

STUDI PERBANDINGAN APLIKASI SAYURBOX DAN SEGARI SEBAGAI PLATFORM DIGITAL DALAM DISTRIBUSI HASIL PERTANIAN

Dwi Febrianti¹, Dwi Febrina Wati², Indira Sistamarien³,
Luna Falya Iskandar⁴, Salsabil Rinaldi⁵, Siti Nurlaeli⁶

^{1,2,3,4,5,6}IPB University

Jl. Kumbang, Kampus IPB Cilibende, Bogor, Jawa Barat, Indonesia

e-mail: ¹dfebrianti@apps.ipb.ac.id, ²dwifebrina@apps.ipb.ac.id, ³indirasindira@apps.ipb.ac.id,
⁴lunafalya@apps.ipb.ac.id, ⁵isabelrinaldi@apps.ipb.ac.id, ⁶2135_nurlaeli@apps.ipb.ac.id

Abstrak - Sektor pertanian memiliki peran krusial dalam menjaga ketahanan pangan dan mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, tantangan klasik berupa rantai distribusi hasil pertanian yang panjang dan tidak efisien menjadi hambatan besar dalam pencapaian kesejahteraan petani dan keterjangkauan harga bagi konsumen. Kondisi nyata dimana harga produk meningkat bagi konsumen, sementara petani tidak memperoleh keuntungan optimal. Kehadiran *e-commerce* berbasis *mobile*, seperti Sayurbox dan Segari, muncul sebagai inovasi digital yang bertujuan untuk memperpendek jalur distribusi guna meningkatkan efisiensi pemasaran hasil pertanian. Studi ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan efektivitas kedua platform dalam mendukung distribusi hasil pertanian dengan fokus pada aspek harga jual, kecepatan pengiriman, dan akses pasar bagi petani. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode analisis deskriptif komparatif melalui observasi langsung sebagai pengguna (user experience) serta pengumpulan data sekunder dari berbagai literatur yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Sayurbox memiliki keunggulan dalam hal cakupan wilayah distribusi yang lebih luas serta sistem pembayaran yang lebih beragam, sementara Segari unggul dalam aspek fleksibilitas distribusi dan kemitraan dengan petani lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemilihan platform sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, baik dari segi efisiensi harga, kecepatan layanan, maupun kemudahan transaksi. Studi ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi konsumen, petani, serta pengembang kebijakan dalam mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* pertanian untuk meningkatkan kesejahteraan bersama.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Sayurbox, Segari

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan nasional. Kontribusinya tidak hanya terbatas pada penyediaan pangan bagi masyarakat, tetapi juga mencakup peningkatan penerimaan devisa negara, penciptaan lapangan kerja, penyediaan bahan baku industri, serta optimalisasi pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan (Kusumaningrum, 2019). Selain itu, sektor pertanian turut berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui stabilitas harga pangan, peningkatan gizi masyarakat, serta pengentasan kemiskinan (Awokuse & Xie, 2015). Berdasarkan data terbaru dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, sektor pertanian menyumbang sekitar 12,40% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yang menunjukkan besarnya pengaruh sektor ini terhadap perekonomian nasional. Terlepas dari perannya yang sangat penting, sektor pertanian di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu permasalahan utama adalah panjangnya rantai distribusi produk pertanian, yang

menyebabkan ketimpangan harga antara petani sebagai produsen dan konsumen sebagai pengguna akhir (Apriadi et al., 2017). Kondisi ini terjadi karena banyaknya perantara dalam proses pemasaran, sehingga harga jual di tingkat petani tetap rendah, sementara harga yang diterima oleh konsumen menjadi lebih tinggi (Magfiroh & Syarif, 2023). Akibatnya, banyak petani kecil di Indonesia masih kesulitan memperoleh pendapatan yang mencukupi untuk kebutuhan dasar mereka (Organization & others, 2023). Oleh karena itu, sektor pertanian memerlukan perbaikan sistem distribusi agar petani dapat menjual hasil panennya dengan harga yang lebih kompetitif di pasar (Sihite et al., 2025).

