

## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **4.1 Profil Perusahaan**



**Gambar 4.1**

**Logo AgriGo Mart**

*Sumber : Peneliti, 2026*

AgriGo.Mart merupakan usaha ritel yang bergerak di bidang penyediaan sarana produksi pertanian yang berlokasi di Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Usaha ini didirikan untuk memenuhi kebutuhan petani terhadap berbagai sarana produksi pertanian seperti pupuk, benih unggul, pestisida, serta peralatan pertanian yang mendukung kegiatan budidaya. Keberadaan AgriGo.Mart diharapkan dapat membantu petani dalam memperoleh kebutuhan pertanian secara lebih mudah, lengkap, dan efisien.

AgriGo.Mart hadir dengan konsep toko pertanian modern yang mengutamakan kelengkapan produk, kualitas dan keaslian barang, serta pelayanan yang lebih rapi dan profesional dibandingkan toko pertanian konvensional. Dalam operasionalnya, AgriGo.Mart menerapkan sistem pengelolaan toko yang lebih terorganisir, seperti penggunaan sistem transaksi berbasis *Point of Sale* (POS) untuk mempermudah proses

pembayaran dan pencatatan penjualan, serta penataan produk berdasarkan kategori agar memudahkan pelanggan dalam mencari barang yang dibutuhkan.

Target pasar utama AgriGo.Mart adalah para petani yang berada di wilayah Kecamatan Gondang serta daerah sekitarnya seperti Kecamatan Gondang, Dander dan Kecamatan Sekar di Kabupaten Bojonegoro. Wilayah tersebut memiliki aktivitas pertanian yang cukup tinggi karena sebagian besar masyarakatnya bekerja di sektor pertanian. Kondisi ini menyebabkan kebutuhan terhadap sarana produksi pertanian seperti pupuk, benih, dan pestisida relatif tinggi dan bersifat berkelanjutan, terutama pada musim tanam jagung, padi, bawang merah dan tanaman hortikultura lainnya.

Dengan melihat potensi tersebut, AgriGo.Mart berkomitmen untuk menyediakan produk pertanian yang lengkap, berkualitas, serta mudah diakses oleh petani dengan harga yang kompetitif. Melalui konsep toko yang lebih modern dan pelayanan yang lebih baik, AgriGo.Mart diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif pilihan bagi petani dalam memenuhi kebutuhan sarana produksi pertanian sekaligus mendukung peningkatan produktivitas pertanian di wilayah Bojonegoro dan sekitarnya.

#### 4.1.1 Visi Perusahaan

“Menjadi toko pertanian modern terdepan di Bojonegoro yang menyediakan sarana pertanian berkualitas, terjamin keaslian produk, serta memberikan pelayanan berbasis teknologi dan sistem informasi yang edukatif untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan petani.”

#### 4.1.2 Misi Perusahaan

1. Menyediakan sarana produksi pertanian yang legal, asli, berkualitas, dan terjangkau.
2. Memberikan layanan edukasi kepada petani terkait penggunaan pupuk, pestisida, dan teknologi pertanian secara tepat guna dan tepat dosis.
3. Menjalin kemitraan dengan distributor nasional untuk menjamin ketersediaan stok dan stabilitas harga.
4. Menerapkan sistem pelayanan modern berbasis digitalisasi inventori, media sosial, dan layanan konsultatif.
5. Menjadi pusat informasi pertanian lokal yang mendorong peningkatan produktivitas petani di Kabupaten Bojonegoro.

#### 4.1.3 Tujuan Perusahaan

1. Membantu petani memperoleh sarana pertanian resmi dan berkualitas.
2. Meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan melalui pelayanan modern dan profesional.
3. Menjadi pusat pertanian modern yang mengintegrasikan penjualan produk dengan pendampingan teknis.
4. Memperluas jaringan toko pertanian modern di Bojonegoro dalam kurun lima hingga sepuluh tahun ke depan.

## 4.2 Analisis Lingkungan

### 4.2.1 Lingkungan Internal

#### 1. Aspek sumber daya manusia

Pada aspek sumber daya manusia meliputi tenaga kerja, pembagian tugas, dan kepemimpinan. Dalam menjalankan usahanya, AgriGo.Mart dikelola oleh pemilik usaha yang bekerja sama dalam mengelola kegiatan operasional dan saling mendukung dalam menjalankan usaha.

Adapun pembagian tugas dilakukan secara jelas, dimana pemilik bertanggung jawab dalam pengawasan operasional toko serta pengelolaan pemasaran seperti media. Selain itu ada 3 orang karyawan, dimana 2 orang bertugas sebagai bagian operasional dan kasir yang bertugas secara shift pagi dan shift sore. Selain itu 1 orang bertugas sebagai bagian keuangan, yang bertugas mengelola seluruh keuangan di toko.

#### 2. Aspek keuangan

Dalam aspek keuangan, AgriGo.Mart meliputi modal awal usaha dan pencatatan keuangan. Modal awal usaha berasal dari pemilik dan calon investor yang digunakan untuk mendukung kegiatan operasional seperti pengadaan barang dan biaya operasional toko.

