

RINGKASAN

RIDHA LESTARY. Perluasan Pasar Sayuran *Horensa* pada P4S Agrofarm Cianjur. *Expansion of Market Vegetables Horensa at P4S Agrofarm Cianjur*. Dibimbing oleh ELANG ILIK MARTAWIJAYA.

Sayuran adalah salah satu komoditi hortikultura yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. *Horensa* (*Spinacia Oleracea* L.) atau bayam Jepang merupakan salah satu jenis sayuran introduksi yang masuk ke Indonesia. *Horensa* termasuk produk hortikultura sayuran daun dengan pangsa pasar tersendiri dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) Agrofarm Cianjur merupakan suatu usaha agribisnis yang membudidayakan sayuran *Horensa*. *Horensa* atau bayam Jepang banyak diminati konsumen Indonesia karena rasanya enak, lunak, dan memiliki kandungan mineral dan vitamin yang tidak kalah dengan bayam lokal. Permintaan bayam Jepang yang mengalami kenaikan setiap tahun di daerah Jakarta menjadi peluang bagi pemasok sayuran bayam Jepang untuk memasarkan produknya.

P4S Agrofarm Cianjur merupakan produsen sayuran bayam Jepang ke beberapa swalayan Jepang dan Korea. Perusahaan dapat memproduksi 4.690 kg bayam Jepang dalam satu siklus penanaman dengan luas lahan 750 m². Saat ini, perusahaan mengalami kendala dalam pemasaran bayam Jepang. Perusahaan selama ini masih terfokus memasarkan bayam Jepang ke beberapa swalayan, sehingga terjadi kelebihan penawaran pada sayuran tersebut. Kondisi perusahaan yang mengalami kelebihan penawaran dapat diatasi dengan melakukan perluasan pasar. Pada kajian pengembangan bisnis ini akan dilakukan perluasan pasar pada sayuran bayam Jepang.

Tujuan penulisan kajian pengembangan bisnis ini adalah: (1) Merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal pada P4S Agrofarm Cianjur dengan metode *Business Model Canvas*; dan (2) Menyusun model bisnis perluasan pasar sayuran bayam Jepang pada P4S Agrofarm Cianjur dengan metode *Business Model Canvas*.

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di P4S Agrofarm Cianjur yang berlokasi di Kampung Cigombang RT 02 RW 09 Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. PKL dilakukan selama 3 bulan yaitu dimulai pada tanggal 20 Januari 2020 sampai 11 April 2020.

Metode analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC). Analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunities, threat*) bertujuan untuk merumuskan ide pengembangan bisnis pada perusahaan dengan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan. Penyusunan model bisnis menggunakan analisis BMC yang di dalamnya terdapat sembilan elemen yaitu *value propositions, customer segment, channels, customer relationship, key resources, key activities, key partners, cost structures, dan revenue streams*. Aspek finansial menggunakan analisis laba rugi dan analisis R/C rasio.

Ide pengembangan bisnis perluasan pasar sayuran *Horensa* atau bayam Jepang pada P4S Agrofarm Cianjur didapat dari analisis SWOT dengan strategi WO. Perusahaan memiliki kelemahan yaitu terjadi kelebihan penawaran bayam Jepang dan belum melakukan perluasan pasar. Peluang yang dapat dimanfaatkan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

yaitu permintaan sayuran bayam Jepang terus meningkat. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut, perusahaan akan melakukan perluasan pasar bayam Jepang ke Pasar Induk Kramat Jati dan Toko Tani Indonesia.

Model bisnis perluasan pasar sayuran bayam Jepang akan digambarkan pada sembilan elemen BMC. Sembilan elemen tersebut yaitu: (1) *customer segment*, target pasar yang akan dituju oleh perusahaan yaitu swalayan, Pasar Induk Kramat Jati, dan Toko Tani Indonesia. (2) *customer relationship*, hubungan yang dijalin oleh perusahaan dengan pelanggan seperti kontrak kerja sama, pelayanan yang baik, dan menjaga kualitas produksi sayuran. (3) *channels*, saluran komunikasi dengan pelanggan ada dua yaitu secara langsung dengan mengikuti pameran, dan secara tidak langsung dengan memanfaatkan media sosial. (4) *value proposition*, keuntungan yang diberikan perusahaan ke pelanggan seperti sayuran yang bersih dan sudah dikemas, kualitas sayuran, dan harga terjangkau. (5) *key activity*, kegiatan yang dilakukan dalam bisnis yaitu budidaya, pemeliharaan, sortasi, pengemasan, dan pemasaran. (6) *key resources*, sumber daya yang dimiliki perusahaan untuk menunjang kegiatan bisnis. (7) *key partners*, pihak-pihak yang bekerja sama dengan perusahaan yaitu Dinas Pertanian Cianjur, toko benih, pupuk, dan obat-obatan, petani, swalayan, Pasar Induk Kramat Jati, dan Toko Tani Indonesia. (8) *revenue stream*, pendapatan yang didapat perusahaan berasal dari penjualan bayam Jepang ke swalayan, Pasar Induk Kramat Jati, dan Toko Tani Indonesia. (9) *cost structure*, biaya yang dikeluarkan perusahaan yaitu biaya investasi seperti peralatan budidaya, pengemasan. Jumlah biaya investasi yang dikeluarkan sebesar Rp136.020.000,00. Biaya tetap yang dikeluarkan seperti gaji karyawan, air dan listrik, sewa lahan, bensin, pulsa, dan lain-lain. Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam pengembangan bisnis ini yaitu Rp34.244.362,00. Biaya variabel yang dibutuhkan dalam pengembangan bisnis ini seperti benih, pupuk dan obat-obatan, tali rapia, bambu, dan plastik untuk pengemasan bayam Jepang. Jumlah biaya variabel yang dikeluarkan perusahaan yaitu Rp29.986.400,00. Berdasarkan laporan laba rugi ide bisnis ini menghasilkan laba bersih sebesar Rp172.790.941,00 dan R/C 2,05 sehingga ide bisnis ini layak dilakukan.

Kata kunci: BMC, *horenso*, perluasan pasar, P4S Agrofarm

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