





### 3. Produk/Jasa

Produk varian sayur yang ditawarkan oleh *Tambun Hydorfarm* adalah Sayur Selada Romaine, selada yang mempunyai cita rasa renyah dan memiliki berbagai macam manfaat kesehatan dan juga memiliki kandungan kalori yang sangat rendah dan kaya akan serat dan vitamin B lalu kemudian sayur selada Lollo Rosso banyak kita lihat sebagai *garnished* untuk beberapa makanan dan unik yang berbeda dibanding selada yang berada di pasaran yaitu selada hijau, selada merah dengan warna yang dan juga memiliki kandungan berupa lemak sehat yaitu omega 3 dan omega 6 dan memiliki kandungan vitamin K, kemudian sayur Selada Butterhead Dengan rasa yang netral dikunyah renyah dan segar dimana memiliki kandungan vitamin K, Vitamin A, Vitamin B9 dan senyawa antioksidan dimana mampu juga meningkatkan sistem imun tubuh

### 4. Persaingan

Pada hal persaingan dimana dalam industri agrikultur khususnya bidang usaha sejenis yaitu usaha hidroponik dimana tentu ada dimana *Tambun Hydorfarm* membutuhkan informasi mengenai data usaha pesaing agar dapat menyusun strategi untuk bisa menghadapi para pesaing dimana *Tambun Hydorfarm* mempunyai pesaing yaitu 2 perusahaan bernama Puspa Agrofarm Hidroponik Sukabumi dan Sukaponic Agricultural dimana produk yang ditawarkan pun juga mempunyai varian yang sama dengan *Tambun Hydorfarm* yaitu Varian selada, pada hasil Competitive profile Matrix dimana *Tambun Hydorfarm* memperoleh total skor 3,057 sedangkan Sukaponic sebesar 3,514 dan Puspa Agrofarm sebesar 3,657 dimana *Tambun Hydorfarm* mempunyai keunggulan pada Pelayanan, Jalur distribusi dan Promosi media social yang terintegrasi sedangkan pada kekurangan *Tambun Hydorfarm* yaitu dari sisi harga, lokasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

belum terlalu strategis, dan kualitas sayur yang perlu lebih pengalaman untuk bisa bersaing dengan para pesaing.

## 5. Target dan Ukuran Pasar

Segmentasi dimana pasar dibagi menjadi beberapa kelompok,usia,jenis kelamin,Pendidikan,bahkan pendapatan.*Tambun Hydorfarm* adalah usaha agrikultur dimana outputnya adalah sayuran hidroponik yang tentunya mempunyai market tersendiri yaitu mulai untuk umur tidak ada Batasan untuk pendapatan dari 900.000- Tak terhingga sasaran juga kepada Laki laki maupun perempuan.

## 6. Strategi Pemasaran

### a. Periklanan :

Bidang periklanan akhir akhir ini memang sangat kuat pengaruhnya dimana *pandemic* kali ini membawa orang hampir semua berbelanja *online* oleh karena itu maka *Tambun Hydorfarm* berencana menggunakan beberapa *platform* iklan yang membantu juga meningkatkan *engagement* untuk *Tambun Hydorfarm* ini sendiri yaitu seperti, Facebook ads Kenapa *Tambun Hydorfarm* memilih Facebook ads karena memang Facebook ads ini memiliki jumlah *user* yang sangat *variative* dan memang tujuan utama *Tambun Hydorfarm* memilih *Facebook ads* adalah untuk tujuan peningkatan *brand awareness* dan juga di facebook ads bisa memilih target pasar secara jelas misalnya untuk daerah/audien spesifik dan juga memang lebih cenderung konsumen hidroponik berbasis group lebih terpusat di platform facebook ini dan juga iklan pada Tokopedia Ads dimana akan membantu produk untuk lebih mudah ditemukan karena memang *market* dari *Tambun Hydorfarm* yang juga akan menyasar kepada *marketplace* tokopedia.





Kemudian Youtube yang memang banyak sekali konten-konten menarik yang sudah tersebar di platform youtube berkaitan dengan usaha hidroponik oleh karena itu Tambun Hydorfarm ingin melakukan advertising lewat platform yang satu ini dan juga untuk bisa memberikan informasi edukatif ataupun pemasaran produk *Tambun Hydorfarm* ini sendiri dan memberi tahu lokasi kebun *Tambun Hydorfarm* ini sendiri, dimana untuk Iklan sendiri nanti didalamnya akan ada soft selling bagaimana akhir-akhir ini tren hidup sehat yang semakin diperhatikan banyak orang dan lalu setelah itu bisa masuk ke penjualan produk atau hard selling

Kemudian kami juga akan melakukan strategi promosi non conventional lewat platform marketplace seperti Tokopedia karena tokopedia dilansir *similarweb.com* Tokopedia berada pada urutan pertama marketplace yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan update per 1 februari 2021 dan memang mudah untuk upgrade toko untuk memiliki lencana seperti *power merchant* dan yang terutama dimana persaingan harga yang masih sehat, kemudian ada website dimana untuk website kenapa *Tambun Hydorfarm* memilih website karena memang ingin pengunjung bisa mengalami *user experience* yang berbeda karena akan dibuat semenarik mungkin sehingga untuk website bisa menjadi rumah yang lengkap bagi para konsumen *Tambun Hydorfarm*.

#### b. Personal Selling :

*Personal Selling* adalah percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang bertujuan untuk menciptakan penjualan dan juga dapat memperoleh hubungan baik, untuk itu Tambun Hydorfarm akan melakukan personal selling seperti berjualan ketika ada event-event tertentu yang bisa meningkatkan penjualan lewat strategi tersebut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Tim manajemen

Ⓒ *Tambun Hydorfarm* merupakan bisnis yang membutuhkan 4 Tenaga kerja pada awal berdirinya dimana rencana kebutuhan tenaga kerja terdiri dari 1 orang Manager, 1 orang staff Administrator & Keuangan, 1 orang Staff Operasional, dan 1 orang Staff pemasaran & Packing.

8. Kelayakan Keuangan

Pada kelayakan keuangan tentunya akan menentukan *Tambun Hydorfarm* apakah layak dijalankan bisnisnya melalui perhitungan dari beberapa indikator seperti *Net present Value, Internal Rate of Return, Profitability Index, Payback Period* dan *Break Even Point* dimana akan terlampir pada tabel berikut

**Tabel 9.1**  
**Kelayakan Keuangan *Tambun Hydorfarm***

Analisis	Batas kelayakan	Hasil analisis	Kesimpulan
Net present value	> 0	252.208.637	Layak
Internal rate of return	30%	33,65%	Layak
Profitability index	> 1	1,90	Layak
Payback period	< 5 tahun	2 tahun 8 bulan 24 hari	Layak
Break even point	Penjualan > bep	Penjualan per tahun > bep per tahun	Layak

Sumber : BAB VII (Data diolah)

**B Rekomendasi Visibilitas Usaha**

Berdasarkan Kegiatan Usaha diatas dimana meliputi Konsep bisnis, visi dan misi perusahaan, produk/jasa, persaingan, target dan ukuran pasar, strategi pemasaran, tim manajemen, dan kelayakan keuangan dimana dengan menggunakan beberapa indikator keuangan seperti *Net present Value* yang bernilai lebih dari 0 dimana layak yaitu sebesar Rp 252.208.637 dan kemudian masuk kepada *internal rate of return* berada pada rentang wajar industri pertanian sebesar 33,65 % dan kemudian *profitability index* yang lebih dari 1 yaitu sebesar 1,90 dan kemudian masuk kepada *payback period* dimana diperkirakan

Hak Cipta: Dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
 HAK CIPTA: Dilindungi Undang-Undang

usaha akan balik modal pada tahun ke 2 bulan ke 8 hari ke 24 dan kemudian untuk *break even point* dimana nilai penjualan per tahun selalu melebihi nilai *Break even point* yang menandakan bisnis ini layak dijalankan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