Pengelolaan keuangan dilakukan secara sederhana namun terstruktur dengan mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran secara rutin. Hal ini bertujuan untuk memantau kondisi keuangan

usaha, mengetahui tingkat keuntungan, serta sebagai dasar dalam pengambilan keputusan bisnis agar usaha tetap berjalan secara efisien dan berkelanjutan.

### 3. Aspek operasional

Pada aspek operasional, AgriGo.Mart berfokus pada kegiatan penyediaan, pengelolaan, dan penjualan produk pertanian kepada konsumen. Proses operasional dimulai dari pengadaan barang seperti pupuk, benih, pestisida, dan perlengkapan pertanian dari distributor, kemudian dilanjutkan dengan penyimpanan dan penataan produk di dalam toko agar mudah diakses oleh konsumen.

Selanjutnya, kegiatan operasional mencakup pelayanan penjualan, pengelolaan stok barang, serta menjaga ketersediaan produk sesuai kebutuhan petani. Sistem operasional masih dilakukan secara sederhana, dimana pengawasan dilakukan langsung oleh pemilik usaha.

### 4. Aspek pasar

Pada aspek pasar, AgriGo.Mart menasar petani sebagai target utama, khususnya di wilayah sekitar yang memiliki aktivitas pertanian tinggi. Produk yang ditawarkan meliputi pupuk, benih, pestisida, serta perlengkapan pertanian yang menjadi kebutuhan rutin petani, sehingga permintaan pasar cenderung stabil dan berkelanjutan.

Dari sisi persaingan, AgriGo.Mart menghadapi kompetitor berupa toko pertanian lain yang sudah lebih dulu beroperasi. Oleh karena itu, strategi yang diterapkan meliputi penyediaan produk yang lengkap, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang cepat dan baik kepada konsumen. Selain itu, pemasaran juga dapat dilakukan melalui media sosial dan promosi langsung untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

#### 4.2.2 Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal adalah faktor yang berada di luar kendali bisnis yang memengaruhi strategi, operasi, dan daya saing usaha. Untuk AgriGo.Mart, toko sarana produksi pertanian modern di Kabupaten Bojonegoro, penting dilakukan identifikasi terhadap aspek pelanggan, pemasok, serta pesaing yang berkontribusi besar terhadap strategi pemasaran dan keberlangsungan usaha.

##### 1. Aspek Pelanggan

AgriGo.Mart berfokus pada karakteristik dan kebutuhan konsumen yang didominasi oleh petani di wilayah sekitar. Pelanggan memiliki kebutuhan utama terhadap produk pertanian seperti pupuk, benih, dan pestisida yang digunakan secara rutin dalam kegiatan budidaya. Tingkat permintaan cenderung stabil, namun seringkali permintaan meningkat pada musim tanam, sehingga penting bagi usaha untuk memahami pola kebutuhan pelanggan.

Segmen pelanggan utama AgriGo Mart meliputi:

- a) Petani kecil dan menengah
- b) Kelompok tani dan gabungan kelompok tani
- c) Pelaku usaha pertanian dan agribisnis
- d) Masyarakat umum

Selain itu, pelanggan cenderung mempertimbangkan harga, kualitas produk, serta ketersediaan barang dalam memilih toko pertanian. Kepercayaan dan pelayanan yang baik juga menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, AgriGo.Mart perlu menjaga hubungan baik dengan konsumen, memberikan pelayanan yang responsif, serta memastikan produk selalu tersedia untuk memenuhi kebutuhan pasar secara optimal.

## 2. Aspek Pemasok

AgriGo.Mart bergantung pada distributor dan supplier dalam penyediaan produk pertanian seperti pupuk, benih, pestisida, dan perlengkapan lainnya. Ketersediaan barang, harga, serta kualitas produk dari pemasok menjadi faktor penting yang mempengaruhi kelancaran operasional usaha. Oleh karena itu, pemilihan pemasok yang terpercaya dan memiliki reputasi baik sangat diperlukan untuk menjaga kontinuitas stok.

AgriGo.Mart telah memiliki calon pemasok awal yang diperoleh dari Toko Thabina Tani, yang sebelumnya telah berpengalaman selama lebih dari lima belas tahun dalam

mendistribusikan sarana produksi pertanian. Hubungan awal ini menjadi modal penting dalam membangun jaringan pemasok yang terpercaya dan berkelanjutan. Toko Pertanian Thabina Tani adalah pemilik utama dari pendanaan berdirinya AgriGo.Mart yang telah memiliki banyak pemasok yang sudah terpercaya sejak puluhan tahun, dimana produk yang ditawarkan dan di distribusikan terjamin kualitasnya dan keasliannya.

Selain itu, AgriGo.Mart berpotensi menjalin kerja sama dengan:

- a) Distributor resmi benih dan pupuk yang beroperasi di wilayah Jawa Timur.
- b) Agen dan grosir sarana produksi pertanian yang mampu menyediakan produk dalam jumlah besar dengan harga lebih kompetitif.
- c) Pemasok alat pertanian dari produsen atau distributor regional.

Kerja sama dengan pemasok tersebut diharapkan dapat memberikan keuntungan berupa harga beli yang lebih rendah, ketersediaan stok yang stabil, serta jaminan keaslian produk.

