



## RINGKASAN

MUHAMMAD ZAQQI BADRUDDIN. Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik ke Pasar Modern pada Agriyaponik Ciracas Jakarta Timur. *Market Expansion of Hydroponic Vegetables to Modern Market at Agriyaponik Ciracas East Jakarta*. Dibimbing oleh UDING SASTRAWAN.

Hortikultura merupakan kelompok komoditas yang diusahakan dan diproduksi pada sektor pertanian di Indonesia. Hortikultura merupakan tanaman potensial yang memiliki permintaan pasar dan nilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, hortikultura di Indonesia menjadi salah satu komoditas sektor pertanian yang prospektif untuk dikembangkan. Agriyaponik yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Agribisnis seperti sayuran hidroponik dan unit bisnis lainnya mampu untuk memenuhi permintaan akan produk hortikultura pada jenis sayuran hidroponik. Akan tetapi, pemasaran dan promosi perusahaan yang belum optimal menjadi kendala utama dalam memenuhi kebutuhan sayuran hidroponik masyarakat Indonesia.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis SWOT serta mengkaji kelayakan pengembangan bisnis berdasarkan aspek finansial dan non finansial. Metode yang digunakan yaitu aspek finansial menggunakan analisis laba / rugi, analisis kelayakan usaha, serta analisis *switching value*. Sedangkan untuk aspek non finansial menggunakan aspek pemasaran, aspek produksi, aspek sumberdaya manusia, dan aspek kolaborasi.

Rumusan ide pengembangan bisnis ini didapatkan dari hasil analisis lingkungan internal dan eksternal pada Agriyaponik yang kemudian dikelompokkan kedalam analisis SWOT. Alternatif strategi didapatkan dari strategi W – O (*Weakness – Opportunities*) yang berfokus terhadap meminimalisir kelemahan perusahaan dengan menggunakan peluang pada luar perusahaan. Dan alternatif strategi yang dipilih yaitu perluasan pemasaran sayuran hidroponik ke pasar modern. Rencana pengembangan bisnis tersebut dipilih guna meningkatkan keuntungan perusahaan.

Aspek non finansial didapatkan adanya penambahan tenaga kerja pada divisi baru, spesifikasi target dan segmentasi pasar yang telah ditentukan yaitu ke pasar modern, penambahan proses distribusi sayuran hidroponik ke pasar modern, serta adanya kerjasama dengan calon mitra pasar modern di daerah sekitar Jabodetabek. Sedangkan hasil dari analisis finansial yang meliputi analisis laba / rugi didapatkan laba bersih sekitar Rp216.491.553,- pada tahun pertama dan Rp289.359.404 pada tahun kedua hingga kesepuluh. Sedangkan pada analisis kelayakan usaha didapatkan nilai NPV sebesar Rp2.273.725.477,-; *Gross B/C* sebesar 1,41; *Net B/C* sebesar 6,75; IRR sebesar 87,64%; dan *payback period* sebesar 2 tahun 1 bulan. Dan untuk analisis *switching value* didapatkan persentase sebesar 29,29% terhadap penurunan produksi dan 187,72% terhadap peningkatan harga input. Maka dari hasil tersebut, didapatkan bahwa bisnis layak untuk dijalankan.

Kata kunci : analisis SWOT, hidroponik, hortikultura, pasar modern