

## METODOLOGI

### 7. Uraian yang anda ketahui tentang lokasi ! (gunakan minimal 3 referensi)

Indigen Farm (Indigen Karya Unggul) merupakan salah satu perusahaan *start up* di bidang pertanian. Lingkup usaha dari perusahaan ini meliputi *farming management*, penjualan produk hasil budidaya, bahan tanam, nutrisi hidroponik dan pembuatan berbagai sistem hidroponik. Tidak hanya itu, perusahaan ini juga menyediakan jasa membangun dan konsultasi mengenai *green house* beserta perlengkapannya yang sesuai dengan keinginan konsumen dan kebutuhan tanaman. Hal ini terbukti dari berbagai proyek pembangunan *green house* yang ditangani oleh perusahaan ini di berbagai daerah dari berbagai model hingga teknologi yang digunakan. Produk budidaya unggulan dari perusahaan ini adalah melon hidroponik. Ada berbagai jenis melon yang diproduksi di kebun, seperti *Earls Melon* atau *Talent, Dalmatian, Musk Melon, Chamoe, Emerald* dan beberapa jenis lainnya. Melon yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, dari segi kebersihan, tekstur dan rasa yang khas, kandungan vitamin yang lengkap serta daya simpan yang lebih lama. Tidak heran jika melon ini disukai para konsumen dan sering terjadi pembelian yang berkelanjutan.

Perusahaan yang didirikan oleh Igor Gadira, berlokasi di Desa Donoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan dengan teknologi kebun melon hidroponik yang sangat baik, karena telah menggunakan sistem *smart farming* dengan mempertimbangkan efektifitas dan efisiensi *input* untuk menghasilkan *output* yang terbaik sesuai kebutuhan tanaman. Sistem perawatan yang dilakukan juga sangat baik dan terkontrol demi menghasilkan buah dengan kualitas terbaik. Hal ini sesuai dengan slogan dari perusahaan ini, yaitu "Living better". Dimana hadirnya perusahaan ini, diharapkan dapat membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan nutrisi harian untuk hidup yang lebih baik.

### 8. Lokasi dan Waktu Intership

a. Tempat/lokasi intership	Indigen Farm (Indigen Karya Unggul) yang tertetak di Desa Donoharjo, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman, Yogyakarta
b. Waktu intership	18 Oktober- 24 Desember 2021

### 9. Data apa saja yang anda butuhkan untuk memperoleh/ mencapai tujuan anda dalam intership ?

Untuk mencapai tujuan intership, data yang saya butuhkan yaitu:

#### 1. Data primer

- Teknik budidaya yang diterapkan dalam memproduksi melon hidroponik
- Kapasitas produksi per masa panen
- Kelebihan dan kekurangan produk yang menjadi kekuatan dan kelemahan produk
- Biaya produksi, distribusi dan pascapanen produk
- Target pasar yang sudah dicapai
- Target pasar yang ingin dicapai (mengenail *planning* ke depan)
- Strategi inovasi dan penambahan value dari produk tanaman hidroponik
- Catatan atau dokumentasi perusahaan

#### 2. Data sekunder

- Laporan publikasi perusahaan
- Jurnal atau penelitian orang lain

10. Cara apa yang anda akan gunakan untuk memperoleh data yang anda butuhkan?

1. Melakukan secara langsung proses budidaya, pasca panen, pemasaran hingga alur distribusinya
2. Studi pustaka
3. Observasi
4. Analisis data

11. Bentuk kontribusi apa yang akan dapat anda berikan dari kegiatan internship (silahkan centang)

- Artikel populer
- Laporan praktek baik
- Laporan metode baru
- Laporan Analisa praktis

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Indigen Farm merupakan perusahaan *star up* di bidang pertanian. Dengan umur perusahaan yang masih terbilang baru, sangat penting dilakukan promosi, pengenalan produk dan *brand* ke dunia pasar. Perusahaan ini memiliki beberapa jenis produk dan jasa seperti berbagai jenis melon hidroponik, penjualan nutrisi, pembuatan instalasi, *green house* hingga *management farming*. Setiap produk dan jasa yang ditawarkan memiliki segmennya tersendiri. Salah satu produk yang menjadi unggulan dari perusahaan ini adalah melon hidroponik berjenis *talent*.



