

RINGKASAN

PUTRI NAZUA NURRAHMA. Peningkatan Produksi dan Penjualan Pakcoy (*Brassica rapa* L.) melalui Perluasan Pasar pada CV Subur Indah Jaya. *Increased Production and Sales of Pakcoy (Brassica rapa L.) through Market Expansion at CV Subur Indah Jaya*. Dibimbing oleh HERMAWAN WANA.

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki sektor pertanian sebagai penyumbang terbesar perekonomian. Seiring perkembangan zaman yang berdampak kepada sektor pertanian menjadikan kemajuan pada teknologi pertanian. Salah satu contoh perkembangan teknologi pertanian adalah hidroponik. CV Subur Indah Jaya merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang hidroponik yang berada di Kabupaten Bogor. Pakcoy merupakan salah satu komoditas yang paling banyak dihasilkan. Data produksi dan permintaan pakcoy pada CV Subur Indah Jaya menunjukkan bahwa hasil produksi pakcoy masih tersisa banyak. Hal tersebut dikarenakan pemasaran hasil produksi pakcoy pada perusahaan belum optimal, karena hanya dipasarkan kepada restoran *shabu hachi* dan *reseller*. Dengan adanya permintaan pakcoy pada pasar baru menjadikan peluang untuk CV Subur Indah Jaya. Hal tersebut menjadikan selisih hasil produksi pakcoy dapat dipasarkan dengan optimal serta dapat meningkatkan permintaan dan produksi pakcoy.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis melalui identifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada CV Subur Indah Jaya serta menyusun dan mengkaji perencanaan pengembangan bisnis berdasarkan analisis aspek finansial dan aspek non finansial.

Metode yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan metode identifikasi perusahaan dengan melibatkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Penentuan ide pengembangan bisnis pada CV Subur Indah Jaya didapatkan berdasarkan analisis strategi S-O (*Strength-Opportunity*).

Perencanaan produk pada pengembangan bisnis adalah pakcoy (*Brassica rapa* L.). Segmentasi geografis menasar pada wilayah Jakarta, Bogor dan Depok. Segmentasi demografis yaitu usia, jenis kelamin serta kalangan masyarakat berpendapatan menengah keatas. Segmentasi psikografis berdasarkan gaya hidup sehat, praktis, bersih dan suka mengonsumsi sayur pakcoy. Target pasar yang dituju adalah pasar curah (pengepul) dan pasar modern (*All fresh*). Perencanaan produksi pengembangan bisnis menggunakan *greenhouse* ketiga khusus pakcoy. Perkiraan presentase kegagalan 5% dan umur produksi pakcoy adalah 35 hari. Sehingga menghasilkan 985 kilogram pakcoy perbulan.

Berdasarkan aspek finansial didapatkan laba bersih setelah pajak (EAT) setelah adanya pengembangan bisnis sebesar Rp92.792.904.00. Dengan demikian terdapat peningkatan pendapatan sebesar Rp100.100.000.00 dan diperoleh R/C *ratio* setelah pengembangan bisnis yaitu 2,05 dengan arti setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan 2,05 rupiah (penerimaan). Berdasarkan kriteria kelayakan usaha, dengan nilai R/C *ratio* lebih dari 1, maka usaha itu dinilai menguntungkan dan layak untuk dijalankan.

Kata kunci : *Brassica rapa* L., CV Subur Indah Jaya, hidroponik, kelayakan bisnis