Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 0000-0000

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA USAHATANI HIDROPONIK ASRI HYDROFARM

Analysis of Business Model Canvas (BMC) on Asri Hydrofarm Farming

Rahmat Hidayat *, Rifiana dan Mira Yulianti

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Usahatani hidroponik Asri Hydrofarm merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri tanaman pangan dengan hasil produksi sayuran hidroponik dan perlengkapannya yang berada di Banjarbaru dan usaha tersebut dirintis pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 9 blok *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha hidroponik Asry Hdrofarm serta melakukan analisi kelayakan pada usaha Hidroponik Asri Hydrofarm menggunakan metode RCR. Penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling,* data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah berupa data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan 9 blok *Business Model Canvas* yang usahatani Asri Hidrofarm yaitu blok segmentasi pelanggan usaha hidroponik Asri Hydrofarm yaitu ibu – ibu rumah tangga, penjual kebab dan burger dan penggiat hidroponik, blok proposisi nilai yaitu bonus setiap pembelian sayuran, kemasan sayuran standar supermarket, edukasi kepada pelangaan dan kenyamanan berbelanja, blok hubungan pelanggan yaitu pelayanan edukatif, call center, informasi terbaru dari sosial media, blok saluran yaitu Toko Asri Hydrofarm, toko sayur konvensional dan sosial media ig dan wa, blok arus pendapatan yaitu penjualan sayur hidroponik, penjualan perlengkapan hidroponik dan jasa pelatihan, blok sumberdaya kunci yaitu lahan, modal produksi, sumber daya manusia, internet dan listrik, blok aktivitas kunci yaitu penanaman sayur hidroponik, pengemasan, promosi dan pembelajaran/pelatihan, kemitraan utama yaitu CV. Metafarm, Pondok Tani Banjarbaru dan Komunitas Petani Hidroponik Kalimantan Selatan (KOPHI) dan blok struktur biaya) yaitu biaya tetap dan variabel. Serta secara finansial usaha hidroponik Asri Hydrofarm menguntungkan serta layak dijalankan dan dikembang karena RCR > 1

Kata Kunci
Business Model Canvas;
Usahatani; kelayakan.

Korespondensi
Corresponding author
E-mail:
rahmat.hidayat22332@gmail.com

Diterima: xx Maret 2023,
Disetujui: xx Maret 2023,
Diterbitkan on-line : xx Maret 2023)

PENDAHULUAN

Masyarakat modern cenderung peka terhadap isu pencemaran bahan pangan oleh residu pupuk dan pestisida. Pemilihan makanan sehat merupakan bagian terpenting dalam kemajuan gaya hidup sekarang ini. Perhatian bahan pangan untuk konsumsi merupakan hal yang utama. Tren ini turut mendorong sayuran hidroponik sebagai makanan sehat, karena sayuran hidroponik tidak tercemar oleh pupuk

buatan dan pestisida, yang menjadikan sayuran ini bagus untuk kesehatan bila dikonsumsi. Budidaya sayuran hidroponik di Indonesia telah berkembang lama, secara harfiah arti hidroponik merupakan kegiatan penanaman dengan media air yang mengandung nutrisi (Roidah, 2015). Perkembangan permintaan akan sayuran hidroponik di Indonesia setiap tahunnya cenderung mengalami peningkatan, namun data permintaan sayuran hidroponik yang menyatakan tingginya permintaan konsumen di Indonesia secara statistik belum ada, karena belum terdokumentasi dengan baik. Berdasarkan hasil rangkuman survei melalui beberapa artikel mengenai permintaan sayuran hidroponik, peningkatan permintaan sayuran hidroponik setiap tahun meningkat 10%-20%. Salah satu usahatani yaitu Asri Hydrofarm yang memiliki 3000 lubang tanam dengan berbagai varietas tanaman terhitung sebagai terbesar secara data. Asri Hydrofarm mampu memproduksi sayuran hidroponik, sawi dan pakcoy 2 kg per hari dan selada air 4-10 kg persatu minggu panen, jika tidak dikontrol dengan baik maka produksi yang berlebih membuat harga produk turun dan sebaliknya ketika menunggu waktu panen selanjutnya maka produk akan langka mengakibatkan harga naik.

