
ANALISIS USAHA HIDROPONIK MINA TANI FARM MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS**Oleh****Muhammad Mubariz¹, Laksmindra Saptyawati²**^{1,2}Jurusan kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM

Yogyakarta

Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281,

Telp. 0274-884201

e-mail: ¹mohammadmubariz222@gmail.com, ²laksmindra@amikom.ac.id

Article History:

Received: 01-09-2022

Revised: 11-10-2022

Accepted: 19-10-2022

Keywords:

Hydroponic; Business Model; SWOT; Business Model Canvas; Development strategy.

Abstract: *Along with the development of the era, the population in big cities has increased every year. This will certainly have an impact on the narrowing of land, especially agricultural land. In addition, the high demand for vegetables by the community further complicates the situation related to land constriction due to development. By utilizing the limitations of existing land, farming with hydroponic methods can be used as a solution for food security, in this case is the consumption of vegetables and fruits. Vegetable market in this case hydroponic vegetables continue to grow up to 20% each year with key players that can be said is still small. Therefore, it is necessary to formulate a mature strategy to overcome the problems and in the development. Using the Business Model Canvas approach and SWOT analysis can provide a new business model design alternative to face competitors and maximize revenue. This research method uses a qualitative method based on a descriptive purpose that is inductive. Data collection techniques used observations, interviews, and documentation addressed to informants, as well as secondary data. Based on the results of interviews, I obtained a description of nine blocks of the current Canvas Business Model building from Mina Tani Farm Evaluation of SWOT results using SWOT analysis showed that Mina Tani Farm has strengths and weaknesses. In addition, it has many opportunities and some threats that need to be faced. From the evaluation results with SWOT analysis can be prepared alternative strategy formulation as perfection Business Model Canvas existing. The results of this study are to find out the description of the current Mina Tani Farm Hydroponic business model when viewed with the Business Model Canvas approach, to find out the current position of Mina Tani Farm's internal and external environment and to find out the appropriate business development strategy at this time*

PENDAHULUAN

Pada tahun 2010 jumlah penduduk di Indonesia tercatat sebanyak 237.63 juta jiwa dan pertumbuhan penduduk semakin meningkat hingga pada tahun 2020 menjadi 270.20 juta jiwa. Dengan demikian rata-rata laju pertumbuhan penduduk pertahun yaitu sebesar 1,25%. Seiring dengan bertambahnya laju pertumbuhan jumlah penduduk maka kebutuhan lahan yang akan digunakan sebagai fasilitas umum, seperti sarana pendidikan, sarana kesehatan, industri pasar, dan pemukiman penduduk akan mengalami peningkatan. Meningkatnya penggunaan lahan, menyebabkan ketersediaan lahan untuk pertanian berkurang. Maka dari itu, pemanfaatan lahan secara tepat harus dilakukan dalam mendukung pengembangan pertanian di masa yang akan datang.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Menurut Creswell penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah kemanusiaan. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada setting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel (Meleong L. J., 2021).

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Hafid (2016) berjudul "*Identifikasi Perumusan Strategi Pada pengembangan Usaha Budidaya Sayur Hidroponik (Studi Kasus : Kebunsayur Surabaya)*". Fokus penelitian tersebut pada prioritas strategi alternatif menggunakan hasil matriks SWOT untuk meningkatkan dan mengoptimalkan volume produksi perusahaan dengan memanfaatkan teknologi dan informasi di bidang pertanian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut yaitu penelitian ini mensinergikan SWOT dengan *Business Model Canvas* untuk memperoleh strategi pengembangan usaha Mina Tani Farm yang berfokus pada produksi sayuran selada.

Dikarenakan penelitian model bisnis hidroponik masih terbatas, sedangkan hidroponik juga membutuhkan suatu model bisnis untuk keberlanjutan usaha, maka peneliti ingin berkontribusi dengan memberikan gambaran model bisnis di bidang pertanian hidroponik pada penelitian dengan judul "*Analisis Usaha Hidroponik Mina Tani Farm Menggunakan Business Model Canvas*".

Selada termasuk jenis yang digemari masyarakat Indonesia. Semua kalangan pasti mengenal selada. Mulai dari kalangan masyarakat kelas bawah hingga kelas atas menyukai sayuran ini. Selada sering dikonsumsi sebagai lalapan, dan juga untuk campuran makanan asing seperti *hamburger, hotdog, dan salad*. Hal itu menunjukkan bahwa selada mudah diterima masyarakat Indonesia untuk dikonsumsi. Selada mengandung vitamin A, serat, zat besi, dan vitamin C yang sangat diperlukan oleh tubuh. Tumbuhan selada (*Lactuca sativa L.*) merupakan sayuran yang sudah lama dikenal masyarakat Indonesia, tetapi budidayanya belum banyak dilakukan, terutama pada selada. Belakangan ini, selada memiliki warna yang menarik, gizi yang cukup tinggi, dan harga yang terjangkau menunjukkan peningkatan permintaan sayuran selada di Indonesia, seiring dengan

peningkatan jumlah penduduk dan kesadaran akan kesehatan, dari pentingnya mengkonsumsi sayuran. Selain itu, selada mempunyai nilai ekonomis yang sangat tinggi setelah kubis krob, kubis bunga, dan brokoli (Utami, 2021).