Dalam menghadapi tantangan tersebut, kemajuan teknologi menawarkan solusi melalui penerapan *e-commerce* dalam distribusi produk pertanian. *E-commerce* memungkinkan transaksi langsung antara petani dan konsumen, sehingga dapat memangkas rantai distribusi yang panjang dan mengurangi kesenjangan harga (Wirapraja & Aribowo, 2018). Selain itu, *e-commerce* memberikan

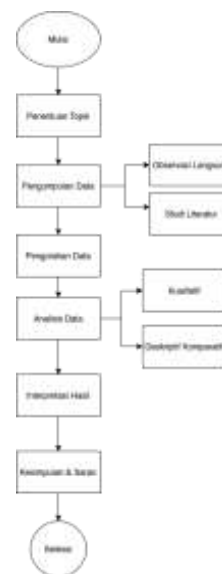


keuntungan bagi pelaku bisnis dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan loyalitas pelanggan (Rehatalanit, 2016). Dengan berkurangnya peran perantara dalam distribusi produk pertanian, harga jual yang diterima petani menjadi lebih kompetitif, sementara konsumen bisa mendapatkan produk dengan harga yang lebih terjangkau (Solihat & Sandika, 2022). Saat ini, beberapa platform *e-commerce* telah berhasil mengoptimalkan distribusi produk pertanian di Indonesia, di antaranya Sayurbox dan Segari. Kedua platform ini menawarkan model bisnis yang berbeda dalam menyalurkan hasil pertanian dari petani ke konsumen. Untuk memahami efektivitas dan efisiensi dari masing-masing platform, penelitian ini akan melakukan perbandingan antara Sayurbox dan Segari. Hasil dari perbandingan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan aplikasi serupa di masa depan serta membantu konsumen dalam memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif komparatif untuk membandingkan dua platform *e-commerce* berbasis *mobile*, yaitu Sayurbox dan Segari, dalam distribusi hasil pertanian. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman pengguna secara mendalam serta memahami konteks distribusi pertanian melalui sudut pandang praktis dan teoritis. Metode analisis deskriptif komparatif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing platform secara rinci serta membandingkan aspek-aspek utama yang mempengaruhi efektivitas distribusi produk pertanian. Analisis dilakukan dengan mengamati dan membandingkan langsung fitur, layanan, serta efektivitas kedua platform dari perspektif pengguna. Data diperoleh melalui pengalaman langsung sebagai pengguna (*user experience*) dengan melakukan transaksi pada kedua aplikasi untuk mengidentifikasi perbedaan dalam harga jual dan kategori produk, metode pembayaran, fleksibilitas waktu pengantaran, cakupan wilayah serta akses pasar bagi petani. Selain pengalaman langsung (*user experience*), data sekunder dikumpulkan melalui studi literatur dari berbagai sumber yang relevan, termasuk jurnal, artikel, dan laporan terkait distribusi hasil pertanian dan *e-commerce* di sektor pertanian Indonesia. Data ini digunakan untuk memperkuat hasil observasi serta memberikan konteks terhadap temuan yang diperoleh. Hasil pengamatan dan analisis kemudian disajikan secara deskriptif untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan masing-masing platform serta menilai efektivitasnya dalam mendukung sektor pertanian. Pendekatan kualitatif dengan deskriptif

komparatif ini memungkinkan evaluasi objektif terhadap Sayurbox dan Segari dalam mempersingkat rantai distribusi, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta memberikan manfaat bagi petani dan konsumen.



Sumber: Penulis (2025)

Gambar I. Prosedur Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, disajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui proses pengumpulan dan analisis data terkait perbandingan dua platform digital distribusi hasil pertanian, yaitu Sayurbox dan Segari. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan karakteristik, keunggulan, dan tantangan dari masing-masing platform dalam mendukung rantai distribusi hasil pertanian di Indonesia. Hasil ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai kontribusi kedua aplikasi dalam mendekatkan produsen dengan konsumen serta meningkatkan efisiensi distribusi produk pertanian secara digital. Data yang diperoleh disusun dalam bentuk tabel perbandingan berdasarkan beberapa indikator penting, seperti harga, waktu pengantaran, metode pembayaran, kategori produk, cakupan wilayah, serta fitur tambahan yang ditawarkan oleh kedua platform. Selanjutnya, setiap indikator dibahas secara rinci untuk menggambarkan kekuatan dan kelemahan masing-masing aplikasi dalam praktik distribusi hasil pertanian modern.

