

PROFIL KELOMPOK USAHA

Kabupaten Banyuasin

cifor-icraf.org | globallandscapesforum.org | resilient-landscapes.org

The Center for International Forestry Research (CIFOR) and World Agroforestry (ICRAF) envision a more equitable world where trees in all landscapes, from drylands to the humid tropics, enhance the environment and well-being for all. CIFOR and ICRAF are CGIAR Research Centers.



Land4Lives
#LahanUntukKehidupan



RL Resilient
Landscapes

Pengantar

Deskripsi Umum Land4Lives di Kabupaten Banyuasin

Land4Lives atau Lahan untuk Kehidupan adalah proyek kerjasama antara ICRAF dengan pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional (PPN)/Bappenas, dan Pemerintah Kanada melalui Global Affairs Canada (GAC). Proyek ini bertujuan untuk meningkatkan ketahanan pangan, pengelolaan bentang lahan yang peka gender, dan menguatnya penghidupan berketahanan iklim, khususnya untuk masyarakat kelompok rentan termasuk perempuan dan anak-anak perempuan melalui partisipasi aktif dalam pengambilan keputusan lingkungan dan komunitas. Kegiatan Land4Lives di tingkat desa tidak terbatas pada aspek pertanian cerdas iklim namun juga menjangkau aspek perbaikan rantai nilai komoditas dan akses ke pembiayaan inovatif yang dapat mendukung kegiatan budidaya agroforestri, termasuk dengan bermitra dengan para pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta.

Sekilas mengenai Paket Kerja 3 (Working Package 3 – WP3) ICRAF

Guna pencapaian output terkait pengembangan usaha berbasis agroforestri di tingkat desa, serangkaian kegiatan pelatihan peningkatan kapasitas dilakukan di 6 desa di Kabupaten Banyuasin, yakni:

- 1) Daya Murni, Ganesha Mukti, Jalur Mulya, Beringin Agung, Timbul Jaya (Kecamatan Muara Sugihan)
- 2) Desa Plaju (Kecamatan Rambutan).

Pelatihan yang diselenggarakan berupa: pengelolaan kelembagaan dan usaha termasuk mengenai perencanaan usaha, pemahaman mengenai pembiayaan inovatif, pencatatan keuangan sederhana hingga pelatihan penanganan paska panen dan pengolahan produk turunan. Untuk memastikan masing-masing kelompok usaha yang terbentuk memiliki pembagian peran yang jelas, fasilitasi terkait penyusunan AD/ART per kelompok usaha juga dilakukan sepanjang tahun 2024.

DAFTAR NAMA KELOMPOK USAHA DI KECAMATAN MUARA SUGIHAN DAN KECAMATAN RAMBUTAN, KABUPATEN BANYUASIN, PROVINSI SUMATERA UTARA

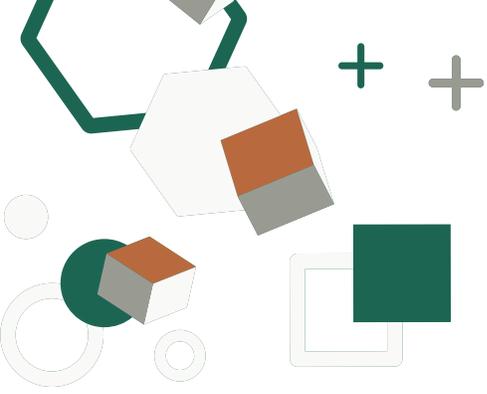
No	Nama Kecamatan	Nama Desa	Nama Kelompok Usaha	Jenis/Bidang Usaha	Dukungan yang masih dibutuhkan oleh kelompok usaha berbasis agroforestri di tingkat desa di Kabupaten Banyuasin
1	Muara Sugihan	Ganesha Mukti	KWT Srikandi	Bank Sayur (sayur sayuran segar) dan hasil olahan pertanian (kripik talas, kripik pisang dan kripik ubi)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan dan perlengkapan pendukung untuk produksi aneka kripik (seperti misalnya: alat pengiris ubi/talas/pisang, peniris minyak, timbangan digital, blender, desain kemasan dan label produk, sealer kemasan, kontainer dan rak penyimpanan sementara). 2. P-IRT dan label halal untuk aneka olahan kripik. 3. Penambahan modal usaha. 4. Fasilitasi akses pasar yang dapat membantu kelompok usaha masuk ke pasar modern, toko ritel dan e-commerce. 5. Promosi produk lokal melalui pameran UMKM, festival, atau acara daerah. 6. Pelatihan tambahan mengenai teknik pengolahan yang higienis dan inovasi produk. 7. Bantuan benih unggul untuk komoditas sayur segar.
2			Karya Tani	Arang sekam, asap cair dan pupuk organik (Kompos)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin pencacah hijauan untuk pupuk organik. 2. Drum/tungku pembakaran, penutup drum atau tungku, sekop, cangkul, saringan atau ayakan, sarung tangan tahan panas, masker atau respirator, dan wadah penampung arang untuk pembuatan arang sekam. 3. Drum/tungku pembakaran, penutup drum atau tungku, sekop, cangkul, saringan atau ayakan, sarung tangan tahan panas, masker atau

					<p>respirator, kondesor, tabung penampung uap dan wadah penampung asap cair, pompa air atau wadah pendingin, dan pipa pendingin untuk pembuatan asap cair.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Uji laboratorium untuk produk pupuk organik, arang sekam dan asap cair. 5. Pengurusan izin edar untuk produk pupuk. 6. Jalinan kemitraan dalam hal pemasaran. 7. Penambahan modal usaha.
3			Harapan Muda	Pupuk Organik Padat dan Cair	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. 2. Uji laboratorium. 3. Pengurusan izin edar. 4. Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. 5. Penambahan modal usaha.
4		Timbul Jaya	Tani Wijaya	Pembibitan durian, alpukat, kelengkeng dan Pupuk Organik Padat dan Cair	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk usaha pembibitan: <ul style="list-style-type: none"> - Penyediaan fasilitas penyiraman dan perawatan - Pembangunan rumah kaca sederhana - Fasilitasi sertifikasi bibit/benih - Bimbingan dalam pemenuhan standar kualitas. - Penyediaan bibit unggul. - Dukungan dalam hal pemasaran bibit. 2. Untuk usaha pembuatan pupuk organik padat dan cair: <ul style="list-style-type: none"> - Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. - Uji laboratorium. - Pengurusan izin edar. - Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. - Penambahan modal usaha.

5	Jalur Mulya	Jalur Mulya Blok C	Pupuk Organik Padat dan Cair	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. 2. Uji laboratorium. 3. Pengurusan izin edar. 4. Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. 5. Penambahan modal usaha.
6	Beringin Agung	Beringin Agung 1 Blok D	Pupuk Organik Padat dan Cair	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. 2. Uji laboratorium. 3. Pengurusan izin edar. 4. Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. 5. Penambahan modal usaha.
7		Beringin Agung 2 Blok E	Pupuk Organik Cair	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. 2. Uji laboratorium. 3. Pengurusan izin edar. 4. Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. 5. Penambahan modal usaha.
8	Daya Murni	Daya Murni Bersatu	Pembibitan Alpukat dan Durian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan fasilitas penyiraman dan perawatan 2. Pembangunan rumah kaca sederhana 3. Fasilitasi sertifikasi bibit/benih 4. Bimbingan dalam pemenuhan standar kualitas. 5. Penyediaan bibit unggul. 6. Dukungan dalam hal pemasaran bibit.
9		UP2K PKK	Minyak goreng kelapa dan kripik talas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Untuk usaha minyak goreng kelapa: <ul style="list-style-type: none"> - Alat pembelah kelapa - Mesin pamarut dan penggiling kelapa - Mesin ekstraktor minyak (press minyak) - Penampung dan penyaring minyak - Tangki penyimpanan

					<ul style="list-style-type: none"> - Kemasan seperti botol atau jirigen. <p>2. Untuk usaha keripik talas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peralatan dan perlengkapan pendukung produksi aneka keripik (seperti misalnya: alat pengiris talas, peniris minyak, timbangan digital, blender, desain kemasan dan label produk, sealer kemasan, kontainer dan rak penyimpanan. - P-IRT dan halal untuk aneka olahan keripik - Penambahan modal usaha. - Fasilitasi akses pasar yang dapat membantu kelompok usaha masuk ke pasar modern, toko ritel dan e-commerce. - Pelatihan tambahan mengenai teknik pengolahan yang higienis dan inovasi produk. - Penambahan modal usaha.
10	Rambutan	Plaju	Pengen Maju	Sayur sayuran, pupuk organik padat dan cair	<p>1. Benih berkualitas untuk sayur.</p> <p>2. Untuk pengolahan pupuk organik:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik. - Uji laboratorium. - Pengurusan izin edar. - Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran. - Penambahan modal usaha.
11			Mundur Kena Maju Kena	Pembibitan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyediaan fasilitas penyiraman dan perawatan 2. Pembangunan rumah kaca sederhana 3. Fasilitasi sertifikasi bibit/benih 4. Bimbingan dalam pemenuhan standar kualitas. 5. Penyediaan bibit unggul. 6. Dukungan dalam hal pemasaran bibit.

12			Mudah Sepakat	Pemasaran Karet	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tikar atau alas pengeringan. 2. Rak pengering. 3. Alat ukur kadar air
13			Bunga Plaju	Keripik Bayam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan dan perlengkapan pendukung produksi keripik bayam (peniris minyak, timbangan digital, blender, desain kemasan dan label produk, sealer kemasan, kontainer dan rak penyimpanan sementara.) 2. P-IRT dan halal untuk olahan keripik bayam. 3. Penambahan modal usaha. 4. Fasilitasi akses pasar yang dapat membantu kelompok usaha masuk ke pasar modern, toko ritel dan e-commerce. 5. Promosi produk lokal melalui pameran UMKM, festival, atau acara daerah. 6. Pelatihan tambahan mengenai teknik pengolahan yang higienis dan inovasi produk.

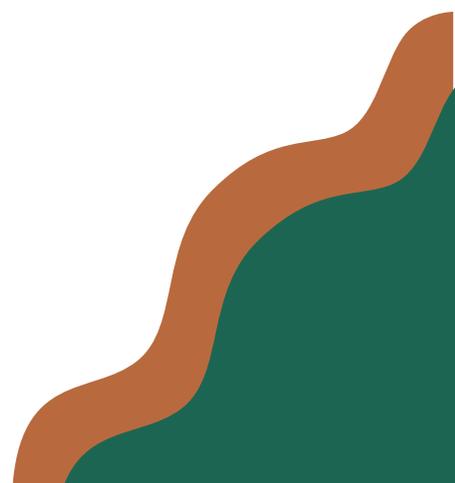


PROFIL USAHA

KWT SRIKANDI **Bank Sayur “Citra Pangan Lestari”** **dan “Nyanding Keripik”**

Disusun Oleh
Pengurus dan Anggota

Dusun II, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan,
Kabupaten Banyuasin | No Telepon (+62) 822 7804 8632



Latar Belakang Kelompok Usaha

Data Kelompok Usaha

Nama Kelompok Usaha	: Kelompok Wanita Tani (KWT Srikandi)
Alamat	: Dusun II, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan, Kabupaten Banyuasin
Bidang Usaha	
a) Jenis Usaha	: Bank Sayur (Citra Pangan Lestari) dan hasil olahan pertanian (Nyanding Keripik)
b) Produk	: Sayuran, Keripik Talas, Keripik Pisang, Keripik Ubi
Jumlah Anggota dan Perizinan	
a) Jumlah Anggota	: 38 Orang
b) Perizinan	: Terdaftar pada Badan Penyuluhan dan Pengembangan SDM Pertanian dengan ID Poktan 716783
c) No telepon	: (+62) 822 7804 8632

Biodata Pengurus

Nama	: Siti Sari
Jabatan	: Ketua Kelompok
Alamat	: Dusun II, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan, Kab, Banyuasin
No Telpon	: (+62) 822 7804 8632



Bagan 1. Struktur organisasi KWT Srikandi

PROFIL PRODUK

Produk yang Dihasilkan

Bank sayur adalah konsep yang mirip dengan bank pangan atau bank pertanian, namun khusus untuk pengelolaan dan distribusi sayuran. Bank Sayur menerima hasil pertanian berupa sayur-sayuran dari setiap anggota kelompok yang sebagian besar adalah Perempuan dengan pembayaran langsung atau penyimpanan berkala yang nantinya menjadi tabungan bagi setiap anggota kelompok.

Secara umum, bank sayur bertujuan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mendistribusikan sayuran yang masih segar kepada pihak-pihak yang membutuhkan, terutama di daerah yang sulit mendapatkan akses sayuran segar atau pada saat terjadi kelangkaan pasokan sayuran.

Bank sayur juga menjadi wadah penambahan nilai ekonomi komoditas umbi dan buah segar dengan pengolahan menjadi aneka olahan keripik.



Gambar 1. Keripik talas dan keripik pisang

Keunggulan Produk

Sayur-sayuran: segar dan sehat, dihasilkan dari system budidaya yang ramah lingkungan, mengedepankan system organik, *no-burn land clearing*. Keripik dengan merek “Nyanding Keripik”, mengedepankan unsur sehat & higienitas dalam pengolahannya, dihasilkan dari tanaman lokal berkualitas dan aman bagi kesehatan karena dengan mengedepankan sistem ramah lingkungan

Skema wanatani diterapkan dalam pemenuhan kebutuhan bahan baku, dengan memanfaatkan secara optimal lahan pekarangan dan kebun dengan sistem tanam sela.

Sayuran, talas, pisang, ubi dan tanaman lainnya mengedepankan unsur ramah lingkungan dengan praktek-praktek semi organik. Setiap anggota telah diajarkan bagaimana membuat pupuk organik, pertanian cerdas iklim dan pembukaan lahan tanpa bakar.

Analisa Pasar

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk produk sayur segar dengan perlakuan organik:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Perempuan khususnya Ibu rumah tangga, atau individu yang mengedepankan hidup sehat dan peduli terhadap isu lingkungan.	Semuanya mengkonsumsi sayur segar, namun pembagian peran gender masyarakat di Indonesia terkait pemilihan sumber pangan keluarga masih diserahkan kepada perempuan atau ibu rumah tangga. Individu yang peduli terhadap kesehatan dan juga lingkungan akan mencari produk pangan yang aman.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Semua tingkatan usia.	Semua usia membutuhkan asupan sayur untuk pemenuhan
	b. Remaja		
	c. Dewasa		

	d. Lansia		kebutuhan serat dalam konsumsi sehari-hari.
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan.	Harga cukup terjangkau, terutama bila dibandingkan dengan harga sayuran dengan perlakuan organik pada umumnya.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Prioritas di dalam dan sekitar desa.	Sayur tidak tahan lama sehingga lokasi distribusi yang terlalu jauh dapat mengurangi kesegaran sayur.
	b. Pedesaan		

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk produk keripik dengan merek “Nyanding Keripik”:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Semua jenis kelamin.	Preferensi untuk mengkonsumsi keripik tidak bergantung pada jenis kelamin tertentu.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Usia remaja dan dewasa muda.	Keripik kurang tepat untuk balita atau lansia karena beberapa alasan terkait dengan kesehatan dan kebutuhan gizi pada kedua kelompok usia tersebut.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan.	Harga cukup terjangkau sehingga dapat dibeli oleh berbagai tingkatan pendapatan.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Perkotaan maupun pedesaan	Keripik adalah cemilan yang sangat familiar ditemukan baik di perkotaan maupun pedesaan.
	b. Pedesaan		

Strategi Pemasaran Ke Depan

Adapun strategi pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar dan dikenal oleh masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Untuk produk sayuran segar:
 - a. Fokus pada keunggulan kualitas dan aspek kesehatan: edukasi konsumen, testimoni pembeli.
 - b. Pemanfaatan pemasaran digital.
 - c. Pengembangan merek dan branding yang kuat: ramah lingkungan, sehat, berkelanjutan.
 - d. Kerjasama dengan pengecer sayur.
 - e. Pengembangan pasar lokal.
2. Untuk produk olahan keripik:
 - a. Inovasi produk dengan penciptaan varian rasa.
 - b. Penggunaan bahan baku pilihan dengan kualitas baik.
 - c. Kemasan yang menarik dan fungsional.
 - d. Penggunaan media sosial dan pemasaran digital.
 - e. Bekerjasama dengan pengecer dan distributor.
 - f. Promosi dan penawaran khusus

Saluran Distribusi

1. Untuk produk sayur segar:
 - a. Penjualan langsung ke pembeli langsung baik di dalam desa atau sekitar desa.
 - b. Distribusi langsung ke pasar tradisional atau pedagang perantara lainnya.
 - c. Distribusi ke tempat/warung makan.
 - d. Distribusi melalui kelompok tani, koperasi atau BUMDESA yang ada di desa dan sekitar desa.
2. Untuk produk aneka keripik:
 - a. Penjualan langsung ke pembeli.
 - b. Penjualan melalui toko online atau media sosial.
 - c. Distribusi melalui pengecer termasuk toko oleh-oleh.
 - d. Distribusi pada saat pameran.

Kapasitas Produksi



Gambar 2. Kebun sayur dan mesin produksi untuk produk olahan keripik serta lokasi dari bank sayur.

