

## BAB I PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Salah satu isu strategis yang berkembang di tingkat nasional bahkan global adalah ketahanan pangan. Berdasarkan Undang-Undang No 7 Tahun 1996, ketahanan pangan merupakan kondisi terpenuhinya kebutuhan pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan secara cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata dan terjangkau. Perwujudan ketahanan pangan dapat dicapai melalui empat pilar yaitu ketersediaan pangan (produksi dan impor), cadangan pangan, panganekaragaman konsumsi dan keamanan pangan serta pencegahan dan penanggulangan rawan pangan. Dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan, sektor yang sangat memiliki pengaruh penting adalah sektor pertanian karena merupakan penyedia pangan utama (Sumastuti, 2011).

Global Food Security Index (GFSI) mencatat data bahwa ketahanan pangan di Indonesia berada di peringkat 63 dari 113 negara. Indonesia memberikan performa terbaik dalam pilar keterjangkauan harga pangan namun dinilai masih lemah di tiga pilar lainnya termasuk juga pilar ketersediaan pangan jika dibandingkan dengan negara Asia Pasifik. Dalam penyelenggaraan ketahanan pangan, terdapat permasalahan yang merupakan pengaruh dari beberapa keadaan seperti terus bertumbuhnya penduduk di Indonesia namun berbanding terbalik dengan penyediaan pangan terutama dari jumlah lahan pertanian di Indonesia yang digunakan untuk produksi bahan pangan. Berikut merupakan data luas panen, produktivitas dan produksi padi di Indonesia tahun 2018-2022 yang dicatatkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS).

Tabel I.1 Produktivitas padi di Indonesia 2018-2022

(Sumber: Badan Pusat Statistik)

<b>Tahun</b>	<b>Luas Panen (Ha)</b>	<b>Produktivitas (Ku/Ha)</b>	<b>Produksi (Ton)</b>
2018	11377934,4	52,03	59200533,7
2019	10677887,2	51,14	54604033,3
2020	10657275	51,28	54649202,2
2021	10411801,2	52,26	54415294,2
2022	10452672	52,38	54748977

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa produktivitas panen padi di Indonesia sempat mengalami penurunan di tahun 2019 dan 2020 namun mulai terjadi peningkatan pada tahun 2021 dan 2022. Selain itu, dapat dilihat juga terjadi penurunan luas lahan panen setiap tahunnya dan terjadi fluktuasi hasil produksi. Dengan kondisi tersebut, walaupun sudah terjadi kenaikan tetapi Indonesia tetap belum bisa maksimal dalam produksi padi dan mencukupi seluruh kebutuhan beras di Indonesia sehingga masih dilakukan impor beras yang pada Desember 2022 jumlahnya mencapai 301 ribu ton pada Oktober 2022. Menurut Ketua Umum Serikat Petani Indonesia yaitu Henry Saragih, produksi padi yang akan dikonversi menjadi beras dapat menurun akibat iklim, hama dan kurangnya pupuk.

Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan produktivitas lahan pertanian adalah dengan penggunaan bahan pembenah tanah. Menurut Permentan 01 Tahun 2019 pembenah tanah adalah bahan-bahan sintetis atau alami, organik atau mineral berbentuk padat atau cair yang mampu memperbaiki sifat fisik, kimia, dan/atau biologi tanah. Pembenah tanah biasanya digunakan untuk mempercepat pemulihan kualitas tanah sehingga produktivitas tanah menjadi optimum (Dariah et al., 2015). Secara garis besar, bahan pembenah tanah dibedakan menjadi dua yaitu pembenah tanah alami dan sintetis (buatan pabrik) dengan wujud padat ataupun cair, dan dari jenis senyawa pembentuknya juga dibagi ke dalam dua jenis yaitu pembenah tanah organik dan anorganik. Dalam penggunaannya, bahan pembenah tanah bekerja dengan konsep: (1) Pemantapan agregat tanah untuk mencegah erosi dan pencemaran, (2) merubah sifat hydrophobic dan hidrofilik, sehingga mengubah kapasitas tanah menahan air (*water holding capacity*), (3) meningkatkan kapasitas tukar kation (KTK) tanah (Dariah et al., 2015). Proses pembenahan tanah sebenarnya bisa terjadi secara alami, yaitu dengan membiarkan tanah secara bertahun – tahun hingga siap untuk dibuka kembali menjadi lahan pertanian, namun hal tersebut tidak mungkin dilakukan saat ini karena keterbatasan ketersediaan lahan. Bahan yang paling banyak digunakan untuk dijadikan pembenah tanah adalah asam humat. Asam humat (*humic acid*) merupakan zat organik yang memiliki struktur molekul kompleks serta memiliki berat molekul tinggi (makromolekul atau polimer organik) yang mengandung gugus aktif. Asam humat

dijadikan sebagai bahan pembenah tanah karena memiliki kemampuan untuk menstimulasi dan mengaktifkan proses biologi dan fisiologi organisme yang hidup di dalam tanah.

