

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang dikenal sebagai negara agraris yang memiliki potensi cukup besar di bidang pertanian dengan tersedianya lahan yang memadai. Sebagai negara agraris, Indonesia memiliki beranekaragam tanaman hortikultura yang memberikan peranan penting dalam mendukung kegiatan bisnis pertanian. Tanaman hortikultura terdiri atas tanaman buah-buahan (*frutikultura*), tanaman sayuran (*olerikultura*), tanaman bunga (*florikultura*), dan tanaman obat (*biofarmaka*).

Sentra tanaman hortikultura yang terdapat di wilayah Jawa Barat salah satunya ada di Kabupaten Bandung. Adapun jumlah produksi tanaman hortikultura di Kabupaten Bandung tahun 2015 – 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jumlah produksi tanaman hortikultura (ton) di Kabupaten Bandung tahun 2015 – 2019

No	Komoditas	Tahun (Ton)				
		2015	2016	2017	2018	2019
1	Bawang merah	39.565,00	44.359,00	45.184,40	64.626,00	62.145,00
2	Cabai	26.238,00	18.494,00	44.389,50	50.265,00	40.262,00
3	Tomat	64.474,00	59.485,00	71.552,00	102.576,00	73.941,00

Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Bandung (2019)

Tabel 1 menunjukkan bahwa komoditas tomat di Kabupaten Bandung memiliki jumlah produksi terbesar dibanding buah lainnya. Perkembangan jumlah produksi pada sektor tanaman hortikultura dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pajak negara, peningkatan devisa negara, dan penyerapan tenaga kerja. Sektor agribisnis hortikultura yang dapat dikembangkan serta memiliki prospek yang baik salah satunya adalah pengolahan tanaman hortikultura (Zulkarnain 2009). Perusahaan yang dapat memanfaatkan peluang tersebut di antaranya adalah CV Soebi Agrikultura Indonesia.

CV Soebi Agrikultura Indonesia adalah perusahaan agribisnis yang bergerak di bidang komoditas hidroponik dengan menggunakan teknik *deep flow technique* (DFT), teknik irigasi tetes, dan teknik konvensional. Perusahaan tersebut berbentuk *commanditaire vennootschap* (CV) yang berlokasi di daerah Cikole, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Komoditas hidroponik dengan menggunakan teknik irigasi tetes yang menjadi unggulan pada perusahaan ini yaitu komoditas tomat dan komoditas hidroponik dengan menggunakan teknik *deep flow technique* (DFT) yang menjadi unggulan yaitu sayuran *lettuce*. CV Soebi Agrikultura Indonesia melakukan kegiatan budi daya pada komoditas tomat terdiri atas 2 (dua) jenis untuk dijual di pasaran, yaitu tomat *beef* dan tomat ceri.

Tomat *beef* (*Solanum lycopersicum L.*) merupakan tomat yang termasuk dalam jenis tomat kentang yang memiliki ukuran paling besar di antara jenis tomat lainnya. Jenis tomat ini sangat besar, kaya akan daging, serta rendah kadar air dan

biji. Perkembangan produksi tomat *beef* dari tahun 2019 – 2021 pada CV Soebi Agrikultura Indonesia dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2 Perkembangan produksi tomat *beef* pada CV Soebi Agrikultura Indonesia

Tahun produksi	Jumlah setiap satu kali panen
2019	2 – 4 kwintal
2020	1 – 3 ton
2021 (Januari – April)	0,5 – 1 ton

Sumber : CV Soebi Agrikultura Indonesia (2021)

Tabel 2 menunjukkan perkembangan produksi tomat *beef* untuk setiap tahunnya. Hasil produksi atau hasil panen yang ditunjukkan pada Tabel 2 adalah jumlah komoditas secara keseluruhan untuk tomat *beef* sebelum dilakukan pemilahan. Guna memenuhi standar jual di pasaran, CV Soebi Agrikultura Indonesia menetapkan kebijakan untuk membagi hasil produksi atau hasil panen ke dalam 3 (tiga) kelas atau *grade*, yakni sebagai berikut :