Tabel 1. Perbandingan Sayurbox dan Segari

Indikator	Sayurbox	Segari
Harga	Standar	Lebih murah (diskon 15-

		75%)
Waktu Pengantaran	4 kloter (dini hari, pagi, sore, malam)	Fleksibel (1 jam setelah pembayaran)
Metode Pembayaran	Lengkap (<i>E-Wallet & Kartu Kredit</i>)	Terbatas (hanya <i>GoPay & Kartu Kredit</i>)
Kategori Produk	Standar	Beragam
Cakupan Wilayah	Jabodetabek	Jadetabek
Fitur Tambahan	1. Planto (Produk siap makan kolaboratif dengan petani lokal), 2. Fitur resep dengan detail kandungan nutrisi	1. Fitur Mitra (siapa saja dapat menjadi pemasok), 2. Fitur <i>Refund</i>

Berdasarkan Tabel 1, Sayurbox dan Segari masing-masing memiliki keunggulan dan kelemahan dalam mendukung distribusi hasil pertanian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti harga, waktu pengantaran, metode pembayaran, kategori produk, cakupan wilayah, serta fitur tambahan yang ditawarkan oleh masing-masing platform. Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa meskipun kedua aplikasi sama-sama berperan sebagai perantara antara petani dan konsumen, pendekatan yang mereka gunakan cukup berbeda satu sama lain.

Keberagaman karakteristik ini mencerminkan adanya segmentasi pasar dan strategi bisnis yang berbeda, di mana Sayurbox lebih menasar konsumen yang mengutamakan kualitas dan informasi produk, sementara Segari lebih cocok bagi konsumen yang mencari efisiensi, harga terjangkau, dan kecepatan layanan. Perbedaan-perbedaan ini penting untuk dipahami, terutama dalam konteks pengembangan platform digital pertanian di masa depan, agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang semakin kompleks dan beragam. Dengan memahami keunggulan dan keterbatasan masing-masing, baik petani, konsumen,

maupun pengembang platform digital dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dalam memilih mitra distribusi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka.

1. Harga Produk

Dari segi harga, Segari menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan Sayurbox. Segari sering memberikan diskon mulai dari 15% hingga 75%, sehingga lebih menarik bagi konsumen yang mengutamakan harga terjangkau. Sebaliknya, harga Sayurbox lebih stabil tanpa potongan harga yang signifikan. Namun, stabilitas harga Sayurbox dapat menjadi keuntungan bagi petani karena memastikan harga jual yang lebih tetap dibandingkan platform yang sering menawarkan diskon.

2. Waktu Pengantaran

Sayurbox menawarkan sistem pengantaran yang lebih terstruktur dan terjadwal dengan baik. Pengguna diberikan fleksibilitas untuk memilih salah satu dari empat kloter pengiriman yang tersedia dalam sehari, yaitu pada waktu dini hari, pagi, sore, dan malam. Dengan sistem ini, pelanggan dapat menyesuaikan waktu penerimaan pesanan dengan aktivitas harian mereka, sehingga meminimalkan risiko pesanan datang saat tidak berada di tempat. Penjadwalan yang jelas ini juga memberikan kepastian waktu bagi pengguna, khususnya mereka yang memiliki rutinitas padat dan memerlukan perencanaan waktu yang lebih teratur.

Sementara itu, Segari menawarkan sistem pengiriman yang lebih cepat. Setelah proses pembayaran selesai, pesanan dapat diantar dalam waktu sekitar satu jam. Kecepatan ini menjadi keunggulan tersendiri, terutama bagi konsumen yang membutuhkan produk dalam waktu singkat, seperti bahan makanan segar yang hendak langsung digunakan. Sistem ini sangat cocok bagi pengguna dengan kebutuhan mendesak atau yang tidak sempat merencanakan pembelian lebih awal, karena memungkinkan produk diterima dalam waktu yang hampir instan.

3. Metode Pembayaran

Sayurbox memiliki keunggulan dalam hal keragaman metode pembayaran yang ditawarkan kepada pengguna. Layanan ini mendukung berbagai pilihan pembayaran digital yang saat ini umum digunakan oleh masyarakat Indonesia, seperti e-wallet *GoPay*, *OVO*, serta pembayaran menggunakan kartu kredit dan debit dari berbagai bank. Dengan beragamnya metode pembayaran tersebut, pengguna dapat memilih opsi yang paling sesuai dan nyaman bagi mereka, baik dari

segi kemudahan maupun keamanan transaksi.

