



## RINGKASAN

ANISA AZZAHRA. Pendirian Unit Bisnis *Frozen Baby Buncis* Kenya pada PT Agricole Indonesia Makmur. *The Establishment of Frozen Baby Beans Kenya Business Unit at PT Agricole Indonesia Makmur*. Dibimbing oleh ANDRI LATIF.

Tanaman hortikultura adalah tanaman yang menghasilkan sayuran, buah-buahan, florikultura, bahan obat nabati, termasuk didalamnya jamur, lumut, dan tanaman air yang berfungsi sebagai sayuran (Mulyandari *et al.* 2020). Salah satu tanaman hortikultura yang banyak ditanam di Indonesia adalah tanaman buncis (*Phaseolus Vulgaris L.*). Buncis memiliki beberapa varietas salah satunya adalah *baby buncis* Kenya. PT Agricole Indonesia Makmur merupakan salah satu perusahaan yang membudidayakan *baby buncis* Kenya. Saat ini produksi *baby buncis* Kenya di PT Agricole Indonesia Makmur terbagi menjadi dua *grade* dan produk *reject*. *Grade* yang pertama adalah *grade A* dengan rata-rata produksi mencapai 84,5% dari total produksi perbulan dengan harga jual Rp15.000,00–Rp18.000,00/kg. Lalu *grade* yang kedua adalah *grade B* dengan rata-rata produksi, yaitu 13,4% dari total produksi perbulan dengan harga jual Rp3.000,00–Rp5.000,00/kg. Kemudian terdapat produk *reject* sebesar 2,1% dari total produksi perbulan. Berdasarkan kondisi tersebut dapat dilihat bahwa ada perbedaan harga jual yang sangat tinggi antara *grade A* dan *grade B*. Hal tersebut dapat menjadi peluang bagi PT Agricole Indonesia Makmur untuk meningkatkan nilai ekonomi dari *grade B* dengan cara menjadikannya produk *frozen food* sehingga harga jual *baby buncis* Kenya *grade B* menjadi lebih tinggi. Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal pada PT Agricole Indonesia Makmur dan menyusun perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan aspek non finansial.

Jenis data yang digunakan pada kajian pengembangan bisnis ini adalah data primer dan data sekunder. Lalu metode yang digunakan untuk penyusunan kajian pengembangan bisnis ini adalah metode kualitatif dan metode kuantitatif. Ide pengembangan bisnis diperoleh menggunakan analisis SWOT yang kemudian disusun kedalam matriks SWOT. Kemudian penyusunan rencana pengembangan bisnis disusun berdasarkan aspek non finansial yang terdiri atas aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia, dan aspek kolaborasi, serta berdasarkan aspek finansial yang terdiri atas analisis proyeksi laba rugi, analisis kelayakan investasi, dan analisis *switching value*.

Penentuan ide pengembangan bisnis didasarkan pada analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan melalui alternatif strategi W-O (*Weakness-Opportunities*). Dari alternatif strategi W-O tersebut munculah ide pengembangan bisnis yaitu pendirian unit bisnis *frozen baby buncis* Kenya pada PT Agricole Indonesia Makmur. Ide pengembangan bisnis tersebut diharapkan akan meminimalkan kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki.

Produk yang dihasilkan dari pengembangan bisnis ini adalah *frozen baby buncis* Kenya yang akan dikemas dengan plastik vakum dan dilengkapi label



kemasan serta memiliki berat bersih 250 gram. Pada aspek pemasaran, target pasar dari produk ini adalah toko-toko *frozen food* dimana terdapat pembeli ibu rumah tangga dan konsumen yang mengonsumsi sayuran di daerah Kabupaten Cianjur dan Bogor. Harga jual *frozen baby* buncis Kenya yaitu Rp18.000,00 per kemasan. Promosi dilakukan dengan menggunakan *social media* dan *personal selling*. Pada aspek produksi, produksi dijadwalkan tiga kali dalam seminggu, yaitu hari Selasa, Kamis, dan Sabtu. Dalam satu minggu memproduksi sebanyak 123 *pack* pada tahun pertama dan pada tahun kedua sampai tahun kelima memproduksi sebanyak 160 *pack* perminggu karena ada peningkatan penawaran sebesar 30%. Kegiatan distribusi juga akan dilakukan tiga kali dalam seminggu. Pada aspek organisasi dan manajemen tidak membentuk organisasi baru, melainkan menambah tiga tenaga kerja dengan rincian satu orang bagian produksi, satu orang bagian pengemasan, dan satu orang bagian distribusi. Pada aspek sumber daya manusia tambahan tenaga kerja berjumlah tiga orang tersebut akan direkrut dari masyarakat sekitar perusahaan dengan beberapa kualifikasi agar tenaga kerja yang bekerja sesuai dengan posisi dan tugas yang diberikan. Lalu pada aspek kolaborasi, perusahaan akan bekerja sama dengan toko sinar plastik dan percetakan *Goprint* Cipanas serta bekerja sama dengan toko-toko *frozen food* untuk memasarkan produk. Berdasarkan aspek finansial yang telah dilakukan dalam perhitungan *cash flow* dikatakan layak karena menghasilkan NPV > 0 yaitu Rp115.584.506, IRR > DR yaitu 48,57%, *Net B/C* > 1 yaitu 2,37, *Gross B/C* > 1 yaitu 1,23, dan PP < umur bisnis yaitu 2,83 atau 2 tahun 10 bulan. Selain itu, hasil dari *switching value* pada pendirian unit bisnis *frozen baby* buncis Kenya memiliki batas toleransi maksimum terhadap penurunan produksi sebesar 19,875%, penurunan harga produk *frozen baby* buncis Kenya sebesar 19,875%, kenaikan harga *baby* buncis Kenya dan plastik vakum sebesar 160,901%.

Kata kunci: analisis SWOT, *frozen baby* buncis Kenya, PT Agricole Indonesia Makmur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.