

PENGEMBANGAN AGRIBISNIS SAYURAN HIDROPONIK DI PT ABC

Rentika Sari¹, Fitriani, S.P., M.E.P.², Sutarni S.P., M.E.P.³

¹ mahasiswa, ² pembimbing 1, ³ pembimbing 2

Politeknik Negeri Lampung

Jl. Soekarno-Hatta No. 10 Rajabasa Bandar Lampung

email¹ : rentika1311@gmail.com

email² : fitriani@polinela.ac.id

email³ : sutarni@polinela.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi dalam bidang pertanian semakin pesat, salah satunya adalah teknologi hidroponik. Sistem hidroponik muncul sebagai alternatif pertanian pada lahan terbatas. PT ABC merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan pemasaran sayuran hidroponik. Penulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses bisnis sayuran hidroponik, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan, serta menganalisis strategi pengembangan agribisnis sayuran hidroponik PT ABC. Proses bisnis PT ABC dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif. Analisis pengembangan usaha menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa proses bisnis sayuran hidroponik yang dilakukan PT ABC meliputi tahap produksi, pemasaran dan analisis keuangan. Produksi sayuran hidroponik PT ABC dilakukan dengan sistem DFT (*Deep Flow Technique*) dan dipasarkan di Bandar Lampung. Berdasarkan Analisis keuangan agribisnis sayuran hidroponik PT ABC potensial untuk dikembangkan. Hasil analisis SWOT perusahaan berada di sel V. Strategi yang sesuai dengan PT ABC adalah strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*), yang dapat dicapai melalui *joint ventures* dengan perusahaan sejenis.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Hidroponik, Lahan terbatas

Pendahuluan

Aktivitas manusia dalam mempertahankan hidupnya menyebabkan lahan pertanian semakin berkurang. Penggunaan lahan semakin meningkat sebagai tempat tinggal, tempat melakukan usaha, pemenuhan akses umum dan fasilitas lain yang mengakibatkan luas lahan untuk pertanian produktif yang semakin berkurang (Abbas, dkk, 2015).

Metode hidroponik merupakan metode yang ramah lingkungan karena tidak menggunakan pestisida. Kelebihan bertanam hidroponik adalah perawatan lebih praktis, pemakaian pupuk lebih efisien, tidak membutuhkan banyak tenaga kerja, tanaman

tumbuh lebih cepat, produksi lebih tinggi, dan tidak mengenal musim (Lingga, 2003).

Salah satu sistem pertanian yang dikembangkan di perkotaan pada saat ini adalah sistem pertanian hidroponik. Sistem hidroponik muncul sebagai alternatif lahan pertanian yang terbatas, yang dalam hal ini adalah tanaman pangan khususnya sayuran (Sutarni, dkk, 2018).

Bisnis pertanian hidroponik perlu dipertimbangkan untuk memenuhi permintaan pasar yang cukup tinggi. Peningkatan jumlah penduduk dan permintaan sayuran yang meningkat, membuat produksi sayuran hidroponik PT ABC perlu ditingkatkan. Data permintaan sayuran hidroponik PT ABC dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data permintaan sayuran hidroponik PT ABC

No	Bulan	Permintaan (<i>pack</i>)	Penjualan (<i>pack</i>)	Presentase (%)
1.	Juli	1.400	957	68,36
2.	Agustus	1.400	965	68,93
3.	September	1.400	804	57,43
4.	Oktober	1.400	821	58,64
Total		5.600	3.547	253,36
Rata-rata		1.400	887	63,34

Tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata jumlah permintaan pasar yang dapat dipenuhi oleh PT ABC hanya sebesar 63,34%, hal ini berarti bahwa PT ABC belum mampu memenuhi permintaan pasar yang tinggi, oleh karena itu perlu diterapkan beberapa alternatif strategi untuk memenuhi permintaan pasar tersebut.

Sayuran yang dihasilkan dengan menggunakan teknologi hidroponik memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan sayuran konvensional, namun biaya yang diperlukan tinggi. Segmen pasar yang dituju umumnya yaitu kalangan menengah keatas. Sayuran hidroponik ditawarkan dengan harga premium atau harga yang jauh lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar, karena kualitas yang tinggi dan segmen pasar yang khusus. Sayuran hidroponik yang dihasilkan oleh PT ABC dipasarkan ke *supermarket*, swalayan dan restoran.

PT ABC memanfaatkan peluang tersebut dengan mengelola lahan bekas pembuangan sampah yang disewa perusahaan untuk ditanami berbagai sayuran hidroponik. Usaha ini baru dirintis sekitar 4 tahun, mengalami kendala dalam pemenuhan permintaan pasar. Pengembangan agribisnis sayuran hidroponik di

PT ABC perlu dilakukan untuk mengisi peluang tersebut.

