



PROFIL BISNIS DAN USAHA PERTANIAN

BRILIAN SPECIALIST DEVELOPMENT PROGRAM (BSDP) MANTRI

Rabu, 16 Februari 2022, jam 09-11 wib

Dr.rer.pol. Ernah.,SP.,MSi
Fakultas Pertanian dan Sekolah Pascasarjana
Universitas Padjadjaran
ernah@unpad.ac.id

Profil Narsum



Nama : Ernah
Email : ernah@unpad.ac.id

Pekerjaan : Staf Pengajar di Prodi Agribisnis (S1) dan
Prodi Manajemen Sumber Daya Hayati (S2)
Universitas Padjadjaran

Mata Kuliah : Agribisnis International, Pembiayaan
dan Perbankan, Ekonomi Makro, Ekonomi Sumber
Daya Alam dan Lingkungan serta Ekonomi Valuation
dan Product Management Bioresources.



Outline



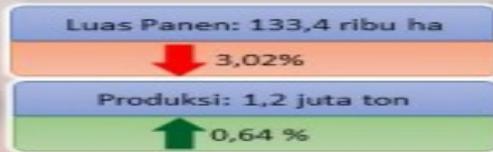
- ❑ Profil Hortikultura
- ❑ Pengertian Usaha Tani dan Sistem Agribisnis
- ❑ Contoh Profil Bisnis dan Usaha Pertanian
- ❑ Penutup dan Diskusi



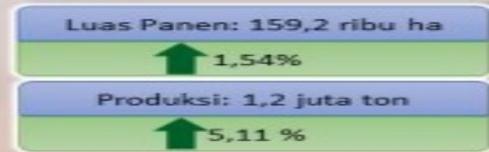


LUAS PANEN DAN PRODUKSI HORTIKULTURA DI INDONESIA TAHUN 2019

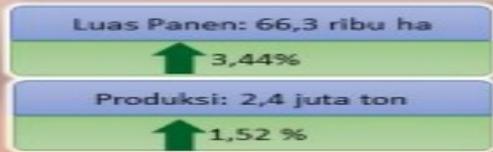
Cabai Besar



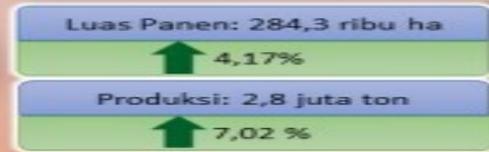
Bawang Merah



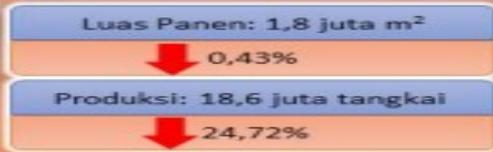
Jeruk Siam



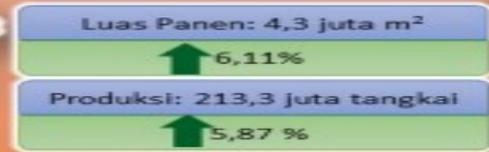
Mangga



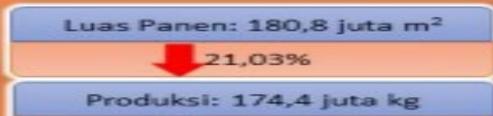
Anggrek



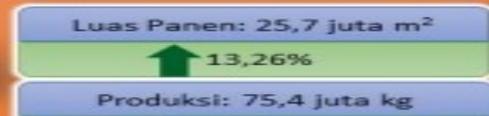
Mawar



Jahe



Lengkuas



Pengertian Usaha Tani



- Usaha Tani :Menurut Kadarsan (1993), **Usahatani** adalah suatu tempat dimana seseorang atau sekumpulan orang berusaha mengelola unsur-unsur produksi seperti alam, tenaga kerja, modal dan ketrampilan dengan tujuan memproduksi untuk menghasilkan sesuatu di lapangan pertanian.

- Usaha Tani :
 - Bercocok Tanam
 - Beternak
 - Memelihara Ikan
 - Perkebunan
 - Kehutanan
- Tujuan Usaha Tani : Komersil dan Non Komersil

Pengertian Usaha Tani



- ❑ Profil Usaha Tani di Indonesia :
 - Lahan Subur
 - Sumber Daya Melimpah
 - Kurang Modal
 - Skala usahatani kecil
 - Pengetahuan terbatas

