

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Hortikultura (*horticulture*) berasal dari bahasa latin *hortus* artinya tanaman kebun dan *cultura/colere* artinya budi daya, sehingga dapat diartikan sebagai budi daya tanaman kebun. Hortikultura merupakan cabang dari ilmu agronomi yang berfokus pada budi daya tanaman buah, tanaman bunga, tanaman sayuran, tanaman herbal dan taman. Produk hortikultura merupakan salah satu komoditi pertanian yang mempunyai potensi serta peluang untuk dikembangkan sehingga menjadi produk unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan petani di Indonesia. Pengembangan produk hortikultura merupakan produk yang sangat dibutuhkan secara berkelanjutan oleh masyarakat Indonesia dan dunia salah satunya menjadikan produk olahan (Pitaloka 2019).

Tanaman buah naga (*Hylocereus* sp.) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki banyak manfaat dan telah dibudidayakan di berbagai negara. Di Indonesia, buah naga mulai dikenal sejak pertengahan tahun 2000 hasil impor dari Thailand dan sudah mulai dikembangkan di beberapa daerah seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, Bali, Riau, Kepulauan Riau, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Kalimantan Timur dan Sulawesi Selatan. Jenis yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia adalah yang berkulit merah, isi merah, super merah, dan isi putih (Muas *et al.* 2016). Tanaman buah naga dapat tumbuh di daerah kering dan berpasir, namun lebih disukai pada tanah dengan kandungan bahan organik cukup tinggi dengan berada di ketinggian hingga 800 m di atas permukaan laut dengan pH tanah yang sesuai dengan derajat keasaman (pH) 6,5–7. Berdasarkan topografi Kabupaten Subang, daerah Kecamatan Cijambe berada di daerah dengan ketinggian 101–500 m di atas permukaan laut oleh sebab itu daerah cocok untuk ditanami buah naga.

PT Trisna Naga Asih merupakan salah satu produsen buah naga terbesar di Jawa Barat yang berlokasi di Cirangkong, Kecamatan Cijambe, Kabupaten Subang. Buah naga merupakan buah musiman, namun perusahaan mampu menghasilkan buah naga setiap bulan. PT Trisna Naga Asih berdiri sejak tahun 2012 dengan budi daya buah naga merah (*Hylocereus polyrhisus*) yang menggunakan luas lahan 2 ha dan melakukan panen raya pertama di tahun 2013 sekaligus peresmian menjadi Perseroan Terbatas (PT). Saat ini, volume produksi buah naga merah (*Hylocereus polyrhisus*) pada PT Trisna Naga Asih dengan lahan seluas 25 ha dapat menghasilkan 7–10 ton selama satu bulan. Pada saat pascapanen, dilakukan *sortasi* dan *grading* dengan memberikan *grade A*, *grade B*, dan *grade C*. Pada *grade A* dengan bobot lebih dari 350 g diberikan label merek geulis, dilakukan pemasaran ke supermarket. Pada *grade B* dengan bobot 350 g diberikan label merek trisna, dilakukan pemasaran ke supermarket. Pada *grade C* dengan bobot kurang dari 350 g tidak diberikan nama merek, dilakukan pemasaran ke pengepul.

Pada saat *sortasi* dan *grading* terdapat buah naga yang tidak termasuk ke dalam kriteria ketiga *grade* tersebut yang dinamakan sebagai *premium grade C*. Rata-rata buah naga *premium grade C* yang dihasilkan oleh PT Trisna Naga Asih seperti ditunjukkan pada Tabel 1.

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

Tabel 1 Rata-rata hasil panen buah naga dan buah naga *premium grade C* pada PT Trisna Naga Asih

No	Keterangan	Jumlah (kg/bulan)
1.	Rata-rata hasil panen buah naga	9829,5
2.	Rata-rata hasil buah naga <i>premium grade C</i>	369,7

Sumber : PT Trisna Naga Asih (2020–2021)

Pada Tabel 1 ditunjukkan bahwa rata-rata hasil panen baik pada saat musim panen raya maupun bukan musim panen raya menghasilkan sebanyak 9829,5 kg/bulan. Pada saat dilakukan *sortasi* dan *grading* terdapat buah naga *premium grade C* dengan rata-rata dalam setahun sebanyak 369,7 kg/bulan yang tidak dapat terserap oleh pasar. Persentase hasil buah naga *premium grade C* sebanyak 3,8 % dari rata-rata hasil panen buah naga.