Metodologi Pelaksanaan

Data yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini diperoleh dari PT ABC. Data diperoleh dari tanggal 13 Agustus sampai dengan 13 oktober 2018. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi partisipatif yang menghasilkan data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari *browsing* internet, jurnal dan buku.

Analisis data menggunakan pendekatan SWOT. Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2006).

Hasil dan Pembahasan

Proses Bisnis Sayuran Hidroponik

Proses bisnis sayuran hidroponik di PT ABC dibagi menjadi 3 proses, yaitu proses produksi, proses pemasaran, dan analisis keuangan. Proses produksi sayuran hidroponik PT ABC dengan sistem DFT (*Deep Flow Technique*). DFT (*Deep*

Flow Technique) merupakan sistem pengairan dengan meletakkan akar tanaman pada lapisan air dengan kedalaman antara 4-6 cm.

Luas areal kebun sayuran hidroponik PT ABC adalah 960 m² yang ditanami 13 jenis sayuran daun. Kebun sayuran hidroponik PT ABC memiliki 5 meja semai dan 33 meja produksi.

Biaya yang dikeluarkan dalam agribisnis sayuran hidroponik PT ABC terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap merupakan biaya yang sifatnya tetap dan tidak tergantung dengan jumlah produksi. Biaya variabel merupakan biaya yang sifatnya berubah sesuai dengan produksi yang dihasilkan (Sutarni, Fitriani, & Analiasari, 2014). Total biaya agribisnis sayuran hidroponik PT ABC dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Total biaya agribisnis sayuran hidroponik PT ABC

No	URAIAN	Nilai (Rp)
A. Biaya Tetap		
1.	Biaya sewa lahan	2.000.000
2.	Biaya pembangunan <i>greenhouse</i>	11.025.000
3.	Biaya peralatan DFT	5.191.167
4.	Biaya penyusutan alat	2.298.467
5.	Biaya tenaga kerja	24.000.000
B. Biaya Variabel		
1.	Nutrisi AB <i>mix</i>	5.400.000
2.	Biaya listrik	6.000.000
3.	Benih	3.130.000
4.	<i>Rockwool</i>	5.000.000
5.	Label	600.000
6.	Solasi	150.000
7.	Plastik OPP	800.000
8.	Plastik ukuran 28	450.000
9.	Plastik ukuran 35	540.000
10.	Plastik wrap	540.000
11.	<i>Barcode</i>	1.000.000
12.	<i>Sterofom</i>	250.000
13.	Distribusi	2.800.000
Total Biaya Produksi		71.174.633

Sumber : PT ABC, 2018

Berdasarkan perhitungan agribisnis sayuran hidroponik PT ABC, diperoleh total produksi Rp71.174.633 dan penerimaan sebesar

Rp144.000.000, serta keuntungan sebesar Rp72.825.367. Hal ini menunjukkan bahwa agribisnis sayuran hidroponik PT ABC potensial untuk dikembangkan.

Proses pemasaran PT ABC dilakukan di berbagai *cafe* dan *supermarket* di Bandar Lampung. *Cafe* yang menjadi sasaran pasar PT ABC yaitu Perut Bulat, Onago, Shabu Kitchen, XO Suxi Signature dan RM New LG, sementara Chandra dan Gelael sebagai pasar di *supermarket*.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal (IFAS dan EFAS)

Pengembangan bisnis sayuran hidroponik PT ABC, dipengaruhi oleh faktor internal maupun eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan, dan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman bagi perusahaan.

Faktor internal PT ABC meliputi lokasi kebun yang strategis, keberagaman produk, kemasan dan label, promosi yang baik, model pertanian kota, arsip pembukuan yang kurang baik, lahan produksi yang sempit, jumlah pekerja yang terbatas, modal yang terbatas, dan harga sayuran mahal. Sementara faktor eksternal PT ABC meliputi permintaan pasar tinggi, jumlah petani hidroponik sedikit, loyalitas pelanggan, persepsi masyarakat sayuran hidroponik sebagai sayuran sehat, munculnya usaha sejenis, fluktuasi harga barang input, serangan hama dan penyakit, dan harga sayuran konvensional murah.

Penentuan skor analisis lingkungan internal dan eksternal diperoleh dari hasil perkalian antara presentase bobot dan rating. Nilai rating ditentukan berdasar seberapa besar tingkat pengaruh faktor-faktor internal dan

eksternal terhadap kemajuan agribisnis sayuran hidroponik. Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun

secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rangkuti, 2006). Hasil analisis matrik faktor strategi internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) dapat dilihat pada Tabel 3. dan dan Tabel 4.

