

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor sumber daya alam yang sangat melimpah di Indonesia, sehingga menjadi faktor pendukung perkembangan Indonesia menuju masyarakat yang sejahtera. Sektor pertanian mencakup tujuh subsektor yaitu tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan, dan jasa pertanian, sehingga produk pertanian di Indonesia mempunyai keunikan, peluang pengembangan, serta kemampuan bersaing dengan pangsa pasar secara luas. Subsektor hortikultura menjadi komponen yang penting dalam kemajuan perkembangan pertanian saat ini, yang dapat dilihat dari posisi kedua pada permintaan subsektor pertanian setelah tanaman pangan (Londa, 2023).

PT Kebun Sayur Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang sayuran hidroponik. PT Kebun Sayur Indonesia terletak di gudang Amplas Centre serta kebun yang terletak di Siosar, Puncak 2000, Kabupaten Karo. PT Kebun Sayur Indonesia melakukan penjualan kepada konsumen secara *online* dan *offline*, serta menjual sayuran, buah dan bahan makanan lainnya bagi restoran, hotel dan juga kafe. PT Kebun Sayur Indonesia memproduksi komoditas sayur yang diminati konsumen dengan kualitas yang segar, termasuk sayur selada.

Sayuran hidroponik menjadi salah satu usaha budidaya yang banyak di lirik oleh pengusaha, karena menawarkan berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh sayuran konvensional. Sayuran hidroponik dibudidayakan menggunakan teknologi tinggi dan terkontrol, sehingga menghasilkan sayuran yang bersih dan bebas dari pestisida. Selada merupakan salah satu jenis sayuran hidroponik yang sangat digemari oleh masyarakat, karena dapat dikonsumsi dalam bentuk segar dan bermanfaat untuk kesehatan. Hal ini didukung oleh jumlah produksi selada di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 625.132 ton, pada tahun 2019 sebesar 638,71 ton, dan pada tahun 2020 sebesar 663,832 ton (Hapsah et al., 2024), yang menunjukkan bahwa sayur ini mengalami peningkatan produksi.

Selada merupakan tanaman sayur yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Sayuran ini mempunyai bentuk yang menarik serta memiliki kandungan gizi yang banyak, sehingga memiliki potensi untuk dibudidayakan. Potensi ini ditunjukkan dari tingkat konsumsi sayuran di Indonesia yang cenderung meningkat, dimana tingkat konsumsi pada tahun 2017 sebesar 51.9 kg/kapita/tahun, pada tahun 2018 sebesar 52.3 kg/kapita/tahun, dan pada tahun 2019 sebesar 54,9 kg/kapita/tahun (Fitriansah et al., 2019). Fakta ini menunjukkan bahwa peluang usaha budidaya selada di Medan untuk konsumsi masyarakat Medan dan sekitarnya serta impor terbuka lebar.

Produksi sayur selada di PT Kebun Sayur Indonesia memiliki peminat yang cukup tinggi, dengan kualitas yang selalu segar dan dapat menarik minat konsumen. Oleh karena itu tingkat produksinya di PT Kebun Sayur Indonesia lebih tinggi dibandingkan dengan produk sayur lainnya.

Tabel 1. 1. Data produksi sayur PT Kebun Sayur Indonesia pada 2023

No	Komoditi	Jumlah produksi (kg)
1	Selada keriting	52.654,66
2	Baby romaine	16.056,6
3	Pakchoy	11.949,28
4	Kailan	8.601,64
5	Naibai	1.384,2

Sumber: PT Kebun Sayur Indonesia (2023)

Produksi sayur selada yang cukup tinggi ini tidak cukup hanya difokuskan pada produksinya saja, namun juga membutuhkan strategi bisnis agar penjualan produk sayur selada ini tetap berjalan dengan baik, selalu diterima konsumen tanpa ada keluhan atau komplain, sehingga memiliki pangsa pasar yang semakin luas.