Sayuran

- Kangkung : (50 ikat/minggu; 1 ikat = 3 ons; 1 ikat/Rp1.500)
- Sawi & Caisim : (75 ikat/bulan; 1 ikat = 500 gr; 1 ikat/Rp4.000)
- Cabai : (2 kg/Minggu; Rp20.000/kg)
- Kenikir : (6 ikat/Minggu; 1 ikat = Rp1.500)
- Sawi Pakcoy : (30 ikat/bulan; 1 ikat = 500 gr; Rp.4000/ikat)
- Gambas/Oyong : (8 kg/3 hari; Rp.8000/kg)
- Terong : (3 kg/Minggu; Rp.8000/kg)
- Daun Ubi : (20 ikat/15 hari; 500 gr/Rp1.500/ikat)

Nyanding Keripik

- Keripik Talas : 8 kg keripik/14 hari; Rp70.000/Kg; Rp18.000/pcs (1/4 kg)
- Keripik Pisang : 8 kg keripik/14 hari; Rp120.000/kg; Rp30.000/200 gr (harga cukup mahal karena ada penambahan pengeluaran untuk pembelian coklat/perasa).
- Keripik Ubi : 8 kg keripik/14 hari; Rp70.000/Kg; Rp18.000/pcs (1/4 kg)
- Keripik Bayam : 8 kg keripik/14 hari; Rp70.000/Kg; Rp18.000/pcs (1/4 kg)

Rencana Pengembangan Usaha

Bisnis Model Canvas

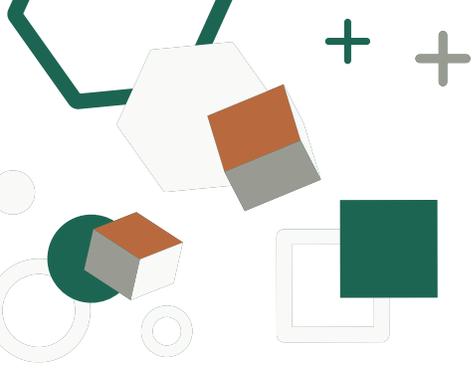
Mitra Utama	Kegiatan Utama	Proposisi Nilai	Hubungan dengan Pelanggan	Segmen Pelanggan
1) bank 2) koperasi 3) bumdes 4) gapoktan 5) kios 6) tengkulak 7) pengepul	1) pembelian bibit 2) pembersihan lahan 3) pengolahan lahan 4) gotong royong melakukan penanaman 5) perawatan tanaman 6) memanen 7) marketing/pemasaran	1) menggunakan pupuk organik 2) harga terjangkau 3) kualitas terjamin 4) bebas pestisida	1) menjaga kualitas selalu baik 2) memberi harga promo 3) memberi free ongkir sesuai jarak	Semua kalangan usia, Perempuan dan Laki-laki, Pedesaan dan Perkotaan dan dari berbagai tingkatan pendapatan
	Sumber Daya Utama		Saluran	
	1) bibit 2) pupuk 3) peralatan 4) pengurus usaha 5) alat packing 6) marketing/pemasaran 7) tempat penyimpanan sementara hasil panen		1) Pedagang keliling 2) Media Sosial (Wa, Fb, dll) 3) Marketplace 4) Karyawan Perusahaan 5) Pasar Tradisional & Modern 6) retail/toko oleh-oleh 7) Hotel dan Restoran 8) Rumah sakit	
Struktur Biaya		Aliran Pendapatan		
1) biaya pembelian bibit 2) biaya penanaman 3) pembelian alat produksi dan Packaging 4) pembuatan tempat penyimpanan sementara 5) konsumsi 6)Transportasi		1) penjualan sayuran 2) Penjualan Keripik 3)insentif seminar		

Hal yang dibutuhkan dalam Pengembangan Usaha

1. Peralatan dan perlengkapan pendukung untuk produksi aneka keripik (seperti misalnya: alat pengiris ubi/talas/pisang, peniris minyak, timbangan digital, blender, desain kemasan dan label produk, sealer kemasan, kontainer dan rak penyimpanan sementara).
2. P-IRT dan label halal untuk aneka olahan keripik.
3. Penambahan modal usaha.
4. Fasilitasi akses pasar yang dapat membantu kelompok usaha masuk ke pasar modern, toko ritel dan e-commerce.
5. Promosi produk lokal melalui pameran UMKM, festival, atau acara daerah.
6. Pelatihan tambahan mengenai teknik pengolahan yang higienis dan inovasi produk.
7. Bantuan benih unggul untuk komoditas sayur segar.

Dokumentasi





PROFIL USAHA

KARYA TANI

Arang Sekam, Asap Cair dan Pupuk Organik

Disusun Oleh
Pengurus dan Anggota

Dusun I, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan,
Kabupaten Banyuasin

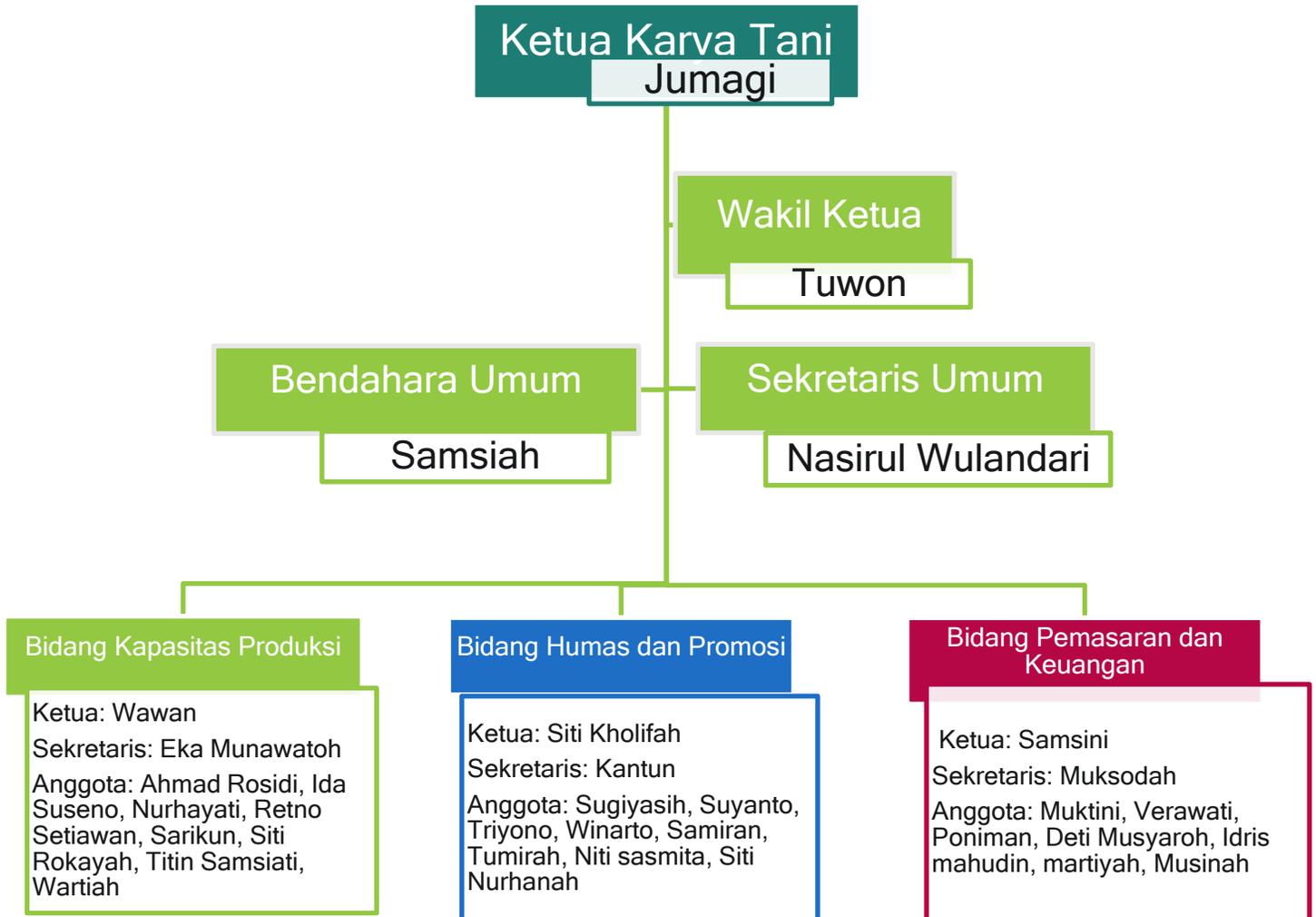
Latar Belakang Kelompok Usaha

Data Kelompok Usaha

Nama Kelompok Usaha	: Karya Tani
Alamat	: Dusun I, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan, Kabupaten Banyuasin
Produk Usaha	: Arang sekam, asap cair dan pupuk organik (Kompos)
Jumlah Anggota dan Perizinan	
a) Jumlah Anggota	: 45 Orang
b) Perizinan	: <i>on process</i>
c) No telepon	: (+62) 821 8035 7671/Jumagi (+62) 822 7853 1538/Tuwon

Biodata Pengurus

Nama	: Jumagi
Jabatan	: Ketua Kelompok
Alamat	: Dusun I, Desa Ganesha Mukti, Kecamatan Muara Sugihan, Kab, Banyuasin
No Telpon	: (+62) 821 8035 7671



Bagan 2. struktur organisasi kelompok usaha Karya Tani

PROFIL PRODUK

Produk yang Dihasilkan

Kelompok Karya Tani menghasilkan imput pertanian, berupa aneka pupuk, yang ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan agroekosistem melalui inovasi dan pemanfaatan limbah organik.