Tabel 3. Hasil analisis matrik strategi internal (IFAS)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot Rating
Kekuatan				
1	Lokasi kebun yang strategis	0,118	4	0,47
2	Keberagaman Produk	0,112	4	0,45
3	Kemasan dan Label	0,100	4	0,40
4	Promosi yang baik	0,100	3	0,30
5	Model pertanian kota	0,094	3	0,28
Sub Jumlah		0,524	18	1,90
Kelemahan				
1	Arsip pembukuan yang kurang baik	0,106	3	0,32
2	Lahan Produksi yang sempit	0,082	2	0,16
3	Jumlah pekerja yang terbatas	0,112	2	0,22
4	Modal yang terbatas	0,100	1	0,10
5	Harga sayuran mahal	0,076	3	0,23
Sub Jumlah		0,476	11	1,04
Selisih Skor Lingkungan Internal				0,86
Total Skor		1,000	29	2,94

Tabel 3 menunjukkan bahwa faktor kekuatan yang menduduki peringkat pertama dengan nilai tertimbang 0,47 adalah memiliki lokasi kebun yang strategis. Lokasi usaha memang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. PT ABC terletak di Jl. Abdul Kadir III, gang Kacang, Rajabasa, Kota Bandar Lampung, berjarak 7 km

dari pusat kota Bandar Lampung. Faktor kelemahan dari PT ABC adalah arsip pembukuan yang kurang baik memiliki nilai tertimbang sebesar 0,32. Perusahaan ini masih menggunakan cara sederhana misalnya mencatat hasil penjualan dalam satu buku dan belum konsisten dalam pengisiannya.

Tabel 4. Hasil analisis matrik faktor strategi eksternal (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot Rating
Peluang				
1	Permintaan pasar tinggi	0,165	4	0,66
2	Jumlah petani hidroponik sedikit	0,155	3	0,47
3	Loyalitas Pelanggan	0,126	2	0,25
4	Persepsi masyarakat sayuran hidroponik sebagai sayuran sehat	0,155	2	0,31
Sub Jumlah		0,602	11	1,69
Ancaman				
1	Munculnya usaha sejenis	0,146	1	0,15
2	Fluktuasi harga barang input	0,117	1	0,12
3	Serangan hama dan penyakit	0,136	2	0,27
4	Harga sayuran konvensional murah	0,097	1	0,10
Sub Jumlah		0,495	5	0,63
Selisih Skor Lingkungan Eksternal				1,06
Total Skor		1,097	16	2,32

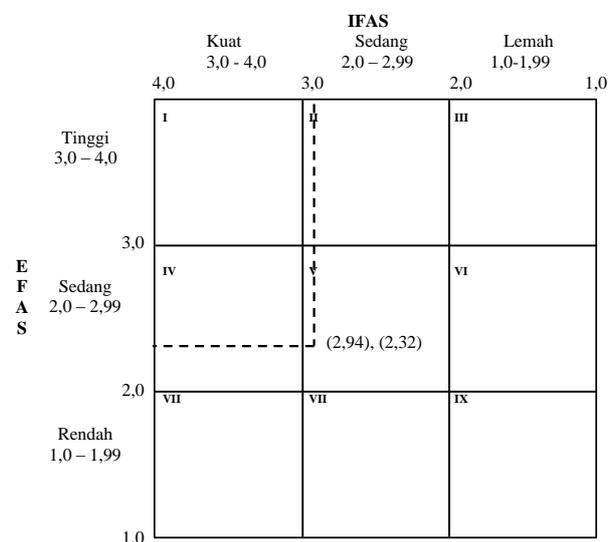
Tabel 4 menunjukkan bahwa faktor peluang yang menduduki urutan pertama dengan nilai tertimbang 0.66 adalah permintaan pasar yang tinggi. Faktor ini menjadi salah satu peluang yang sangat penting dalam pengembangan agribisnis sayuran hidroponik di PT ABC.

Analisis Matrik IE (Internal dan Eksternal)

Matrik IE merupakan matrik yang menggabungkan bobot skor pada matrik IFAS dan EFAS untuk melihat posisi sel agribisnis sayuran hidroponik di PT ABC. Strategi dapat dilakukan jika posisi sel telah diketahui. Berdasarkan perhitungan matrik IFAS didapatkan bobot skor 2,94 dan matrik EFAS didapatkan bobot skor 2,32.