Produksi selada di Indonesia pada tahun 2010 sebesar 41,11 ton per tahun dan mengalami penurunan pada tahun 2015 yang hanya menghasilkan sebanyak 39,289 ton per tahun. Laju produksi tanaman selada selama periode tahun 2010 - 2015 yaitu 5,19% - 6% (Nababan, 2021). Sedangkan konsumsi selada di Indonesia yaitu 35,30 kg/kapita/tahun, hal ini juga yang menyebabkan terjadinya impor pada tahun 2015 sebesar 21,1 ton sehingga terjadi peluang peningkatan produksi untuk memenuhi konsumsi selada di Indonesia (Mokoginta, 2021) maka dari itu, salah satu cara untuk tetap bisa memenuhi kebutuhan dan meningkatkan produktivitas selada yaitu dapat dilakukan dengan cara hidroponik.

Mina Tani Farm merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan hidroponik selada di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Mina Tani Farm mampu memproduksi sayur sekitar 9 ton per tahun, angka ini masih rendah dibandingkan dengan tingkat kebutuhan konsumsi selada di Indonesia yaitu sebesar 35,30 kg/kapita/tahun (Fitriansah, 2019). Hal ini menjadi peluang bagi Mina Tani Farm untuk mengembangkan perkebunan agar dapat memenuhi kebutuhan di dalam negeri.

Permasalahan yang terjadi di Mina Tani Farm diantaranya belum menggunakan *greenhouse* sehingga tanaman selada produksi Mina Tani Farm tidak tahan terhadap perubahan cuaca terutama di saat musim hujan tanaman tidak dapat tumbuh dengan kualitas yang optimal. Selain itu dari sisi kemitraan di Mina Tani Farm terdapat kondisi mitra atau plasma yang dapat memutuskan hubungan dengan perusahaan dan menjadi kompetitor yang berakibat pada meningkatnya persaingan bisnis hidroponik. Tenaga kerja di Mina Tani Farm belum mencukupi secara keahlian, jumlah, dan loyalitas. Kurangnya pengetahuan tentang hidroponik berdampak pada kurangnya minat masyarakat untuk bekerja di perkebunan hidroponik dan juga adanya tingkat kejenuhan yang tinggi. Kurangnya loyalitas kerja mempengaruhi operasional usaha Mina Tani Farm terutama dalam upaya memenuhi ketersediaan stok dan kualitas selada. Oleh karena itu, Mina Tani Farm memerlukan formulasi perencanaan strategi untuk mengatasi berbagai masalah tersebut dan melakukan pengembangan bisnisnya.

Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Ujung, 2021). Business Model Canvas memberikan alternatif rancangan model bisnis yang baru untuk menghadapi para pesaing dan memaksimalkan pendapatan. Analisis SWOT adalah alat evaluasi yang digunakan untuk mendeteksi lingkungan internal dan eksternal dari perusahaan tersebut. Hal ini juga digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan yang akhirnya diharapkan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada. Dalam hal ini, analisis SWOT merupakan penunjang *Business Model Canvas* untuk melakukan evaluasi terhadap model bisnis yang kini dimiliki oleh suatu perusahaan (Rahayu, 2022).

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya. Menurut Creswell

penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah kemanusiaan. Proses penelitian mencakup membuat pertanyaan penelitian dan prosedur yang masih bersifat sementara, mengumpulkan data pada setting partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, dan selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data. Kegiatan akhir adalah membuat laporan ke dalam struktur yang fleksibel (Meleong L. J., 2021).

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, diinterpretasikan dan dipahami. Analisis data merupakan suatu upaya dalam menguraikan suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk suatu yang diurai tersebut tampak dengan jelas terlihat dan mudah dicerna atau ditangkap maknanya (Helaluddin & Hengki Wijaya, 2019). Tujuannya ialah agar peneliti mendapatkan makna hubungan variabel-variabel sehingga dapat digunakan untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif dari (Miles Matthew B, A. Michael Huberman, & Johnny Saldana, 2014) yang menyebutkan terdapat tiga komponen dalam analisis data kualitatif, diantaranya adalah:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Data yang ada mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, dan transformasi data yang dikumpulkan melalui penulisan catatan lapangan, transkrip atau hasil data diskusi dan wawancara, dokumen-dokumen dan bahan empiris lainnya. Dengan proses kondensasi diharapkan data lebih akurat. Hal itu disebabkan pada proses kondensasi Data diperoleh berdasarkan penelitian yang dilakukan secara terus-menerus. Kemudian berbagai data yang diperoleh dikumpulkan dianalisis dan didapatkan untuk menajamkan, memilah, memfokuskan, membuang dan menata data sehingga dapat diverifikasi menjadi kesimpulan akhir. Dalam penelitian kualitatif, data dapat ditransformasikan dalam banyak cara melalui pemilihan, ringkasan dan parafrase. Dalam penelitian ini peneliti akan memahami data terkait strategi *marketing* terhadap pembentukan *brand image* sekolah, kemudian menitik fokuskan informasi terhadap proses pelaksanaan strategi *marketing* yang dijalankan humas hingga dapat bertahan memperoleh *brand image* serta implikasi dari penerapan strategi *marketing* yang membuat sekolah unggul dan mampu bersaing.