Model bisnis perlu disusun sebagai evaluasi dan koreksi pada Asri Hydrofarm serta meningkatkan fungsi dan ekonomi usaha agar memiliki orientasi pada pasar, di mana jumlah produksi yang dilakukan oleh pabrik disesuaikan dengan permintaan pasar dan daya beli konsumen sehingga dapat menemukan dan mengembangkan dalam keunggulan kompetitif perusahaan. Wallin *et al*. (2013) dalam Muliono (2015) salah satu cara untuk meninjau dan menggambarkan model bisnis seperti apa yang dimiliki oleh suatu perusahaan adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* merupakan alat yang dapat menjanjikan untuk membuat dan mengevaluasi dalam model bisnis baru dengan mudah dan cepat.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menggambarkan usahatani hidroponik Asri Hydrofarm di Kota Banjarbaru dengan menggunakan *Business Model Canvas*
2. Untuk menganalisis usahatani hidroponik Asri Hydrofarm di Kota Banjarbaru

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait (pelaku usaha dan pemerintah) dalam usahatani hidroponik untuk meningkatkan strategi usaha dengan penggunaan model bisnis sederhana yang mampu memberikan manfaat dan solusi atas permasalahan (*Business Model Canvas*).
2. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan penerapan *Business Model Canvas* pada usahatani hidroponik di Kota Banjarbaru.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di hidroponik Asri Hydrofarm Kota Banjarbaru. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*). Alasan penentuan dan penetapan Asri Hydrofarm Kota Banjarbaru sebagai lokasi penelitian karena usahatani tersebut belum menggunakan *Business Model Canvas* sebagai model bisnisnya, sehingga lokasi di anggap sebagai lokasi yang lebih representatif. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juni 2022 sampai Maret 2023, dimulai dari persiapan, pengumpulan data, pengolahan data sampai penyusunan laporan.

Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah berupa data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara yaitu dengan pemilik usahatani Asri Hydrofarm. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen atau literasi-literasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), perpustakaan, internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/ seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

Analisis Data

Pada penelitian ini metode yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan menggunakan studi kasus. Metode penelitian deskriptif

digunakan untuk memperoleh gambaran informasi, penjelasan, dan kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian secara faktual akurat dan sistematis. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* melalui wawancara maupun pengamatan langsung yang dilakukan terhadap responden dan tempat usaha. Setelah melakukan analisis *Business Model Canvas*, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis finansial usaha pada tempat usaha. Adapun Langkah-langkah untuk menjawab tujuan pertama pada permasalahan yaitu dengan menerapkan *Business Model Canvas* melalui 9 blok pendukungnya untuk menggambarkan model bisnis Asri Hydrofarm saat ini yaitu (Osterwalder dan Pigneur, 2010):

1. Langkah pertama adalah mengidentifikasi *Customer Segmentasits* berdasarkan kondisi lokasi penelitian, pelanggan merupakan sasaran utama yang diinginkan tempat usaha untuk mengembangkan bisnis maka untuk itu dibutuhkan identifikasi *Customer segmentasits* sehingga tepat sasaran.
2. Langkah selanjutnya adalah mengisi *value propositions*, yang merupakan nilai-nilai yang ditawarkan organisasi pada *customer segmentasits*. Nilai-nilai berupa keunikan tersendiri baik melalui produk maupun jasa yang ditawarkan. Tempat usaha juga dapat mendidik customer segmentasi untuk mau menerima *value proposition* yang ditawarkan.
3. *Channels*, menjelaskan bagaimana usaha berinteraksi dan berkomunikasi baik pada konsumen maupun mitra bisnisnya. Pada bagian ini, perusahaan akan dipengaruhi *key resources*, *key activities*, dan *key partners.*
4. *Customers relationship*, pada bagian ini menjelaskan bagaimana tempat usaha berhubungan dengan pelanggan lama dan juga berinteraksi serta menjaring calon pelanggan baru
5. *Revenue streams*, menggambarkan aliran dana akan diterima tempat usaha apabila komponen di atas (*customer segmentasits, value propostisions, channels dan customer relation*) berjalan dengan lancar.
6. *Key resources*, menggambarkan bagaimana sumber daya utama yang dibutuhkan oleh tempat usaha bisa berjalan.
7. *Key activities*, menggambarkan bagaimana kegiatan-kegiatan utama apa saja yang diperlukan dan dilakukan usaha agar mendapatkan nila tambah yang baik
8. *Key partnership*, menggambarkan mitra utama dalam usaha pada tempat lokasi penelitian.
9. *Cost structure*, menggambarkan komponen-komponen biaya yang digunakan tempat usaha untuk menjalankan usahanya.

Untuk mengetahui tujuan kedua yaitu jumlah biaya, penerimaan, pendapatan dan keuntungan dari usahatani hidroponik Asri Hydrofarm ini harus menganalisis biaya yang dikeluarkan untuk semua komponen yang dikelompokkan sesuai dengan jenis masing-masing data dan dilihat secara terpisah dari segi biaya yaitu biaya tetap dan variabel, penerimaan, pendapatan dan keuntungan Asri Hydrofarm. Untuk menghitung biaya di rumuskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC \quad (1)$$

Dengan: TC *Total Cost* (biaya total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

TFC Total *Fixed Cost* (biaya tetap total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

TVC Total Variable Cost (biaya variabel total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

Untuk input yang berbentuk barang modal yang tidak habis dalam satu kali proses produksi, maka perlu adanya perhitungan besarnya penyusutan. Besarnya penyusutan untuk setiap produksi ini hanya taksiran dikarenakan tidak mungkin untuk menetapkan besarnya penyusutan secara tepat. Dalam penelitian ini perlu dapat dilakukan dengan metode garis lurus (*straight line method*) dengan rumus sebagai berikut:

$$NP = (NB-NS)/UE \quad (2)$$

Dengan: NP Besarnya nilai penyusutan barang modal tetap (Rp)

NB Nilai beli barang modal tetap (Rp)

NS Nilai sisa barang modal tetap (Rp)

UE Umur ekonomis penggunaan barang modal tetap

Penerimaan dari usahatani Asri Hydrofarm yaitu berupa produk sayuran sawi, pakcoy, bayam hijau, selada semaian, instalasi hidroponik, pelatihan dan perlengkapan hidroponik. Besarnya penerimaan total dari usahatani Asri Hydrofarm dapat dihitung dengan mengalikan antara jumlah produksi dengan harga satuannya yaitu sebagai berikut:

$$TR = Y. Py \quad (3)$$

Dengan: TR Total Revenue (penerimaan total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

Y Jumlah produksi Asri Hydrofarm dihasilkan (kilogram)

Py Harga jual produksi (Rp/kilogram)

Besarnya keuntungan usahatani Asri Hydrofarm dapat dihitung dengan selisih antara penerimaan total dengan biaya total yaitu sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC \quad (4)$$

Dengan: π Keuntungan usahatani Asri Hydrofarm (Rp)

TR Total *Revenue* (penerimaan total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

TC Total Cost (biaya total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

$$R/C = TR/TC \quad (5)$$

Dengan: R/C Perbandingan antara penerimaan dengan biaya total

TR Total Revenue (penerimaan total usahatani Asri Hydrofarm) (Rp)

TC Total Cost (biaya total usahatani Asri Hydrofarm (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang. Berdasarkan hasil dikemukakan diatas, maka dapat dilihat bahwa Asri Hydrofarm telah menerapkan Bisnis model kanvas dengan 9 blok diantaranya adalah

Segmentasi pelanggan (*customer Segments*)

Pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa/produk dari organisasi dan mereka yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi organisasi. Faktor terpenting dalam bisnis adalah pelanggan, karena pelangganlah yang akan memberikan pendapatan bagi bisnis. Sehingga usahatani hidroponik Asri Hydrofarm harus mampu mengidentifikasi dan menggelompokkan pelanggan yang menjadi target penjualan. Segmentasi pelanggan Asri Hydrofarm yaitu ibu-ibu rumah tangga, pedagang kebab dan burger serta penggiat hidroponik

Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Value propositions mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir semua blok-blok lain. Blok yang terkait langsung dengan *value prepositions* adalah *customer segmentasits.*

1. Bonus setiap pembelian sayuran merupakan value prepositions usahatani hidroponik Asri Hydrofarm. Hal tersebut membuat pelanggan tertarik berbelanja kembali agar mendapatkan bonus sayur. Tidak ada ketentuan dalam pemberian bonus tetapi sering kali jika konsumen membeli lebih dari 3 ikat Pak Asri akan memberikan 1 ikat sayuran.
2. Edukasi kepada pelanggan merupakan *Value prepositions* yang diberikan oleh Asri Hydrofarm yaitu pelayanan secara maksimal menyesuaikan kebutuhan pelanggan. Kinerja yang dilakukan yaitu pendekatan kepada konsumen dengan mengedukasi konsumen, sehingga konsumen sadar dengan kebutuhannya. Hal tersebut memudahkan konsumen untuk mencari apa yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada penggiat hidroponik memudahkan mereka untuk mengetahui apa saja perlengkapan yang di perlukan dalam budidaya tanaman hidroponik. Pada ibu-ibu rumah tangga edukasi untuk membuat mereka semakin tertarik dengan sayuran hidroponik.
3. Kemasan sayuran standar supermarket merupakan *value prepositions* dari usahatani hidroponik Asri Hydrofarm. Pengemasan tersebut membuat pelanggan

semakin yakin dengan produk yang ditawarkan karena penampilan yang menarik dan terlihat berkualitas terutama produk sayuran.

4. Kenyamanan dalam berbelanja merupakan *value prepositions* Asri Hydrofarm, memberikan kenyamanan dengan cara menanyakan pengalaman setelah konsumen melakukan pembelian, sehingga membuat pelanggan bisa dengan santai membeli kembali. Aktivitas jual beli yang dilakukan dengan santai diselingi obrolan – obrolan sehingga membuat pelanggan merasa nyaman. Pak Asri melakukan pendampingan kepada pelanggan dan di selingi obrolan. Hal tersebut membuat pembeli merasa nyaman karena setiap pembelian mereka ditanyakan tentang pengalaman dalam berbelanja dan membuat mereka mendapatkan rekomendasi apa saja produk yang baik untuk mereka.

Hubungan Pelanggan (*customer relationship*)

Asri Hydrofarm selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan baru maupun lama dengan cara memberikan pelayanan yang edukatif serta ramah, edukasi yang dilakukan yaitu penjelasan manfaat, rasa yang berbeda pada sayuran hidroponik khusus untuk pelanggan sayuran hidroponik. Sedangkan pada penggiat hidroponik edukasi yang dilakukan yaitu dengan cara diskusi tentang peralatan serta perlengkapan untuk budidaya sayuran hidroponik, dengan cara itu membuat pelanggan tertarik kembali karena bukan hanya membeli saja tetapi juga pelanggan mendapatkan ilmu pengetahuan tentang hidroponik.

Pada hubungan pelanggan terdapat bantuan personal (*personal assistance*), Asri Hydrofarm menerapkan *call canter* yaitu dengan cara memberikan kontak person yang disediakan yaitu whatsapp dan chat Instagram.

Asri Hydrofarm juga menyediakan *self-service* yaitu dengan memberikan informasi terbaru tentang perkembangan sayur dari awal hingga panen melalui sosial media. Sehingga pelanggan mendapatkan informasi dan bisa menentukan sendiri kapan ingin membeli sayuran dan perlengkapan hidroponik. Informasi disampaikan pada story wa dan story Instagram, karena mudah di akses oleh pelanggan. Hal tersebut merupakan informasi terbaru yang selalu bisa didapatkan oleh konsumen.

Saluran (*channels*)

Saluran usaha Asri Hydrofarm pertama yaitu secara langsung di tempat Asri Hydrofarm, konsumen bisa membeli secara langsung dan melihat produk sayuran dan berbagai perlengkapan hidroponik. Oleh sebab itu pemilihan lokasi usaha merupakan faktor yang sangat penting telah dipenuhi oleh Asri Hydrofarm.

Saluran kedua adalah melalui toko sayur konvensional, Asri Hydrofarm menitipkan sayuran hidroponiknya ke toko sayur konvensional yaitu Warung Sayur Mba Imas yang berlokasi di jalan Bina Satria, sehingga mudah di jangkau pelanggan baru yang kurang mengetahui sayuran hidroponik. Sehingga pelanggan yang terbiasa membeli sayur konvensional mencoba untuk membeli sayuran hidroponik.

Informasi terbaru yang selalu Asri Hydrofarm sampaikan di sosial media membuat pelanggan tetap mengetahui produk yang sudah siap untuk dipasarkan. Hal ini membuat hubungan dengan pelanggan tetap berjalan dengan sosial media sebagai media informasi. Sosial media tersebut yaitu Instagram dan whatsapp yang menjadi *channels* kepada pelanggan baru dan lama. Segmentasi pelanggan yang membeli untuk konsumsi secara langsung dan untuk menjadi bahan baku produk baru, juga menggunakan sosial media agar tetap terhubung dan mengetahui informasi terbaru tentang produk Asri hydrofarm. Informasi terbaru juga dapat disampaikan kepada pelanggan yang merupakan penggiat hidroponik. Para penggiat hidroponik dengan mudah mengetahui perlengkapan apa saja yang sekarang tersedia agar memudahkan dalam membeli.

Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Asri Hydrofarm mendapatkan arus pendapatan dari penjualan asset (*asset sale*) yaitu penjualan sayuran hidroponik yaitu selada air, sawi, pakcoy dan bayam.

Asri Hydrofarm juga menjual perlengkapan hidroponik seperti nutrisi hidroponi, rockwool, TDS meter dan lain lain. Pembelian perlengkapan usahatani hidroponik Asri Hydrofarm sekaligus memberi jasa pembuatan instalasi hidroponik. Asri Hydrofarm membuat

instalasi hidroponik dari awal hingga akhir dan diantarkan hingga sampai ke pelanggan. Dalam pembuatan perlengkapan sering kali dijual langsung oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm sehingga para pembeli membayar sekaligus dengan jasa pembuatan, Pak Asri biasanya membuatkan paket untuk instalasi hidroponik.

Jasa pelatihan yang ditawarkan oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm ada 2 yaitu kelas pelatihan yang khusus dibuat oleh Pak Asri atau workshop, sedangkan yang selanjutnya yaitu program pelatihan dimana beliau menjadi pemateri untuk pelatihan. Pada kelas pelatihan Pak Asri memberikan paket dalam programnya dengan kisaran harga Rp. 350.000 dengan berbagai fasilitas. Sedangkan program pelatihan Pak Asri hanya menjadi pelatih seperti acara seminar, perkumpulan ibu-ibu PKK dan lain lain.

Sumberdaya kunci (*Key Resources*)

Sumberdaya kunci Asri Hydrofarm mulai dari pengelolaan bahan, mengontrol stok barang, penataan sumber daya manusia, dan penataan proses operasional. Pada input yang merupakan sumberdaya kunci terdapat beberapa hal yaitu lahan, modal, internet dan tenaga kerja.

1. Lahan yang merupakan sumberdaya kunci (*Key Resources*) termasuk ke dalam aset fisik. Lahan dalam usahatani hidroponik Asri Hydrofarm yaitu instalasi hidroponik yang berjumlah 8 buah dengan 2 instalasi meja dan 6 instalasi tangga. Instalasi hidroponik Asri Hydrofarm digunakan sebagai sumberdaya kunci produksi sayuran hidroponik yaitu sayur selada air, pakcoy sawi dan bayam.

2. Modal produksi merupakan sumberdaya kunci (*Key Resources*) termasuk ke dalam proses produksi. Modal tersebut yaitu nutrisi ab mix yang merupakan pupuk, bibit tanaman selada air, pakcoy sawi dan bayam.

3. 3. Internet merupakan sumberdaya kunci (*Key Resources*) yang termasuk jaringan distribusi. Internet digunakan untuk melakukan promosi, agar aktifitas usaha terus berjalan dan konsumen dapat mengetahui informasi

4. Tenaga kerja yang merupakan sumberdaya kunci (*Key Resources*) tenaga kerja yang termasuk aset manusia. Tenaga kerja dalam usahatani hidroponik Asri Hydrofarm yaitu istri Pak Asri yang membantu dalam proses usaha dari semai hingga panen. Untuk Pak Asri sendiri selaku pemilik usaha mengolola dari pesanan peralatan hidroponik hingga pelatihan.

Aktifitas Kunci (*Key Activites*)

Produksi, artinya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan berhubungan dengan membuat dan menyampaikan produk dengan kualitas yang baik, terlihat dari aktivitas yang dilakukan. Penanaman sayur hidroponik yaitu selada air, pakcoy, sawi dan bayam. Sayur tersebut pun di jual kepada segmentasi pelanggan Asri Hydrofarm.

Pengemasan juga merupakan aktivitas kunci karena produk yang ditawarkan oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm yaitu kemasan yang berstandar supermarket. Pengemasan dilakukan agar konsumen tertarik untuk membeli karena penampilan yang menarik. Pengemasan dilakukan saat ada pembeli yang ingin membeli secara langsung.

Promosi harus tetap dilakukan agar pelanggan lama dan baru bisa terus mengetahui keadaan usahatani hidroponik Asri Hydrofarm. Pembelajaran dan pelatihan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm sebagai sebuah kegiatan yang harus dilakukan agar bisa terus menarik minat pelanggan. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu dengan membuat story Instagram dan Whatsaap, dengan mempromosikan sayuran yang sudah siap panen. Untuk perlengkapan hidroponik biasanya hal yang di lakukan untuk promosinya yaitu dengan menjelaskan kegunaan alat-alat sehingga membuat para penggiat hidroponik tertarik untuk membelinya.

Pembelajaran merupakan aktivitas kunci yang dilakukan oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm karena hal tersebut untuk menunjang nilai proposisi yang diberikan yaitu kenyamanan dalam berbelanja. Kenyamanan tersebut yaitu dengan menjelaskan produk hidroponik sehingga pelanggan mendapatkan keramahan dalam berbelanja dan juga pembelajaran tentang hidroponik.

Pelatihan merupakan aktivitas kunci selanjutnya, pelatihan berguna untuk menunjang kegiatan edukasi kepada pelanggan, sehingga hal tersebut membuka peluang untuk

penerimaan dalam jasa pelatihan untuk para penggiat hidroponik. Pelatihan yang dilakukan biasanya yaitu *workshop* atau program pelatihan yang diadakan oleh beberapa instansi seperti, kepada desa, ibu ibu PKK dan lain-lain.

Kemitraan Utama (*Key Pertnership*)

Kemitraan utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat berjalan dengan baik untuk usaha Asri Hydrofarm. Kemitraan yang terjalin yaitu pada CV. Metafarm yang berada di pulau Jawa sebagai pemasok perlengkapan, kemitraan terjadi karena Asri Hydrofarm membutuhkan perlengkapan yang lengkap dan terutama di Kalimantan masih kurang, sehingga terjalin hubungan dengan CV. Metafarm yang memiliki perlengkapan hidroponik yang lengkap.

Pembelian bibit serta nutrisi hidroponik dilakukan dengan Pondok Tani Banjarbaru, kemitraan terjalin karena pemilik usaha Asri Hydrofarm mengenal pemilik Pondok Tani sehingga terjalin hubungan mitra. Harga yang ditawarkan Pondok Tani merupakan harga awal sehingga membeli secara banyak akan jadi lebih murah, sehingga Asri Hydrofarm memilih menjalin mitra dengan Pondok Tani.

Komunitas merupakan kemitraan utama yang terjalin dalam usahatani hidroponik Asri Hydrofarm komunitas yang diikuti yaitu Komunitas Petani Hidroponik Kalimantan Selatan (KOPHI). Kemitraan utama dalam komunitas memiliki tujuan yaitu mendapatkan pengetahuan organisasi yang dapat membantu mengembangkan usaha. Kemitraaan dengan komunitas juga dapat akuisisi pasar, baik untuk mengembangkan ataupun membuka pasar baru. Sehingga dalam *channels* dan *customer relationship* hubungan dengan komunitas diperlukan.

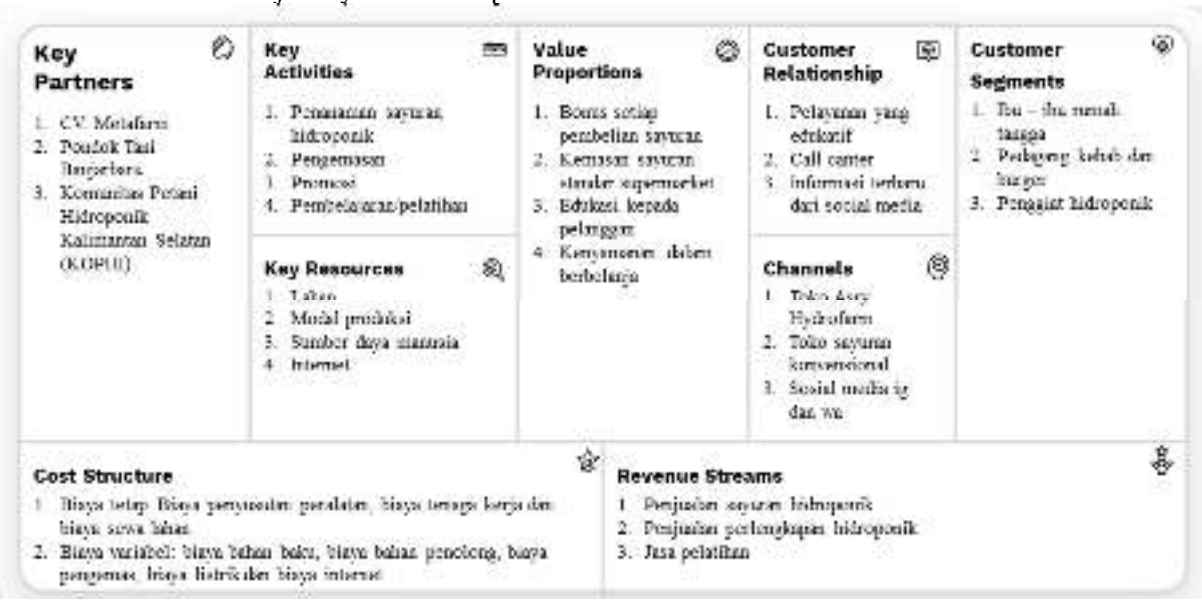
Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Struktur Biaya (*Cost Structure*) merupakan blok yang mencakup pemerataan biaya untuk mengoperasikan bisnis sesuai dengan *value proposition*. Biaya yang harus dikeluarkan usahatani hidroponik Asry Hydrofarm yaitu biaya tetap sebesar 69% dan 31 % biaya variabel, dengan rincian sebagai berikut :

1. Biaya yang termasuk biaya tetap adalah biaya tenaga kerja sebesar 47%, biaya sewa lahan sebesar 35% dan biaya penyusutan peralatan sebesar 18%.
2. Biaya variabel yaitu rockwool, bibit tanaman dan nutrisi AB mix 62%, internet sebesar 19%, biaya listrik sebesar 15%, pengemasan sebesar 9% dan pestisida nabati sebesar 3%.

***Business Model Canvas* Usahatani hidroponik Asri Hydrofarm**

Apabila digambarkan *Business Model Canvas* yang diaplikasikan oleh usahatani hidroponik Asri Hydrofarm adalah sebagai berikut:



Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC) usahatani hidroponik Asri Hydrofarm
Sumber: Pengolahan data primer 2022

Kelayakan Usaha Hidroponik Asri Hydrofarm

Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan yaitu pada bulan Juni 2022 – September 2022 dikarenakan dilihat dari beberapa lama biaya dapat dikembalikan artinya penerimaan lebih dari pengeluaran dan untuk melihat apakah terjadi perubahan harga atau tidak. Hal tersebut dibatasi dengan produksi usahatani Asri Hydrofarm yang tercatat secara pembukuan.

Dalam menjalankan sebuah bisnis selalu membutuhkan biaya termasuk usah hidroponik Asri Hydrofarm. Pembiayaan dapat dilihat dari blok struktur biaya (*Cost Structure*) yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Sehingga darin hal tersebut dapat dilakukan analisis kelayakan secara finansial pada usahatani hidroponik Asri Hydrofarm. Analisis kelayakan hanya pada penerimaan sayuran hidroponik pada bulan Juni 2022 - September 2022.

Biaya tetap. Komponen dan jumlah biaya tetap yang dikeluarkan pada usaha hidroponik Asri Hydrofarm bulan Juni 2022 - September 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Total biaya tetap usaha hidroponik Asri Hydrofarm bulan Juni 2022 - September 2022

No	Komponen Biaya	Jumlah biaya (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Tenaga kerja	4.000.000	47
2	Biaya sewa lahan	3.000.000	35
3	Biaya Penyusutan	1.563.767	18
Total Biaya Tetap		8.563.767	100

Sumber: Pengolahan data primer 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa keseluruhan biaya tetap yang harus dikeluarkan pada usaha hidroponik Asri Hydrofarm selama periode 4 bulan sebesar Rp8.563767. Komponen biaya terbesar yang dikeluarkan usaha hidroponik Asri Hydrofarm dibandingkan dengan komponen biaya tetap lainnya yaitu biaya tenaga kerja sebesar Rp4.000.000 atau 47% dari jumlah biaya tetap. Biaya tetap yang paling kecil yaitu biaya penyusutan sebesar Rp1.563.767 atau 18% dari jumlah biaya tetap.

Biaya variabel. Komponen biaya variabel dari usahatani Asri Hydrofarm yaitu rockwoll, bibit tanaman, nutrisi AB mix, listrik, internet, bahan pengemasan dan bahan pestisida nabati. Untuk jumlah pengeluaran biaya variabel yang dikeluarkan pada usaha hidroponik Asri Hydrofarm pada bulan Juni 2022 - September 2022 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah biaya variabel usaha hidroponik Asri Hydrofarm pada bulan Juni 2022 - September 2022

No	Komponen Biaya	Jumlah Biaya(Rp)	Persentase (%)
1	Biaya rockwool, bibit dan nutrisi AB mix	2.440.000	62
2	Biaya listrik	600.000	15
3	Biaya Internet	400.000	10
4	Biaya bahan pengemasan	366.000	9
5	Biaya pestisida nabati	120.000	3
Total biaya Variabel		3.926.000	100

Sumber: Pengolahan data primer 2022

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa komponen biaya bahan baku merupakan komponen biaya variabel paling besar yaitu sebesar Rp2.440.00 atau 62% dari total biaya variabel. Biaya bahan penolong merupakan komponen biaya variabel yang paling kecil pengeluarannya di antara komponen variabel lainnya yaitu sebesar Rp120.000 atau 3% dari total biaya variabel. Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh usaha hidroponik Asri Hydrofarm selama satu bulan produksi yaitu sebesar Rp3.926.000.

Biaya total. Rincian biaya total yang dikeluarkan oleh usaha hidroponik Asri Hydrofarm dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah biaya total usaha hidroponik Asri Hydrofarm pada bulan Juni 2022 - September 2022

No	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp)	Persentase (%)
1	Biaya Tetap	8.563.767	69
2	Biaya Variabel	3.926.000	31
Total Biaya		**12.489.767**	**100**

Sumber: Pengolahan data primer 2022

Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa biaya total yang harus dikeluarkan pada usaha hidroponik Asri Hydrofarm periode 4 bulan sebesar Rp 12.489.767. Biaya tetap sebesar Rp 8.563.767

atau 69% dari jumlah biaya total. Biaya variabel yang dikeluarkan sebesar Rp 3.926.000 atau 31% dari jumlah biaya total.

Penerimaan. Penerimaan pada usaha hidroponik Asry Hydrofarm diperoleh dengan cara jumlah produksi sayuran yang dihasilkan dikalikan dengan harga sayuran per kilogram dalam hal ini usaha hidroponik Asry Hydrofarm memperoleh penerimaan dari sayuran selada air, sawi, pakcoy dan bayam. Rincian penerimaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah penerimaan usaha hidroponik Asri Hydrofarm pada bulan Juni 2022 - September 2022.

produk	Harga (Rp)	Jumlah (Kg)	Penerimaan (Rp)
Selada Air	35.000	184,25	6.448.750
Pakcoy	30.000	184,25	5.527.500
Sawi	15.000	147,4	2.211.000
Bayam	15.000	17	255.000
Total			14.442.250

Sumber; Pengolahan data primer 2022

Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa jumlah produk sayuran selada air merupakan produk yang paling banyak terjual selama periode 4 bulan tanam pada bulan Juni-September 2022, yaitu sebanyak 184,25 kg dengan penerimaan Rp6.448.750 atau sebesar 45% dari total penerimaan. Produk sayuran bayam merupakan produk paling sedikit terjual yaitu 17 kg dengan penerimaan Rp. 255.000 atau 3% dari total penerimaan.