Buah tersebut biasanya didiamkan hingga busuk atau diberikan kepada masyarakat sebagai bantuan sosial. Perbedaan buah naga *premium grade C* yaitu tekstur kulit buah, ukuran buah yang sangat kecil, dan buah yang terlalu matang di pohon menyebabkan buah tersebut pecah. Akan tetapi, buah naga *premium grade C* tidak mengubah rasa dan kualitas buah tersebut. Perusahaan menghasilkan buah naga yang tidak terserap oleh pasar dapat menjadi kelemahan bagi PT Trisna Naga Asih.

Buah naga selain dikonsumsi secara langsung, dapat menghasilkan berbagai jenis produk turunan di antaranya es krim, jus, keripik, mi, selai, puding, salad, dan soda. Beragam jenis makanan yang ditawarkan menuntut masyarakat untuk lebih pandai dalam memilih makanan yang bergizi, salah satu makanan yang paling digemari adalah mi. Mi sebagai makanan kedua setelah nasi karena kandungan karbohidrat yang tinggi dan bahan baku utamanya adalah tepung terigu yang merupakan zat gizi yang menyediakan energi bagi tubuh dan dapat memperbaiki tekstur serta menambah cita rasa dari bahan pangan (Analianasari dan Zaini 2017). Data Survei Sosial Ekonomi Nasional tahun 2013–2018 pada konsumsi pangan penduduk Indonesia berdasarkan asal bahan pangan menunjukkan konsumsi pangan mi mengalami perubahan (BKP 2019) seperti ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2 Konsumsi pangan berdasarkan kelompok terigu pada tahun 2013–2018

No	Kelompok terigu	Satuan	Tahun					
			2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Mi basah	g/kap/hari	3,13	3,08	5,09	5,02	5,17	na
		kg/kap/tahun	1,14	1,12	1,86	1,83	1,89	na
2	Mi instant	g/kap/hari	5,41	5,13	5,47	5,44	5,37	6,75
		kg/kap/tahun	1,98	1,87	1,99	1,99	1,96	2,4

Sumber : SUSENAS 2009,2010, (2011–2018 triwulan 1)

na = data tidak tersedia

\*diolah BPS dan dijustifikasi dengan pendekatan pengeluaran oleh BKP

Konsumsi pangan mi dapat terus meningkat, hal tersebut didukung oleh berbagai keunggulan yang dimiliki mi, terutama dalam hal tekstur, rasa, wujud, dan kepraktisan penggunaannya (Analianasari dan Zaini 2017). Warung mi buah naga

yang terdapat di Kota Subang masih sedikit di antaranya kedai LP1 dan kedai LP2. Berdasarkan hasil survei melalui wawancara langsung dengan pemilik diperoleh data permintaan seperti ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 Data permintaan warung mi buah naga di Kota Subang

No	Nama warung mi	Permintaan (porsi/bulan)
1.	Kedai LP1	912
2.	Kedai LP2	864
	Total	1.776

Sumber : Data primer diolah (2021)

Pada Tabel 3 ditunjukkan permintaan pada warung mi buah naga yang terdapat di Kota Subang di antaranya kedai LP1 dan kedai LP2 dalam sebulan sebanyak 1776 porsi. Dengan adanya permintaan mi buah naga yang tinggi, adanya peningkatan dalam mengkonsumsi mi basah dan mi instant, dan belum adanya pelaku usaha yang melakukan pengolahan produk buah naga di Kabupaten Subang dapat menjadi peluang bagi PT Trisna Naga Asih. Perusahaan dapat memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang dalam menjalankan bisnis pengolahan buah naga menjadi produk mibuga.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, adapun tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis yaitu:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis melalui analisis internal dan eksternal pada PT Trisna Naga Asih.
2. Menyusun strategi pengembangan bisnis pengolahan buah naga menjadi produk mibuga pada PT Trisna Naga Asih.
3. Menyusun kajian rencana pengembangan bisnis produk mibuga pada PT Trisna Naga Asih.