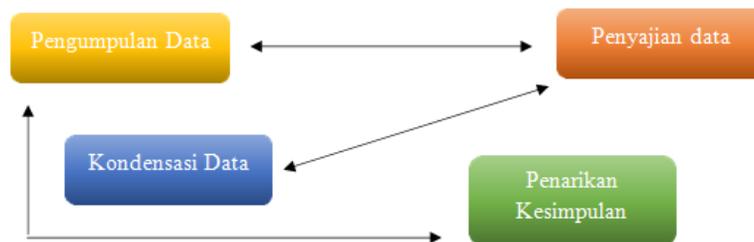
2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan, dan informasi yang disimpulkan titik penyajian data di sini membantu dalam memahami konteks penelitian. Karena melakukan analisis yang lebih mendalam. Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk Uraian singkat, bagan hubungan antara kategori dan sejenisnya. Namun pembagian data dalam penelitian kualitatif lebih sering menggunakan teks yang bersifat naratif. Sehingga akan lebih mudah dalam memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Melalui penyajian data tersebut, maka data akan terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah untuk dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan (*Drawing Conclusions*)

Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti dari awal peneliti mengumpulkan data seperti mencari pemaham yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan

alur sebab-akibat, yang tahap akhirnya disimpulkan keseluruhan data yang diperoleh di peneliti (Rijali, 2019). Kesimpulan yang telah disampaikan diawal masih bersifat sementara dan akan berubah setelah adanya bukti-bukti yang diperoleh saat pengumpulan data. Namun apabila bukti-bukti yang diperoleh bersifat valid dan terbukti kebenarannya serta sesuai dengan kesimpulan di awal maka kesimpulan yang dikemukakan bersifat konsisten dan kredibel. Kesimpulan dalam penelitian ini merupakan temuan.



Gambar 1. Proses Analisis Data

Tabel 1. Permasalahan Konsumen di Pertanian Selada Hidroponik Daerah Pati

No	Permasalahan	Pelaku Usaha				
		Munif hidroponik	Sulis hydrofarm	Umi farm	Agung Farm	Mina Tani Farm
1	Pembelian Selada harus dalam jumlah banyak meskipun untuk konsumsi pribadi	Dipesan langsung oleh pedagang sayuran, jadi untuk pembelian pribadi tidak bisa	Minimal order 1 kg	Minimal order 1/2 kg	Minimal order 2 kg	Tidak ada minimal order setiap pembelian
2	Selada dalam kondisi layu dan tidak segar	Setiap pagi jam 06.00 semua selada yang telah panen dicabut dan dimasukkan ke plastik untuk dijual ke pedagang sayuran	ketika ada pemesanan, selada dicabut, dibersihkan dan dikumpulkan per 1 kg	ketika panen langsung dicabut, dibersihkan semua dan diikat per 1/2 kg	Ketika panen langsung dicabut dan dijadikan di lemari penyimpanan	Ketika ada pemesanan, selada langsung dicabut, dibersihkan dan dipacking lalu dikirim langsung ke konsumen

