



RINGKASAN

MUHAMMAD RIZKI PUTRA. Pendirian Unit Bisnis Keripik Pakcoy pada Yayasan Bina Sarana Bakti Kabupaten Bogor. *Establishment of a Pakcoy Chips Business Unit at Yayasan Bina Sarana Bakti in Bogor Regency*. Dibimbing oleh ELANG ILIK MARTAWIJAYA.

Pakcoy (*Brassica Rapa L*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki pertumbuhan produksi yang baik setiap tahunnya. Sayuran ini digemari masyarakat karena kandungan sayuran pakcoy yang baik untuk kesehatan serta kemudahan dalam memperoleh dan mengolah menjadi produk olahan baru. Sayuran sawi tercatat memiliki tingkat produksi yang tinggi di Indonesia dengan tingkat pertumbuhan sebesar 2,63% sejak tahun 2016 hingga 2019 (BPS 2019). Jawa Barat merupakan salah satu provinsi pulau Jawa yang memiliki produksi sayuran sawi yang tinggi. Jawa Barat menempati urutan pertama dengan jumlah produksi sebanyak 179.925 ton (BPS 2019). Produk olahan sayur memiliki potensi yang baik, salah satu olahan sayur adalah keripik sayur. Yayasan Bina Sarana Bakti merupakan badan usaha pertanian yang berada di Kabupaten Bogor, Jawa Barat yang memproduksi sayur dengan menerapkan pertanian organik. Sayuran pakcoy adalah salah satu komoditas yang memiliki permintaan yang tinggi pada yayasan Bina Sarana Bakti. Produksi yang tinggi menyebabkan tingginya penawaran sehingga banyak sayuran pakcoy yang tidak dapat diserap pasar namun masih layak untuk dikonsumsi. Keripik pakcoy adalah sebuah ide pengembangan bisnis yang merupakan hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan pada yayasan sebagai solusi dari permasalahan yang sedang terjadi.

Tujuan dari pengembangan bisnis ini adalah merumuskan ide pengembangan bisnis pendirian unit bisnis keripik pakcoy pada Yayasan Bina Sarana Bakti, meningkatkan penjualan produk olahan sayur pakcoy melalui pendekatan rancangan sembilan blok *business model canvas* diantaranya *key activities, key partners, key resource, customer segment, customer relationships value proposition, channels, revenue streams, dan cost structure*.

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal yang dilakukan pada yayasan didapatkan analisis SWOT yang digunakan untuk membuat alternatif strategi. Alternatif strategi yang digunakan adalah kelemahan dan peluang (*Weakness-Opportunity*) yaitu dengan menggunakan kelemahan dan memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan hasil analisis finansial produk olahan keripik pakcoy terdapat elemen *cost structure* dengan biaya tetap pada tahun pertama sebesar Rp31.641.658,33 dan pada tahun berikutnya sebesar Rp41.301.658,33. Biaya variabel pada tahun pertama sebesar Rp21.344.400,00 kemudian tahun berikutnya sebesar Rp28.459.200,00 dan biaya investasi sebesar Rp19.515.000,00. Perhitungan analisis finansial menggunakan analisis laba rugi dengan total penerimaan sebesar Rp71.424.000,00 dengan EAT sebesar Rp18.345.752,96 dan R/C *ratio* >1 sebesar 1,35 yang artinya setiap Rp1 yang dikeluarkan perusahaan menghasilkan Rp1,35. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa pendirian unit bisnis keripik pakcoy layak untuk dijalankan.

Kata kunci: bisnis olahan sayur, *business model canvas*, keripik pakcoy.

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