Dalam menentukan sebuah strategi bisnis, *business model canvas* (BMC) yang dibantu dengan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, and threat*) dapat digunakan untuk merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan perusahaan. BMC digunakan untuk memahami model bisnis perusahaan yang sedang berjalan (Wijaya, 2016), yang kemudian melalui analisis SWOT dapat diidentifikasi keunggulan dan kelemahan apa yang dimiliki perusahaan untuk kemudian ditetapkan strategi pengembangan perusahaan secara sistematis untuk mampu bersaing (Mashuri & Nurjannah, 2020).

BMC dan SWOT ini telah banyak digunakan dalam analisis strategi bisnis, diantaranya pada makalah di bawah ini:

1. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas (BMC) dan SWOT.

Penelitian ini membahas warung makan yang mengalami penurunan penjualan di mana BMC membantu usaha tersebut memahami aspek bisnis dan model yang sedang berjalan yang bertujuan mengetahui keunggulan dan persaingan pada bisnis yang dijalankan (Muktarom et al., 2022).

2. Analisis Strategi Pembelajaran Sayuran Hidroponik (Studi Kasus di CV DewaPonik Yogyakarta)

Penelitian ini membahas persaingan komoditas sayur selada, pakcoy, dan kangkung dengan jenis sayur lainnya. Dengan analisis SWOT mampu disusun strategi pemasaran sebuah usaha sayuran hidroponik setelah diidentifikasi apa saja kekurangan serta kekuatan dari usaha dimaksud. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa penerapan strategi tersebut mampu meningkatkan pemasaran produk usaha tersebut (Astuti & Suswatiningsih, 2022)

1.2. Rumusan Masalah

Produksi sayur selada menjadi salah satu komoditas unggulan di PT Kebun Sayur Indonesia dengan segmen konsumen seperti restoran, kafe dan tempat makan lainnya. Namun sayur selada ini sangat rentan dari aspek daya simpan dan juga bentuk fisik sayur yang gampang rusak dan rapuh, sehingga sayur ini menjadi produk afkir (limbah). Jumlah produk selada afkir di PT Kebun Sayur Indonesia pada 2023 dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1. 2. Data Produksi dan (Limbah) PT Kebun Sayur Indonesia pada 2023

No	Bulan	Produksi (kg)	Selada afkir(kg)
1	Januari	4865.82	400.8
2	Februari	4642.93	449.1
3	Maret	4799.55	593.5
4	April	5107.4	703.4
5	Mei	4568.96	579.7
6	Juni	2956.09	221.3
7	Juli	3513.6	781.5
8	Agustus	6609.95	2314
9	September	4414.02	1689.2
10	Oktober	3774.3	1194.3
11	November	3454.27	445.5
12	Desember	3950.74	486.46

Sumber: PT Kebun Sayur Indonesia (2023)

Tabel 1.2 menunjukkan adanya produk afkir (limbah) sayur yang cukup tinggi, dan dapat berdampak terhadap potensi kerugian bagi perusahaan.



Gambar 1. 1. Produk sayur selada hidroponik yang diafkir

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah, sebagai berikut:

- a. Bagaimana model dan strategi bisnis sayur selada hidroponik yang diterapkan di PT Kebun Sayur Indonesia selama ini?
- b. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis sayur selada hidroponik di PT Kebun Sayur Indonesia?
- c. Apakah dibutuhkan strategi pengembangan bisnis baru untuk bisnis sayur selada hidroponik di PT Kebun Sayur Indonesia?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mengetahui model dan strategi bisnis sayur selada hidroponik yang diterapkan di PT Kebun Sayur Indonesia selama ini
- b. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis sayur selada hidroponik di PT Kebun Sayur Indonesia.
- c. Mengetahui strategi pengembangan bisnis baru untuk bisnis sayur selada hidroponik di PT Kebun Sayur Indonesia.

1.4. Kontribusi Tugas Akhir

Berdasarkan rancangan rumusan masalah dan tujuan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penulis mampu menerapkan Ilmu yang sudah didapat selama menempuh perkuliahan dan mampu menambah wawasan selama penelitian berlangsung, serta sebagai syarat kelulusan.

2. Bagi Perusahaan (Pengelola Bisnis)

Pihak perusahaan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai opsi atau acuan dalam menyusun strategi pengembangan bisnis sayuran hidroponik yang akan diterapkan kedepannya.