1. *Grade A* adalah kualitas terbaik dari hasil produksi komoditas tomat *beef* yang menjadi komoditas unggulan untuk memenuhi kebutuhan permintaan pelanggan utama di pasaran seperti yang telah ditentukan. Harga jual tomat *beef grade A* merupakan harga tertinggi dibandingkan dengan tomat *beef grade B* dan tomat *beef grade C*, sesuai ketentuan perusahaan. Secara kualitas, tomat *beef grade A* dibutuhkan oleh banyak supermarket dan *restaurant*.
2. *Grade B* merupakan hasil produksi komoditas tomat *beef* yang tidak memenuhi standar kelayakan untuk memenuhi permintaan pelanggan utama. Pasar modern menjadi pilihan alternatif bagi perusahaan untuk memasarkan hasil produksinya dengan tingkat harga jual di bawah tomat *beef grade A*.
3. *Grade C* adalah kualitas terendah dari hasil produksi tomat *beef* di CV Soebi Agrikultura Indonesia. Kualitas tomat *beef grade C* berada dua tingkat di bawah tomat *beef grade A*, dan satu tingkat di bawah tomat *beef grade B*. Harga jual tomat *beef grade C* lebih rendah dibandingkan harga jual tomat *beef grade A* dan tomat *beef grade B*. Sasaran pemasaran tomat *beef grade C* adalah pasar modern. Namun, apabila tomat *beef* dengan kualitas ini tidak memiliki permintaan dari pasar modern, kemungkinan besar pihak perusahaan membuang hasil komoditas tomat *beef* tersebut.

Dalam pemilahan kualitas tomat *beef*, perusahaan menggunakan metode tertentu dengan melihat ciri-ciri fisik tomat *beef*. Tomat *beef grade A* memiliki ciri fisik yang bisa dikatakan sempurna, mulai dari bobot, warna tomat, dan tekstur luar tomat mulus. Sedangkan untuk klasifikasi tomat *beef grade B* dan *grade C* secara keseluruhan hampir sama dengan tomat *beef grade A*, hanya saja yang membedakan terdapat pada tekstur luar tomat serta bobot tomat, tomat *beef grade B* dan tomat *beef grade C* memiliki ciri fisik kurang memenuhi standar, hal tersebut ditunjukkan dengan adanya sedikit goresan pada tekstur luar tomat dan memiliki bobot lebih ringan dibandingkan dengan tomat *beef grade A*. Sehingga hasil akhir komoditas tersebut terbagi menjadi 3 (tiga) kelas atau *grade* seperti yang sudah diuraikan di atas. Adapun data beberapa pembeli utama dari keseluruhan pelanggan tomat *beef* pada CV Soebi Agrikultura Indonesia dapat dilihat di Tabel 3.

Tabel 3 Pembeli utama tomat *beef* di CV Soebi Agrikultura Indonesia

No	Pembeli Utama
1	<i>Farmer Market</i> Cikarang
2	<i>Farmer Market</i> Kalibata City
3	<i>Farmer Market</i> Pesanggrahan
4	<i>One Bellpark Mall</i> Serpong
5	<i>Ranch Market</i> Darmawangsa
6	<i>Ranch Market</i> Pondok Indah
7	<i>Papaya Fresh Gallery</i>
8	<i>Yogya Dept Store</i>
9	<i>Mall Kelapa Gading</i>
10	Taman Anggrek
11	<i>Gandaria City Mall</i>

Sumber : CV Soebi Agrikultura Indonesia (2021)

Tabel 3 menunjukkan data jumlah beberapa pembeli utama. Secara keseluruhan, pembeli utama berjumlah 51 (lima puluh satu). Pembeli utama merupakan pelanggan yang secara kontinyu melakukan transaksi permintaan kebutuhan terhadap tomat *beef grade A* dan tomat *beef grade B* pada CV Soebi Agrikultura Indonesia. Permintaan pelanggan terhadap komoditas tomat *beef grade A* dan *grade B* setiap tahunnya mengalami perubahan. Berdasarkan data dari Tabel 2, didapatkan perhitungan rata-rata sekitar ± 90 kg – 105 kg tomat *beef grade C* yang tidak terjual atau belum memiliki permintaan pasti di pasaran untuk setiap satu kali panen. Tomat *beef grade C* tersebut menyebabkan perusahaan memiliki limbah yang tidak terselesaikan. Salah satu upaya untuk mengatasinya yaitu dengan mengadakan pemanfaatan tomat *beef grade C* untuk dijadikan sebagai produk olahan.

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada masyarakat umum terkait produk olahan tomat *beef*, menunjukkan bahwa rata-rata produk olahan tersebut yaitu jus tomat, saus tomat, dan sambal tomat, sedangkan produk olahan tomat *beef* yang belum banyak dipasaran adalah *tomatoes cheese milk*. Adapun data permintaan dan penawaran terhadap produk *tomatoes cheese milk* yang diperoleh berdasarkan hasil survei dan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Permintaan, penawaran, dan selisih (GAP) terhadap produk *tomatoes cheese milk*

No	Tempat pemasaran	Permintaan	Penawaran	Selisih (GAP)
1	Supermarket	244	70	174
2	Kedai	224	70	154
	Total	468	140	328

Sumber : Data primer (2021)

Tabel 4 menunjukkan bahwa banyaknya selisih antara jumlah permintaan dan penawaran *tomatoes cheese milk*. Jumlah permintaan yang tinggi dibandingkan dengan penawaran di pasaran menjadi peluang bagi CV Soebi Agrikultura Indonesia dalam menjalankan pendirian unit bisnis baru *tomatoes cheese milk* dan membuat produk *tomatoes cheese milk* menjadi potensial untuk dilaksanakan.

1.2 Tujuan

1. Merumuskan ide pemikiran guna pengembangan unit bisnis baru pada CV Soebi Agrikultura Indonesia berdasarkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal.
2. Menyusun strategi pengembangan unit bisnis baru pada CV Soebi Agrikultura Indonesia.
3. Menyusun kajian perencanaan pengembangan unit bisnis baru pada CV Soebi Agrikultura Indonesia baik secara non finansial maupun finansial.

II METODE KAJIAN

2.1 Lokasi dan Waktu PKL

Praktik kerja lapangan (PKL) dilakukan pada CV Soebi Agrikultura Indonesia yang berlokasi di Jalan Nyalindung No.9, Cikole, Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Pelaksanaan PKL dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, terhitung mulai dari tanggal 01 Februari 2021 hingga tanggal 30 April 2021.

2.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Data yang digunakan untuk menyusun laporan akhir ini terdiri atas 2 (dua) jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil kegiatan, wawancara, dan pengamatan yang dilakukan selama menjalankan PKL. Sedangkan untuk data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung untuk melengkapi pengumpulan data seperti literatur buku, internet, laporan akhir, jurnal, dan tesis. Jenis data, teknik pengumpulan data, dan sumber data dalam melakukan penulisan laporan akhir ini dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5 Jenis data, rincian data, teknik pengumpulan data, dan sumber data

No	Jenis data	Rincian data	Teknik pengumpulan data	Sumber data
1	Primer	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejarah perusahaan. 2. Struktur organisasi dan sumber daya perusahaan. 3. Analisis faktor internal dan faktor eksternal perusahaan. 4. Harga jual dan pelanggan tomat <i>beef</i>. 5. Teknik budi daya tomat <i>beef</i>. 	Observasi (pengamatan), hasil kegiatan PKL, dokumen, dan wawancara.	Pembimbing lapangan, karyawan atau tenaga kerja di perusahaan.

