

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara penghasil sayuran terbesar di dunia. Hal ini dibuktikan dengan jumlah lahan yang ada di Indonesia sebesar 570.000 kilometer persegi. Banyak daerah-daerah di Indonesia yang memiliki lahan subur. Pada tahun 2016, produk ekspor sayuran Indonesia seperti kubis, sawi dan bunga kol mencapai 40.240 ton dan 77 jenis sayuran lainnya telah di ekspor ke Negara Taiwan, Malaysia, Singapura, Thailand dan Belanda. Mendukungnya wilayah Indonesia sebagai salah satu negara penghasil sayuran terbesar berbanding terbalik dengan proses pemasarannya. Di era digital ini, masyarakat sudah dimanjakan dengan banyak sekali *platform* digital yang mempermudah urusan masyarakat. Terlebih lagi, di era endemic seperti sekarang ini semakin membuat masyarakat terbiasa menggunakan hal-hal yang serba digital. Contohnya, masyarakat bisa saja hanya diam dirumah untuk mendapatkan hal yang mereka inginkan cukup dengan bertransaksi melalui *smartphone*.

Pasar Raya, merupakan inovasi pemasaran sayuran dengan memanfaatkan digital sebaik mungkin. Dengan harga yang sangat terjangkau namun tetap mempertahankan kualitas dan kesegaran sayuran, Pasar Raya menyediakan jasa layanan online dalam pembelian dan pengantaran sayuran sehingga bisa langsung sampai ke tangan konsumen tanpa harus pergi keluar rumah. Pasar Raya sebagai perantara langsung diantara petani dan konsumen dengan tetap menjaga kesejahteraan petani dengan memotong rantai pemasaran sehingga petani bisa mendapatkan untung yang lebih baik dari sebelumnya namun tetap memberikan harga yang lebih terjangkau untuk konsumen. Pasar Raya diharapkan mampu mempermudah masyarakat yang gemar memasak untuk mendapatkan sayuran dengan kualitas yang baik. Pasar Raya, menerapkan sistem *ready* di jam kerja yang sudah ditentukan dan *pre-order* yang bisa mengantarkan keinginan konsumen sesuai dengan jadwal yang konsumen butuhkan. Konsumen pun tentunya bisa

memilih sayuran yang mereka inginkan sesuai dengan yang sudah tersedia di *platform website* atau *platform* berbasis *android*. Terlebih, di era pandemi *covid-19* yang sedang terjadi, Pasar Raya juga ingin mengingatkan masyarakat untuk lebih menjaga kesehatan dengan salah satu cara untuk tetap mengonsumsi makanan yang sehat.

1.2. Tujuan Project

1. Konsep penyajian produk yang kreatif dan ramah lingkungan sehingga meningkatkan minat konsumen untuk berbelanja.
2. Mempermudah masyarakat yang gemar memasak untuk mendapatkan bahan masakan terkhusus sayuran.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kualitas makanan yang dikonsumsi agar kesehatan semakin terjaga.

1.3. Manfaat Project

1. Dapat meningkatkan konsumsi masyarakat akan sayur-sayuran.
2. Meningkatkan perkembangan teknologi dan digitalisasi daerah.