3	Ketidakhadiran dalam menemukan lokasi selada hidroponik dikarenakan tidak adanya informasi tempat di media sosial dan pihak yang bisa dihubungi	Hanya mempunyai media sosial berupa whatsapp dan baru berdiri Mei 2022	Hanya mempunyai media sosial berupa whatsapp dan sudah berdiri sejak Desember 2021	Hanya mempunyai media sosial berupa whatsapp dan sudah berdiri sejak Maret 2021	Hanya mempunyai media sosial berupa whatsapp dan sudah berdiri sejak April 2021	Mempunyai media sosial (Whatsapp, Instagram, Facebook, google maps) dan sudah berdiri sejak September 2020
4	Pengemasan selada merusak daun selada	Selada langsung dimasukkan dalam plastik besar dan tidak diikat sesuai pemesanan	Minimal order 1 kg untuk pengemasan yang bagus dan pengemasannya hanya dimasukkan plastik tanpa dibungkus plastik packing	Minimal order 1/2 kg untuk pengemasan yang bagus dan diwadahi dengan plastik packing yang tidak mudah sobek dan ditambah plastik besar	Minimal order 2 kg untuk pengemasan yang bagus dan untuk pengemasannya hanya dimasukkan plastik tanpa dibungkus plastik packing	Berapapun jumlah pembelian, pengemasannya diikat sesuai pemesanan dan diwadahi dengan plastik packing yang tidak mudah sobek dan ditambah plastik besar
5	Lokasi yang jauh dengan kota	Jarak tempat usaha dengan kota sekitar 1 jam	Jarak tempat usaha dengan kota sekitar 2 jam	Lokasi dengan tempat usaha 50 menit	Lokasi tempat usaha dengan kota sekitar 1 1/2 jam	Lokasi tempat usaha dengan kota 30 menit
6	Hama tanaman masih hidup dan menempel di sayuran	Setelah panen sayuran langsung dimasukkan ke dalam plastik besar	Setelah panen, sayur langsung dibersihkan dan dikumpulkan per 1 kg	Setelah panen, sayur langsung di packing dengan plastik tanpa	Setelah panen sayuran langsung dimasukkan ke lemari penyimpanan dan	Setelah panen, sayur langsung dibersihkan dan dipacking dengan rapi menggunakan

			baru dipacking setelah pemesanan	menggun akan plastik packing	dibersihka n ketika sebelum diantar ke konsumen	n plastik packing
--	--	--	---	---------------------------------------	---	----------------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bisnis Model Canvas Mina Tani Farm

Key Partnerships 1. Mitra: Pedagang kebab burger, café, resto, ceting. 2. Pemasok: Pemasok bahan baku seperti <i>rockwool</i> , bibit, dan nutrisi, pemasok peralatan.	Key Activities 1. Kegiatan produksi sayur 2. Penjualan 3. <i>Quality control</i> 4. Konsultan <i>farming</i> 5. Pelatihan edukasi Key Resources 1. Sumber daya manusia 2. Sumberdaya fisik; berupa instrument, alat hidroponik, dan starterkit 3. Sumber daya alam; air dan matahari	Value Propositions 1. Produk berupa selada dengan teknik budidaya hidroponik 2. Edukasi dan pengenalan 3. Budidaya hidroponik	Customer Relationships 1. Bantuan personal: Komunikasi secara langsung, via telepon, atau via media social (Instagram, Whats App, Facebook) 2. Layanan Khusus: <i>Delivery order</i> Channels 1. Offline: <i>word of mouth</i> , <i>customer get customer</i> , pameran atau <i>event</i> , retail mitra. 2. Online: media social (Instagram, Whats App, Facebook)	Customer Segments 1. Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas 2. Kelas <i>middle up</i> (perorangan, komunitas, café, resto)
Cost Structure 1. Sumber daya manusia; gaji pegawai dan upah 2. Biaya fisik; instrumen dan peralatan 3. Biaya pemeliharaan alat 4. Biaya operasional; perlengkapan atau <i>starter kit</i> , <i>packaging</i> , dan listrik 5. Biaya distribusi		Revenue Streams 1. Penjualan produk yaitu selada hidroponik 2. Konsultan <i>farming</i> 3. Pelatihan edukasi		

Gambar 2. Bisnis Model Canvas Mina Tani Farm

Hasil Analisa BMC Mina Tani Farm:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan dari Mina Tani Farm adalah Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas dan Kelas Middle up (Perorangan, komunitas, café dan resto).

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai merupakan alasan mengapa konsumen memerlukan/membeli produk dari Mina Tani Farm. Value Proposition dari Mina Tani Farm adalah produk berupa selada dengan teknik budidaya hidroponik, edukasi dan pengenalan tentang hidroponik dan cara budidaya hidroponik.

3. *Channels* (Saluran)

Saluran merupakan gambaran bagaimana Mina Tani Farm bisa berkomunikasi dengan konsumen untuk memberikan *Value Propositions*. *Channels* dari Mina Tani Farm untuk yang offline: *word of mouth*, *customer get customer*, pameran atau event,

dan retail mitra. Untuk yang online: media sosial (Instagram, Whats App dan Facebook).

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Customer Relationships merupakan gambaran hubungan Mina Tani Farm dengan pelanggannya yaitu bantuan personal : komunikasi secara langsung, via telepon atau via social media (Instagram, Whats App dan Facebook) dan layanan khusus berupa delivery order ke tempat customer.

5. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

Key Resources adalah gambaran aset penting yang diperlukan Mina Tani Farm agar semua model bisnis bisa berfungsi dan di gunakan sebagai penunjang dalam kegiatan usaha.

Key Resources Hidroponik Mina Tani Farm adalah sebagai berikut:

- Fisik: lahan kebun, alat, instrument, bibit dan pupuk
- SDM: tenaga kerja
- SDA : Air dan Matahari

6. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Key Activities merupakan gambaran hal-hal penting yang harus di lakukan oleh Mina Tani Farm agar model bisnis dapat berjalan dengan baik. Adapun aktifitas kunci dari Mina Tani Farm adalah kegiatan produksi dari mulai seeding, semai, proses panen, hingga packaging produk dan melakukan penjualan. Selain itu, *quality control* juga dilakukan dengan melakukan pemeliharaan dan kalibrasi alat serta sistem untuk menjaga agar semuanya berjalan dengan baik sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas premium.