### 3. Aspek Pesaing

AgriGo.Mart menghadapi persaingan dari toko pertanian lain yang berada di wilayah sekitar serta toko yang sudah lebih dahulu beroperasi. Pesaing umumnya menawarkan produk yang serupa seperti pupuk, benih, dan pestisida, sehingga tingkat persaingan cukup tinggi, terutama dalam hal harga dan ketersediaan barang.

Pesaing utama AgriGo.Mart adalah toko pertanian yang berada di kecamatan Gondang seperti toko BMT pertanian, dan toko pertanian Srikandi Argotama, Serta toko pertanian di sekitar kecamatan Gondang Bojonegoro. Namun, sebagian besar toko pertanian tradisional masih memiliki keterbatasan dalam hal kecepatan proses transaksi, kelengkapan dan variasi produk, tata letak dan kenyamanan toko, serta pelayanan dan penyampaian informasi produk.

#### **4.3 Analisis Kelayakan Usaha**

Analisis kelayakan usaha merupakan salah satu tahap penting dalam penyusunan *business plan* karena bertujuan untuk menilai apakah suatu rencana bisnis layak untuk dijalankan, dikembangkan, dan dipertahankan dalam jangka panjang. Analisis ini tidak hanya menitikberatkan pada potensi keuntungan, tetapi juga memperhatikan efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya, tingkat risiko yang mungkin muncul, serta kemampuan usaha dalam menghasilkan arus kas yang stabil dan berkelanjutan.

Pada penelitian ini, analisis kelayakan usaha diterapkan pada rencana pendirian Toko Pertanian AgriGo.Mart, yang berlokasi di wilayah pedesaan dengan dominasi aktivitas pertanian, khususnya komoditas padi, jagung, bawang merah dan komoditas lainnya. Kondisi lingkungan usaha tersebut menjadi dasar penting dalam menilai prospek permintaan pasar, stabilitas

pendapatan, serta keberlanjutan usaha.

Analisis kelayakan usaha AgriGo.Mart dalam penelitian ini difokuskan pada aspek keuangan, karena aspek tersebut menjadi indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu usaha dari sisi ekonomi. Metode analisis yang digunakan meliputi *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period* (PP), dan *Benefit-Cost Ratio* (BCR). Keempat indikator tersebut dipilih karena dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai tingkat profitabilitas, efisiensi penggunaan investasi, serta risiko yang mungkin muncul dalam menjalankan usaha.

#### 4.3.1 Indikator Kelayakan Usaha

##### 1. Aspek Pasar

Dari aspek pasar, Toko Pertanian AgriGo.Mart memiliki peluang usaha yang sangat potensial. Lokasi usaha berada di wilayah pedesaan yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani, khususnya petani padi, bawang merah, dan jagung, serta petani komoditas pertanian lainnya. Kondisi ini menciptakan pasar yang jelas dan spesifik, dengan kebutuhan utama berupa sarana produksi pertanian yang bersifat rutin dan berulang.

Permintaan terhadap produk pertanian seperti pupuk, zat pengatur tumbuh (ZPT), pestisida, herbisida, insektisida, fungisida, benih unggul, serta peralatan pertanian cenderung stabil dan meningkat pada musim tanam. Selain itu, karakteristik petani yang melakukan pembelian berulang menjadikan pasar AgriGo.Mart memiliki potensi loyalitas pelanggan yang tinggi.

Dari sisi persaingan, keberadaan toko pertanian modern di wilayah sekitar masih relatif terbatas. Hal ini memberikan peluang bagi AgriGo.Mart untuk masuk dan menguasai pasar lokal dengan menawarkan produk yang lebih lengkap, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang lebih baik dibandingkan toko pertanian konvensional. Dengan demikian, dari aspek pasar, usaha AgriGo.Mart dinilai layak dan memiliki prospek jangka panjang.

## 2. Aspek Sumber Daya Manusia

Dari aspek sumber daya manusia, usaha AgriGo.Mart direncanakan akan dijalankan dengan struktur tenaga kerja yang sederhana namun efektif. Pada tahap awal operasional, toko akan didukung oleh 2–3 orang tenaga kerja, yang disesuaikan dengan skala usaha dan volume penjualan.

**Tabel 4.1**  
**Kebutuhan Sumber Daya Manusia AgriGo.Mart**

Bagian	Jumlah
Operasional & Kasir	2
Keuangan	1
Total	3

*Sumber : Peneliti, 2026*

Sebanyak dua orang karyawan bertugas pada bagian operasional toko meliputi penataan dan pengelolaan stok barang, menjaga kebersihan dan kerapian toko, serta memberikan pengarahan dan pelayanan kepada konsumen. Peran ini sangat

penting karena sebagian besar konsumen merupakan petani yang membutuhkan penjelasan dan rekomendasi produk sesuai dengan kebutuhan lahan dan jenis tanaman yang diusahakan. selain bertugas sebagai admintrasi dan pemasaran karyawan juga dilatih agar bisa pengoperasian POS atau aplikasi kasir. yang bertanggung jawab atas proses transaksi penjualan, pencatatan pemasukan harian, serta pengelolaan administrasi sederhana. Pemilik usaha berperan sebagai pengelola utama yang mengawasi seluruh kegiatan operasional, melakukan pengadaan barang, menjalin hubungan dengan pemasok, serta mengambil keputusan strategis usaha.

Bagian keuangan bertugas mengelola seluruh aktivitas keuangan toko, mulai dari pencatatan pemasukan dan pengeluaran, pengelolaan kas serta pembayaran kepada pemasok, hingga penyusunan laporan keuangan berkala sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan usaha.

Dengan pembagian tugas yang jelas dan jumlah tenaga kerja yang proporsional, aspek sumber daya manusia AgriGo.Mart dinilai layak dan mampu mendukung kelancaran operasional usaha secara optimal.

### 3. Aspek Keuangan

Aspek keuangan dalam AgriGo.Mart membahas perencanaan dan pengelolaan dana usaha yang meliputi kebutuhan modal awal, biaya operasional, serta proyeksi pendapatan dan

keuntungan. Aspek ini juga digunakan untuk menilai kelayakan usaha melalui analisis seperti BEP, NPV, IRR, dan PP agar usaha dapat berjalan stabil dan berkelanjutan.

Pada aspek keuangan karena toko dibangun dari awal, maka akan ada biaya investasi awal, sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Estimasi Investasi Awal (tidak termasuk bangunan toko)**

No.	Komponen	Nilai (Rp)	Persentase
1.	Perlengkapan toko (rak, etalase, meja, kursi)	80.000.000	21,05%
2.	Belanja awal pestisida (herbisida, insektisida, fungisida, dll) serta benih unggul	170.000.000	44,74%
3.	Belanja awal pupuk	70.000.000	18,42%
4.	Peralatan pertanian lainnya	60.000.000	15,79%
	<b>Subtotal Investasi</b>	<b>380.000.000</b>	<b>100%</b>
5.	Dana tak terduga (10%)	38.000.000	
	<b>TOTAL INVESTASI AWAL</b>	<b>418.000.000</b>	

*Sumber : Peneliti, 2026*

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa total investasi awal usaha sebesar Rp418.000.000, termasuk dana tak terduga 10% sebesar Rp38.000.000. Sebagian besar investasi dialokasikan untuk belanja awal pestisida dan benih unggul sebesar Rp170.000.000 (44,74%), diikuti perlengkapan toko sebesar Rp80.000.000 (21,05%), pupuk sebesar Rp70.000.000 (18,42%), serta peralatan

pertanian sebesar Rp60.000.000 (15,79%). Hal ini menunjukkan fokus utama pada penyediaan produk untuk mendukung operasional usaha.

**Tabel 4.3**  
**Biaya Operasional AgriGo. Mart**

<b>No.</b>	<b>Uraian Biaya Operasional</b>	<b>Jumlah (Rp)</b>
1.	Gaji karyawan	6.000.000
2.	Biaya Listrik	500.000
3.	Biaya Internet	300.000
4.	Biaya Perlengkapan Kantor	500.000
5.	Biaya Transportasi	400.000
6.	Biaya Iklan (benner)	300.000
<b>Total Biaya Operasional 1 Bulan</b>		<b>8.000.000</b>
<b>Total Biaya Operasional 1 Tahun (x12)</b>		<b>96.000.000</b>

*Sumber : Peneliti, 2026*

Tabel 4.3 menunjukkan rincian biaya operasional yang diperlukan untuk menjalankan usaha AgriGo.Mart setiap bulan. Biaya operasional tersebut meliputi gaji karyawan sebesar Rp6.000.000, biaya listrik Rp500.000, biaya internet Rp300.000, biaya perlengkapan kantor Rp500.000, biaya transportasi sebesar Rp. 400.000, serta biaya iklan cetak benner Rp700.000. Komponen biaya ini merupakan pengeluaran rutin yang diperlukan untuk mendukung kegiatan operasional toko agar dapat berjalan secara efektif dan lancar dalam melayani kebutuhan konsumen.

Berdasarkan perhitungan pada tabel tersebut, total biaya operasional AgriGo.Mart dalam satu bulan mencapai Rp8.000.000. Jika dihitung dalam periode satu tahun, maka total biaya operasional yang harus dikeluarkan adalah sebesar Rp96.000.000. Perhitungan biaya operasional ini penting sebagai dasar dalam analisis kelayakan usaha, khususnya dalam memperkirakan kebutuhan pengeluaran rutin serta menentukan strategi penjualan agar usaha tetap memperoleh keuntungan.

Asumsi dasar

Umur proyek usaha : 5 tahun

Tingkat diskonto (discount rate): 10%

Target Laba kotor usaha: 600.000-900.000

Rata-rata laba kotor : 750.000

Hari operasional: 350 hari/tahun (setiap hari buka tutup hanya saat hari raya atau saat acara internal)

#### 1) Perhitungan Arus Kas

a) Laba kotor tahunan

$$750.000 \times 350 = \text{Rp } 262.500.000$$

b) Biaya operasional tahunan

$$8.000.000 \times 12 = \text{Rp } 96.000.000$$

c) Laba bersih / *Net cash flow (CF)*

$$CF = 262.500.000 - 96.000.000$$

$$CF = \text{Rp } 166.500.000/\text{tahun}$$

2) Perhitungan *Discount Factor*

Rumus:

$$DF = \frac{1}{(1+r)^t}$$

Dengan :  $r = 10\%$ 

**Tabel 4.4**  
**Perhitungan *Discount Factor***

<b>Tahun</b>	<b>Rumus</b>	<b><i>Discount Factor</i></b>
1	$1/(1,1)$	0,909
2	$1/(1,1)^2$	0,826
3	$1/(1,1)^3$	0,751
4	$1/(1,1)^4$	0,683
5	$1/(1,1)^5$	0,621

*Sumber : Peneliti, 2026*

## 3) Tabel Arus Kas Terdiskonto

**Tabel 4.4**  
**Tabel Arus Kas Terdiskonto**

<b>Tahun</b>	<b>CF (Rp)</b>	<b>DF</b>	<b>PV = CF</b>
0	-418.000.000	1,0	-418.000.000
1	166.500.000	0,909	151.363.500
2	166.500.000	0,826	137.529.000
3	166.500.000	0,751	125.116.500
4	166.500.000	0,683	113.719.500
5	166.500.000	0,621	103.396.500

*Sumber : Peneliti, 2026*

4) Total PV *Benefit*

$$\sum PV = 151.363.500 + 137.529.000 + 125.116.500$$

$$+113.719.500 + 103.396.500$$

$$\sum PV = Rp\ 631.125.000$$

3.1 *Net Present Value* (NPV)

NPV digunakan untuk mengetahui selisih antara nilai sekarang dari arus kas masuk dengan nilai investasi awal.

Rumus:

$$NPV = \sum \frac{CF_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Keterangan:

$CF$  = arus kas bersih

$r$  = tingkat diskonto (discount rate)

$t$  = tahun ke- $t$

$I_0$  = investasi awal

$$NPV = 631.125.000 - 418.000.000$$

$$NPV = 213.125.000$$

NPV = Rp 213.125.000 (Positif) usaha menghasilkan keuntungan bersih setelah memperhitungkan nilai waktu uang. Dengan demikian, usaha dinyatakan layak secara finansial.

### 3.2 Internal Rate of Return (IRR):

IRR adalah tingkat bunga yang membuat NPV = 0.

Rumus dasar:

$$IRR = r_1 + \frac{NPV_1}{NPV_1 - NPV_2} \times (r_1 - r_2)$$

Dengan cash flow:

1) Tahun 0 = -418.000.000

2) Tahun 1-5 = 166.500.000

Suku bunga

$$r_1 = 15\%$$

$$r_2 = 30\%$$

Hasil perhitungan =

$$IRR = 15\% + \frac{140.274.500}{152.847.000} \times 15\%$$

$$IRR = 15\% + 0,918 \times 15\%$$

$$IRR = 15\% + 13,77\%$$

$$IRR \approx 28,77$$

IRR  $\approx \pm 28,77\%$  per tahun

Karena IRR jauh lebih besar dari discount rate 10%, maka usaha sangat menguntungkan.

### 3.3 Payback Period (PP)

*Payback Period* (PP) adalah metode analisis investasi yang digunakan untuk mengetahui berapa lama waktu yang dibutuhkan agar modal/investasi awal dapat

kembali melalui arus kas masuk (*cash flow*) dari usaha.

Rumus :

$$PP = \frac{\text{Investasi Awal}}{\text{CF Tahunan}}$$

$$PP = \frac{418.000.000}{166.500.000}$$

$$PP = 2,51 \text{ Tahun}$$

Konversi ke bulan:

$$2,51 \times 12 = 30,1 \text{ Bulan}$$

*Payback Period* = ± 30 bulan (dari target 5 tahun atau 60 bulan)

Artinya, modal investasi awal sebesar Rp 418.000.000 dapat kembali dalam waktu sekitar 30 bulan, lebih cepat dari target usaha awal yang ditargetkan akan Kembali modal dalam 5 tahun.

### 3.4 *Benefit Cost Ratio* (BCR)

*Benefit Cost Ratio* (BCR) adalah metode analisis investasi untuk mengetahui perbandingan antara manfaat (benefit) yang diperoleh dari usaha dengan biaya (cost) yang dikeluarkan selama umur proyek.

Rumus dasar :

$$BCR = \frac{\sum PV(\text{Benefit})}{\sum PV(\text{Cost})}$$

$$BCR = \frac{631.125.000}{418.000.000}$$

$$BCR = 1,51$$

Karena nilai:

$$BCR = 1,51 > 1$$

maka:

Usaha AgriGo.Mart dinyatakan sangat layak secara finansial karena manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan.

#### 4. Aspek Teknis

AgriGo.Mart mencakup kesiapan operasional toko dalam menyediakan sarana pertanian secara lengkap, mulai dari pupuk, benih unggul, pestisida, hingga alat pertanian. Kegiatan bisnis dijalankan melalui sistem pengadaan barang dari distributor resmi, pengelolaan stok di gudang, serta penataan produk di area display toko agar mudah dijangkau pelanggan. Selain itu, toko menerapkan pelayanan penjualan langsung, konsultasi sederhana terkait kebutuhan petani, serta sistem pencatatan transaksi dan persediaan untuk memastikan operasional berjalan efisien dan terkontrol.

Dalam operasional sehari-hari, AgriGo.Mart juga menerapkan sistem manajemen persediaan untuk memastikan stok barang selalu tersedia dan tidak terjadi kekosongan pada produk utama yang dibutuhkan petani. Pengelolaan gudang dilakukan dengan prinsip penyimpanan yang aman dan rapi, seperti pemisahan produk kimia (pestisida) dari produk lain,

penataan pupuk berdasarkan jenis, serta penyimpanan benih pada tempat yang kering dan terlindung dari kelembapan agar kualitasnya tetap terjaga. Selain itu, tata letak toko dirancang secara modern dengan konsep display yang jelas, sehingga pelanggan dapat memilih produk dengan mudah, serta didukung area kasir, area konsultasi, dan ruang penyimpanan yang efisien.

## 5. Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan dalam AgriGo.Mart berkaitan dengan dampak usaha terhadap lingkungan sekitar, khususnya dalam penyimpanan dan penanganan produk seperti pupuk dan pestisida yang berpotensi menimbulkan pencemaran jika tidak dikelola dengan baik. Oleh karena itu, AgriGo.Mart menerapkan penyimpanan produk kimia secara aman, pengelolaan limbah kemasan dengan benar, serta menjaga kebersihan toko dan gudang. Selain itu, usaha ini juga mendukung pertanian berkelanjutan dengan menyediakan produk pertanian yang legal, terdaftar, dan ramah lingkungan sehingga dapat membantu petani meningkatkan produktivitas tanpa merusak ekosistem.

### 4.3.2 Kesimpulan Kelayakan Usaha

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha yang telah dilakukan pada Toko Pertanian AgriGo.Mart, dapat disimpulkan bahwa rencana pendirian dan pengembangan usaha ini layak untuk dijalankan. Kesimpulan ini didasarkan pada kajian menyeluruh terhadap berbagai aspek penting, yaitu aspek pasar, sumber daya manusia, keuangan,

teknis kegiatan bisnis, dan lingkungan.

Dari aspek pasar, AgriGo.Mart memiliki peluang usaha yang kuat karena berada di wilayah pedesaan dengan aktivitas pertanian yang tinggi, khususnya pada komoditas padi dan jagung. Kebutuhan petani terhadap sarana produksi pertanian bersifat rutin dan berkelanjutan, sehingga menciptakan permintaan pasar yang stabil. Selain itu, masih terbukanya peluang pasar serta keterbatasan toko pertanian modern di wilayah sekitar menjadi faktor pendukung utama bagi keberlangsungan usaha.

Dari aspek sumber daya manusia, usaha ini didukung oleh tenaga kerja yang jumlahnya proporsional dengan skala usaha dan memiliki pembagian tugas yang jelas. Keterlibatan pemilik usaha secara langsung dalam pengelolaan operasional turut memperkuat efektivitas manajemen dan pengawasan kegiatan usaha sehari-hari.

Dari aspek keuangan, hasil analisis menunjukkan bahwa usaha AgriGo.Mart mampu menghasilkan arus kas positif dan memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Nilai *Net Present Value* (NPV) yang positif, *Internal Rate of Return* (IRR) yang lebih besar dari tingkat suku bunga, *Payback Period* yang relatif singkat, serta *Benefit-Cost Ratio* (BCR) lebih dari satu menunjukkan bahwa usaha ini layak secara finansial dan efisien dalam penggunaan modal.

Dari aspek teknis kegiatan bisnis, operasional usaha dinilai mudah untuk dilaksanakan karena didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai, sistem pengadaan barang yang jelas, serta

proses operasional yang sederhana namun efektif. Kegiatan bisnis dapat dijalankan dengan peralatan dan teknologi yang tidak kompleks, sehingga risiko teknis relatif rendah.

Sementara itu, dari aspek lingkungan, kegiatan usaha AgriGo.Mart tidak menimbulkan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan fisik, sosial, maupun ekonomi. Sebaliknya, usaha ini memberikan kontribusi positif bagi masyarakat sekitar melalui penyediaan sarana produksi pertanian, penciptaan lapangan kerja, serta dukungan terhadap peningkatan produktivitas pertanian.

Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, maka dapat ditegaskan bahwa Toko Pertanian AgriGo.Mart layak untuk direalisasikan dan dikembangkan sebagai usaha yang berkelanjutan. Usaha ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat ekonomi bagi pemilik usaha dan masyarakat sekitar, sekaligus mendukung sektor pertanian di wilayah pedesaan.

