawar HS, Khan SI, Qadir Z, Kouzani AZ, dan Mahmud MAP. 2021. *Insight into the impact of COVID-19 on Australian transportation sector: an economic and community-based perspective*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/3/1276> [15 Mei 2022]
- Oktavenus R. 2019. Analisis pengaruh transformasi digital dan pola perilaku konsumen terhadap perubahan bisnis model perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(5): 44–48. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/6080> [27 April 2022]
- Putra BDS. 2020. Evaluasi Penerapan Cara Produksi Pangan Yang Baik Untuk Industri Rumah Tangga (CPPB-IRT) Pada UMKM Mentari Bulan Malang. *Jurnal Ulmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8 (2): 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6756/5848> [2 April 2022]
- Rahmalia D, Sari IRM, Kasymir E dan Tantriadisti S. 2022. Keputusan pembelian bahan pangan online oleh konsumen rumah tangga di Kota Bandar Lampung, Indonesia. *Agro Bali: Agricultural Journal*, 5 (2): 384–391. <https://ejournal.unipas.ac.id/index.php/Agro/article/view/942/759> [2 April 2022].
- Rahmalia D, Sari IRM, Kashmir E, dan Tantriadisti S. 2022. Perubahan perilaku masyarakat Kota Bandar Lampung dalam membeli bahan pangan segar di masa pandemi. *Open Science and Technology*, 02 (01): 129–135. <https://opscitech.com/journal/article/view/26> [17 April 2023].
- Saputra DH, Sutiksno DU, Kusuma PAH, Romindo, Wahyuni D, Purnomo A, dan Simarmata J. 2020. *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis. https://www.researchgate.net/profile/Agung-Purnomo-2/publication/348945347_Digital_Marketing_Komunikasi_Bisnis_Menjadi_Lebih_Mudah/links/6018793ba6fdcc071bac2442/Digital-Marketing-Komunikasi-Bisnis-Menjadi-Lebih-Mudah.pdf [21 April 2022]
- Sari IRM, Zakaria WA, dan Affandi MI. 2015. Kinerja produksi dan nilai tambah agroindustri emping melinjo di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 3 (1): 18–25. <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/view/1013/918> [2 April 2022]
- Sheth J. 2020. Impact of covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117: 280–283. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303647> [5 Mei 2023]

Verhoef PC, Broekhuizen T, Bart Y, Bhattacharya A, Dong JQ, Fabian N, dan Haenlein M. 2021. Digital transformation : A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122: 889–901. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296319305478> [2 April 2023]

Widnyani NM, Astitiani NLPS dan Putri BCL. 2021. Penerapan transformasi digital pada UKM Selama pandemi covid-19 di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6 (1): 79–87. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/3093> [1 Januari 2023].