

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia secara umum dibagi menjadi tiga bagian yaitu sektor perikanan, peternakan, dan tanaman. Ketiganya memiliki peranan penting bagi kehidupan di masyarakat. Sektor pertanian pun dapat dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan dikarenakan permintaan selalu meningkat seiring bertambahnya kebutuhan. Indonesia sendiri pun merupakan negara agraris yang tentunya memiliki peluang untuk dikembangkan. Salah satu komoditas pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu hortikultura.

Hortikultura adalah bagian dari sektor pertanian yang terdiri atas sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan biofarmaka (Indriasti 2013). Melakukan bisnis hortikultura pada sayuran dapat memberikan keuntungan dan nilai tambah yang tinggi bagi perusahaan. Semakin meningkatnya pengetahuan ide dan teknologi di bidang pertanian saat ini, dalam mengusahakan sayuran ada beberapa media tanam yang dapat digunakan sebagai wadah tempat tumbuhnya sayuran, diantaranya yaitu hidroponik.

Menurut Istiqomah (2007), hidroponik berasal dari Bahasa Latin, *hydro* dan *phonos*. *Hydro* berarti air dan *phonos* berarti kerja. Dalam konteks ini, hidroponik diartikan sebagai air yang bekerja. Namun dalam bidang hortikultura, hidroponik merupakan kegiatan pertanian yang menjadikan air sebagai media utama untuk menggantikan tanah. Hidroponik juga dapat diartikan sebagai sistem penanaman tanpa menggunakan media tanah. Sistem hidroponik sudah dikenal dan diterapkan sejak lama, yakni semenjak abad ke-16 Masehi. Menurut sejarah yang beredar, *The Hanging Garden of Babylon* dipercaya sebagai penggunaan hidroponik pertama di dunia.

Manfaat dari sistem hidroponik antara lain adalah tanaman menjadi bebas hama yang biasanya berasal dari tanah. Selanjutnya hasil dari tanaman dengan sistem hidroponik lebih banyak karena umumnya banyak tanaman yang terbuang sia-sia akibat dimakan atau diserang hama. Tanaman dengan sistem hidroponik bisa dipanen kapan saja meskipun bukan musim dari tanaman tersebut. Dan yang terakhir yaitu tanaman dengan sistem hidroponik lebih sehat karena tidak menggunakan pestisida atau bahan kimia beracun.

Kelebihan dari hidroponik yaitu tidak membutuhkan tanah dikarenakan media utamanya adalah air. Selanjutnya tidak membutuhkan banyak air karena air akan terus disirkulasi atau diedarkan dalam sistem yang telah dibuat sebelumnya. Tanaman yang dihasilkan juga lebih bersih dan steril karena tidak ada tanah yang berceceran. Penggunaan hidroponik dapat membuat tanaman bebas dari hama pengganggu yang biasanya muncul dari tanah. Sistem hidroponik cocok untuk diterapkan pada lahan sempit atau terbatas dan juga kandungan gizi yang dihasilkan oleh tanaman lebih sehat karena tidak menggunakan pestisida. (Setiawan 2019)

Penjualan langsung atau *direct selling* adalah pemasaran dan penjualan produk langsung ke konsumen diluar lokasi tetap penjualan eceran. Menurut wikipedia adalah sebuah strategi untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditujukan untuk memengaruhi tindakan konsumen. Penjualan langsung (*hard sell*) lebih menekankan pengambilan keputusan yang didasarkan atas rasional atau

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 memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

karena adanya keuntungan tambahan yang diberikan suatu produk. Wujud dari penjualan langsung (*hard sell*) dapat ditemui dalam bentuk promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan langsung (*direct response marketing*), serta *merchandising* dan *point of purchase*. Pemasaran dengan menggunakan metode *direct selling* mempunyai kelebihan yaitu tidak adanya biaya pemeliharaan toko, perusahaan dapat melakukan kontak langsung dengan pelanggan, tidak ada biaya iklan dan pemasaran, umpan balik langsung dari pelanggan dan juga kepuasan pelanggan. Kelemahan dari metode *direct selling* yaitu sulit untuk menjangkau khalayak luas dan resiko terjadinya penolakan dari produk yang kita tawarkan.

Secara umum tingkat permintaan pada perusahaan Sufi Agrifarm dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1 Data produksi dan permintaan pada Sufi Agrifarm tahun 2020

Komoditas	Produksi (kg/tahun)	Produksi (kg/bulan)	Permintaan (kg/tahun)	Permintaan (kg/bulan)	Selisih (kg/tahun)	Selisih (kg/bulan)
Bayam	6.523	544	5.578	465	945	79
Pakcoy	815	68	697	58	118	10
Kailan	815	68	697	58	118	10
Jumlah	8.154	679	6.973	581	1.181	98

Sumber: Sufi Agrifarm (2020)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa Sufi Agrifarm mengalami kekurangan permintaan. Ditandai dengan adanya selisih atau sisa penjualan dari permintaan yang ada. Upaya yang dilakukan selama ini untuk memenuhi permintaan konsumen yaitu dengan memproduksi per tahunnya sayuran kailan sebanyak 815kg, bayam 6523kg, dan pakcoy 815kg.

Adapun dalam pemasarannya, perusahaan masih dapat dikatakan kurang optimal karena target pasar yang dituju sedikit dan pasar induk yang masih terbatas. Selama ini perusahaan hanya menjual kepada supermarket dan pengepul. Oleh karena itu, kajian pengembangan bisnis ini dibuat sebagai solusi untuk penambahan pasar bagi perusahaan yaitu hotel dan restoran yang tentunya dengan metode *direct selling* atau penjualan langsung yang sebelumnya sudah diterapkan pada perusahaan guna memasarkan hasil dari overproduksi sayuran yang terjadi. Berikut adalah data permintaan sayuran untuk hotel dan restoran di Kota Medan tahun 2020.

Tabel 2 Data permintaan sayuran hotel dan restoran di Kota Medan Tahun 2020

Komoditas	Permintaan rata-rata tahun 2020 (kg)			
	Bintang 3 (17 hotel)	Bintang 4 (12 hotel)	Bintang 5 (5 hotel)	Restoran (5 buah)
Bayam	82	81	84	279
Pakcoy	10	10	10	35
Kailan	10	10	10	35
Total	103	102	105	349

Sumber : Data primer (2021)

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa permintaan sayuran dari hotel dan restoran yang ada di Kota Medan cukup tinggi sehingga dapat menjadi peluang bagi Sufi Agrifarm untuk mencoba memenuhi permintaan dari calon pasar baru tersebut.

## 1.2 Tujuan

Tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis pada Sufi Agrifarm ini adalah :

Merumuskan ide rencana pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan lingkungan internal pada Sufi Agrifarm.

Menyusun dan mengkaji rencana pengembangan bisnis dengan menganalisis kelayakan aspek non finansial dan finansial pada perusahaan Sufi Agrifarm.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies