

RINGKASAN

ROTUA ENJELINA PURBA. Peningkatan Produksi Tomat Apel Organik dengan Pembangunan *Rain Shelter* pada PT Masada Organik Indonesia (*Increasing Production of Organic Apple Tomatoes with Construction of Rain Shelter at PT Masada Organik Indonesia*). Dibimbing oleh LIISA FIRHANI RAHMASARI

Tanaman hortikultura khususnya komoditi sayuran memiliki prospek pengembangan yang baik dan dibutuhkan secara berkelanjutan oleh masyarakat. Sistem pertanian yang bebas dari unsur pestisida atau dikenal dengan pertanian organik menjadi metode yang dapat diterapkan untuk dapat menjaga kelestarian lingkungan. Pasar sayuran organik masih sangat terbuka lebar dikarenakan gaya hidup sehat yang semakin diterapkan oleh masyarakat. PT Masada Organik Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang sayuran organik. Salah satu komoditas yang menjadi unggulan perusahaan adalah tomat apel organik. Hal tersebut dikarenakan tingginya permintaan konsumen terhadap tomat apel organik.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini adalah untuk merumuskan ide pengembangan bisnis berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan dan menyusun rencana kajian pengembangan bisnis peningkatan produksi tomat apel organik secara finansial dan non finansial. Penyusunan kajian menggunakan metode analisis SWOT yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan bisnis perusahaan, metode kualitatif dengan menjabarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek produksi, aspek organisasi dan manajemen, aspek sumber daya manusia dan aspek kolaborasi serta metode kuantitatif berdasarkan aspek finansial yang menjabarkan analisis laba rugi, *cash flow* dengan kriteria investasi (NPV, IRR, *Net B/C*, *Gross B/C* dan PP) dan analisis sensitivitas.

Ide pengembangan bisnis diperoleh dari hasil analisis SWOT yaitu penggabungan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) pada perusahaan. Beberapa kekuatan yang dimiliki perusahaan yaitu sudah memiliki pelanggan tetap, memiliki brand yang menarik dan kuat serta memiliki tenaga kerja yang terampil dan disiplin. Adapun peluang yang dimiliki perusahaan antara lain permintaan tomat apel organik lebih besar dari penawaran, berkembangnya teknologi dibidang pertanian, informasi dan komunikasi, memiliki pemasok tetap untuk benih dan pupuk serta kondisi geografis yang cocok untuk melakukan budidaya sayuran.

Berdasarkan aspek non finansial, rencana pasar yang dituju yaitu ritel Aeon dan Hero. Hasil satu siklus produksi diproyeksikan menghasilkan 4 kg per pohon dengan tingkat kegagalan 10%. Organisasi dan manajemen pada pengembangan bisnis ini tidak ada perubahan dari yang telah dijalankan oleh perusahaan dan tidak ada penambahan tenaga kerja. Aspek kolaborasi yang akan dilakukan yaitu dengan pemasok bibit yaitu toko haji Ibrahim dan distributor pupuk di daerah Tangerang. Berdasarkan aspek finansial dengan menganalisis kriteria investasi bisnis ini layak dilaksanakan yaitu NPV sebesar Rp162.444.199,77, IRR sebesar 58%, *Net B/C* sebesar 2,94, *Gross B/C* sebesar 1,51 dan PP selama 2 tahun 5 bulan. Berdasarkan analisis sensitivitas secara kriteria investasi dapat dikatakan bahwa bisnis ini sensitif terhadap penurunan produksi tomat apel organik sebesar 20% dan tidak berpengaruh secara signifikan pada kenaikan harga bibit sebesar 20%.

Kata kunci : *business plan*, peningkatan produksi dan tanaman organik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.

2. Dilarang memungut dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

DAFTAR ISI

	DAFTAR TABEL	xi
	DAFTAR GAMBAR	xi
	DAFTAR LAMPIRAN	xii
I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Tujuan	2
II	METODE KAJIAN	3
2.	Lokasi dan Waktu	3
2.	Data dan Sumber Data	3
2.	Metode Analisis	3
2.3.1	Analisis SWOT	3
2.3.2	Aspek Pasar dan Pemasaran	4
2.3.3	Aspek Produksi	5
2.3.4	Aspek Organisasi dan Manajemen	6
2.3.5	Aspek Sumber Daya Manusia	7
2.3.6	Aspek Kolaborasi	7
2.3.7	Aspek Finansial	8
III	KERAGAAN PERUSAHAAN	11
3.	Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	11
3.	Aspek Organisasi dan Manajemen	11
3.	Aspek Sumber Daya Perusahaan	13
3.3.1	Sumber Daya Fisik	13
3.3.2	Sumber Daya Manusia	14
3.3.3	Sumber Daya Keuangan	15
3.4	Unit Bisnis	15
3.4.1	Pengadaan Input	15
3.4.2	Proses Produksi	16
3.4.3	Mekanisme Pemasaran	20
IV	KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS	21
4.1	Rumusan Ide Pengembangan Bisnis	21
4.1.1	Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	21
4.1.2	Analisis Lingkungan Internal Perusahaan	27
4.1.3	Penentuan Alternatif Strategi	31
4.1.4	Penentuan Ide Pengembangan Bisnis	33
4.2	Rencana Ide Pengembangan Bisnis	34
4.2.1	Perencanaan produk	35
4.2.2	Perencanaan Pasar dan Pemasaran	35
4.2.3	Perencanaan Produksi	38
4.2.4	Perencanaan Organisasi dan Manajemen	45
4.2.5	Perencanaan Sumber daya Manusia	46
4.2.6	Perencanaan Kolaborasi	46
4.2.7	Perencanaan Finansial	46
4.3	Tahapan Pengembangan Bisnis	49