Gambar 1.  
Melon *Talent* Indigen Farm  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Melon *Talent* atau disebut *Earls* Melon merupakan salah satu jenis melon korea yang memiliki jaring buah tebal berwarna hijau dengan tekstur yang lembut dan *juicy*. Melon ini memiliki berat 1-2 kg perbuahnya dengan tingkat kemanisan yang tinggi yaitu 13-16 *brx*. Dalam proses budidaya, Indigen Farm mampu memproduksi melon talent sebanyak 3 ton dalam sebulan. Harga jual untuk melon ini sekitar Rp.28.000-45.000.

Tidak hanya talent, ada beberapa jenis melon lain yang diproduksi secara hidroponik pada perusahaan ini, seperti *dalmatian*, *cantaloupe*, *inthanon*, *chamoe*, *emerald*, apel meteor dan *musk* melon. Namun dalam proses pemasaran dan pengenalannya terbilang minim dikarenakan kurangnya pengetahuan masyarakat akan melon hidroponik. Masyarakat cenderung membeli dan mengonsumsi melon biasa (konvensional) dengan kelebihan yaitu

harga lebih murah. Dengan asumsi tersebut kita harus melakukan segmentasi dan pengenalan terkait keunggulan dari produk sebagai pembeda dengan produk lainnya. Dalam memasarkan produk, hal utama yang harus kita pelajari terlebih dahulu adalah mengenai *product knowledge*, yaitu mengenai pengetahuan akan produk yang kita pasarkan. Hal ini penting diperhatikan karena dengan mengetahui tentang produk, kita dapat memberitahu kepada calon pembeli mengenai *value* produk yang kita tawarkan sehingga mereka berminat untuk membeli.

Dengan mengetahui tentang *value* produk, kita juga dapat menentukan pasar mana yang akan dituju untuk memasarkan produk tersebut. Rangkaian kegiatan pemasaran Melon Talent hidroponik Indigen Farm secara lengkap akan dipaparkan sebagai berikut:

#### 1. Pengenalan produk

Mengenal produk yang akan kita pasarkan sangat penting untuk dilakukan sebelum memasarkan produk tersebut. Hal ini dilakukan guna mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang akan dipasarkan (Indriani & Suharyono, 2017). Dengan melakukan identifikasi produk atau yang sering disebut *product knowledge*, kita dapat menawarkan nilai dari produk tersebut yang akan menjadi pertimbangan bagi calon pembeli.



Gambar 2.

Proses Pengenalan Produk Melon *Talent*  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Pengenalan produk dilakukan dengan melihat langsung produk dan proses produksinya di kebun. Pengenalan didampingi tim produksi yang turut menjelaskan keunggulan dari produk ini. Produk melon hidroponik memiliki beberapa keunggulan dibandingkan melon konvensional, yaitu:

1. Memiliki daya simpan yang lebih lama
2. Rasa lebih manis (*brix* 13-16)
3. Memiliki tingkat kebersihan yang lebih tinggi
4. Tekstur dan rasa lebih khas
5. Kandungan vitamin lebih lengkap

Selain keunggulan-keunggulan di atas, melon hidroponik juga memiliki kelemahan yaitu memiliki harga yang lebih mahal dan belum terlalu dikenal di pasar lokal. Keunggulan dan kelemahan melon hidroponik mengantarkannya pada segmen pasar yang berbeda. Setelah mengetahui nilai dari produk tersebut, kita akan lebih mudah menentukan target pasar yang akan dituju untuk memasarkan produk tersebut.

## 2. Membuat BMC dan Rencana Pemasaran

Dalam menjalankan usaha, BMC atau *Business Model Canvas* sangat penting dirancang sebagai acuan dalam melakukan tindakan ke depannya agar jalannya usaha terkonsep dengan baik. Model bisnis sebagai strategi bisnis dapat membantu suatu usaha untuk menciptakan nilai dan menghasilkan keuntungan (Athia et al., 2018).