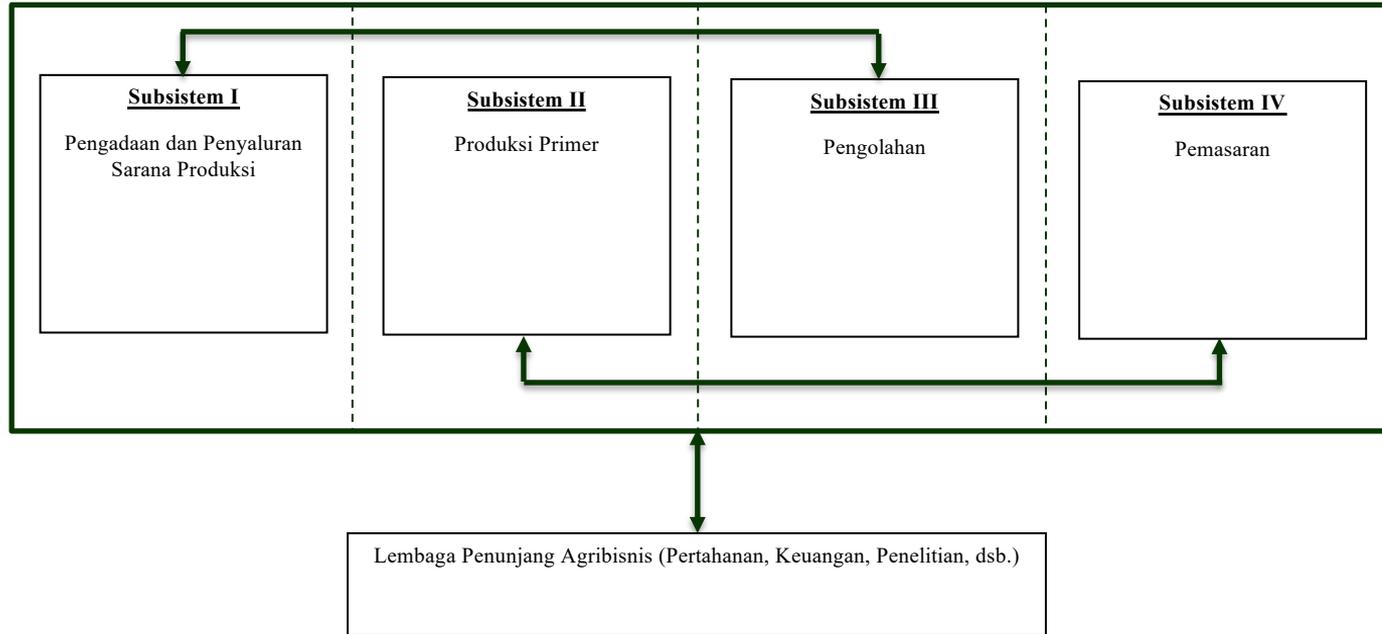
- ❑ Realita pertanian Indonesia
 - Luas lahan pertanian semakin sempit
 - Kualitas produk masih rendah
 - Teknologi masih rendah

Pengertian Sistem Agribisnis



- Agribisnis merupakan seluruh rangkaian aktivitas produktif berupa beberapa subsistem yang melibatkan manufaktur dan distribusi pasokan pertanian, pelaksanaan produksi di lahan, pengolahan, dan distribusi komoditas pertanian serta seluruh produk berbahan baku hasil pertanian. (Davis & Goldberg, 1957)
- Menurut (Gumbira-Said & Intan, 2001) tiap subsistem dalam sistem agribisnis saling berhubungan dengan baik. Secara garis besar sistem agribisnis terdiri dari empat subsistem mulai dari pengadaan hingga pemasaran serta lembaga – lembaga penunjangnya, yang secara sistematis ditunjukkan pada Gambar 2 berikut :

Pengertian Sistem Agribisnis



Gambar . 1 Sistem Agribisnis dan Lembaga Penunjangnya

Sumber : Gumbira – Sa'id dan Intan, 2001



Contoh Profil Bisnis dan Usaha Pertanian



Business Proposal Engkong

Everything Singkong





OUR COMPANY

Indonesia menduduki peringkat ke-dua negara penghasil sampah terbesar di dunia, dan salah satunya adalah sampah makanan. Kami ingin menyelesaikan permasalahan ini dengan memanfaatkan daun singkong yang biasanya menjadi sisa makanan.





01

...

BACKGROUND AND MISSION STATEMENT



Arma Qurrota Ayuni

Latar Belakang

Daun singkong masih kurang diminati oleh masyarakat terutama generasi muda, bukti nyata yang dapat dilihat adalah banyak yang lebih suka makan sayuran hijau seperti bayam dan kangkung dari pada daun singkong. Selain karena rasa yang pahit, daun singkong juga tidak mudah untuk di olah menjadi masakan-masakan berbagai jenis.



