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.

RINGKASAN

IKRIMA. Perluasan Pemasaran Sayuran Hidroponik Menggunakan Media Sosial pada Cahaya Agribiz Kabupaten Cianjur. *Expansion of Marketing Vegetables Lettuce Hydroponics using Social Media in Cahaya Agribiz district Cianjur*. Dibimbing oleh LIISA FIRHANI RAHMASARI

Indonesia merupakan negara agraris, yang berati mayoritas penduduknya bergantung pada sektor pertanian, baik dalam pekerjaan maupun untuk kebutuhan pangan. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi dengan tingkat sektor pertanian yang tinggi, khususnya pada bidang tanaman holtikultura. Komoditas holtikultura yang berada di Indonesia, termasuk Jawa Barat meliputi tanaman buah, sayur, bunga dan tanaman hias, serta tanaman obat. Sayuran merupakan salah satu jenis tanaman yang dapat mendukung kebutuhan pangan Indonesia. Manfaat dan gizi yang terkandung di dalam sayuran menjadi penting untuk kesehatan. Budidaya tanaman sayuran dapat dilakukan dengan sistem pertanian konvensional, hidroponik maupun organik. Pada sistem pertanian konvensional, petani memakai pestisida atau bahan kimia untuk mematikan hama pada tanaman. Sayuran hidroponik adalah jenis sayuran yang tumbuh dengan bantuan cairan khusus dengan kandungan mineral yang diperlukan oleh sayuran untuk tumbuh.

PD Cahaya Agribiz merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang pertanian hidroponik yang berada di Indonesia, tepatnya di Kabupaten Cianjur. PD Cahaya Agribiz membudidayakan 7 jenis sayuran hidroponik, salah satunya yaitu selada. Jenis selada yang dibudidayakan antara lain selada keriting hijau, selada keriting merah, dan selada romaine. Selada keriting hijau merupakan salah satu selada yang paling diminati. PD Cahaya Agribiz saat ini hanya menjual produk-produk ke daerah Jakarta dengan cakupan yang terbilang masih sempit.

Tujuan dari kajian pengembangan bisnis ini yaitu merumuskan ide pengembangan bisnis di PD Cahaya Agribiz berdasarkan analisis strategi SWOT dan melalui aspek finansial dan non finansial. Perumusan ide pengembangan bisnis ini didasarkan pada identifikasi faktor internal maupun eksternal yang dimiliki perusahaan. Rumusan ide pengembangan bisnis dihasilkan dari analisis faktor internal berupa promosi yang dilakukan kurang gencar dan hasil produksi yang melimpah dari komoditas selada keriting. Sedangkan gaya hidup sehat, tingkat permintaan yang tinggi, tingkat konsumerisme yang tinggi serta dibantu dengan adanya teknologi informasi yang berkembang. Dengan adanya strategi rumusan *Weakness-Opportunities* (W-O) dihasilkan alternatif startegi perluasan pasar sayuran hidroponik selada keriting.

Perencanaan non finansial meliputi kegiatan produk dan produksi dari awal budidaya hingga pasca panen, pemasaran, organisasi dan manajemen, dan kolaborasi. Perencanaan finansial digunakan untuk menilai kelayakan bisnis dilihat dari peningkatan pendapatan melalui analisis laba rugi serta R/C rasio. Perencanaan pengembangan bisnis budidaya selada keriting sebelum pengembangansebesar Rp 604.800.000 dan setelah pengembangan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 752.760.000 dengan R/C ratio yang dihasilkan sebesar 1.89.

Kata kunci : pengembangan bisnis, selada keriting, PD Cahaya Agribiz

© Hak Cipta IPB (Institut Pertanian Bogor)
ISekolah Vokasi
College of Vocational Studies
Bogor Agricultural University