Arang sekam diperoleh dari proses pembakaran limbah sekam padi, dalam proses pembuatan arang sekam juga dapat menghasilkan produk lainnya, yakni asap cair. Asap cair merupakan hasil kondensasi asap dari pembakaran sekam padi. Kedua produk ini diproduksi menggunakan metode ramah lingkungan sehingga terbebas dari residu kimia berbahaya.



Gambar 3. Pupuk organik,, asap cair dan sekam bakar

Pupuk organik yang diproduksi memanfaatkan limbah pertanian, kotoran hewan (kohe), dan bahan campuran lainnya. Proses produksi menambahkan mikroorganisme efektif (EM) untuk mempercepat proses fermentasi.

Keunggulan Produk

Produk yang dihasilkan seperti arang sekam, asap cair dan pupuk organik memanfaatkan limbah dan mengubahnya menjadi solusi kegiatan budidaya pertanian yang berkelanjutan. Produk ini juga membantu mengurangi ketergantungan petani pada penggunaan bahan kimia sintetis. Arang sekam dapat digunakan sebagai media tanam, mempermudah penyerapan nutrisi dan dapat digunakan sebagai bahan campuran kompos untuk mempercepat proses dekomposisi. Asap cair bermanfaat sebagai pestisida alami, disinfektan organik dan pengawet alami, sedangkan pupuk organik dapat memperbaiki kesuburan tanah, mendukung pertumbuhan tanaman serta ramah lingkungan.

Analisa Pasar

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk produk pupuk organik

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Laki-Laki & Perempuan	Tidak menasar jenis kelamin tertentu karena petani atau pekebun tidak ditentukan oleh jenis kelamin tertentu.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Dewasa dan Manula	Pembeli pupuk organik cenderung berasal dari kalangan usia dewasa dan lansia karena beberapa alasan yang berkaitan dengan kebutuhan, minat, dan kemampuan untuk mengelola pertanian atau kebun.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan	Harga cukup terjangkau sehingga dapat dibeli oleh pembeli dengan berbagai tingkatan pendapatan.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Pedesaan dan Perkotaan	Arang sekam, asap cair dan pupuk organik sangat dibutuhkan oleh petani yang mayoritas berada di kawasan pedesaan. Tetapi tidak tertutup kemungkinan, kalangan penghobi tanaman hias atau usaha pertamanan yang ada di wilayah perkotaan.
	b. Pedesaan		

Strategi Pemasaran Ke Depan

Adapun strategi pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar dan dikenal oleh masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Identifikasi pasar sasaran: pupuk organik umumnya ditujukan untuk:
 - a. Petani kecil dan besar yang membutuhkan pupuk ramah lingkungan untuk pertanian mereka.
 - b. Kebun organik yang fokus pada pertanian bebas bahan kimia.
 - c. Konsumen perorangan yang memiliki kebun atau taman rumah dan menginginkan produk yang ramah lingkungan.
 - d. Industri pertanian organik yang memerlukan pasokan pupuk dalam jumlah besar.
2. Edukasi pasar mengenai manfaat pupuk organik.
3. Pengembangan merek dan branding: fokus pada berkelanjutan dan kualitas.
4. Pemanfaatan digital marketing.
5. Kerjasama dengan distributor atau pengecer pupuk.
6. Penyuluhan dan demonstrasi lapangan mengenai pupuk organik.
7. Pemberian insentif atau promosi.
8. Membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga terkait.

Saluran Distribusi

Beberapa saluran distribusi yang dimungkinkan setelah pupuk organik memiliki hasil uji laboratorium yang sesuai dengan kebutuhan unsur hara tanaman serta memiliki izin edar:

1. Distribusi langsung ke pembeli individu.
2. Distribusi ke pembeli korporasi.
3. Distribusi melalui pedagang perantara atau toko input pertanian.
4. Distribusi melalui BUMDESA, kelompok tani atau koperasi di desa.

Kapasitas Produksi



Gambar 2. Rumah produksi, limbah sekam padi dan alat produksi

Pupuk Organik dapat diproduksi maksimal 5 kwintal untuk satu titik lokasi produksi saat ini, kapasitas berbanding senilai dengan banyaknya titik Lokasi yang pada setiap anggota. **Asap cair** dapat diproduksi sebanyak 8 liter untuk per bulan per satu titik Lokasi. Sedangkan **sekam bakar**, dapat diproduksi sebanyak 15-25 karung.

Rencana Pengembangan Usaha

Bisnis Model Canvas

Mitra Utama	Kegiatan Utama	Proposisi Nilai	Hubungan dengan Pelanggan	Segmen Pelanggan
1) pemdes 2) bumdes 3) gapoktan 4) kios pertanian 5) ICRAF 6) lembaga perbankan 7) BPP Pertanian kecamatan	1) persiapan lahan 2) peralatan 3) bahan-bahan 4) produksi 5) pengemasan 6) penyimpanan 7) penjualan	1) ramah lingkungan 2) harga terjangkau 3) hasil teruji 4) menjaga kestabilan pH Tanah 5) tahan terhadap hama dan penyakit	1) melakukan promosi 2) mempertahankan kualitas 3) diskon produk 4) memberikan edukasi 5) melayani pelanggan dengan baik	1) petani tanaman pangan 2) petani kebun 3) petani palawija 4) kios petani
	Sumber Daya Utama		Saluran	
	1) anggota kelompok 2) lahan 3) alat produksi 4) bahan yang tercukupi 5) pasar para petani di desa dst		1) media sosial 2) kios pertanian 3) banner 4) bumdes 5) gapoktan	
Struktur Biaya		Aliran Pendapatan		
1) persiapan lahan 2) alat dan bahan baku 3) transportasi 4) tenaga kerja 5) rumah produksi 6) promosi dan kemasan		1) penjualan 2) kas kelompok		

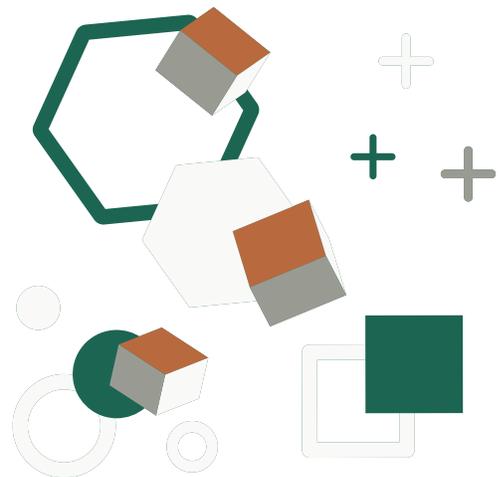
Hal yang dibutuhkan dalam Pengembangan Usaha

1. Mesin pencacah hijauan untuk pupuk organik.
2. Drum/tungku pembakaran, penutup drum atau tungku, sekop, cangkul, saringan atau ayakan, sarung tangan tahan panas, masker atau respirator, dan wadah penampung arang untuk pembuatan arang sekam.
3. Drum/tungku pembakaran, penutup drum atau tungku, sekop, cangkul, saringan atau ayakan, sarung tangan tahan panas, masker atau respirator, kondensor, tabung penampung uap dan wadah penampung asap cair, pompa air atau wadah pendingin, dan pipa pendingin untuk pembuatan asap cair.

4. Uji laboratorium untuk produk pupuk organik, arang sekam dan asap cair.
5. Pengurusan izin edar untuk produk pupuk.
6. Jalinan kemitraan dalam hal pemasaran.
7. Penambahan modal usaha.

Dokumentasi





PROFIL USAHA

TANI WIJAYA

**Pembibitan durian, alpukat, kelengkeng
dan Pupuk Organik Padat dan Cair**

Disusun Oleh
Pengurus dan Anggota

Desa Timbul Jaya, Kecamatan Muara Sugihan,
Kabupaten Banyuasin

Latar Belakang Kelompok Usaha

Data Kelompok Usaha

Nama Kelompok Usaha : Tani Wijaya
Alamat : Desa Timbul Jaya, Kecamatan Muara Sugihan, Kabupaten Banyuasin
Bidang Usaha : Pembibitan durian, alpukat, kelengkeng dan Pupuk Organik Padat dan Cair

Jumlah Anggota dan Perizinan

a) Jumlah Anggota : 37 Orang
b) Perizinan : -
c) No telepon : (+62) 82306799788

Biodata Pengurus

Nama : Muhammad Rusliadai
Jabatan : Ketua Kelompok
Alamat : Desa Timbul Jaya, Kecamatan, Muara Sugihan, Kab, Banyuasin
No Telpon : (+62) 822 7804 8632



Bagan 3. struktur organisasi kelompok usaha Tani Wijaya

PROFIL PRODUK

Produk yang Dihasilkan:

1. Produk pembibitan buah seperti durian, alpukat dan kelengkeng merupakan hasil dari pendampingan perbanyakan vegetatif dengan skema pertanian cerdas iklim.
2. Pupuk organik padat dan cair yang diproduksi memanfaatkan dari limbah dan bahan-bahan lainnya yang mudah didapatkan disekitar desa.



