



RINGKASAN

AZKIA RAUDHA SHAFURA. Perluasan Pasar Sayuran Hidroponik Pakcoy pada Kebun Sayuran Siponik Farm Kabupaten Sukabumi. Dibimbing oleh TINTIN SARIANTI.

Pertumbuhan negara yang semakin berkembang akibat industrialisasi yang semakin besar, banyak lahan yang semakin tergusur sehingga berpengaruh terhadap hasil produk pertanian. Adanya metode hidroponik, dapat tetap meningkatkan hasil pertanian dengan lahan yang terbatas. Keunggulan yang dimiliki tanaman hidroponik yaitu tidak memerlukan lahan yang luas, perawatan yang praktis dan tanaman yang dihasilkan lebih pesat dan tidak kotor.

Kebun Sayuran Siponik Farm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tanaman hidroponik yang terletak di daerah Goalpara, kabupaten Sukabumi. Komoditas sayuran hidroponik yang dipasarkan meliputi sayuran pakcoy, kangkung, dan *caysim*. Produksi sayuran hidroponik pakcoy merupakan produksi terbesar yang dihasilkan kebun sayuran Siponik Farm. Dengan tingginya jumlah produksi yang dihasilkan, serta telah terpenuhinya seluruh permintaan dari gudang, mengakibatkan banyaknya produksi sayuran hidroponik pakcoy yang belum mampu terserap pasar. Oleh karena itu Kebun Sayuran Siponik Farm memiliki sebuah peluang dengan melakukan perluasan pasar sayuran hidroponik pakcoy.

Tujuan dari adanya pengembangan bisnis ini untuk mengetahui kelayakan bisnis yang akan dijalankan dengan merumuskan ide pengembangan bisnis, menyusun rencana pengembangan bisnis dengan menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi, manajemen, dan sumberdaya manusia, aspek kolaborasi dan aspek finansial. Data yang diperoleh dalam menyusun pengembangan bisnis ini berdasarkan data primer melalui pengamatan dan keterlibatan langsung dalam kegiatan Kebun Sayuran Siponik Farm pada saat berlangsungnya kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yang dilakukan pada tanggal 4 Februari 2019 sampai 27 April 2019. Sedangkan untuk data sekunder didapatkan melalui studi literatur, buku, internet, serta instansi terkait.

Perumusan Ide Pengembangan bisnis ini didasarkan pada identifikasi faktor internal maupun eksternal yang dimiliki perusahaan. Rumusan ide pengembangan bisnis dihasilkan dari analisis faktor internal berupa Promosi yang dilakukan kurang gencar, dan hasil produksi yang melimpah pada komoditas pakcoy. Sedangkan untuk analisis faktor eksternal berupa peluang yaitu kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat, tingkat permintaan yang tinggi, tingkat konsumerisme yang tinggi serta dibantu dengan adanya teknologi informasi yang berkembang. Dengan adanya strategi rumusan *Weakness-Opportunities* (W-O) dihasilkan alternatif strategi perluasan pasar sayuran hidroponik pakcoy.

Perencanaan produksi dilakukan agar dapat memenuhi permintaan pasar yang akan dituju dan menjual sayuran yang belum mampu terserap pasar. Produk yang dijual berupa sayuran hidroponik pakcoy dengan berat produk 500gr / pack. Dengan harga produk Rp 14 000/pack. Perencanaan produksi meliputi sortasi dan penggolongan, pencucian sayuran, penimbangan sayuran, pengemasan produk, dan pengiriman.

Perencanaan manajemen terdapat perubahan, yaitu adanya penambahan 2 tenaga kerja. Bagian gudang yang ditambahkan sejumlah 1 orang dan 1 orang di





gian pemasaran. Bagian Gudang bertugas untuk mengecek stok produksi sayuran hidroponik pakcoy. Sedangkan pada bagian pemasaran bertugas untuk memasarkan produk mulai dari pemesanan dan penjualan produksi sayuran hidroponik pakcoy.

Perencanaan kolaborasi yang dijalin perusahaan dengan pelaku bisnis antara lain adanya kerjasama dengan pemasok dan pelanggan. Pemasok akan berkolaborasi dengan toko plastik kemasan yang berada di daerah Sukabumi. Sedangkan untuk kolaborasi perusahaan dengan pelanggan yaitu menjalin hubungan baik dengan pihak Restoran maupun dengan pelayanan yang baik.

Berdasarkan hasil analisis finansial dengan metode proyeksi laba rugi, perusahaan dapat menambah keuntungan tambahan sebesar Rp 109 098 120. Sedangkan berdasarkan analisis R/C *ratio* usaha ini dapat dikatakan layak karena R/C *ratio* lebih dari 1. R/C *ratio* yang dihasilkan sebelum perluasan pasar sebesar 1.4, sedangkan setelah perluasan pasar sebesar 3.32. Dan dengan adanya perluasan pemasaran batas maksimum penjualan yang diperoleh perusahaan mencapai 22 518 kg pertahunnya.

Kata kunci : Sayuran hidroponik pakcoy, Kelayakan bisnis, Perluasan pasar.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies