

---

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HIDROPONIK DAN  
PENGOLAHAN PRODUK KANGKUNG DAN BUNGA TELANG**  
(Studi Kasus: Syifa Hidroponik)

**STRATEGY FOR HYDROPONIC BUSINESS DEVELOPMENT  
AND PROCESSING OF KAKUNG AND TELANG FLOWER  
PRODUCTS**  
(Case Study: Syifa Hidroponik)

Octasella Ainani As'ad<sup>1</sup>, Mariana Eva Yanti<sup>2</sup>, Nurhadida Nasution<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Deli Sumatera,

e-mail: <sup>1)</sup>[octasella14@gmail.com](mailto:octasella14@gmail.com) , <sup>2)</sup>[Marianaevayanti2612@gmail.com](mailto:Marianaevayanti2612@gmail.com),  
<sup>3)</sup>[nurhadidanasution96@gmail.com](mailto:nurhadidanasution96@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha hidroponik dan pengelolaan produk kangkung dan bunga telang di syifa hidroponik. Data diperoleh dari wawancara narasumber dengan metode survey di sifa hidroponik. Metode analisis data menggunakan SWOT dengan melihat peluang, ancaman, kelemahan dan kelebihan potensi yang di miliki sifa hidroponik pada tahun 2023.

**Kata kunci:** Strategi pengembangan usaha; SWOT

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the hydroponic business development strategy and product management of water spinach and butterfly pea in hydroponic syifa. Data were obtained from interviews with informants using a survey method on hydroponic properties. The data analysis method uses SWOT by looking at the opportunities, threats, weaknesses and potential advantages of hydroponic properties in 2023.*

**Keywords:** Business development strategy; SWOT

## **1. PENDAHULUAN**

Sektor pertanian merupakan sektor potensial dalam perekonomian Indonesia. Hal ini karena sektor pertanian mempunyai peranan yang sangat penting dalam penyediaan lapangan pekerjaan, mengurangi angka kemiskinan di pedesaan, dan penyediaan kebutuhan pokok masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lainnya. Peran sektor pertanian perlu menjadi perhatian utama dalam pembangunan bangsa karena kebanyakan penduduk dinegara-negara berkembang dan Asia Tenggara termasuk Indonesia berkecimpung dalam bidang pertanian yang secara langsung mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan perekonomian bangsa (Suhardjo dalam Rosita Santi, 2008).

Seiring dengan perkembangan teknologi, salah satu metode budidaya sayuran adalah dengan hidroponik. Menurut Rosliani (2005:2), hidroponik adalah metode penanaman tanaman tanpa menggunakan media tumbuh dari tanah yang secara harfiah berarti penanaman dalam air yang mengandung campuran hara agar potensi maksimum tanaman untuk berproduksi dapat tercapai dengan cara mengoptimalkan pertumbuhan perakaran tanaman. Hal ini akan menghasilkan pertumbuhan tunas atau bagian atas yang sangat tinggi sehingga tanaman akan tumbuh dengan optimal.

Budidaya tanaman secara hidroponik memiliki beberapa keuntungan yaitu pertumbuhan tanaman dapat di kontrol, tanaman dapat berproduksi dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi, tanaman jarang terserang hama penyakit karena terlindungi, pemberian air irigasi dan larutan hara lebih efisien, dapat diusahakan terus menerus tanpa tergantung oleh musim dan dapat diterapkan pada lahan yang sempit. Alasan inilah mengapa hidroponik dapat menjadi salah satu teknik budidaya yang dapat dijadikan sebagai salah satu usaha.

Menurut Haryono (2010:2) tantangan secara umum bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagaimana hasil riset terdahulu nampaknya masih bergelut pada masalah klasik seperti rendahnya produktivitas, kesulitan akses terhadap sumberdaya produktif, pengelolaan modal serta ketiadaan mentor/pembimbing. Hal ini kemudian menyebabkan kuantitas produksi dan kontinuitas produksi yang beredar di pasaran masih rendah sehingga keuntungan yang diperoleh belum optimal. Syifa hidroponik membuka usaha dari hasil hidroponik tersebut diantaranya menjadikan olahan sayur menjadi keripik, olahan sayur yang dibuat dari hasil panen kangkung dan dibuat dalam desain kemasan yang menarik dengan merek kangkung arsik dan kangkung rendang. Namun di syifa hidroponik pengolahan kripik tersebut belum optimal serta sasaran pasar masih sempit.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengadakan penelitian yang terkait dengan strategi pengembangan usaha sayuran hidroponik di di syifa hidroponik medan Penelitian ini dilaksanakan pada syifa hidroponik, Jalan amal, bromo , medan

