

# I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kata hidroponik berasal dari penggabungan dua kata Bahasa Yunani, yakni hydro yang berarti air, dan ponos yang berarti tenaga kerja, jika digabungkan maka artinya adalah air yang bekerja. Istilah hidroponik digunakan untuk menjelaskan tentang cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Istilah ini dikenal sebagai “bercocok tanam tanpa tanah” di kalangan umum, termasuk juga bercocok tanam didalam pot atau wadah lainnya yang menggunakan air atau bahan porous lainnya, seperti pecahan genting, pasir, kerikil, maupun gabus putih (Lingga 2007).

Tata cara dan teknik dalam budidaya hidroponik terus berkembang seiring berkembangnya zaman. Hidroponik juga merupakan solusi pada masa sekarang khususnya di daerah perkotaan yang lahannya sempit untuk dapat dijadikan tempat menanam tanaman. Kebutuhan nutrisi tanaman dapat diatur dan disesuaikan dengan metode hidroponik. Saat pandemi, tren bertanam hidroponik mengalami kenaikan, banyak orang yang ingin belajar cara membudidayakan tanaman hidroponik. Akan tetapi, karena kondisi pandemi covid-19 tidak sedikit pula pelatihan-pelatihan hidroponik tidak dapat menerima peserta yang ingin belajar budidaya hidroponik. Akan tetapi, saat ini sudah berkembang pelatihan yang dilakukan secara online melalui internet.

Internet merupakan salah satu sarana pembelajaran yang paling mudah diakses untuk mendapatkan informasi dan ilmu. Penggunaan internet sebagai salah satu sarana belajar efektif yang dapat dijadikan salah satu cara untuk mengefisienkan proses belajar mengajar di tinjau dari aspek waktu, biaya dan tenaga. Perkembangan data pengguna internet di Indonesia sampai dengan bulan Januari 2020 adalah 160 juta dari total populasi 272,1 juta jiwa, dapat dilihat pada Gambar 1. Apabila Dibandingkan dengan periode Januari 2019 maka jumlah pengguna internet meningkat 17 persen (bertambah 25 juta jiwa). Berdasarkan wilayahnya, pengguna internet di Jawa Barat berada pada urutan kedua setelah Sumatera. Data APJII (2020). Hal ini menunjukkan potensi pasar untuk pengembangan usaha berbasis internet (digital marketing).



Gambar 1 Data pengguna internet di Indonesia  
Sumber : Hootsuite (2020)

Agroedukasi adalah sarana belajar mengenai pertanian. Agroedukasi merupakan kegiatan yang dapat dikembangkan dalam menjalankan bisnis tanaman organik, selain budidaya dan pengolahan, hal ini dilakukan oleh salah satu perusahaan yang bergerak dibidang budidaya sayuran organik yaitu Kebun Bilabong. Kegiatan agroedukasi yang dilakukan dengan cara mempelajari dan mempraktikkan cara budidaya tanaman-tanaman hidroponik, khususnya sayur hidroponik. Selain itu, pengunjung juga dapat berwisata di Kebun Bilabong dengan memetik sayur sendiri.

Kebun Bilabong masih memiliki kendala dalam kegiatan agroedukasi yaitu kurangnya bahan dalam kegiatan pengajaran hidroponik serta manajemen yang masih sederhana. Kendala bahan pengajaran ini membuat kegiatan edukasi hanya dilakukan secara langsung atau tatap muka, namun dengan adanya pandemi covid-19 saat ini membuat kegiatan agroedukasi di Kebun Bilabong terbatas. Menurut penjelasan dari pemilik perusahaan pengunjung kegiatan agroedukasi di Kebun Bilabong menurun sebanyak 80% dari yang biasanya terdapat sebanyak lima puluh pengunjung sekarang hanya terdapat sekitar sepuluh pengunjung setiap bulannya. Berdasarkan analisis SWOT pada Kebun Bilabong maka muncullah ide pengembangan agroedukasi secara *digital* salah satunya dengan membuat *E-book* hidroponik yang dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan ajar untuk kegiatan agroedukasi *digital* serta dapat juga dijual langsung kepada konsumen. *E-book* pun dapat dengan mudah dipasarkan karena merupakan *digital product* sehingga hanya memerlukan internet untuk memasarkannya.

Menurut data BPS (2020) terdapat sekitar 4950 sekolah yang tersebar di Kota dan Kabupaten Bogor. Jumlah ini dapat menjadi potensi pasar pengembangan agroedukasi *digital* ini. Melihat dari potensi pasar dari hasil survey yang dilakukan berhasil memperoleh sebanyak 91 responden yang terdiri dari empat puluh siswa SMA, tiga puluh siswa SMP, sebelas siswa SD, satu orang siswa TK dan sembilan orang diatas tamatan SMA. Sebanyak 83,9% tertarik untuk membeli *E-book* hidroponik.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan latar belakang pada bab pendahuluan, adapun tujuan dari penulisan kajian pengembangan bisnis ini yaitu:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada Kebun Bilabong berdasarkan analisis SWOT
2. Menyusun dan merancang pengembangan agroedukasi pada Kebun Bilabong berdasarkan pendekatan sembilan blok *Business Model Canvas (BMC)*.