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

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

V	SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	53
	DAFTAR PUSTAKA	54
	LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

1	Data permintaan dan penawaran tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia tahun 2020-2021	1
2	Matriks SWOT	4
3	Daftar peralatan pada PT Masada Organik Indonesia	14
4	Tenaga kerja pada PT Masada Organik Indonesia pada tahun 2021	15
5	Data Inflasi di Indonesia tahun 2019-2021	22
6	Analisis lingkungan makro pada PT Masada Organik Indonesia	24
7	Daftar pelanggan pada PT Masada Organik Indonesia	25
8	Analisis lingkungan industri pada PT Masada Organik Indonesia	26
9	Segmentasi pasar PT Masada Organik Indonesia	27
10	Analisis lingkungan internal pada PT Masada Organik Indonesia	30
11	Analisis permintaan dan penawaran tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia pada tahun 2021	36
12	Peralatan dan perlengkapan budidaya tomat apel organik	38
13	Rincian tenaga kerja tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	46
14	Rencana penerimaan peningkatan produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	47
15	Laba rugi peningkatan produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	48
16	Hasil kriteria kelayan investasi peningkatan produksi tomat apel organik	48
17	Analisis sensitivitas peningkatan produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	49
18	Daftar aktivitas pengembangan bisnis peningkatan produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	50
19	Solusi penjadwalan penjadwalan tahapan pengembangan bisnis peningkatan produksi tomat apel organik	50

DAFTAR GAMBAR

1	Struktur Organisasi PT Masada Organik Indonesia tahun 2021	12
2	Proses produksi pada PT Masada Organik Indonesia	16
3	Saluran distribusi pada PT Masada Organik Indonesia	20
4	Alur pengembangan bisnis peningkatan produksi tomat apel organik dengan pembangunan <i>rain shelter</i> pada PT Masada Organik Indonesia	34



5	Produk tomat apel organik	35
6	Alur distribusi tomat apel organik pada Pada PT Masada Organik Indonesia	37
7	Proses produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	39
8	Desain <i>rain shelter</i> peningkatan produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	40
9	<i>Layout</i> lahan tomat apel organik	45
10	<i>Layout</i> bedengan pada lahan tomat apel organik	45
11	<i>Precedence graph</i> peningkatan produksi tomat apel organik	51

DAFTAR LAMPIRAN

1	Sertifikasi organik pada PT Masada Organik Indonesia	56
2	Daftar produk dan harga pelanggan pada PT Masada Organik Indonesia	57
3	Matriks SWOT pada PT Masada Organik Indonesia	59
4	Proyeksi produksi tomat apel organik pada PT Masada Organik Indonesia	61
5	Kapasitas produksi dan rencana penawaran tomat apel organik	61
6	Penjadwalan produksi budidaya tomat apel organik tahun pertama	62
7	Pola tanam tomat apel organik selama lima tahun	63
8	<i>Layout</i> pada PT Masada Organik Indonesia secara keseluruhan	64
9	Biaya investasi peningkatan produksi tomat apel organik sebelum <i>common cost</i>	65
10	Biaya <i>common cost</i> peningkatan produksi tomat apel organik	66
11	Biaya investasi peningkatan produksi tomat apel organik setelah <i>common cost</i>	67
12	Biaya tetap peningkatan produksi tomat apel organik sebelum <i>common cost</i>	68
13	Biaya tetap peningkatan produksi tomat apel organik setelah <i>common cost</i>	69
14	Biaya variabel peningkatan produksi tomat apel organik	70
15	Laporan laba rugi peningkatan produksi tomat apel organik	71
16	Analisis <i>cash flow</i> peningkatan produksi tomat apel organik	72
17	Analisis sensitivitas penurunan produksi tomat apel organik sebesar 20%	75
18	Analisis sensitivitas kenaikan harga bibit tomat apel organik sebesar 20%	78

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.