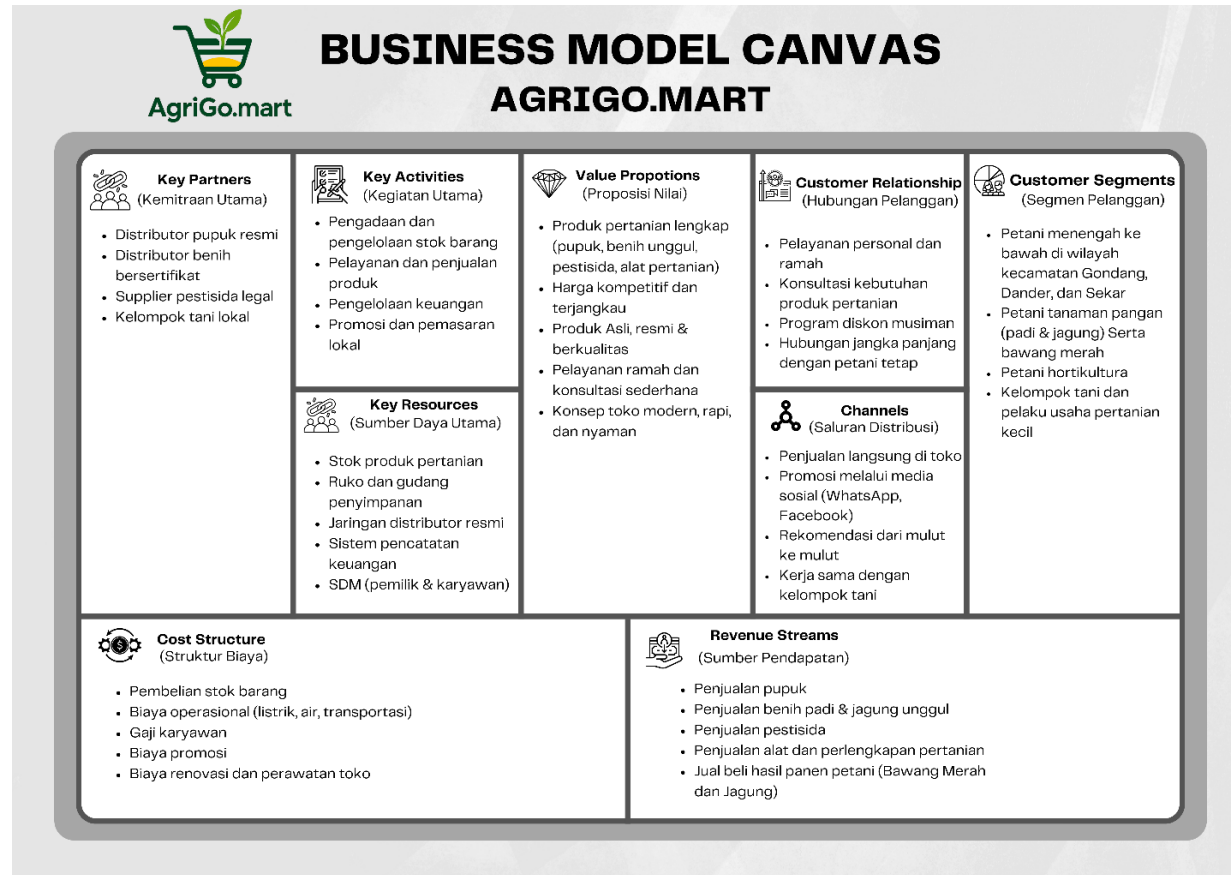
#### **4.4 Perencanaan Bisnis (*Business Plan*)**

Perencanaan pemasaran AgriGo.Mart difokuskan pada pemenuhan kebutuhan petani di wilayah pedesaan, khususnya petani padi, jagung, dan komoditas pertanian lainnya. Strategi pemasaran disusun dengan mempertimbangkan karakteristik pasar lokal, tingkat persaingan, serta perilaku konsumen.

##### *4.4.1 Business Model Canvas*

*Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat yang digunakan untuk

menggambarkan model bisnis suatu usaha secara sederhana dan sistematis melalui sembilan elemen utama. Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010), *Business Model Canvas* menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan nilai, menyampaikan nilai kepada pelanggan, serta memperoleh keuntungan dari aktivitas bisnis yang dijalankan. Berikut adalah *Business model canvas* AgriGo.Mart.



**Gambar 4.2**  
**Business Model Canvas AgriGo.Mart**  
*Sumber : Peneliti*

Gambar di atas menunjukkan *Business Model Canvas* (BMC) AgriGo.Mart yang menggambarkan model bisnis toko pertanian secara menyeluruh melalui sembilan elemen utama. Konsep BMC ini merujuk pada kerangka yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur yang digunakan untuk memetakan bagaimana sebuah usaha menciptakan nilai, memberikan layanan kepada pelanggan, serta memperoleh pendapatan. Pada model tersebut AgriGo.Mart menargetkan petani dan kelompok tani sebagai segmen pelanggan dengan menawarkan produk pertanian lengkap, harga kompetitif, serta pelayanan yang ramah dan konsultatif. Kegiatan utama usaha meliputi pengadaan stok, penjualan, dan pemasaran, yang didukung oleh kemitraan dengan distributor pupuk, benih, dan pestisida. Pendapatan diperoleh dari penjualan berbagai sarana produksi pertanian, sedangkan struktur biaya mencakup pembelian stok barang, biaya operasional, gaji karyawan, serta biaya promosi. Secara keseluruhan, BMC ini memberikan gambaran tentang bagaimana AgriGo.Mart menjalankan dan mengembangkan usahanya secara terstruktur.

#### 4.4.2 Perencanaan Pemasaran

Perencanaan pemasaran AgriGo.Mart difokuskan pada pemenuhan kebutuhan petani di wilayah pedesaan, khususnya petani padi, jagung, dan komoditas pertanian lainnya. Strategi pemasaran disusun dengan mempertimbangkan karakteristik pasar lokal, tingkat persaingan, serta perilaku konsumen.

a. Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar AgriGo.Mart ditinjau dari beberapa aspek sebagai berikut:

1) Geografis

Menargetkan wilayah Kecamatan Gondang serta daerah sekitarnya seperti Dander dan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, yang didominasi oleh aktivitas pertanian dan memiliki kebutuhan tinggi terhadap sarana produksi pertanian.

2) Demografis

Ditujukan kepada petani skala kecil hingga menengah, khususnya petani padi, jagung, bawang merah, serta petani hortikultura, kelompok tani, dan pelaku usaha pertanian lokal dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah.

3) Psikografis

Menargetkan petani yang memiliki kesadaran akan pentingnya penggunaan produk pertanian berkualitas, mengutamakan harga terjangkau, serta terbuka terhadap konsep toko pertanian modern yang memberikan kemudahan, kenyamanan, dan pelayanan yang lebih baik.

Segmentasi ini dipilih karena kelompok tersebut memiliki kebutuhan rutin terhadap sarana produksi pertanian dan berpotensi menjadi pelanggan tetap.

b. Target Pasar

Target pasar utama AgriGo.Mart adalah petani aktif yang melakukan kegiatan tanam secara rutin dan membutuhkan pupuk, pestisida, benih, serta peralatan pertanian. Target pasar sekunder adalah masyarakat umum yang membutuhkan produk pertanian dalam jumlah kecil.

c. Positioning

AgriGo.Mart diposisikan sebagai toko pertanian modern di pedesaan yang menyediakan produk pertanian lengkap, berkualitas, dengan harga kompetitif serta pelayanan yang informatif dan ramah.

d. Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

1. Produk (*Product*)

Produk yang ditawarkan meliputi pupuk, pestisida (herbisida, insektisida, fungisida), benih, serta peralatan pertanian lainnya. Produk dipilih dari distributor resmi untuk menjamin kualitas dan keaslian.

2. Harga (*Price*)

Strategi penetapan harga dilakukan secara kompetitif dengan mempertimbangkan harga pasar dan daya beli petani. Harga ditetapkan agar tetap terjangkau namun memberikan margin keuntungan yang wajar.

3. Tempat (*Place*)

Lokasi toko berada di wilayah yang mudah diakses oleh

petani, dekat dengan lahan pertanian dan jalur transportasi desa, sehingga memudahkan konsumen dalam berbelanja.

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi dilakukan melalui pendekatan langsung kepada petani, rekomendasi dari mulut ke mulut, pemasangan spanduk, serta pemanfaatan media sosial sederhana. Pendekatan personal dan pelayanan yang baik menjadi strategi promosi utama.

#### 4.4.3 Perencanaan Organisasi

Perencanaan organisasi AgriGo.Mart dirancang secara sederhana dan efisien, disesuaikan dengan skala usaha dan kebutuhan operasional.

##### a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi usaha terdiri dari:

- 1) Pemilik usaha sebagai pengelola utama
- 2) Karyawan operasional & kasir (2 orang)
- 3) Karyawan keuangan (1 orang)

##### b. Tugas dan Tanggung Jawab

- 1) Pemilik usaha

Bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, pengelolaan keuangan, pengadaan barang, serta pengawasan seluruh kegiatan operasional usaha.

- 2) Karyawan operasional dan kasir

Bertugas melakukan penataan barang, menjaga kebersihan

toko, mengelola stok, serta memberikan pelayanan dan pengarahan kepada konsumen. Bertanggung jawab atas proses transaksi penjualan, pencatatan keuangan harian, serta administrasi sederhana.

### 3) Karyawan keuangan

Bagian keuangan AgriGo.Mart bertugas mencatat seluruh pemasukan dan pengeluaran toko, mengelola kas serta pembayaran kepada pemasok, dan menyusun laporan keuangan berkala sebagai bahan evaluasi usaha. Selain itu juga melakukan kegiatan list untuk pengadaan barang.

#### c. Sistem Kerja

Sistem kerja dilakukan secara langsung dan terkoordinasi antara pemilik dan karyawan. Pembagian tugas yang jelas diharapkan mampu meningkatkan efisiensi kerja, kualitas pelayanan, serta kelancaran operasional toko.

#### 4.4.4 Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan AgriGo.Mart bertujuan untuk memastikan bahwa pengelolaan modal, biaya operasional, dan pendapatan usaha dilakukan secara terencana dan berkelanjutan.

##### a. Pengelolaan Modal

Modal usaha digunakan untuk pengadaan perlengkapan, serta pembelian stok awal barang pertanian. Modal kerja difokuskan pada ketersediaan produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara berkelanjutan.

b. Biaya Operasional

Biaya operasional meliputi gaji karyawan, biaya listrik, internet, kebutuhan kantor, serta biaya perawatan toko. Pengendalian biaya dilakukan agar tidak melebihi kemampuan pendapatan usaha.

c. Proyeksi Pendapatan

Berdasarkan proyeksi usaha, AgriGo.Mart diperkirakan mampu menghasilkan target laba kotor usaha sebesar 600.000-900.0000 per hari dan bisa lebih saat musim tanam tiba. Dengan pendapatan tersebut, usaha mampu menutup biaya operasional, mengembalikan modal, serta menghasilkan keuntungan bersih yang stabil.

d. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan dilakukan secara tertib melalui pencatatan transaksi harian dan evaluasi keuangan secara berkala. Hasil analisis kelayakan finansial yang menunjukkan nilai NPV positif, IRR tinggi, *Payback Period* singkat, serta BCR lebih dari satu menjadi dasar bahwa perencanaan keuangan AgriGo.Mart telah disusun secara realistis dan layak.