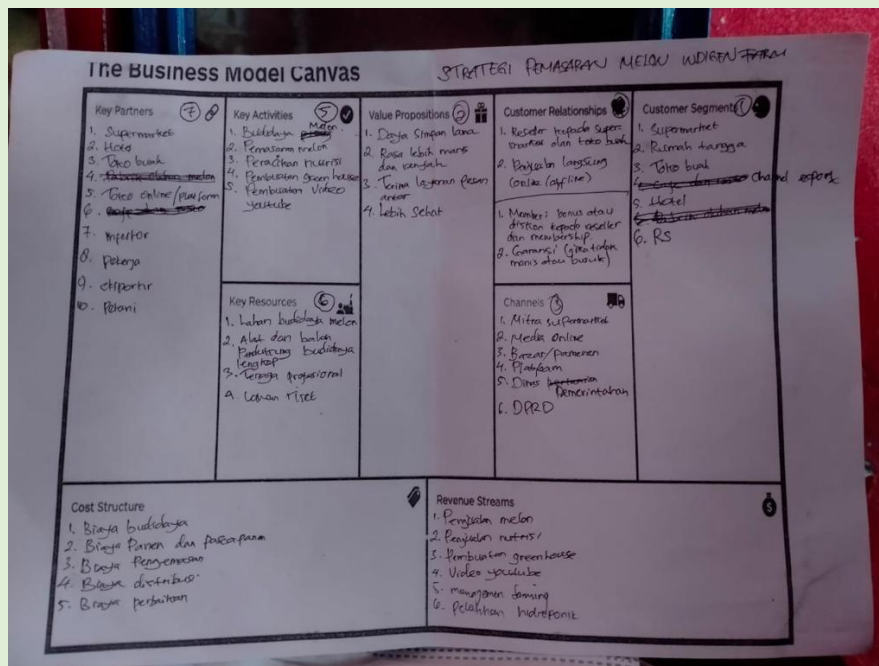


Gambar 3.  
Proses Perancangan BMC Melon Hidroponik Indigen Farm  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Perancangan BMC disesuaikan dengan aktivitas, tujuan dan target perusahaan yang akan dijalankan. BMC dapat mempersingkat penulisan perencanaan perusahaan dan meningkatkan focus perusahaan pada poin penting untuk pertumbuhan usahanya. BMC berisi 9 elemen penting, yaitu *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *revenue streams*, *key resources*, *customer relationship*, *key activities*, *key partners* dan *cost structure*. Pengertian setiap elemen sebagai berikut:

- *Customer segments*: Menentukan segmentasi pelanggan yang akan menjadi target pasar suatu bisnis
- *Value proposition*: Rincian penjelasan mengenai keunggulan dan nilai produk yang memberikan manfaat kepada konsumen
- *Channels*: Alat pemasaran yang digunakan untuk menjangkau segmen pasar dan menyampaikan nilai suatu produk
- *Revenue streams*: Sumber pendapatan yang dapat dimaksimalkan suatu bisnis
- *Key resource*: Sumber daya yang dimiliki suatu usaha untuk menciptakan *value proposition*
- *Customer Relationship*: Cara suatu usaha menjaga hubungan dengan pelanggan agar tercipta ikatan yang baik dan intens
- *Key activities*: Aktivitas-aktivitas dalam bisnis yang dilakukan untuk menciptakan produk dan membentuk nilai produk
- *Key partnership*: Elemen yang memuat kerjasama suatu bisnis dengan pihak lain untuk menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam kegiatan usaha

- Cost structure: Aliran pendanaan dan biaya dalam kegiatan usaha



Gambar 4.  
BMC Melon Hidroponik Indigen Farm  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Berdasarkan hasil diskusi bersama tim pemasaran, dihasilkan BMC Melon Hidroponik Indigen Farm dengan penjelasan sebagai berikut:

- **Customer segments** : 1. Supermarket  
2. Konsumen rumah tangga  
3. Toko buah  
4. Hotel  
5. Pabrik olahan melon  
6. Cafe dan restoran