Sebaliknya, Segari masih memiliki keterbatasan dalam hal metode pembayaran. Saat ini, platform tersebut hanya mendukung transaksi melalui GoPay dan kartu kredit, sehingga belum menyediakan opsi lain seperti transfer bank atau e-wallet lainnya. Keterbatasan ini berpotensi menjadi hambatan bagi sebagian pengguna yang terbiasa atau lebih nyaman menggunakan metode pembayaran alternatif, terutama bagi mereka yang belum memiliki akses ke kartu kredit atau tidak menggunakan GoPay sebagai alat pembayaran utama.

4. Kategori Produk

Segari memiliki keunggulan dalam variasi kategori produk karena mencakup lebih banyak jenis bahan makanan dan kebutuhan rumah tangga dibandingkan Sayurbox. Hal ini membuat Segari lebih fleksibel dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang ingin berbelanja dalam satu platform. Berbagai produk yang ditawarkan Segari tidak hanya terbatas pada sayur dan buah segar, tetapi juga mencakup kebutuhan harian seperti daging, ikan, produk olahan, bumbu dapur, hingga perlengkapan rumah tangga. Dengan demikian, konsumen dapat melakukan pembelian yang lebih komprehensif dalam satu aplikasi, mengurangi kebutuhan berbelanja di beberapa tempat berbeda. Sementara itu, Sayurbox cenderung lebih fokus pada produk segar seperti sayuran, buah-buahan, dan hasil pertanian organik yang berkualitas tinggi.

5. Cakupan Wilayah

Sayurbox memiliki cakupan wilayah yang sedikit lebih luas dibandingkan Segari. Hingga saat ini, layanan Sayurbox sudah tersedia di beberapa kota besar seperti Jabodetabek, Surabaya, dan Bali. Sementara itu, Segari saat ini masih lebih terfokus di area Jabodetabek saja, dan belum sepenuhnya menjangkau beberapa wilayah di luar inti kota, termasuk sebagian area di Bogor yang belum optimal terlayani.

Perbedaan jangkauan wilayah ini secara langsung mempengaruhi jumlah konsumen yang dapat memanfaatkan layanan masing-masing platform. Semakin luas cakupan layanan, semakin besar pula potensi konsumen yang dapat dijangkau, serta semakin banyak petani dari berbagai daerah yang bisa terlibat dalam ekosistem penjualan produk segar melalui platform digital.

Namun, perluasan wilayah juga membutuhkan kesiapan infrastruktur logistik yang memadai, mengingat karakteristik produk

segar yang memiliki masa simpan pendek dan memerlukan pengiriman cepat agar tetap terjaga kualitasnya. Oleh karena itu, pengembangan jaringan gudang penyimpanan, armada pengiriman, serta kerja sama dengan mitra logistik lokal menjadi faktor penting dalam mendukung ekspansi wilayah dari kedua platform ini.

6. Fitur Tambahan

Kedua platform memiliki fitur unggulan yang berbeda.

1. Sayurbox memiliki fitur *Planto*, yaitu produk siap makan hasil kolaborasi dengan petani lokal, serta fitur resep dengan detail kandungan nutrisi yang membantu konsumen dalam merencanakan pola konsumsi yang sehat.
2. Segari memiliki keunggulan dengan fitur Mitra, yang memungkinkan siapa saja menjadi pemasok, serta fitur *refund*, yang memberikan opsi pengembalian produk dan kompensasi jika terjadi masalah dalam transaksi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil studi perbandingan antara Sayurbox dan Segari sebagai platform digital dalam distribusi hasil pertanian, keduanya memiliki keunggulan yang berbeda dalam memenuhi kebutuhan petani dan konsumen. Sayurbox unggul dalam hal jangkauan wilayah yang lebih luas, metode pembayaran yang lebih lengkap, serta stabilitas harga yang dapat menguntungkan petani. Di sisi lain, Segari menawarkan harga yang lebih kompetitif dengan potongan harga yang signifikan, fleksibilitas waktu pengantaran yang lebih tinggi, serta fitur Mitra yang membuka peluang bagi lebih banyak pemasok.

Keunggulan dan kelemahan masing-masing platform menunjukkan bahwa pilihan terbaik bagi pengguna sangat bergantung pada prioritas mereka. Konsumen yang mengutamakan harga lebih murah dan pengiriman cepat cenderung lebih memilih Segari, sementara mereka yang membutuhkan fleksibilitas metode pembayaran dan jangkauan lebih luas akan lebih diuntungkan dengan Sayurbox. Dari perspektif petani, Sayurbox dapat memberikan kestabilan harga yang membantu dalam perencanaan pendapatan jangka panjang, sedangkan Segari dapat memperluas peluang pemasaran melalui fitur kemitraannya yang inklusif dan adaptif terhadap petani lokal.