Tujuan Usaha

1. Meningkatkan minat konsumsi daun singkong dikalangan masyarakat.
2. Menciptakan pangan baru pengganti daging untuk vegetarian.
3. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa.

Manfaat Usaha

- Ekonomi** : Dapat melihat peluang baru dalam dunia bisnis yang mana produk tersebut belum banyak di pasaran.
- Sosial** : Membantu petani singkong untuk mendapatkan nilai yang lebih untuk daun singkong yang biasanya tidak begitu diminati.
- Lingkungan** : Meminimalisir jumlah sampah sisa makanan yang ada di Indonesia dengan produk olahan ini.
- Budaya** : Memperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas (luar negeri) bahwa Indonesia memiliki salah satu produk olahan khas yang dapat bersaing di mancanegara.





02

...

ANALISIS SWOT



Arma Qurrota Ayuni



Strength

1. Bahan baku (daun singkong) dengan harga yang murah dan mudah untuk didapatkan.
2. Kualitas yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lain yang serupa.
3. Terdiri dari beberapa varian yang banyak diminati.
4. Praktis untuk dikonsumsi.
5. Produk yang tergolong unik.
6. Desain kemasan yang menarik.
7. Terdapat kandungan gizi yang baik untuk tubuh

Weakness

1. Rasa yang cukup berbeda dari dendeng daging pada umumnya.
2. Keterbatasan alat-alat produksi.
3. Kurangnya modal yang dimiliki untuk mengembangkan usaha.
4. Belum percaya diri untuk menambah varian rasa produk.

Opportunities

1. Adanya Tren diversifikasi pangan.
2. Maraknya daging oplosan yang beredar di masyarakat.
3. Semakin meningkatnya masyarakat vegetarian di Indonesia.
4. Ada peluang ekspor yang cukup besar.

Threats

1. Persaingan dengan merek yang dominan.
2. Pandangan masyarakat terhadap daun singkong masih belum menarik.
3. Jangkauan pemasaran yang belum begitu luas.

03

...

PRODUK



Arma Qurrota Ayuni



Logo

Produk dendeng daun singkong ini diberi merek ENKGONG (Everything Singkong) jika diartikan kedalam bahasa Indonesai memiliki arti semua / segalanya singkong. Merek dagang ini ditargetkan tidak hanya menjual produk olahan dari daun singkong tetapi memasarkan produk olahan yang berasal dari akar hingga daun dari singkong itu sendiri. Logo dibuat se sederhana mungkin agar mudah di ingat oleh konsumen.

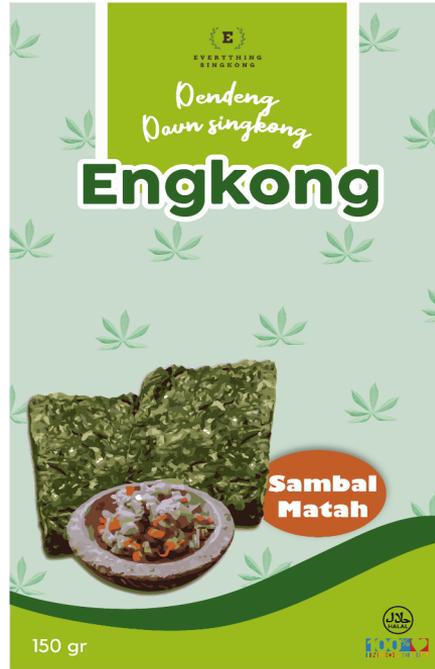


**EVERYTHING
SINGKONG**

Arma Qurrota Ayuni



Desain Kemasan



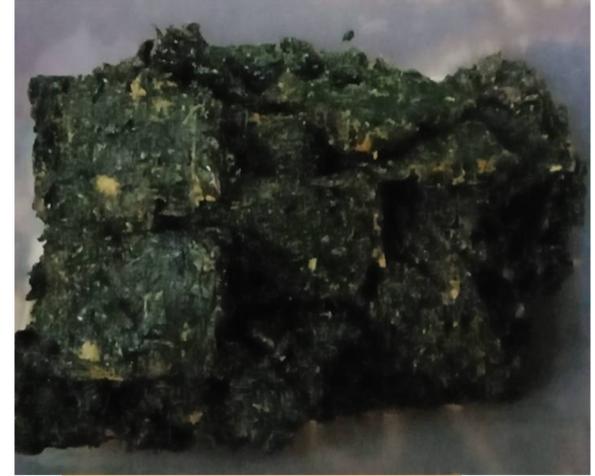
Arma Qurrota Ayuni



Arma Qurrota Ayuni

Foto Produk

Produk dendeng daun singkong sebelum dan sesudah digoreng



Arma Qurrota Ayuni

Harga Produk



Harga produk ENKGONG yang dijual dipasaran menyesuaikan dengan bahan baku yang digunakan. Dan Harga yang sudah di tetapkan adalah sama untuk setiap produknya.

| Produk | Harga / 150 gr |
|---|----------------|
| Dendeng daun singkong rasa Original | Rp. 20.000 |
| Dendeng daun singkong rasa Balado | Rp. 20.000 |
| Dendeng daun singkong rasa Sambal Matah | Rp. 20.000 |





04

...

COMPETITOR



Wildan Auli



COMPETITOR



| ENKONG | DESKRIPSI PRODUK | PRODUK LAIN |
|--------|-----------------------------------|-------------|
| Yes | Varian rasa yang beragam | No |
| Yes | Kemasan yang praktis dan kekinian | No |
| Yes | Harga yang relatif bersaing | No |



Wildan Auli



05



OPERATION PLAN



Wildan Auli



KEY PARTNERS

Write here

Petani Singkong

Pusat oleh-oleh

Supermarket

Pasar

Komunitas



KEY ACTIVITIES

Write here

Membeli Daun Singkong dari petani singkong

Memproses menjadi dproduksi olahan



Memasarkan produk

KEY RESOURCES

Write here

Financial

Bahan Baku

Alat / Mesin Produksi



VALUE PROPOSITIONS

Write here

Rendah lemak

Bahan baku mudah didapatkan

Local product, Praktis, Murah



CUSTOMER RELATIONSHIP

Write here

Edukasi Produk

Giveaway

Form survey produk



PELAYANAN RAMAH CHANNELS

Write here

Media Sosial

Festival Makanan

e-commerce



CUSTOMER SEGMENTS

Write here

Wanita Karir

Pelajar/Mahasiswa

Vegetarian

Wisatawan asing dan lokal

Anak, remaja

SINGKONG



COST STRUCTURE

Write here

Bahan Baku Budidaya Tanaman Singkong

Operasional Pemasaran



REVENUE SOURCES

Write here

Profit Penjualan produk

ANALYSIS BUSINESS MODEL CANVAS



06



MARKETING PLAN



Wildan Auli



STRATEGY MARKETING 4.0

marketing 4.0 secara harfiah adalah suatu pendekatan marketing yang menggabungkan interaksi yang terjadi antar pengusaha dan pelanggannya. Pada era seperti saat ini, kegiatan *marketing* tidak cukup secara online saja. Namun juga dibutuhkan upaya pemasaran offline agar bisa memastikan bahwa benar-benar telah mendapatkan pelayanan yang memuaskan atas suatu produk.

Dengan berkembangnya strategi *marketing* yang terus terjadi, kami dalam mengembangkan *marketing* engkong menggunakan pendekatan 5A. Berikut ini adalah pendekatan 5A dalam *marketing 4.0*

- Aware
- Appeal
- Ask
- Act
- Advocate

STRATEGY MARKETING 4.0



Dengan strategi *marketing 4.0* yang dilakukan oleh engkong, dalam membantu aktualisasi tersebut kami turut menggunakan Analisa 4 P hasil analisis SWOT yang telah dilakukan, diantaranya:

- Product

Seperti yang telah dipaparkan, engkong merupakan cemilan olahan dari daun singkong yang sehat dan praktis, sehingga menjadi produk yang baru dan unik.

- Price

Harga dari engkong ini relatif murah dengan kemasan yang praktis, rasa yang unik, serta manfaat terhadap Kesehatan. Harga dari satu produk engkong dihargai Rp. 20.000,00. Tentunya penentuan harga ini diperhitungkan berdasarkan aspek biaya selama produksi.

- Promotion

Dalam promosi yang dilakukan, engkong menggunakan beberapa cara, diantaranya: (Media digital, Sales promotion, Personal selling)

- Placement

Skema distribusi yang dilakukan dengan menggunakan penjualan secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara atau *retailer*. Sehingga pendistribusian produk engkong akan lebih massif dan mudah diakses oleh semua kalangan konsumen.



07

...

FINANCIAL PLAN



RINCIAN BIAYA



| No | Penggunaan Dana | Jumlah | Biaya |
|----|-------------------------|-------------------|------------------|
| 1 | Bahan Habis Pakai | | |
| | Daun Singkong | 150 ikat | 300.000 |
| | Tepung Terigu | $7\frac{1}{2}$ kg | 75.000 |
| | Tepung Kanji | $7\frac{1}{2}$ kg | 90.000 |
| | Bumbu | 30 pack | 150.000 |
| | Packaging | 300 buah | 225.000 |
| | Total bahan habis pakai | | 840.000 |
| 2 | Peralatan Penunjang | | 460.000 |
| 3 | Perjalanan | | 200.000 |
| 4 | dan lain – lain | | 500.000 |
| | Total | | 2.000.000 |



ANALISIS KEUANGAN

Harga Pokok Produksi (HPP)

$$\text{HPP} = \frac{\text{Total Biaya Bahan Habis Pakai}}{\text{Total Produksi}} = \frac{840.000}{300}$$
$$= \text{Rp } 2.800$$

Harga Penjualan = Rp 20.000 / produk

Break Even Point

$$\text{BEP} = \frac{\text{Fixed Cost}}{\text{Harga satuan} - \text{Variabel cost}}$$
$$= \frac{1.160.000}{20.000 - 2.800}$$
$$= 68$$

B/C Ratio

$$\text{B/C Ratio} = \frac{\text{Hasil penjualan}}{\text{Total biaya produksi}} = \frac{6.000.000}{840.000}$$
$$= 7,14$$

Keuntungan

$$\text{Keuntungan/buah} = \text{Harga jual/buah} - \text{HPP/buah}$$
$$= \text{Rp } 20.000 - \text{Rp } 2.800$$
$$= \text{Rp } 17.200$$
$$\text{Keuntungan/produksi} = \text{Rp } 17.200 \times 300 \text{ buah}$$
$$= \text{Rp } 5.160.000$$

Pay Back Period

$$\text{PBP} = [(\text{total investasi}) : (\text{BEP} \times \text{Keuntungan/buah})]$$
$$= \text{Rp } 2.000.000 : (68 \times \text{Rp } 17.200)$$
$$= \text{Rp } 2.000.000 : 1.169.600$$
$$= 1,7 \text{ kali produksi dibulatkan menjadi } 2 \text{ kali produksi}$$
$$\text{Omzet per produksi} = \text{Rp } 20.000 \times 300 \text{ buah} = \text{Rp } 6.000.000$$





08



TIMELINE USAHA



Muhamad Erlangga

TIMELINE USAHA



| No | Agenda Kegiatan | Waktu Pelaksanaan Kegiatan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|---|----------------------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|------------|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Bulan ke-1 | | | | Bulan ke-2 | | | | Bulan ke-3 | | | | Bulan ke-4 | | | | Bulan ke-5 | | | | Bulan ke-6 | | | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | | | |
| 1 | Survey Pra Produksi | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Produksi | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 2 | Promosi dan penjualan via media sosial dan e-commerce | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 3 | Mengikuti pameran produk kreatif | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ |
| 4 | Pembuatan website untuk pemasaran | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Pengajuan proposal ke perusahaan | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | |
| 7 | Pencarian toko retailer | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 8 | Pengajuan Hak cipta | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | Penjualan | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 11 | Survey Kepuasan Pelanggan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | Evaluasi bulanan | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ |
| 13 | Pembuatan Laporan | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ | | | | ■ |



Muhamad Erlangga



09

...

BUSINESS RISK MITIGATION



Muhamad Erlangga



Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, maka dapat dilakukan sebuah upaya mitigasi resiko dalam bisnis ini yaitu

- Mencari beberapa petani singkong yang bisa memenuhi kebutuhan produksi dan memiliki harga yang sesuai
- Mencari investor sehingga usaha bisa berjalan dengan lancar tanpa kekurangan modal
- Mengelola resiko dengan memperhitungkan kerugian yang mungkin terjadi
- Mencari kekurangan di pasar sehingga bisa memperbaiki produk
- Melakukan pelatihan kepada petani dan karyawan sehingga bisa menghasilkan produk yang memiliki kualitas ekspor



- Melakukan inovasi produk dan menonjoklan konsep yang kekinian sehingga bisa terus dilirik konsumen
- Mempertahankan harga yang sesuai dengan target pasar
- Menjadikan pesaing yang ada di pasar sebagai acuan sehingga brand bisa terus berkembang
- Melakukan promosi yang kreatif untuk memperluas jangkauan pasar
- Memperbanyak jaringan pendistribusian untuk meningkatkan penjualan produk

Diharapkan dengan adanya berbagai upaya memitigasi risiko bisa mencegah dampak negatif terhadap usaha ini. Upaya mitigasi di atas didasarkan dari kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki produk.



<https://www.youtube.com/watch?v=UehmoEw65P0&t=9515s>

Contoh profil rumah mocaf

<https://rumahmocaf.co.id/about-us/>



**Terimakasih
Haturnuhun**