- **Value proposition** : 1. Daya simpan lebih lama  
2. Rasa lebih manis dan renyah  
3. Layanan pesan antar  
4. Lebih sehat

- **Channels** : 1. Mitra supermarket  
2. Media online  
3. Bazar/pameran  
4. Platform  
5. Dinas pemerintahan

- **Revenue streams** : 1. Penjualan melon  
2. Penjualan nutrisi  
3. Penjualan instalasi  
4. Video youtube

- **Key resource** : 1. Lahan budidaya melon hidroponik  
2. Alat dan bahan pendukung budidaya lengkap

- *Customer Relationship*: 1. Reseller kepada supermarket/toko buah  
2. Penjualan langsung (*online/offline*)  
3. Memberi bonus/diskon kepada *member*  
4. Garansi kemanisan
- *Key activities* : 1. Budidaya Melon  
2. Pemasaran Melon  
3. Meracik nutrisi  
4. Pembuatan video youtube
- *Key partnership* : 1. Supermarket  
2. Hotel  
3. Toko buah  
4. Pabrik olahan buah  
5. Toko *online*  
6. Cafe dan restoran
- *Cost structure* : 1. Biaya budidaya  
2. Biaya panen dan pascapanen  
3. Biaya pengemasan  
4. Biaya distribusi  
5. Biaya perbaikan



Gambar 5.

Pemaparan BMC Melon Hidroponik kepada Tim Marketing Indigen Farm  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Setelah proses perancangan, hasil BMC dipaparkan kepada tim marketing Indigen Farm untuk dievaluasi dan dieksekusi secara langsung. Langkah selanjutnya adalah memperkenalkan produk kepada customer segmen yang ditargetkan.

### 3. Saluran Pemasaran Saat Ini

Sebelum melakukan penargetan pada pasar segmen yang baru, ada baiknya mengetahui aliran pemasaran produk saat ini untuk mengukur keberhasilan strategi pemasaran dan peningkatan penjualan. Saat ini, aliran pemasaran melon hidroponik Indigen Farm memiliki 2 aliran, yaitu:

- a. Petani – Tengkulak/Pengepul – Konsumen akhir/rumah tangga
- b. Petani – Konsumen akhir/rumah tangga

Saluran pemasaran di atas masih sangat sedikit dan sederhana, untuk itu penting

dilakukan pengenalan dan promosi ke pasar baru untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk melon hidroponik.

#### 4. Kegiatan Promosi dan Memperkenalkan Produk Melon Hidroponik

Pengenalan dan promosi dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar produk melon hidroponik. Proses pengenalan pertama dilakukan ke instansi pemerintahan seperti Dinas Industri dan Perdagangan serta Dinas Pertanian. Hal ini dilakukan bukan hanya sebatas memperkenalkan produk, melainkan juga konsultasi terkait pemasaran produk pertanian buah melon ke pasar modern seperti supermarket dan juga pasar ekspor.



Gambar 6.

Pengenalan Produk Melon Hidroponik ke Rumah Kreatif Sleman  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Pengenalan melon hidroponik ke Dinas Industri dan Perdagangan dinaungi oleh Tim Kreatif Sleman. Tim ini menjadi wadah yang menampung berbagai produk hasil kreatifitas masyarakat Sleman, baik berupa kerajinan tangan, produk makanan dan produk UMKM lainnya. Selain sebagai wadah, Tim Kreatif Sleman juga membantu mempromosikan dan memberikan arahan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan pertumbuhan usahanya.

Berdasarkan hasil diskusi bersama Tim Kreatif Sleman, diketahui bahwa untuk dapat menjangkau pasar yang lebih luas kita perlu melakukan pengenalan dan konsultasi kepada Dinas Pertanian yang berwenang mengurus perizinan pengedaran produk pertanian.



Gambar 7.

Pengenalan Produk Melon Hidroponik ke Dinas Pertanian Sleman  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Pengenalan produk dilanjutkan ke Dinas Pertanian untuk memperluas pengenalan produk ke elemen pemerintahan agar mendapat perhatian dan minat calon pembeli. Dari proses pengenalan didapati respon baik dan antusias dari elemen pemerintahan. Mereka menyarankan untuk mengurus perizinan agar produk dapat dipasarkan secara luas.