Dengan semakin berkembangnya teknologi dan meningkatnya adopsi e-commerce dalam sektor

pertanian, platform seperti Sayurbox dan Segari berpotensi besar dalam memperpendek rantai distribusi dan meningkatkan kesejahteraan petani. Transformasi digital ini membuka peluang terciptanya sistem pertanian yang lebih transparan, efisien, dan adil, baik bagi produsen maupun konsumen. Oleh karena itu, inovasi dan pengembangan lebih lanjut masih diperlukan untuk mengoptimalkan peran digitalisasi dalam mendukung sistem distribusi hasil pertanian yang lebih efisien dan berkelanjutan, termasuk integrasi teknologi rantai pasok berbasis data, perluasan kemitraan petani, serta peningkatan literasi digital di kalangan pelaku pertanian. Upaya kolaboratif dari pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat menjadi kunci dalam memastikan bahwa potensi e-commerce di sektor pertanian dapat dimaksimalkan secara inklusif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Apriadi, D., Saputra, A. Y., & others. (2017). E-Commerce berbasis marketplace dalam upaya mempersingkat distribusi penjualan hasil pertanian. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(2), 131–136.
- Awokuse, T. O., & Xie, R. (2015). Does agriculture really matter for economic growth in developing countries? *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne d'agroeconomie*, 63(1), 77–99.
- Kusumaningrum, S. I. (2019). Pemanfaatan sektor pertanian sebagai penunjang pertumbuhan perekonomian indonesia. *Transaksi*, 11(1), 80–89.
- Magfiroh, N., & Syarif, M. (2023). Pengaruh Rantai Distribusi Terhadap Penetapan Harga Jual Pada Komoditas Jagung Di Kabupaten Pamekasan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 9313–9327.
- Organization, W. H., & others. (2023). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2023: Urbanization, agrifood systems transformation and healthy diets across the rural–urban continuum* (Vol. 2023). Food & Agriculture Org.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2016). Peran e-commerce dalam pengembangan bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5.
- Sihite, M., Hsb, A. M., Syahputra, R., Amri, M. R., Alwi, R., & Sakuntala, D. (2025). PERAN SEKTOR PERTANIAN DAN DISTRIBUSI PENDAPATAN DI INDONESIA: ANALISIS MODEL FAKTOR SPESIFIK RICARDIAN. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(1).
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). E-commerce di Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 273–281.
- Wirapraja, A., & Aribowo, H. (2018). Pemanfaatan e-commerce sebagai solusi inovasi dalam menjaga sustainability bisnis. *Teknika*, 7(1), 66–72.
- Yuli Eni & Anggraini Kumala Chandra. Impact of E-Supply Chain Management on Customer Satisfaction Through Service Quality in Agricultural E-Commerce. *Journal The Winners, (Indonesia)*.
- Reni Diah Kusumawati, Teddy Oswari, Tristyanti Yurnitasari & Himanshu Dutt. “Consumer Perception of Agribusiness E-marketplace Opportunities in Indonesia.” *Majalah Ilmiah Bijak*.
- Alfa Nursyamiza Nusifera, Mukhamad Najib, Kirbrandoko. Factor affecting user satisfaction in agricultural e-commerce applications: Facing the new normal. *Journal of Innovation in Business and Economics*.
- Laksamana Khaidir K.N & Muhammad Irwan Padli Nasution. Use of Digital Marketing Information Technology in Marketing Agricultural Products. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*.
- Anak Agung Inten Trisna, I Nyoman Gede Ustriaana, Gede Mekse Korri Arisena. Marketing of Vegetables through E-Commerce in Bali Province. *Agrisociconomics: Jurnal Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*.
- Tarwoto, Syawalia Rahayu, Serli, Zanela Anania & Amanda Ayu Novitasari. Arsitektur Enterprise Sistem Informasi E-Commerce untuk Pemasaran Hasil Pertanian. *Jurnal JTIC*
- Eka Nurjati. Peran dan Tantangan E-Commerce sebagai Media Akselerasi Manajemen Rantai Nilai Produk Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi Vol. 39 No.2 (2021)*.