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei di Syifa Hidroponik dengan pertimbangan bahwa terdapat potensi untuk pengembangan usaha hidroponik. Data yang di kumpulkan data sekunder dan data primer. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan, meliputi karakteristik ( umur, pendidikan, pengalaman usaha dan tanggungan jumlah keluarga) dan profil usaha ( skala usaha, penggunaan modal usaha, input usaha, penggunaan tenaga kerja, jumlah produksi yang di dihasilkan dan bagaimana proses pemasaran produk yang di dihasilkan). Sementara data sekunder merupakan data yang dipublikasi yang diperoleh dari instansi terkait, seperti dinas pertanian, BPS dan kondisi perkembangan usaha hidroponik.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. (Alma, dan Priansa, 2009: hal. 115-125).

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

*Strengths* (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan.

*Weaknesses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.

*Opportunities* (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

1. Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumberdaya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman.
2. Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi/kapabilitas/sumberdaya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
3. Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut..(Tripomo, 2005: hal 118-119).
4. Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/ dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Threats	ST Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman	WT Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman
Opportunities	SO Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang	WO Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang

Penjelasan tentang tabel diatas:

1. Strategi SO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Inilah yang merupakan strategi agresif positif yaitu menyerang penuh inisiatif dan terencana.
2. Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan dalam organisasi.
3. Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman yang terdeteksi.
4. Strategi WT adalah strategi yang diterapkan kedalam bentuk kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis SWOT Syifa Hidroponik**

Potensi tanaman kangkung diolah menjadi makanan. Seiring dengan sistem otonomi daerah di mana daerah harus menggali potensi daerah yang dapat dijadikan sebagai modal pembangunan dan dalam rangka meningkatkan daya saing lokal. Jenang Kaliputu Kudus ditetapkan sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD). Hal ini dikarenakan jenang kaliputu kudus memiliki nilai ekonomis dan daya saing tinggi serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yang diproduksi berdasarkan pertimbangan kelayakan teknis (bahan baku dan pasar). Talenta atau potensi masyarakat dan kelembagaan pengembangan industri jenang dikembangkan dalam sistem pengembangan ekonomi lokal, dengan membangun kemitraan yang meliputi pemerintah daerah, pengusaha dan organisasi masyarakat lokal.

#### **1. Kekuatan (Strength)**

Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal dari usaha yang dijalankan dapat berupa kompetensi, sumberdaya, ciri khas, dan karakter yang dimiliki. Adapun kekuatan yang dimiliki oleh Syifa Hidroponik, yakni:

- a) Produk yang Unik dan Inovatif
- b) Pengembangan produksi Kangkung
- c) Pengembangan produksi sirup telang
- d) Sudah bersertifikasi halal MUI
- e) Desain Kemasan sudah menarik
- f) Produk berasal dari hidroponik dan organik
- g) Produk sudah BPOM
- h) Pertanian hulu ke hilir (produksi hingga pemasaran)

#### **2. Kelemahan (Weakness)**

Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal dari usaha yang dijalankan dapat berupa kompetensi, sumberdaya, ciri khas, dan karakter yang sulit untuk mengembangkan usaha. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh Syifa Hidroponik, yakni:

- a) Produksi kangkung hidroponik belum konsisten (belum menanam sesuai waktu tanam dan target produksi)
- b) Pembukuan keuangan dan Pembukuan administrasi belum dilakukan
- c) Belum memiliki legalitas (CV,UD,PP,PT)
- d) Kurangnya tenaga kerja atau tim untuk memajukan usaha
- e) Kemasan masih diambil dari luar sumatera (tidak memproduksi sendiri)
- f) Ketersediaan bahan baku pengolahan yang sedikit
- g) Input produksi tidak mencukupi diambil dari pengusaha hidroponik lainnya
- h) Harga produk diikut oleh harga input produksi (misalnya benih,pupuk,alsintan)

### **3. Peluang (Opportunity)**

Peluang (Opportunity) adalah situasi eksternal dari usaha yang dijalankan memiliki beberapa kesempatan atau potensi yang dapat mendatangkan keuntungan. Adapun peluang yang dimiliki oleh Syifa Hidroponik, yakni:

- a) Permintaan tinggi
- b) Ekspor produk sirup telang
- c) Join ke supermarket atau minimarket
- d) Produk kangkung rendang dan arsik menjadi oleh-oleh khas medan
- e) Permintaan kangkung, kale dan basil yang terus meningkat
- f) Potensi pengembangan lahan hidroponik
- g) Perkembangan lahan edukasi hidroponik untuk masyarakat

### **4. Ancaman (Threat)**

Ancaman (*Threat*) adalah situasi eksternal usaha yang dijalankan berpotensi menimbulkan kerugian atau kesulitan. Adapun ancaman yang dimiliki oleh Syifa Hidroponik, yakni:

- a) Terhambat melakukan ekspor karena belum mengetahui prosedur
- b) Kurangnya Tenaga kerja ahli untuk administrasi dan keuangan
- c) Hama dan penyakit tanaman karena lahan hidroponik yang kurang memadai (terbuka)
- d) Pemasaran belum meluas
- e) Perubahan cuaca berpengaruh terhadap produksi hidroponik

## **B. Matriks SWOT**

Setelah mengetahui *strength* (Kekuatan), *weakness* (ancaman), *opportunity* (peluang), *threat* (ancaman) yang ada pada Syifa Hidroponik. Matriks SWOT adalah alat yang penting untuk membantu pemilik mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO (*strengths-opportunities*), WO (*weakness-opportunities*), ST (*strengths-threats*), dan WT (*weakness-threats*).

1. Strategi SO. usahatani menyusun strategi alternatif dengan menggunakan kemampuan optimal yang memanfaatkan kekuatan dalam rangka memenangkan peluang. Strategi ini bersifat positif dengan menggabungkan kekuatan-kekuatan yang berasal dari internal dan peluang yang ada berasal dari eksternal.
  - a) Pemanfaatan permintaan pasar yang tinggi terhadap produk-produk unik dan inovatif. (S1O1)  
Kangkung yang biasa hanya diolah menjadi lauk pauk seperti cah kangkung ternyata dapat diolah menjadi produk kangkung rendang dan kangkung arsik menjadi potensi produk oleh-oleh. Bunga telang yang memiliki manfaat yang baik untuk tubuh dan memiliki warna yang menarik. Pengolahan bunga telang menjadi sirup cukup diminati oleh pasar seperti kafe.
  - b) Peningkatan produksi dan melakukan ekspor sirup telang (S3O2)  
Peluang berkembangnya produksi sirup telang yang didukung dengan permintaan yang terus meningkat. Sirup
  - c) Pengembangan produksi hidroponik kangkung, kale dan basil organik (S6O5)  
Produk organik sangat diminati masyarakat. Masyarakat yang semakin sadar pentingnya gaya hidup sehat sehingga menyebabkan permintaan terhadap produk pertanian organik semakin meningkat. Kale dan basil yang masih jarang ditemui menjadi potensi pengembangan usaha hidroponik. Kale memiliki beragam manfaat seperti antioksidan yang kuat, membantu menurunkan kolesterol dan mengurangi risiko penyakit jantung.
2. Strategi ST. Alternatif strategi melalui optimalisasi kekuatan yang ada guna mengurangi ancaman.
  - a) Dengan desain kemasan yang menarik dapat menjadi potensi pemasaran yang dilakukan menjadi semakin luas (S5T4)  
Kemasan menjadi salah satu daya tarik pembeli untuk membeli suatu produk. Kemasan

- produk yang sudah menak menjadi salah satu keunggulan. Warna yang menarik dan sudah bersertifikat MUI menjadi daya tarik sendiri untuk pembeli. Dengan desain kemasan yang menarik berpotensi untuk melakukan pemasaran yang lebih luas.
- b) Pertanian hulu ke hilir dapat memperkecil potensi terserang hama dan penyakit pada lahan (S8T3)
3. Strategi WO. Usahatani menggunakan strategi dengan mengoptimalkan peluang serta meminimalkan kelemahan.
    - a) Penentuan waktu tanam dan target produksi dengan pengembangan lahan hidroponik yang lebih luas (W1O6)  
Dengan adanya permintaan produk yang semakin meningkat dibutuhkan target produksi agar dapat memenuhi permintaan produk dan memenuhi bahan baku produk kangkung rendang dan arsik.
    - b) Potensi pengembangan produksi sirup telang untuk diekspor dibutuhkan tenaga kerja yang dapat memajukan usaha (W4O2)  
Potensi sirup telang yang memiliki keunikan untuk menjadi produk ekspor membutuhkan dukungan tenaga kerja yang mengeti dibidang pemasaran dan ekspor. Pelaksanaan ekspor yang dilakukan dapat dilakukan sesuai prosedur.
  4. Strategi WT. Setiap usahatani pasti dihadapkan pada ancaman, juga memiliki kelemahan.
    - a) Pemasaran menguasai bidang pemasaran demi mewujudkan potensi kangkung rendang dan arsik menjadi oleh-oleh khas medan(W4T4)  
Pemasaran menjadi penting dalam pengembangan usaha. Pemasaran digital menjadi pilihan yang tepat untuk menjangkau wilayah pasar yang lebih luas. Potensi kangkung rendang dan arsik menjadi oleh-oleh khas medan dapat disebarkan melalui sosial media sehingga semakin banyak masyarakat yang mengetahui kangkung rendang dan arsik.
    - b) Melakukan pembukuan keuangan dan administrasi yang dapat membantu mengatur jalannya usaha dan melakukan pengembangan usaha (W2T2)  
Dibutuhkan keahlian dan pengetahuan dalam melakukan pembukuan keuangan dan administrasi. Pelaksanaan usaha membutuhkan pembukuan keuangan dan administrasi yang baik agar rekam jejak dan biaya yang dilakukan selama usaha dapat diketahui oleh pelaku usaha. Dengan memiliki pembukuan pelaku usaha dapat menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya.

(1)

#### **4. KESIMPULAN**

1. Kangkung yang biasa hanya diolah menjadi lauk pauk seperti cah kangkung ternyata dapat diolah menjadi produk kangkung rendang dan kangkung arsik menjadi potensi produk oleh-oleh. Bunga telang yang memiliki manfaat yang baik untuk tubuh dan memiliki warna yang menarik. Pengolahan bunga telang menjadi sirup cukup diminati oleh pasar seperti kafe.
2. Kemasan menjadi salah satu daya tarik pembeli untuk membeli suatu produk. Kemasan produk yang sudah menak menjadi salah satu keunggulan. Warna yang menarik dan sudah bersertifikat MUI menjadi daya tarik sendiri untuk pembeli. Dengan desain kemasan yang menarik berpotensi untuk melakukan pemasaran yang lebih luas.
3. Dibutuhkan keahlian dan pengetahuan dalam melakukan pembukuan keuangan dan administrasi. Pelaksanaan usaha membutuhkan pembukuan keuangan dan administrasi yang baik agar rekam jejak dan biaya yang dilakukan selama usaha dapat diketahui oleh pelaku usaha. Dengan memiliki pembukuan pelaku usaha dapat menyusun strategi untuk mengembangkan usahanya.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Deli Sumatera yang telah memberikan kami tempat untuk menuangkan hasil penelitian kami dalam bentuk mempublisk jurnal penelitian pada Agrismart Universitas Deli Sumatera.

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Suryana. 2021. *Dinamika Kebijakan Harga Kangkung untuk meningkatkan k kebutuhan usaha kangkung* .Jurnal Pengembangan Inovasi Pertanian vol. 7 no. 4 tahun 2016 . Jakarta.
- Ariefianto, 2015. *Fluktuasi harga komoditas sayuran dan dampaknya terhadap inflasi di Provinsi Banten*. Jurnal Ekonomi Pertanian Sumberdaya dan Lingkungan vol. 1 no.2 tahun 2015. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.
- BPS. Badan Pusat Statistik Sumut 2019. Statistik Indonesia 2019.
- BPS. Badan Pusat Statistik Sumut 2019. Provinsi Sumatera Utara dalam Angka 2019.
- Djasmin Saladin, 2015. *Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pelanggan belanja di mini market*. Jurnal Pendidikan Ekonomi.vol.4 no.1 Desember 2015. Universitas Pendidikan Ganesha. Kabupaen Buleleng.
- Firdaus, 2018. *Analisis Akses Pangan di Provinsi Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara 2019.
- Gurjati, 2015. *Fluktuasi harga komoditas pangan dan dampaknya terhadap inflasi di Provinsi Banten*. Jurnal Ekonomi Pertanian Sumberdaya dan Lingkungan vol. 1 no.2 tahun 2015. Institut Pertanian Bogor. Jawa Barat.
- Harini, 2018. *Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pelanggan belanja di mini market*. Jurnal Pengembangan Inovasi Pertanian vol. 7 no. 4 tahun 2016 . Jakarta.
- Indrawati, 2017. *Jurnal Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian. Dinamika kebijakan harga gabah dan beras dalam mendukung ketahanan pangan nasional*. Institusi Pertanian Bogor. 2017.