7. *Key Partners* (kemitraan Utama)

Key Partners merupakan gambaran hubungan kemitraan yang di lakukan oleh dari Mina Tani Farm kepada pihak lainnya. Hal di gunakan untuk menunjang aktivitas bisnis yang di dilaksanakan. Dimana kemitraan utama Mina Tani Farm adalah mitra dan pemasok. Untuk mitranya dari Pedagang kebab dan burger, café, resto dan catering. Untuk pemasoknya dari pemasok bahan baku seperti rockwool, bibit, nutrisi dan pemasok peralatan.

8. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Cost Structure dari Mina Tani Farm adalah sumber daya manusia, biaya fisik, biaya pemeliharaan alat, biaya operasional, dan biaya distribusi. Biaya fisik berupa instrumen atau sistem dan alat merupakan biaya paling besar yang dikeluarkan oleh Mina Tani Farm karena biaya tersebut merupakan modal awal dalam melakukan kegiatan bisnis di bidang hidroponik

9. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Revenue Streams merupakan gambaran uang tunai yang di peroleh dari *Customer Segments*. Arus pendapatan dari Mina Tani Farm adalah penjualan dari penjualan produk yaitu selada hiroponik. Selain itu, Mina Tani Farm mendapatkan pendapatan dari penjualan perlengkapan atau starter kit bercocok tanam hidroponik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan skala hobi. Lalu, Mina Tani Farm juga mendapatkan pendapatan dari memberikan layanan jasa berupa konsultan farming bagi mereka yang ingin membuat kebun dengan skala bisnis maupun skala hobi dan

memberikan edukasi atau pelatihan dimana pihak dari Mina Tani Farm diminta untuk menjadi narasumber dalam event atau acara tertentu.

B. Analisis SWOT Pada Setiap Elemen Business Model Canvas

Tabel 2. Analisis SWOT Pada Setiap Elemen BMC

No	Aspek	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
1	Customer Segments	Memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak	Volume produksi belum optimal	Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas serta retail	Kebijakan impor selada yang meningkat
2	Value Propositions	Keberagaman produk jenis selada hidropnik dan berkualitas	Bahan baku benih dan <i>rockwool</i> harus impor	Permintaan selada hidropnik tinggi	Adanya kompetitor dengan pelayanan lebih baik
3	Channels	Pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan layanan	Kurang spesifik dialamatkan ke pelanggan	Berkembangnya sayuran selada hidropnik	Kekuatan tawar pemasok yang tinggi
4	Customer Relationship	Melayani pelanggan secara langsung di media sosial dan delivery order	Kurang tanggapnya admin media sosial karena tim yang terbatas	Menggunakan media sosial whatsapp untuk menarik lebih banyak pelanggan	Kompetitor menawarkan produk hidropnik selain selada
5	Key Partnership	Mempunyai mitra yang cukup banyak	Tenaga riset dan pengembangan kurang	Animo masyarakat terhadap metode hidropnik	Tidak ada produk yang dikenal selain selada hidropnik

6	Key Resources	Owner pelaku usaha memiliki skill dalam bidang hidroponik	Belum memiliki greenhouse	Adanya komunitas hidroponik	Cuaca yang tidak menentu
7	Key Activities	Quality control yang mampu menghasilkan produk premium	Mebutuhkan waktu tambahan dalam pengecekan selada hidroponik	Pendatang baru tidak mudah masuk dalam industri	Serangan hama dan penyakit tanaman
8	Cost Structure	Menerima pemesanan dengan tidak ada batasan minimal pembelian perkilonya	Perawatan alat hidroponik dan pembayaran listrik yang harus ditanggung perbulannya	Kompetitor masih sedikit dan kebutuhan konsumen belum terpenuhi	Naiknya harga alat cocok tanam hidroponik dan listrik tiap bulannya
9	Revenue Streams	Menjadi konsultan farming dan membuka pelatihan hidroponik	Animo masyarakat terhadap metode hidroponik	Banyak lahan yang kosong di Daerah Pati yang bisa dimanfaatkan untuk hidroponik	Hanya mengandalkan satu produk saja, yaitu selada hidroponik

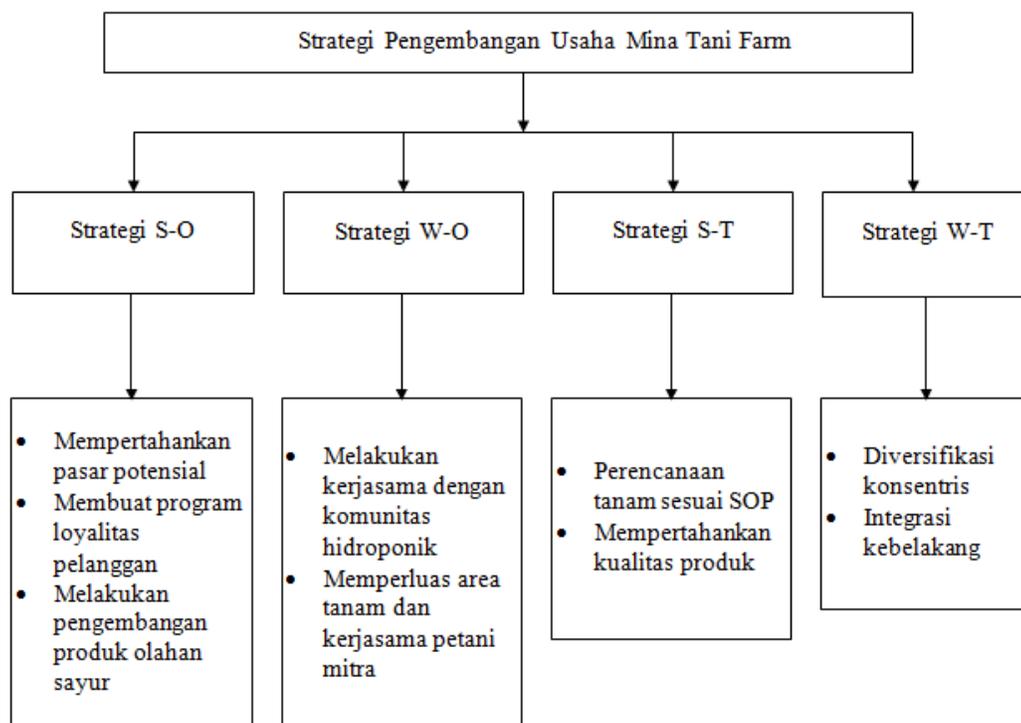
C. Penerapan Analisis SWOT pada Mina Tani Farm

Tabel 3. Matriks SWOT Hidroponik Mina Tani Farm

<p style="text-align: center;">IFE</p> <p style="text-align: center;">EFE</p>	<p style="text-align: center;">KEKUATAN (STRENGTHS)</p> <ol style="list-style-type: none"> Keberagaman produk jenis selada hidroponik Produk yang berkualitas Lokasi kebun dekat dengan konsumen Merupakan perintis kebun sayur selada hidroponik di Pati Pengemasan sayuran selada selalu rapi Menerima pemesanan dengan tidak ada batasan minimal pembelian perkilonya Sayuran selalu steril dan terbebas dari hama 	<p style="text-align: center;">KELEMAHAN (WEAKNESS)</p> <ol style="list-style-type: none"> Bahan baku benih dan <i>rockwool</i> harus impor Tenaga riset dan pengembangan kurang Volume produksi belum optimal
	<p style="text-align: center;">PELUANG (OPPORTUNITIES)</p> <ol style="list-style-type: none"> Perubahan pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat Permintaan selada hidroponik tinggi Animo masyarakat terhadap metode hidroponik Adanya komunitas hidroponik Pendatang baru tidak mudah masuk dalam industri 	<p style="text-align: center;"><u>STRATEGI S-O</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Mempertahankan pasar potensial yang sudah ada Membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, <i>membership</i>, dan diskon khusus Melakukan pengembangan produk olahan sayur hidroponik
<p style="text-align: center;">ANCAMAN (THREATS)</p>	<p style="text-align: center;"><u>STRATEGI S-T</u></p>	<p style="text-align: center;"><u>STRATEGI W-T</u></p>

<ol style="list-style-type: none"> 1. Serangan hama dan penyakit tanaman 2. Kekuatan tawar pemasok yang tinggi 3. Cuaca yang tidak menentu 4. Kebijakan impor selada yang meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan dan merencanakan pola tanam sesuai SOP untuk menghadapi serangan hama dan cuaca yang tidak menentu 2. Mempertahankan kualitas produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan diversifikasi konsentris terhadap produk sayuran yang tidak terjual dan tidak layak jual 2. Meningkatkan pertumbuhan melalui konsentrasi dengan melakukan integrasi ke belakang
---	--	---

D. Strategi Pengembangan Bisnis Mina Tani Farm



Gambar 3. Strategi Pengembangan Bisnis Mina Tani Farm

<i>Key Partnerships</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. Mitra: Pedagang kebab burger, café, resto, cetring. 2. Pemasok: Pemasok bahan baku seperti <i>rockwool</i> , bibit, dan nutrisi, pemasok peralatan	1. Kegiatan produksi sayur 2. Penjualan 3. <i>Quality control</i> 4. Konsultan <i>farming</i> 5. Pelatihan edukasi dari proses penanaman sampai produk yang bisa dimakan <i>Key Resources</i> 1. Sumber daya manusia 2. Sumber daya fisik; berupa instrument, alat hidropnik, dan starterkit 3. Sumber daya alam; air dan matahari	1. Produk berupa sela da dengan teknik budidaya hidropnik 2. Produk makanan dari olahan sela da, seperti salad dan kenpik sela da 3. Edukasi dan pengenalan 4. Budidaya hidropnik	1. Bantuan personal: Komunikasi secara langsung, via telepon, atau via media social (Instagram, Whats App, Facebook) 2. Layanan Khusus: <i>Delivery order</i> 3. Membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus. <i>Channels</i> 1. Offline: <i>word of mouth</i> , <i>customer get customer</i> , pameran atau <i>event</i> , retail mitra. 2. Online: media social (Instagram, Whats App, Facebook)	1. Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas 2. Kelas <i>middle up</i> (perorangan, komunitas, café, resto) dan kelas <i>middle low</i> (perorangan, penjual sayuran)
<i>Cost Structure</i> 1. Sumber daya manusia; gaji pegawai dan upah 2. Biaya fisik; instrumen dan peralatan 3. Biaya pemeliharaan alat 4. Biaya operasional; perlengkapan atau <i>starter kit</i> , <i>packaging</i> , dan listrik 5. Biaya distribusi		<i>Revenue Streams</i> 1. Penjualan produk yaitu sela da hidropnik, salad dan kenpik sela da 2. <i>Konsultan farming</i> 3. Pelatihan edukasi dari penanaman hingga produk yang siap saji		

Gambar 4. Business Model Canvas Mina Tani Farm Ke depan

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

Strategi ini adalah strategi yang dirumuskan dengan menggunakan kekuatan internal Mina Tani Farm untuk memanfaatkan peluang. Strategi ini menghasilkan rumusan strategi :

- Mempertahankan pasar potensial yang sudah ada.
- Membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus.
- Melakukan pengembangan produk olahan sayur hidropnik.

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan atau memperbaiki kelemahan internal Mina Tani Farm dengan cara mengambil manfaat dari peluang eksternal. Strategi ini menghasilkan rumusan strategi :

- Melakukan kerjasama dengan komunitas hidropnik secara intensif dalam peningkatan kompetensi SDM.
- Memperluas area tanam dan meningkatkan kerjasama dengan petani mitra.

3. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

Strategi ini dirumuskan dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki Mina Tani Farm dengan cara menghindari, atau mengatasi dampak ancaman eksternal. Strategi ini menghasilkan rumusan strategi:

- Melakukan dan merencanakan pola tanam sesuai SOP untuk menghadapi serangan

hama dan cuaca yang tidak menentu.

b) Mempertahankan kualitas produk.

4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan bertujuan untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki Mina Tani Farm serta menghindari ancaman. Strategi ini menghasilkan rumusan strategi:

a) Melakukan diversifikasi konsentris terhadap produk sayuran yang tidak terjual dan tidak layak jual.

b) Meningkatkan pertumbuhan melalui konsentrasi dengan melakukan integrasi ke belakang.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :
Hasil Analisa BMC Mina Tani Farm Sekarang:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan dari Mina Tani Farm adalah Orang atau masyarakat yang ingin hidup sehat dengan mengkonsumsi sayur sehat, seperti vegetarian maupun komunitas dan Kelas Middle up (Perorangan, komunitas, café dan resto).

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Proposisi nilai merupakan alasan mengapa konsumen memerlukan/membeli produk dari Mina Tani Farm. Value Proposition dari Mina Tani Farm adalah produk berupa selada dengan teknik budidaya hidroponik, edukasi dan pengenalan tentang hidroponik dan cara budidaya hidroponik.

3. *Channels* (Saluran)

Saluran merupakan gambaran bagaimana Mina Tani Farm bisa berkomunikasi dengan konsumen untuk memberikan Value Propositions. Channels dari Mina Tani Farm untuk yang offline : word of mouth, customer get customer, pameran atau event, dan retail mitra. Untuk yang online : media social (Instagram, Whatsapp dan Facebook).

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Customer Relationships merupakan gambaran hubungan Mina Tani Farm dengan pelanggannya yaitu bantuan personal : komunikasi secara langsung, via telepon atau via social media (Instagram, Whats App dan Facebook) dan layanan khusus berupa delivery order ke tempat customer.

5. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Key Resources adalah gambaran aset penting yang diperlukan Mina Tani Farm agar semua model bisnis bisa berfungsi dan digunakan sebagai penunjang dalam kegiatan usaha.

Key Resources Hidroponik Mina Tani Farm adalah sebagai berikut:

- Fisik: Lahan kebun, alat, instrument, bibit dan pupuk
- SDM: Tenaga kerja
- SDA : Air dan Matahari

6. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)

Key Activities merupakan gambaran hal-hal penting yang harus dilakukan oleh Mina

Tani Farm agar model bisnis dapat berjalan dengan baik. Adapun aktivitas kunci dari Mina Tani Farm adalah kegiatan produksi dari mulai seeding, semai, proses panen, hingga packaging produk dan melakukan penjualan. Selain itu, *quality control* juga dilakukan dengan melakukan pemeliharaan dan kalibrasi alat serta sistem untuk menjaga agar semuanya berjalan dengan baik sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas premium.

7. *Key Partners* (kemitraan Utama)

Key Partners merupakan gambaran hubungan kemitraan yang dilakukan oleh Mina Tani Farm kepada pihak lain. Hal digunakan untuk menunjang aktivitas bisnis yang dilaksanakan. Dimana kemitraan utama Mina Tani Farm adalah mitra dan pemasok. Untuk mitranya dari Pedagang kebab dan burger, café, resto dan catering. Untuk pemasoknya dari pemasok bahan baku seperti rockwool, bibit, nutrisi dan pemasok peralatan.

8. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

Cost Structure dari Mina Tani Farm adalah sumber daya manusia, biaya fisik, biaya pemeliharaan alat, biaya operasional, dan biaya distribusi. Biaya fisik berupa instrumen atau sistem dan alat merupakan biaya paling besar yang dikeluarkan oleh Mina Tani Farm karena biaya tersebut merupakan modal awal dalam melakukan kegiatan bisnis di bidang hidroponik.

9. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Revenue Streams merupakan gambaran uang tunai yang diperoleh dari *customer segments*. Arus pendapatan dari Mina Tani Farm adalah penjualan dari penjualan produk yaitu selada hidroponik. Selain itu, Mina Tani Farm mendapatkan pendapatan dari penjualan perlengkapan atau starter kit bercocok tanam hidroponik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dengan skala hobi. Lalu, Mina Tani Farm juga mendapatkan pendapatan dari memberikan layanan jasa berupa konsultan farming bagi mereka yang ingin membuat kebun dengan skala bisnis maupun skala hobi dan memberikan edukasi atau pelatihan dimana pihak dari Mina Tani Farm diminta untuk menjadi narasumber dalam event atau acara tertentu.

Hasil Analisa BMC Mina Tani Farm Ke depan:

Hasil dari analisa BMC ke depan adalah membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus hubungan pelanggan. Membuat produk makanan dari olahan selada, seperti salad dan keripik selada pada proposisi nilai. Pelatihan edukasi dari penanaman hingga produk yang siap saji pada arus pendapatan.

Strategi Pengembangan Bisnis Mina Tani Farm :

Strategi pengembangan usaha Mina Tani Farm yang terpilih berdasarkan analisa SWOT diperoleh strategi S-O dengan prioritas alternatif strateginya yang pertama adalah melakukan pengembangan produk olahan sayur hidroponik. Kemudian mempertahankan pasar potensial yang sudah ada. Yang terakhir adalah membuat program loyalitas pelanggan seperti layanan antar, membership, dan diskon khusus.

SARAN

1. Dalam melakukan penelitian lanjutan diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk mengidentifikasi masalah persaingan kompetitor.

2. Disarankan kepada peneliti selanjutnya agar mencari data konsumen yang minat terhadap sayuran hidroponik yang ada di daerah Pati.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan matriks QSPM untuk menentukan perkembangan hidroponik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitriansah, T. (2019, Maret). Pertumbuhan Tanaman Selada (*Lactuca Sativa L*) pada Dosis dan Interval. *Jurnal Produksi Tanaman*, 7(3), 538-544.
- [2] Helaluddin, & Hengki Wijaya. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori &Praktik*. Makassar.
- [3] Meleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [4] Miles Matthew B, A. Michael Huberman, & Johnny Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebooks Edition 3*. Singapore: SAGE Publications.
- [5] Mokoginta, R. F. (2021, Januari). Pengaruh Pemberian Pupuk Hayati PGPR (Plant Growth Promoting Rhizobacteria) Terhadap Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Selada. *Jurnal Agroteknologi Terapan*, 3(1), 43-44.
- [6] Nababan, J. R. (2021). Budidaya dan Pasca Panen Selada Merah Lollorosa dengan Sistem Hidroponik di PT Momenta Agrikultura. *Agribisnis Hortikultura*, 7-8.
- [7] Rahayu, V. P. (2022, Februari). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *international Journal of Community Service Learning*, 6, 113-114.
- [8] Rijali, A. (2019, Januari). Analisis Data Kualitat. *Jurnal Alhadharah*, 13, 81-83.
- [9] Ujung, G. (2021, Desember). Business Model Analysis With Business Model Canvas Approach on Kopikir Reborn Bandung. *e-Proceeding of Management*, 8, 8530.
- [10] Utami, E. P. (2021, November). Analisis Usahatani Budidaya Tanaman Selada Kepala Secara Konvensional: Studi. *Media Agribisnis*, 5(2), 150-161.