#### 5. Konsultasi dan Pembekalan Legalitas

Konsultasi dilakukan untuk mendapatkan informasi dan arahan terkait legalitas perusahaan dan izin edar produk melon. Legalitas dan izin edar diperlukan agar produk dapat mudah diterima di pasar *retail* seperti supermarket dan juga pasar ekspor.



Gambar 8.

Konsultasi dan Pembekalan Kepengurusan Legalitas dan Izin Edar di Dinas Pertanian Sleman  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Konsultasi dan pembekalan mengenai legalitas dilakukan bersama Dinas Pertanian Sleman. Beliau memaparkan alur kepengurusan legalitas perusahaan dan izin edar produk pertanian khususnya buah. Alur kepengurusan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pembuatan SOP perusahaan
2. Penentuan identitas perusahaan (berupa label, NIB dan KBLI)
3. Pengajuan form pendaftaran ke Dinas Pertanian yang selanjutnya akan dilakukan pendampingan
4. Memuat diagram alir proses budidaya, pasca panen hingga alur distribusi
5. melakukan uji daya tahan produk
6. Tim penilai terjun ke lapangan untuk melakukan pengujian





Gambar 9.  
Bimbingan Teknis Ekspor Produk Pertanian  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Dalam melakukan ekspor, produk pertanian harus lolos karantina dari sensor kimia dan perlu legalitas dalam memasarkannya. Berdasarkan hal tersebutlah pengurusan legalitas harus segera dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan ekspor buah melon ini.

#### 5. Kunjungan Kemitraan

Indigen Farm dalam menjalankan usahanya membentuk badan kemitraan dengan petani. Para petani melon dapat menjual hasil panennya kepada Indigen Farm dan usaha ini juga bersedia menjadi supplier bahan produksi bagi petani mitra.



Gambar 10.  
Kunjungan Kemitraan dengan Petani  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Sebagai bentuk kemitraan, tim dari Indigen Farm juga turut melakukan kontrol dan kunjungan kepada mitra untuk menjalin hubungan yang baik serta mendapatkan keuntungan

yang maksimal bagi kedua pihak.



Gambar 11.

Kunjungan Kemitraan dalam Pengembangan Teknologi Budidaya  
(Sumber: Dokumen pribadi)

Selain bermitra dengan petani dalam memasok hasil produksi, Indigen Farm juga bekerja sama dengan Inastek dalam mengembangkan teknologi budidaya melon hidroponik agar menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan menguntungkan.

## PENUTUP

Berdasarkan kegiatan *internship* yang saya lakukan di Indigen Farm, menurut saya usaha melon hidroponik sangat potensial untuk dikembangkan baik di pasar lokal maupun luar negeri. Namun, untuk menembus pasar tersebut perlu diurus terkait legalitas perusahaan dan izin edar produk agar dapat dipercaya oleh konsumen. Untuk itu, sangat penting dilakukan pengurusan legalitas agar mempercepat proses pemasaran produk. Selain memfokuskan pada legalitas dan izin produk, pelaku usaha juga dapat memaksimalkan penggunaan media sosial untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar produk dapat lebih dikenali dan dijangkau oleh calon konsumen. Promosi dapat dilakukan dengan konsisten mengunggah foto produk, proses budidaya maupun informasi terkait manfaat produk bagi konsumen untuk meningkatkan minat dan perhatian konsumen.

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh tim dari Indigen Farm atas kesempatan belajar dan ilmu yang diberikan kepada saya. Semoga ilmu dan keterampilan yang didapat dapat berguna bagi saya dan masyarakat dalam pengembangan dunia pertanian kedepannya. Sekian kata penutup dari saya, lebih dan kurangnya saya mohon maaf semoga perusahaan dapat lebih baik lagi ke depannya dan apa yang telah saya dapatkan disana dapat saya terapkan di kehidupan nyata.