Salah satu produsen pembenah tanah berbahan asam humat adalah Pusat Penelitian Bioteknologi dan Bioindustri Indonesia (PPBBI) yang kini sudah berganti nama menjadi Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) Unit Bogor.



**PUSAT PENELITIAN KELAPA SAWIT**  
*Indonesian Oil Palm Research Institute*

Gambar I.1 Logo Pusat Penelitian Kelapa Sawit  
(Sumber: PPKS Unit Bogor)

Humacoat merupakan produk pembenah tanah yang diproduksi oleh PPKS Unit Bogor dengan komposisi asam humat organik 22% yang diperkaya dengan ekstrak rumput laut 7.5%.

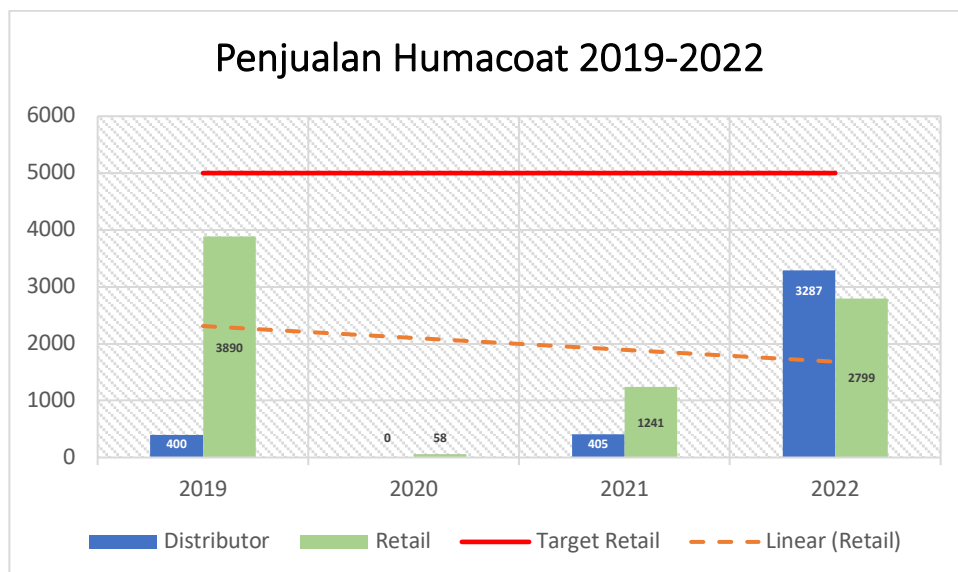


Gambar I.2 Produk Humacoat

(Sumber: PPKS Unit Bogor)

Humacoat berfungsi untuk memperbaiki kesuburan tanah, meningkatkan efisiensi pemupukan, merangsang pertumbuhan tanaman serta mampu memperbaiki sifat fisik dan kimia tanah. Penggunaan Humacoat dapat mengurangi dampak stress akibat kekeringan dan juga keracunan Al. Peran utama Humacoat dalam tanah adalah kemampuannya untuk meningkatkan ion logam, oksida dan hidroksida serta melepaskan mereka perlahan-lahan dan terus-menerus untuk tanaman jika diperlukan. Humacoat diaplikasikan dengan melakukan penyemprotan pada lahan siap tanam satu hari sebelum hari penanaman dengan dosis 20 mL/liter air dan kebutuhan Humacoat per Ha adalah 4 liter yang diencerkan.

PPKS Unit Bogor mencatat jumlah penjualan produk Humacoat kepada distributor resmi dan pelanggan retail yaitu pelanggan individu pada tahun 2019-2022 sebagai berikut.



Gambar I.3 Penjualan Humacoat 2019-2022

(Sumber: Data internal PPKS Unit Bogor)

Berdasarkan jumlah produk terjual secara keseluruhan yang divisualisasikan menggunakan grafik Gambar I.3, dapat dilihat bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan jumlah penjualan Humacoat kepada pelanggan retail dengan jumlah penurunan yang sangat drastis dan mulai menunjukkan perbaikan penjualan setiap tahunnya mulai dari tahun 2021 hingga 2022. Dilihat dari tren penjualan Humacoat

secara retail, didapatkan juga bahwa tren penjualan masih menurun walaupun tidak terlalu landai dan sudah mulai menunjukkan peningkatan penjualan. PPKS Unit Bogor menargetkan penjualan Humacoat untuk retail di angka 5000 liter setiap tahunnya, namun hingga tahun 2022 target tersebut belum tercapai.

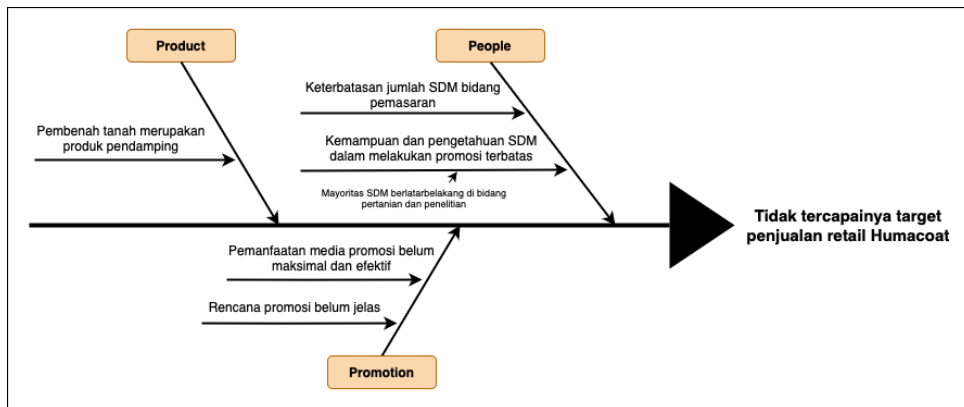
Terdapat beberapa akar permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai penyebab permasalahan utama PPKS Unit Bogor, yaitu tidak tercapainya target penjualan retail Humacoat.

Akar permasalahan pertama yang teridentifikasi adalah dari segi *people*. Sumber daya manusia (SDM) di bagian pemasaran yang dimiliki PPKS Unit Bogor jumlahnya terbatas sehingga tidak mampu untuk melakukan kegiatan pemasaran dengan maksimal. Selain itu, pengetahuan dan kemampuan pemasaran yang dimiliki oleh sumber daya manusia di PPKS Unit Bogor juga terbatas dikarenakan mayoritas berlatar belakang di bidang pertanian atau peneliti. Keterbatasan ini berakibat pada aktivitas pemasaran tidak berkembang dan terjadi ketidakjelasan rencana pemasaran produk.

Permasalahan kedua teridentifikasi dari sisi *promotion*. Untuk meningkatkan penjualan, salah satu yang perlu dilakukan oleh PPKS Unit Bogor adalah dengan melakukan perbaikan pada promosi produk. Target penjualan Humacoat kepada retail masih belum tercapai sedangkan PPKS Unit Bogor sejak tahun 2021 sudah mulai memperluas pasar retailnya. Untuk mencapai target penjualan maka perlu dilakukannya upaya promosi produk yang lebih massif baik dengan media konvensional maupun digital sehingga bisa menjangkau target pelanggan yang dituju karena saat ini penjualannya masih belum mencapai target. Dilihat dari sisi perencanaan promosi, PPKS Unit Bogor perlu untuk mengatur rencana promosi yang jelas sehingga kegiatan pemasaran bisa efektif, sesuai target dan efisien baik dalam tenaga maupun biaya. Selain untuk meningkatkan penjualan retail, dengan melakukan perancangan dan perbaikan promosi Humacoat juga dapat membantu distributor untuk menjual produk Humacoat.

Akar permasalahan ketiga teridentifikasi pada sisi *product*. Produk pembenah tanah bukan merupakan produk utama untuk melakukan kegiatan pertanian melainkan hanya sebagai produk pendamping yang digunakan dalam kondisi tertentu.

Kebutuhan pertanian terhadap produk pendamping cenderung akan berubah ubah setiap waktunya tergantung dengan kondisi tanah pertanian yang akan digunakan. Seluruh permasalahan yang diidentifikasi terkait penjualan produk Humacoat PPKS Unit Bogor di atas digambarkan menggunakan *fishbone* diagram berikut.



Gambar I.4 *Fishbone* diagram

Berdasarkan permasalahan yang dialami PPKS Unit Bogor terkait dengan penjualan produk Humacoat yang telah digambarkan dengan menggunakan diagram *fishbone* Gambar I.4, perlu dilakukan upaya perbaikan penjualan Humacoat. Perubahan yang dilakukan di satu aspek permasalahan akan memberikan pengaruh terhadap aspek lainnya, sehingga keputusan yang diambil harus dipertimbangkan secara simultan agar bisa memperhatikan pengaruh perubahan satu aspek terhadap aspek lainnya. Salah satu alat yang bisa digunakan yaitu dengan menggunakan pendekatan model bisnis. Pendekatan model bisnis dipilih karena dapat membahas permasalahan secara rasional dan menyeluruh. Osterwalder dan Pigneur (2010) dalam buku yang berjudul *Business Model Generator* menjelaskan model bisnis adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk menjelaskan alasan bagaimana sebuah organisasi dapat menciptakan, memberikan dan menangkap nilai-nilai yang berkaitan dengan aspek suatu bisnis. Model bisnis cocok digunakan sebagai alat untuk memberikan solusi penyelesaian masalah karena model bisnis memiliki tujuan untuk membantu sebuah perusahaan dalam melakukan perencanaan bisnis, menetapkan poin-poin penting dalam bisnis yang dijalankan ke dalam sembilan blok dasar yang menunjukkan logika bagaimana sebuah organisasi bermaksud untuk menghasilkan uang. Model bisnis

seperti *blueprint* strategi perusahaan yang akan diterapkan melalui struktur, proses dan sistem dalam sebuah organisasi yang didapatkan dari hasil analisis sembilan blok yang mencakup bidang utama bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur dan kelayakan finansial. Salah satu pendekatan model bisnis yang bisa digunakan adalah *Business Model Canvas*, yaitu sebuah pendekatan model bisnis terdiri dari semua faktor yang mempengaruhi keseluruhan bisnis dengan menggambarannya pada sembilan blok komponen yang terintegrasi satu sama lainnya. *Business Model Canvas* digambarkan secara visual dalam sebuah kanvas sehingga tetap dapat menyampaikan nilai dengan ringkas dan mudah dipahami oleh pembaca dalam menganalisa dan menemukan solusi dari permasalahan bisnis yang dihadapi. Dalam penelitian, akan dilakukan analisa terkait kondisi bisnis saat ini dengan menggambarannya kedalam *Business Model Canvas*, lalu dilakukan evaluasi kondisi saat ini dengan menggunakan analisa *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT), lalu merancang model bisnis usulan berdasarkan hasil analisa dan menggambarannya pada *Business Model Canvas* usulan sebagai hasil akhir dari penelitian.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, akan dilakukan perancangan model bisnis untuk produk Humacoat PPKS Unit Bogor dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Berikut merupakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model bisnis saat ini produk Humacoat PPKS Unit Bogor jika dipetakan dalam *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi *Business Model Canvas* saat ini dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana merancang pengembangan model bisnis yang baru untuk produk Humacoat dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemetaan model bisnis saat ini produk Humacoat PPKS Unit Bogor menggunakan *Business Model Canvas*.

2. Menganalisis *Business Model Canvas* saat ini menggunakan analisis SWOT.
3. Merancang model bisnis yang baru untuk produk Humacoat PPKS Unit Bogor dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

#### **I.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi PPKS Unit Bogor
  - a. Sebagai referensi untuk PPKS Unit Bogor dalam melakukan perancangan model bisnis untuk produk Humacoat
  - b. Membantu PPKS Unit Bogor mengembangkan bisnis produk Humacoat guna meningkatkan penjualan dan mendapatkan perhatian dari pasar

#### **I.5 Sistematika Penulisan**

Berikut merupakan sistematika penulisan pada laporan tugas akhir ini:

##### **Bab I Pendahuluan**

Bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian yang dilakukan dalam tugas akhir ini, alternatif solusi dari permasalahan yang muncul di latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan tugas akhir dan manfaat yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian tugas akhir ini. Selain itu, pada bab pendahuluan ini juga dijelaskan mengenai struktur penulisan laporan.

##### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Bab tinjauan pustaka menjelaskan terkait literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Juga disampaikan di sini penjelasan mengenai pemilihan metodologi

##### **Bab III Metodologi Penelitian**

Bab metodologi penelitian menjelaskan perihal langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun solusi untuk memecahkan permasalahan yang sedang diteliti. Di dalam bab ini disampaikan penjelasan mengenai sistematika perancangan yang akan ditempuh, mekanisme



pengumpulan dan pengolahan data, analisis dan perancangan serta verifikasi dan validasi rancangan yang akan dilakukan.

**Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada bab ini berisikan proses pengumpulan data yang digunakan untuk mengatasi masalah dalam penelitian, lalu dilanjutkan dengan pengolahan data, melakukan analisis SWOT dan perumusan strategi, serta perancangan *value proposition canvas* dan *Business Model Canvas* usulan

**Bab V Verifikasi dan Validasi Hasil Rancangan**

Pada bab ini dijelaskan terkait proses verifikasi dan validasi model bisnis yang dihasilkan dari penelitian. Selain itu, dilakukan juga evaluasi atas model bisnis hasil rancangan dan rencana implementasi hasil rancangan.

**Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisikan kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang dilakukan serta saran untuk penelitian yang telah dilakukan.