Gambar 4. pupuk organik

Keunggulan Produk

Bibit buah-buahan yang dihasilkan berasal dari entres yang berkualitas serta proses perbanyakan vegetatif dilakukan dengan hati-hati dan terstandarisasi. Selain itu, media tanam yang digunakan pada pembibitan menggunakan pupuk organik dan bibit yang dijual siap tanam dengan rata-rata waktu berbuah lebih singkat. Pupuk organik padat dan cair dipasarkan dengan harga yang cukup terjangkau dan dapat membantu meningkatkan kesuburan tanah sehingga berperan dalam menjaga bentang lahan tetap lestari.

Analisa Pasar

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk bibit buah-buahan:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Laki-Laki dan perempuan	Tidak terdapat preferensi khusus terkait gender untuk peminat bibit buah-buahan.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Remaja, dewasa dan lansia	Bibit buah-buahan yang berkualitas memiliki pasar yang luas karena dapat memenuhi kebutuhan berbagai kelompok usia: usia remaja (untuk kepentingan pembelajaran), dewasa dan lansia (petani, pemilik usaha pertanian, kalangan penghobi tanaman).
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan	Bibit berkualitas dengan harga terjangkau memastikan aksesibilitas bagi semua kalangan, mulai dari petani besar hingga penghobi kecil, sekaligus mendorong pertumbuhan sektor pertanian dan kemandirian pangan masyarakat.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Pedesaan dan perkotaan	Bibit buah dapat dipasarkan di wilayah pedesaan karena kebutuhan akan pertanian skala besar dan dukungan dari program pemerintah, sementara di wilayah perkotaan, bibit buah diminati untuk mendukung hobi berkebun, urban farming, dan gaya hidup sehat. Fleksibilitas bibit buah untuk berbagai kondisi lahan dan kebutuhan membuatnya relevan untuk pasar pedesaan maupun perkotaan.
	b. Pedesaan		

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk pupuk organik:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Laki-Laki & Perempuan	Tidak menysasar jenis kelamin tertentu karena petani atau pekebun tidak ditentukan oleh jenis kelamin tertentu.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Dewasa dan Lansia	Pembeli pupuk organik cenderung berasal dari kalangan usia dewasa dan lansia karena beberapa alasan yang berkaitan dengan kebutuhan, minat, dan kemampuan untuk mengelola pertanian atau kebun.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan	Harga cukup terjangkau sehingga dapat dibeli oleh pembeli dengan berbagai tingkatan pendapatan.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Pedesaan dan perkotaan	Arang sekam, asap cair dan pupuk organik sangat dibutuhkan oleh petani yang mayoritas berada di kawasan pedesaan. Tetapi tidak tertutup kemungkinan, kalangan penghobi tanaman hias atau usaha pertamanan yang ada di wilayah perkotaan.
	b. Pedesaan		

Strategi Pemasaran Ke Depan

Adapun strategi pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar dan dikenal oleh Masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Bibit buah-buahan unggul yang tersertifikasi:
 - a. Fokus pada branding sebagai bibit unggul dan melakukan edukasi pasar.
 - b. Diversifikasi pasar untuk segmen pasar perkotaan (penghobi tanaman dan pertanian perkotaan), segmen pasar pedesaan (petani komersial), serta sekolah dan lembaga pendidikan sebagai sarana pembejaraan atau program pelatihan agribisnis.

- c. Optimalisasi saluran distribusi seperti marketplace dan media sosial, kemitraan dengan toko pertanian, distribusi melalui kelompok tani/koperasi desa/BUMDESA.
- d. Penawaran dan promosi seperti paket bundling dengan pupuk organik, diskon dan harga grosir serta garansi bibit.
- e. Kolaborasi dan kemitraan dengan pemerintah, NGO dan komunitas, petani percontohan.
- f. Partisipasi dalam pameran.
- g. Penggunaan teknologi digital untuk pemesanan bibit dan panduan perawatan serta penyediaan layanan konsultasi online.

2. Pupuk organik:

- a. Identifikasi pasar sasaran: Pupuk organik umumnya ditujukan untuk:
 - Petani kecil dan besar yang membutuhkan pupuk ramah lingkungan untuk pertanian mereka.
 - Kebun organik yang fokus pada pertanian bebas bahan kimia.
 - Konsumen perorangan yang memiliki kebun atau taman rumah dan menginginkan produk yang ramah lingkungan.
 - Industri pertanian organik yang memerlukan pasokan pupuk dalam jumlah besar.
- b. Edukasi pasar mengenai manfaat pupuk organik.
- c. Pengembangan merek dan branding: fokus pada berkelanjutan dan kualitas.
- d. Pemanfaatan digital marketing.
- e. Kerjasama dengan distributor atau pengecer pupuk.
- f. Penyuluhan dan demonstrasi lapangan mengenai pupuk organik.
- g. Pemberian insentif atau promosi.
- h. Membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga terkait.

Saluran Distribusi:

1. Untuk bibit unggul buah-buahan tersertifikasi:
 - a. Penjualan langsung ke pembeli
 - b. Distribusi melalui kios/toko pertanian dan outlet resmi produsen bibit.
 - c. Kemitraan dengan koperasi/keompok tani, pemerintah dan NGO, sekolah.
 - d. Penjualan melalui even pameran.
 - e. Bekerjasama dengan perusahaan swasta yang menjalankan program CSR.
 - f. Penjualan langsung ke komunitas pertanian di wilayah perkotaan (urban farming).
 - g. saluran modern seperti e-commerce dan media sosial, dapat membantu menjangkau berbagai segmen pasar secara efektif.

2. Untuk pupuk organik:

Beberapa saluran distribusi yang dimungkinkan setelah pupuk organik memiliki hasil uji laboratorium yang sesuai dengan kebutuhan unsur hara tanaman serta memiliki izin edar:

 - a. Distribusi langsung ke pembeli individu.
 - b. Distribusi ke pembeli korporasi.
 - c. Distribusi melalui pedagang perantara atau toko input pertanian.
 - d. Distribusi melalui BUMDESA, kelompok tani atau koperasi di desa.

Kapasitas produksi

Pembibitan

Kapasitas produksi bibit saat ini 500 batang/bulan.

Pupuk Organik

Kapasitas produksi untuk pupuk organik per bulan yakni 100kg untuk 1 rumah produksi. Lokasi rumah produksi saat ini ada 2 titik Lokasi dan dapat memproduksi 300kg/bulan. Kapasitas produksi pupuk organik cair yakni 60 liter/bulan.

Rencana Pengembangan Usaha

Bisnis Model Canvas

Mitra Utama	Kegiatan Utama	Proposisi Nilai	Hubungan dengan Pelanggan	Segmen Pelanggan
Pembibitan: 1) bumdes 2) Koperasi 3) Dana KUR 4) ICRAF 5) anggota kelompok 6) toko pertanian 7) pemerintah desa. Pupuk Organik: 1) Bumdes 2) Koperasi 3) Peternak 4) pemerintah desa 5) ICRAF	Pembibitan: 1) persiapan lahan 2) pembuatan bibit unggul 3) pengisian polybag 4) penyemaian benih 5) pemasaran 6) Promosi. Pupuk organik: 1) pengadaan bahan-bahan 2) pengolahan produk 3) pengawasan produksi 4) pengemasan 5) pemasaran Sumber Daya Utama Pembibitan: 1) lahan 2) polybag 3) benih/bibit 4) pupuk organik 5) Gembor 6) selang penyiraman 7) cangkul 8) paranet 9) tempat pembibitan. Pupuk organik: 1) tempat usaha 2) bahan baku 3) alat produksi 4) tempat penyimpanan 5) packaging	Pembibitan: Durian 1) buah super 2) buahnya banyak 3) pasa penjualan mudah 4) tumbuh lebih cepat. Alpukat 1) bibit unggul 2) Pembuahan cepat 3) Daunnya lebat 4) bijinya kecil. Pupuk Organik Padat: 1) mudah digunakan 2) tidak berbau 3) ramah lingkungan 4) murah 5) mudah dibawa. Pupuk Organik Cair: 1) tidak berbau 2) mudah digunakan 3) bisa dicampur dengan pestisida/bahan lainnya 4) murah meriah 5) tersedia berbagai macam kemasan/ukuran 6) ramah lingkungan 7) harga lebih terjangkau 8) aman digunakan	Pembibitan: 1) menjalin hubungan baik 2) potongan harga 3) kualitas terjamin 4) pelayanan yang ramah 5) bisa COD 6) free ongkir 7) penjualan di media sosial 8) murah meriah. Pupuk Organik: 1) potongan harga 2) kualitas terjamin 3) penjualan online 4) ramah pelanggan Saluran Pembibitan: 1) kelompok tani 2) petani 3) kios 4) toko bibit 5) jual langsung 6) pemerintah 7) media sosial. Pupuk Organik: 1) kios 2) pabrik penggilingan padi 3) petani tambak 4) kelompok tani 4) langsung 5) distributor pertanian 6) tempat pembibitan	Pembibitan: 1) Petani 2) Kios Pertanian 3) Tetangga. Pupuk Organik: 1) petani 2) pekebun 3) pecinta tanaman 4) petani tambak 5) koperasi 6) kelompok tani
Struktur Biaya Pembibitan: 1) biaya persiapan lahan 2) biaya peralatan 3) biaya pembibitan 4) biaya pemasaran dan lain-lain. Pupuk Organik: 1) biaya persiapan bahan baku 2) produksi 3) tenaga kerja 4) pemasaran 5) perizinan 6) pajak 7) biaya tak terduga		Aliran Pendapatan Pembibitan: 1) Penjualan bibit 2) penjualan entres 3) pelatihan. Pupuk Organik: 1) penjualan kompos 2) penjualan pupuk cair 3) penjualan kotoran ternak 4) hasil konten kreator		