Revenue Cost Ratio (RCR). Perhitungan Revenue Cost Ratio (RCR) untuk menganalisis kelayakan usaha hidroponik Asri Hydrofarm dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 5. RCR usaha hidroponik Asri Hydrofarm

No	Keterangan	Jumlah (Rp)
1	Penerimaan	14.442.250
2	Biaya Total	12.489.767
	RCR	**1,15**

Sumber: Pengolahan data primer 2022

Pada Tabel 5 dapat dilihat dari perbandingan antara penerimaan yang diperoleh usaha hidroponik Asri Hydrofarm dengan biaya total yang dikeluarkan untuk produksi diperoleh perhitungan RCR yaitu sebesar 1,15. Dapat dilihat bahwa RCR sebesar 1,15 berarti lebih besar dari satu (1,15 > 1). Hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan usaha hidroponik Asri Hydrofarm dapat menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,15. Dapat disimpulkan bahwa secara finansial usaha hidroponik Asri Hydrofarm menguntungkan serta layak dijalankan dan dikembangkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan permasalahan penelitian pada usaha hidroponik Asri hydrofarm, maka kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis *business model canvas* berikut 9 blok Usaha hidroponik Asri Hydrofarm:
   a. Blok segmentasi pelanggan (customer segmentasits) usaha hidroponik Asri Hydrofarm yaitu ibu – ibu rumah tangga, penjual kebab dan burger dan penggiat hidroponik.
   b. Blok proposisi nilai (value propositions) yaitu bonus setiap pembelian sayuran, kemasan sayuran standar supermarket, edukasi kepada pelangaan dan kenyamanan berbelanja.
   c. Blok hubungan pelanggan (customer relationship) yaitu pelayanan edukatif, call center, informasi terbaru dari sosial media.
   d. Blok saluran (channels) yang diusahakan oleh Asri Hydrofarm yaitu Toko Asri Hydrofarm, toko sayur konvensional dan sosial media ig dan wa.
   e. Blok arus pendapatan (revenue streams) yaitu penjualan sayur hidroponik, penjualan perlengkapan hidroponik dan jasa pelatihan.
   f. Blok sumberdaya kunci (key resources) yaitu lahan, modal produksi, sumber daya manusia, internet dan listrik
   g. Blok aktivitas kunci (key activities) yaitu penanaman sayur hidroponik, pengemasan, promosi dan pembelajaran/pelatihan
   h. Kemitraan utama (key partnership) yaitu CV. Metafarm, Pondok Tani Banjarbaru dan Komunitas Petani Hidroponik Kalimantan Selatan (KOPHI)
   i. yaitu Blok struktur biaya (*cost structure*) yaitu biaya tetap adalah biaya

tenaga kerja sebesar 47%, biaya sewa lahan sebesar 35% dan biaya penyusutan peralatan sebesar 18%. Biaya variabel yaitu rockwool, bibit tanaman dan nutrisi AB mix 62%, internet sebesar 19%, biaya listrik sebesar 15%, pengemasan sebesar 9% dan pestisida nabati sebesar 3%.

2. Usaha hidroponik Asri Hydrofarm memperoleh perhitungan RCR sebesar 1,15. Artinya secara finansial usaha hidroponik Asri Hydrofarm menguntungkan serta layak dijalankan dan dikembang karena RCR > 1

Saran

Adapun saran yang diberikan terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemilik usaha sebaiknya memperhatikan Pemilik usaha sebaiknya memperhatikan semua sektor dalam usahanya, sehingga dapat melihat kondisi dan perkembangan usaha termasuk keuntungan dan kerugian. Terutama pada sektor proposisi nilai (*value propositions*) dengan memperbaiki hal itu dapat meningkatkan minat pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.
2. Pemilik usaha sebaiknya menambah jenis tanaman seperti seledri, brokoli, tomat hingga tanama cabai karena masih ada beberapa instalasi yang belum optimal digunakan. Peningkatan jenis tanaman diharapkan bisa meningkatkan keuntungan dan menghindarkan dari kerugian.
3. Pemilik usaha sebaiknya membuka kembali kelas pelatihan atau workshop karena dengan program tersebut bukan cuma meningkatkan arus pendapatan dengan penjualan perlengkapan dan pelatihan, tetapi juga mampu membuat mitra baru dalam usaha hidroponik.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak, terutama kepada Pak Asri yang telah membantu serta memberikan wawasan serta pengalaman selama melakukan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Muliono, Johan Manuel. 2015. *Model Bisnis Pada PT. Intergrasi Kreatif Semesta (INCERASE), Surabaya Jawa Timur Menggunakan Business Model Canvas*. Universitas Kristen Petra

Osterwalder, A dan Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challangers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Roidah, I. S. (2015). Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik. Jurnal BONOROWO

Wallin, J., Chrirumalla, K., & Thompson, A. (2013). *Developing PSS Concepts from Traditional Product Sales Situation: The Use of Business Model Canv*as. Springer: Verlag Berlin Heidelb