



RINGKASAN

ARIEF ABDURROCHMAN PAMUNGKAS. Peningkatan Produksi Sawi Pagoda dengan Optimalisasi Rak Hidroponik pada CV Garuda Farm Kabupaten Bogor. *Increase Pagoda Mustard Production by Optimizing of Hydroponic Rack at CV Garuda Farm Bogor Regency*. Dibimbing oleh UDING SASTRAWAN.

Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang memiliki kekayaan suberdaya alam yang melimpah. Holtikultura merupakan komoditas pertanian yang sering kali dijumpai masyarakat Indonesia, salah satunya adalah sayuran sawi. Sawi merupakan salah satu jenis sayuran hijau yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi, selain itu sawi memiliki kandungan zat gizi yang bermanfaat bagi tubuh manusia. Tanaman sawi sendiri memiliki berbagai macam jenis yang salah satu yaitu sawi pagoda (*Brassica narinosa*).

Sawi pagoda yang dibudidayakan CV Garuda Farm telah menggunakan teknologi hidroponik dalam proses produksinya. Hidroponik merupakan teknologi budidaya pada proses penanaman yang tidak menggunakan tanah melainkan menggunakan media air pada proses budidaya. Sistem hidroponik yang dimiliki perusahaan ini berjenis *Nutrient Film Technique* (NFT) dan *Deep Flow Technique* (DFT). Budidaya sawi pagoda dengan menggunakan teknologi penanaman hidroponik ini menciptakan sawi pagoda yang bersih, sehat, dan aman untuk dikonsumsi. Sawi pagoda memiliki karakter yang berbeda dengan sawi jenis lainnya, sawi pagoda memiliki keunggulan seperti bentuk sawi yang unik, memiliki cita rasa yang manis dan bertekstur renyah menjadikan tingkat permintaan konsumen terhadap sawi pagoda cukup tinggi dan perusahaan belum mampu untuk memenuhi permintaan tersebut.

Tujuan pengembangan bisnis ini: (1) Merumuskan ide pengembangan bisnis pada CV Garuda Farm melalui analisis lingkungan internal-eksternal dengan penerapan matriks SWOT. (2) Menyusun dan mengkaji kelayakan rencana pengembangan bisnis pada CV Garuda Farm berdasarkan pendekatan sembilan blok elemen *Business Model Canvas* (BMC).

Penyusunan kajian pengembangan bisnis ini berdasarkan hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan di CV Garuda Farm. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Prabowo Cisadon, Bojong Koneng, Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. PKL berlangsung selama 8 Minggu, dimulai pada tanggal 9 Maret 2020 hingga 27 April 2020.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT yaitu lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Treats*. Untuk menyusun perencanaan pengembangan bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang terdiri dari sembilan blok elemen yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resource*, *key activities*, *key partner* dan *cost structure*. Analisis finansial yang digunakan yaitu laporan laba rugi dan R/C ratio.

berdasarkan hasil analisis SWOT ditemukanlah alternatif strategi berupa S-O (*Strength-Opportunity*). *Strength* (kekuatan) yang dimiliki berupa promosi dengan sosial media, sarana dan prasarana memadai, produk yang dihasilkan berkualitas, kegiatan produksi terjadwal, memiliki sistem tanam berkelanjutan, memiliki pelanggan tetap sayuran hidroponik, dan terdapat rak instalasi yang

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 mengumumkannya dan memperjualnya sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



belum dimanfaatkan dengan baik. *Opportunity* (peluang) yang dimiliki berupa perubahan gaya hidup masyarakat yang memerhatikan kesehatan, semakin berkembangnya teknologi informasi, dan terdapat permintaan berlebih terhadap sayuran hidroponik. Berdasarkan kekuatan dan peluang perusahaan maka dapat dirumuskan ide bisnis berupa peningkatan produksi sawi pagoda dengan optimalisasi rak produksi hidroponik

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan dengan menggunakan rancangan *Business Model Canvas* (BMC) meliputi sembilan blok elemen. Blok *customer segment* sawi pagoda memiliki empat target konsumen yang dituju yaitu D'Original Fresh dengan permintaan sebanyak 2.000 kg/tahun, CV Madani Fresh 1.800 kg/tahun, wisatawan 200 kg/tahun, dan konsumen akhir 315 kg/tahun. Blok *value proposition* berupa jaminan produk berkualitas berupa perusahaan menjamin kualitas produk yang diberikan kepada konsumen dan produk dapat bersaing seperti dengan adanya keunggulan yang dimiliki sawi pagoda yaitu bentuk sawi yang unik, memiliki cita rasa yang manis dan memiliki tekstur yang renyah. Kegiatan promosi sawi pagoda yang dilakukan pada blok *channels* melalui pesan *broadcast* pada sosial media perusahaan. Blok *customer relationship* membuat perjanjian tertulis seperti kontrak kerjasama antara perusahaan dengan konsumen agar menguatkan kepercayaan antar sesama, dan pemberian garansi berupa penggantian sayuran kembali jika sayur yang diterima konsumen tidak sesuai. Blok *revenue stream* mengalami peningkatan pendapatan dari hasil penjualan sawi pagoda sebesar Rp33.364.000. Blok *key resource* memanfaatkan sumber daya perusahaan seperti mengoptimalkan rak produksi hidroponik sebanyak 2 rak dengan 1.100 lubang tanam dari 5 rak dengan 2.750 lubang tanam yang rusak. Blok *key activity* menekankan aktivitas produksi dan menggalakkan standar operasional produksi perusahaan. Blok *key partner* melibatkan pelanggan *reseller*. Blok *cost structure* menjelaskan perubahan struktur biaya perusahaan setelah dilakukannya pengembangan dengan melakukan penambahan biaya tetap sebesar yaitu peningkatan gaji karyawan, penambahan biaya investasi yaitu pembelian pompa air dan penambahan biaya variabel yaitu pembelian bibit.

Hasil analisis finansial setelah dilakukannya ide pengembangan peningkatan produksi sawi pagoda menunjukkan peningkatan pada analisis laba rugi yang diperoleh sebesar Rp56.889.271 dengan sebelum pengembangan hanya Rp26.496.425 dan R/C ratio mengalami kenaikan yang sebelumnya hanya 1.78 dan setelah ada pengembangan menjadi 2.52.

Kesimpulan dengan adanya rak produksi hidroponik yang terbengkalai dan belum tercukupinya permintaan konsumen maka ide pengembangan bisnis peningkatan produksi sawi pagoda dengan optimalisasi rak produksi hidroponik yang dilakukan pada perusahaan ini baik untuk dijalankan.

Kata kunci: *Business Model Canvas* (BMC), sawi pagoda, peningkatan produksi