Hal yang dibutuhkan dalam Pengembangan Usaha

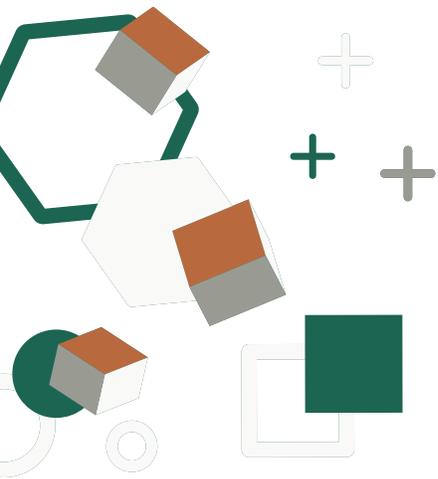
1. Untuk usaha pembibitan:

- Penyediaan fasilitas penyiraman dan perawatan
- Pembangunan rumah kaca sederhana
- Fasilitasi sertifikasi bibit/benih
- Bimbingan dalam pemenuhan standar kualitas.
- Penyediaan bibit unggul.
- Dukungan dalam hal pemasaran bibit.

2. Untuk usaha pembuatan pupuk organik padat dan cair:
- Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik.
 - Uji laboratorium.
 - Pengurusan izin edar.
 - Jalinan kemitraan terutama dalam hal pemasaran.

Dokumentasi





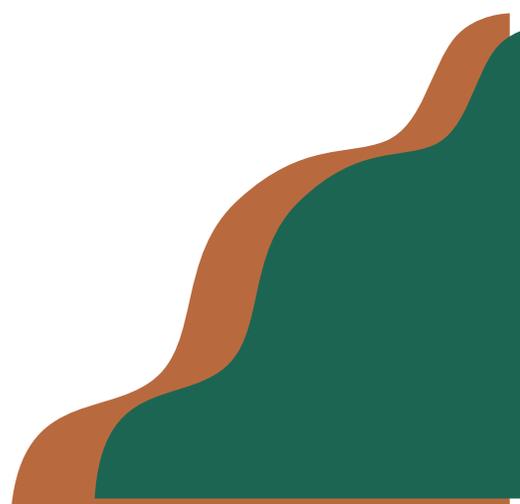
PROFIL USAHA

PENGEN MAJU

Sayur sayuran,
pupuk organik padat dan cair

Disusun Oleh
Pengurus dan Anggota

Desa Plaju, Kecamatan Rambutan
Kabupaten Banyuasin



Latar Belakang Kelompok Usaha

Nama Kelompok Usaha : Pengen Maju
Alamat : Desa Plaju, Kecamatan Rabmbutan, Kabupaten Banyuasin
Bidang Usaha : Sayur sayuran, pupuk organik padat dan cair

Jumlah Anggota dan Perizinan

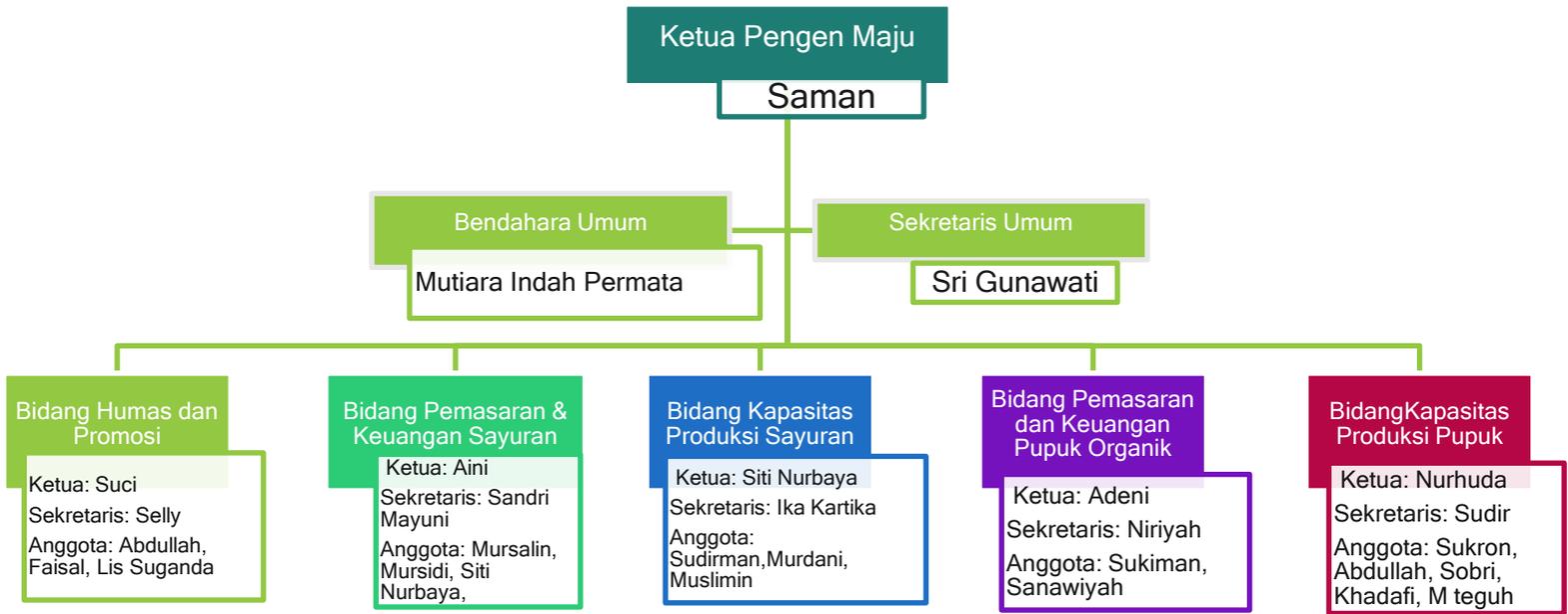
- d) Jumlah Anggota : 22 Orang
- e) Perizinan : -
- f) No telepon : (+62) 82178743042

Biodata Pengurus

Nama : Saman
Jabatan : Ketua Kelompok

Alamat : Desa Plaju, Kecamatan Rabmbutan, Kabupaten Banyuasin

No Telpon : (+62) 82178743042



Bagan 4. struktur organisasi kelompok usaha Pengen Maju

PROFIL PRODUK

Produk yang dihasilkan

Komoditas yang dihasilkan dari praktek agroforestri di kebun dapur/kebun sayur berupa sayur sawi, bayam cabut, bayam tahunan, kacang panjang, timun, gambas, labu botol, labu kuning, cabe, kunyit, lengkuas, jahe, sereh, pakcoy, kangkung, terong dan kenikir. Untuk produk pupuk organik memanfaatkan bahan limbah organik serta bahan-bahan lainnya yang mudah didapatkan di sekitar desa.



Gambar 5. sayuran dan pupuk organik

Keunggulan Produk

Produk sayuran organik dihasilkan dari sinergi dua unit usaha kelompok, yakni pengolahan limbah organik menjadi pupuk organik dan kegiatan budidaya cerdas iklim. Hal ini membuat sayuran dihasilkan aman dikonsumsi oleh kelompok rentan seperti anak-anak, ibu hamil dan lansia.

Pupuk organik padat dan cair dapat membantu meningkatkan kesuburan tanah sehingga berperan dalam menjaga bentang lahan tetap lestari. Pengurangan atau peniadaan penggunaan pupuk kimia akan berdampak pada peningkatan kesuburan tanah.

Analisa Pasar

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk sayur segar dengan perlakuan organik:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Perempuan khususnya Ibu rumah tangga, atau individu yang mengedepankan hidup sehat dan peduli terhadap isu lingkungan.	Semuanya mengkonsumsi sayur segar, namun pembagian peran gender masyarakat di Indonesia terkait pemilihan sumber pangan keluarga masih diserahkan kepada perempuan atau ibu rumah tangga. Individu yang peduli terhadap kesehatan dan juga lingkungan akan mencari produk pangan yang aman.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Semua tingkatan usia.	Semua usia membutuhkan asupan sayur untuk pemenuhan kebutuhan serat dalam konsumsi sehari-hari.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	d. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan.	Harga cukup terjangkau, terutama bila dibandingkan dengan harga sayuran dengan perlakuan organik pada umumnya.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Prioritas di dalam dan sekitar desa.	Sayur tidak tahan lama sehingga lokasi distribusi yang terlalu jauh dapat mengurangi kesegaran sayur.
	b. Pedesaan		

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk pupuk organik:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Laki-Laki & Perempuan	Tidak menasar jenis kelamin tertentu karena petani atau pekebun tidak ditentukan oleh jenis kelamin tertentu.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Dewasa dan Lansia	Pembeli pupuk organik cenderung berasal dari kalangan usia dewasa dan lansia karena beberapa alasan yang berkaitan dengan kebutuhan, minat, dan kemampuan untuk mengelola pertanian atau kebun.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan	Harga cukup terjangkau sehingga dapat dibeli oleh pembeli dengan berbagai tingkatan pendapatan.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Pedesaan dan Perkotaan	Arang sekam, asap cair dan pupuk organik sangat dibutuhkan oleh petani yang mayoritas berada di kawasan pedesaan. Tetapi tidak tertutup kemungkinan, kalangan penghobi tanaman hias atau usaha pertamanan yang ada di wilayah perkotaan.
	b. Pedesaan		

Strategi Pemasaran Ke Depan

1. Untuk produk sayuran segar:
 - a. Fokus pada keunggulan kualitas dan aspek kesehatan: edukasi konsumen, testimoni pembeli.
 - b. Pemanfaatan pemasaran digital.
 - c. Pengembangan merek dan branding yang kuat: ramah lingkungan, sehat, berkelanjutan.
 - d. Kerjasama dengan pengecer sayur.
 - e. Pengembangan pasar lokal.

2. Pupuk organik:

a. Pupuk organik umumnya ditujukan untuk:

- Petani kecil dan besar yang membutuhkan pupuk ramah lingkungan untuk pertanian mereka.
- Kebun organik yang fokus pada pertanian bebas bahan kimia.
- Konsumen perorangan yang memiliki kebun atau taman rumah dan menginginkan produk yang ramah lingkungan.
- Industri pertanian organik yang memerlukan pasokan pupuk dalam jumlah besar.

b. Edukasi pasar mengenai manfaat pupuk organik.

c. Pengembangan merek dan branding: fokus pada berkelanjutan dan kualitas.

d. Pemanfaatan digital marketing.

e. Kerjasama dengan distributor atau pengecer pupuk.

f. Penyuluhan dan demonstrasi lapangan mengenai pupuk organik.

g. Pemberian insentif atau promosi.

h. Membangun kemitraan dengan pemerintah dan lembaga terkait.

Saluran Distribusi

1. Untuk produk sayur segar:

- a. Penjualan langsung ke pembeli langsung baik di dalam desa atau sekitar desa.
- b. Distribusi langsung ke pasar tradisional atau pedagang perantara lainnya.
- c. Distribusi ke tempat/warung makan.
- d. Distribusi melalui kelompok tani, koperasi atau BUMDESA yang ada di desa dan sekitar desa.

2. Beberapa saluran distribusi yang dimungkinkan setelah pupuk organik memiliki hasil uji laboratorium yang sesuai dengan kebutuhan unsur hara tanaman serta memiliki izin edar:

- a. Distribusi langsung ke pembeli individu.
- b. Distribusi ke pembeli korporasi.
- c. Distribusi melalui pedagang perantara atau toko input pertanian.
- d. Distribusi melalui BUMDESA, kelompok tani atau koperasi di desa.

Kapasitas produksi



Gambar 6. Proses pengolahan pupuk organik

Sayuran

- bayam Cabut dan Bayam Tahunan-> Panen Perminggu/10 Ikat, Rp.2000 per Ikat
- kacang Panjang -> 3x Per Minggu/20 Ikat, Rp.3000 per Ikat, Rp.78.000/Kg
- timun -> 2x Panen Per Minggu, Rp6.000/kg
- Gambas -> 3x Panen Per Minggu, Rp6.000/Kg
- Labu botol -> Panen Per 3 Minggu 20-30 Buah, Rp4000/Buah
- labu kuning -> Panen per 40 hari (sekali panen), Rp30.000/Buah
- kangkung Cabut-> 20 Ikat/Panen/Minggu, Rp2.000/ikat

Pupuk Organik

- Pupuk cair : 1 kali pembuatan dengan kapasitas 100 liter per bulan.
- Pupuk organik Padat: 100 kg= 10 Karung, (10 kg/Karung) sekali proses produksi/Bulan dan/atau 200 kg per bulan (1 kali proses produksi) pada satu Lokasi produksi

Rencana pengembangan usaha

Bisnis Model Canvas

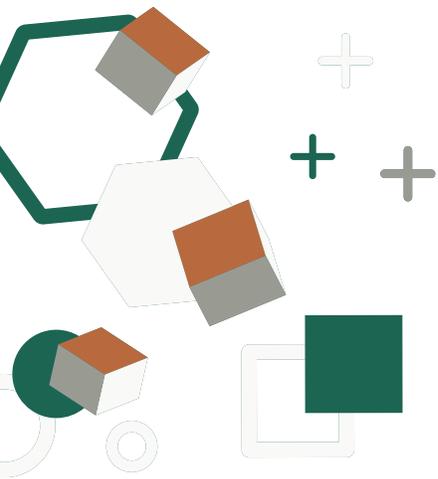
Mitra Utama	Kegiatan Utama	Proposisi Nilai	Hubungan dengan Pelanggan	Segmen Pelanggan
Pupuk organik: 1) ICRAF 2) pemdes 3) dinas pertanian 4) pemerintah daerah 5) PT sawit 6) bumdes	Pupuk organik: 1) produksi 2) bahan-bahan produksi 3) pembuatan pondok 4) pengemasan produk 5) pemasaran produk 6) promosi produk	Pupuk organik: 1) ramah lingkungan 2) harga terjangkau 3) kualitas terjamin 4) memiliki manfaat bagi tanaman	Pupuk organik: 1) penjualan ramah 2) murah 3) berkualitas 4) pemberian diskon	Pupuk organik: 1) petani 2) kelompok tani lainnya 3) toko pertanian 4) PT Sawit
	Sumber Daya Utama		Saluran	
	Pupuk organik: 1) rumah produksi 2) lahan dan alat 3) jaringan sumber distribusi 4) modal 5) anggota kelompok		Pupuk organik: 1) penjualan online 2) toko pertanian 3) distribusi pupuk 4) komunitas	
Struktur Biaya Pupuk organik: 1) pembuatan rumah produksi 2) alat produksi 3) pembuatan produk 4) pengemasan 5) pemasaran 6) promosi		Aliran Pendapatan Pupuk organik: 1) penjualan dari pupuk organik 2) simpan pinjam 3) pendapatan dari pemberian pelatihan		

Hal yang dibutuhkan dalam Pengembangan Usaha

1. Benih berkualitas untuk sayur.
2. Untuk pengolahan pupuk organik:
 - Mesin pencacah hijauan, cangkul dan sekop, timbangan, wadah fermentasi/komposter, termometer kompos, sprayer/penyiram air, saringan atau ayakan, karung dan botol untuk pupuk organik.
 - Uji laboratorium.
 - Pengurusan izin edar.
 - Jaringan kemitraan terutama dalam hal pemasaran.
 - Penambahan modal usaha.

Dokumentasi





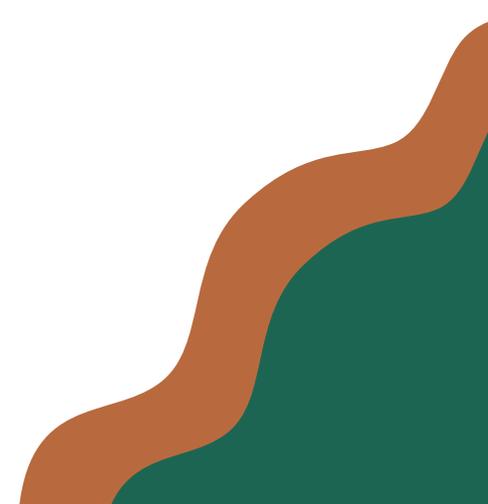
PROFIL USAHA

BUNGA PLAJU

Keripik Bayam

Disusun Oleh
Pengurus dan Anggota

Desa Plaju, Kecamatan Rambutan
Kabupaten Banyuasin



Latar Belakang Kelompok Usaha

Data Kelompok Usaha

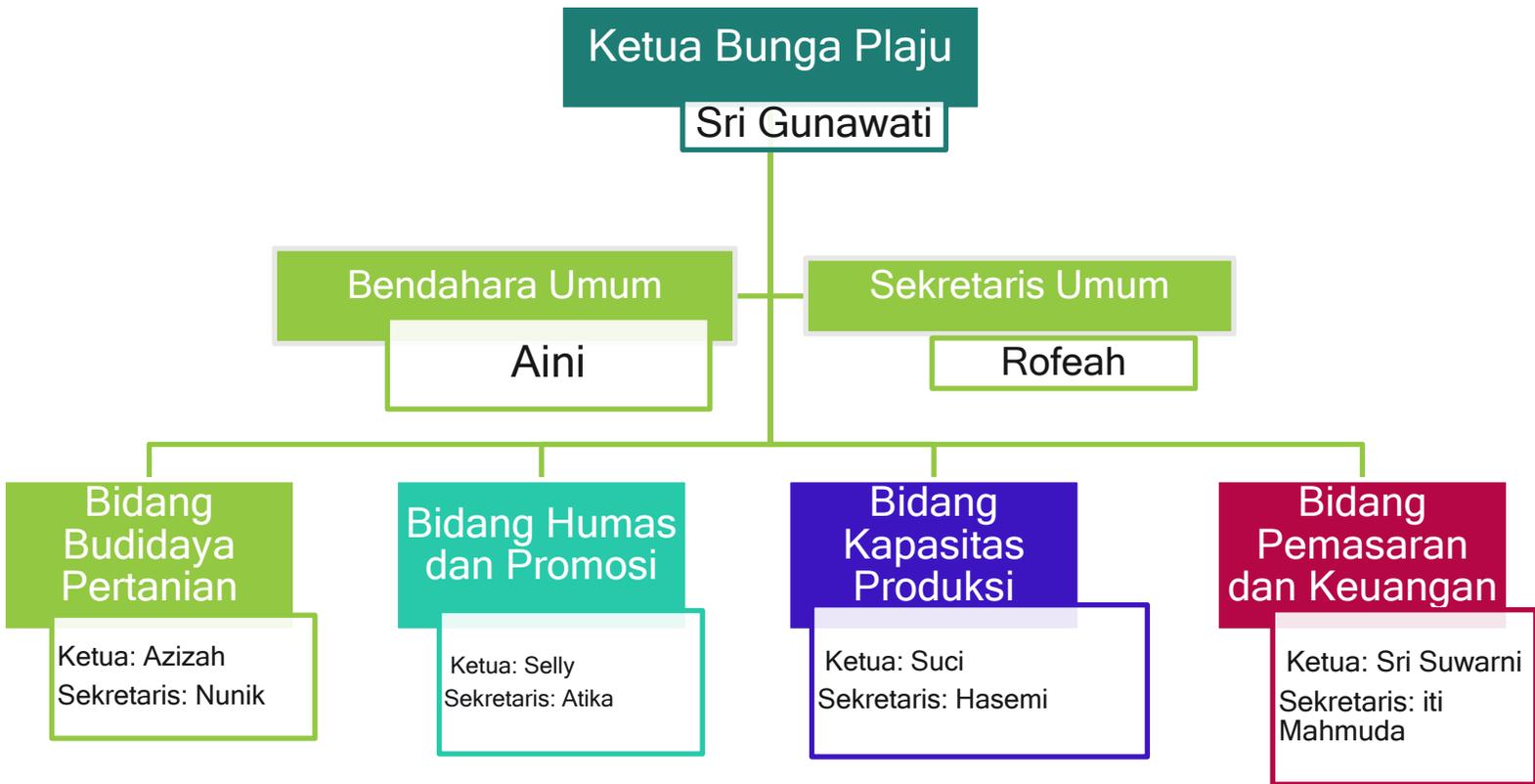
Nama Kelompok Usaha : Bunga Plaju
Alamat : Desa Plaju, Kecamatan Rabmbutan, Kabupaten Banyuasin
Bidang Usaha : Keripik Bayam

Jumlah Anggota dan Perizinan

g) Jumlah Anggota : 20 Orang
h) Perizinan : -
i) No telepon : (+62) 82178743042

Biodata Pengurus

Nama : Sri Gunawati
Jabatan : Ketua Kelompok
Alamat : Desa Plaju, Kecamatan Rabmbutan, Kabupaten Banyuasin
No Telpon : (+62) 81274738064



Bagan 5. struktur organisasi kelompok usaha Pengen Maju

PROFIL PRODUK

Produk yang Dihasilkan

Keripik Bayam merupakan cemilahan sehat berbahan dasar daun bayam segar yang digoreng menggunakan adonan tepung berbumbu. Produk ini menawarkan rasa gurih, renyah, dan kaya manfaat kesehatan. Manfaat konsumsi keripik bayam antara lain sebagai camilan bergizi bagi keluarga, alternatif camilan sehat untuk diet ringan, serta kaya zat besi dan serat yang baik untuk kesehatan tubuh.



Gambar 7. Keripik bayam

Keunggulan Produk

Sehat: Dibuat dari bayam segar yang kaya akan zat besi, vitamin A, C, dan antioksidan.

Bebas Pengawet: Menggunakan bahan alami tanpa tambahan bahan kimia.

Renyah dan Gurih: Proses penggorengan menghasilkan tekstur renyah dengan rasa bumbu alami.

Pilihan Rasa: Bisa ditambahkan variasi rasa seperti original, keju, balado, BBQ, atau pedas

Analisa Pasar

Segmen pasar yang disasar atau target pasar untuk keripik bayam:

Kriteria	Kelompok / Segmen	Yang Dipilih	Alasan Memilih Kelompok Tersebut
Jenis Kelamin	a. Laki-laki	Semua jenis kelamin.	Preferensi untuk mengkonsumsi keripik tidak bergantung pada jenis kelamin tertentu.
	b. Perempuan		
Usia	a. Bayi-Balita	Usia remaja dan dewasa muda.	Keripik kurang tepat untuk balita atau lansia karena beberapa alasan terkait dengan kesehatan dan kebutuhan gizi pada kedua kelompok usia tersebut.
	b. Remaja		
	c. Dewasa		
	e. Lansia		
Tingkat Pendapatan	a. Atas	Semua kalangan.	Harga cukup terjangkau sehingga dapat dibeli oleh berbagai tingkatan pendapatan.
	b. Menengah		
	c. Bawah		
Tempat Tinggal	a. Perkotaan	Perkotaan maupun pedesaan	Keripik adalah cemilan yang sangat familiar ditemukan baik di perkotaan maupun pedesaan.
	b. Pedesaan		

Strategi Pemasaran Ke Depan

Adapun strategi pemasaran untuk menjangkau pangsa pasar dan dikenal oleh masyarakat secara luas sebagai berikut:

1. Untuk produk olahan keripik:
 - a. Inovasi produk dengan penciptaan varian rasa.
 - b. Penggunaan bahan baku pilihan dengan kualitas baik.
 - c. Kemasan yang menarik dan fungsional.
 - d. Penggunaan media sosial dan pemasaran digital.
 - e. Bekerjasama dengan pengecer dan distributor.
 - f. Promosi dan penawaran khusus

Saluran Distribusi

1. Untuk produk keripik bayam:
 - a. Penjualan langsung ke pembeli.
 - b. Penjualan melalui toko online atau media sosial.
 - c. Distribusi melalui pengecer termasuk toko oleh-oleh.
 - d. Distribusi pada saat pameran.

Kapasitas Produksi

Keripik Bayam dapat diproduksi sebanyak 20kg/minggu/200 bungkus per 100 gram.

Rencana Pengembangan Usaha Bisnis Model Canvas

Mitra Utama	Kegiatan Utama	Proposisi Nilai	Hubungan dengan Pelanggan	Segmen Pelanggan
1) Bumdes 2) Dinas Terkait (Dinas ketahanan Pangan) 3) Dinas Kesehatan 4) ICRAF 5) Pemerintah Desa	1) Penyiapan modal 2) SDM 3) Penyiapan alat dan bahan 4) Pembuatan Rumah Produksi 5) Proses produksi 6) Pemasaran	1) Renyah 2) Rasa 3) Tanpa Pengawet 4) Bahan Alami/organik 5) Sehat/Bergizi 6) Selalu Ready 7) Tersedia Berbagai Macam Kemasan 8) Varian rasa 9) Harga Terjangkau	1) Ramah 2) Memberikan Pelayanan Terbaik 3) Harmonis 4) Menerima Kritik dan Saran 5) Menjaga Kualitas	1) Pasar 2) Warung 3) Online 4) Warga Pelaju 5) Sekolahan 6) Indomaret 7) Alfamart 8) Pameran/Stand
	Sumber Daya Utama 1)Alat: kompor, kualii, penyaringan, sutil, mesin pegering minyak, plastik kemasan, mesin press, label produk, alat rumah tangga lainnya 2)Bahan: Bayam, Tepung Beras, Telur, Kerumbar, Penyedap, Minyak goreng, Bawang Merah dan putih, kunyit 3) SDM		Saluran 1)Kendaraan 2)Handphone 3)Brosur 4)Toko oleh-oleh 5) Mini Market 6) Pameran 7) sosial media anggota kelompok	
Struktur Biaya		Aliran Pendapatan		
1) biaya produksi 2) penanaman bayam 3) pemasaran 4) transportasi 5) kuota sosial media		1)penjualan keripik bayam 2)Penjualan Bayam Segar 3)Iuran Kas Kelompok		

Hal yang dibutuhkan dalam Pengembangan Usaha

1. Peralatan dan perlengkapan pendukung produksi keripik (peniris minyak, timbangan digital, blender, desain kemasan dan label produk, sealer kemasan, kontainer dan rak penyimpanan sementara.)
2. P-IRT dan halal untuk aneka olahan keripik.
3. Penambahan modal usaha.
4. Fasilitasi akses pasar yang dapat membantu kelompok usaha masuk ke pasar modern, toko ritel dan e-commerce.
5. Promosi produk lokal melalui pameran UMKM, festival, atau acara daerah.
6. Pelatihan tambahan mengenai teknik pengolahan yang higienis dan inovasi produk.

Dokumentasi