Usaha sayuran hidroponik PT ABC menempati posisi sel V, strategi yang sesuai dengan perusahaan yang terletak pada sel V adalah strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal menurut Rangkuti (2006), adalah kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Perusahaan yang berada di kuadran ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan

internal dan eksternal melalui akuisisi atau *joint ventures* dengan perusahaan lain yang memiliki usaha yang sama. Hasil pemetaan matrik IE dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil pemetaan matrik IE (Internal dan Eksternal)

Pemilihan Alternatif Strategi

Matrik SWOT digunakan untuk mencocokkan dan mengembangkan empat tipe strategi dalam usaha, yang terdiri dari strategi SO (kekuatan dan peluang), Strategi ST (kekuatan dan ancaman), strategi WO (kelemahan dan peluang) dan strategi WT (kelemahan dan ancaman). berdasarkan analisis yang telah dilakukan terhadap lingkungan internal dan eksternal PT ABC, maka dapat disusun rumusan strategi. Perumusan strategi pengembangan agribisnis sayuran hidroponik PT ABC dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Perumusan strategi pengembangan agribisnis sayuran hidroponik PT ABC

EFAS / IFAS	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi kebun yang strategis 2. Keberagaman produk sayuran daun hidroponik 3. Kemasan dan label 4. Promosi yang baik 5. Model pertanian kota 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Arsip pembukuan yang kurang baik 2. Lahan produksi yang sempit 3. Jumlah pekerja yang terbatas 4. Keterbatasan modal 5. Harga sayuran hidroponik yang cenderung mahal

<p style="text-align: center;">Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan pasar yang masih tinggi 2. Petani hidroponik masih sedikit 3. Loyalitas pelanggan 4. Persepsi masyarakat bahwa sayuran hidroponik sebagai sayuran sehat 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan mutu produk dan penggunaan label kemasan serta program loyalitas pelanggan, misalnya layanan antar, membership dan diskon khusus (S2, S3, O3) • Bermitra dengan produsen sayuran hidroponik (S3, O1, O4) 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <p>Memperbaiki sistem administrasi, misalnya sistem pemesanan dengan aplikasi, sehingga jumlah pesanan dan harga pesanan dapat tercatat secara otomatis (W1, O1, O2, O3)</p>
<p style="text-align: center;">Treaths (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat persaingan dengan usaha sejenis 2. Fluktuasi harga barang input 3. Serangan hama dan penyakit 4. Harga sayuran konvensional yang murah 	<p style="text-align: center;">Strategi ST</p> <p>Menetapkan harga yang bersaing (S2, S3, T1, T4)</p>	<p style="text-align: center;">Strategi WT</p> <p>Meningkatkan pengetahuan SDM dalam hal penggunaan teknologi guna menghadapi serangan hama dan penyakit (W3, T3)</p>

bermitra dengan produsen sayuran hidroponik lain.

Kesimpulan

Proses bisnis sayuran hidroponik yang dilakukan PT ABC meliputi tahap produksi, tahap pemasaran dan tahap analisis keuangan. Produksi sayuran hidroponik PT ABC dilakukan dengan sistem DFT (*Deep Flow Technique*). Pemasaran sayuran hidroponik dilakukan di Bandar Lampung dengan tujuan 5 *supermarket* dan 6 *cafe* pemasaran. Agribisnis sayuran hidroponik PT ABC berdasarkan analisis keuangan sangat menguntungkan dan potensial untuk dikembangkan. Berdasarkan hasil analisis matrik IFAS dan EFAS, dengan total skor IFAS 2,94 dan EFAS 2,32 perusahaan berada di sel V. Strategi yang sesuai dengan PT ABC adalah strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*). *Growth Strategy* merupakan pertumbuhan usaha itu sendiri yang dapat dilakukan melalui upaya integrasi horizontal. Hal tersebut dapat dicapai dengan cara *joint ventures* dengan perusahaan lain yang memiliki usaha yang sama atau

Referensi

- Abbas, H., Syam, R., & Jaelani, B. (2015). Rancang Bangun Sebagai Tempat Budidaya Tanaman Menggunakan Solar Cell Sebagai Sumber Listrik. *Proceeding Seminar Nasional Tahunan Teknik Mesin*, (Snttm Xiv), 7–8.
- Lingga, P. (2003). *Hidroponik Bercocok Tanam Tanpa Tanah*. Jakarta: PT Penebar Swadaya.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sutarni, Fitriani, & Analianasari. (2014). Tingkat Pendapatan dan Titik Impas (Break Event Point) Agroindustri Pengawetan Ikan Asin Teri. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Sutarni, Irawati, L., Unteawati, B., & Yolandika, C. (2018). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik di Kota Bandar Lampung. *Journal of Food System and Agribusiness*, 2(1), 17–24.

y.docx



1 minggu yang lalu

15%

Risiko dari plagiarisme

MEDIUM

Parafrase

1%

Kutipan salah

0%

Concentration



Bagikan

Deep

\$ 1.00

Publish and earn

View report

\$ 2.33