

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

1. Letak Geografis

Kecamatan Megamendung merupakan salah satu Kecamatan yang berada dalam wilayah Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Berjarak sekitar 20 km dari kota Bogor dan 60 km dari ibukota Jakarta. Kecamatan Megamendung terletak pada ketinggian 670 - 1100 meter di atas permukaan laut dengan batas-batas administratif sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Sukaraja, Jonggol kemudian di sebelah barat dan selatan berbatasan dengan Kecamatan Ciawi sedangkan di sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Cisarua.

Kecamatan Megamendung terdiri atas 11 desa yaitu Desa Megamendung, Desa Cipayung, Desa Girang, Desa Gadog, Desa Sukamahi, Desa Sukamaju, Desa Sukamanah, Desa Sukaresmi, Desa Sukagalih, Desa Sukakarya dan Desa Kuta dengan luas wilayah Kecamatan 4.006,3 ha yang terdiri dari 959,1 ha (23,93 persen) merupakan wilayah pertanian atau sawah, 1.576,3 ha (39,35 persen) pemukiman dan pekarangan penduduk, 1.242,6 ha (31,01 persen) wilayah penghijauan dan lain-lain seperti tempat pemakaman umum, sungai seluas 228,3 ha (5,7 persen).

Secara geografis Kecamatan Megamendung terletak antara 54° - 106° BT dan 6° - 41° LS dengan topografi yang berbukit-bukit, datar dan miring dengan jenis tanah latosol coklat kemerahan, regosol, grumosol, alluvial dan andosol . Mengingat letak Kecamatan Megamendung berada pada dataran tinggi maka suhu udara rata-rata

harian 22°C – 26°C . Kelembaban mencapai titik tertinggi 90 persen pada pagi hari dan titik terendah 50 persen pada siang hari. Curah hujan di daerah Kecamatan Megamendung rata-rata 2.145 mm per tahun. Jenis tanah dan ketinggian wilayah di Kecamatan Megamendung untuk dilakukan budidaya caisim, karena caisim tumbuh baik pada tanah *aluvial*, *regosol*, *grumosol*, *latosol* dan *andosol* serta ketinggian 670 - 1100 meter di atas permukaan laut. Caisim yang ditanam pada ketinggian 670 - 1100 meter di atas permukaan laut bisa dipanen setelah berumur 40 hari.

2. Kondisi Demografi

Kondisi demografi Kecamatan Megamendung ditunjukkan oleh Tabel 15

Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Desa Cipayung dengan jumlah penduduk sebanyak 14527 jiwa laki-laki sebanyak 8467 jiwa dan perempuan sebanyak 6060 jiwa. Kemudian dapat diketahui jumlah penduduk paling sedikit terdapat di Desa Sukaremsi dengan jumlah penduduk sebanyak 4480 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 2302 jiwa dan perempuan sebanyak 2178 jiwa. Dari keseluruhan desa yang ada, semua desa memiliki jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibanding perempuan kecuali pada Desa Pasir Angin. Jumlah total penduduk yang berada di Kecamatan Megamendung adalah sebanyak 94106 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 49150 jiwa dan perempuan sebanyak 44956 jiwa.

Tabel 15. Jumlah Penduduk Kecamatan Megamendung Berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Desa | Jumlah Penduduk (Jiwa) | Jenis Kelamin | |
|----|-----------------|------------------------------|---------------------|---------------------|
| | | | Laki-Laki (Jiwa) | Perempuan (Jiwa) |
| 1 | Megamendung | 6240 | 3252 | 2988 |
| 2 | Cipayung Girang | 9137 | 4783 | 4354 |
| 3 | Cipayung | 14527 | 8467 | 6060 |
| 4 | Pasir Angin | 9511 | 4254 | 5257 |
| 5 | Gadog | 6624 | 3475 | 3149 |
| 6 | Sukakarya | 6808 | 3524 | 3284 |
| 7 | Sukamahi | 8468 | 4425 | 4043 |
| 8 | Sukamaju | 7016 | 3647 | 3369 |
| 9 | Sukamanah | 6762 | 3484 | 3278 |
| 10 | Sukaresmi | 4480 | 2302 | 2178 |
| 11 | Sukagalih | 8189 | 4239 | 3950 |
| 12 | Kuta | 6344 | 3298 | 3046 |
| | Jumlah | 94106 | 49150 | 44956 |

Mayoritas dari penduduk di Kecamatan Megamendung bekerja sebagai buruh harian lepas seperti buruh tani, pekerja bangunan, dll yaitu terdapat sebanyak 11443 jiwa. Kemudian pada urutan kedua, mata pencaharian yang banyak dilakukan oleh penduduk Kecamatan Megamendung adalah sebagai petani, yaitu terdapat sebanyak 3460 jiwa. Hal ini didukung oleh masih banyaknya lahan di kecamatan berupa sawah sehingga petani yang berada di Kecamatan Megamendung bekerja pada ladang atau sawah yang masih berada di Kecamatan Megamendung. Ada beberapa petani yang menggarap lahan atau sawah di luar Kecamatan Megamendung, namun jumlahnya lebih sedikit dibandingkan dengan yang bekerja pada lahan yang masih berada di kawasan Kecamatan Megamendung. Petani yang berada di Kecamatan Megamendung merupakan gabungan antara petani penggarap, pemilik, maupun keduanya. Menurut hasil wawancara dengan responden, data petani yang tercatat

tidak murni hanya bekerja sebagai petani saja. Namun juga termasuk petani yang memiliki pekerjaan sampingan lainnya, misalnya petani yang juga bekerja sebagai pedagang, pengusaha, buruh harian lepas, dan sebagainya. Daftar berikut menyajikan data penduduk menurut klasifikasi mata pencahariannya.

Tabel 16. Klasifikasi Penduduk Kecamatan Megamendung Berdasarkan Mata Pencaharian

| No | Mata Pencaharian | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|----|------------------------|---------------|----------------|
| 1 | Petani | 3460 | 15.36 |
| 2 | Peternak Dan Perikanan | 665 | 2.95 |
| 3 | Pengusaha | 160 | 0.71 |
| 4 | Industri | 921 | 4.09 |
| 5 | Pertukangan | 457 | 2.03 |
| 6 | Pedagang | 499 | 2.21 |
| 7 | Jasa Transportasi | 990 | 4.39 |
| 8 | Jasa Pariwisata | 2102 | 9.33 |
| 9 | Pegawai Negeri | 841 | 3.73 |
| 10 | TNI/Polri | 220 | 0.98 |
| 11 | Pensiunan/Purnawirawan | 504 | 2.24 |
| 12 | Buruh Harian Lepas | 11443 | 50.79 |
| 13 | Lainnya | 267 | 1.19 |
| | Jumlah | 22529 | 100 |

B. Gambaran Umum PT. Sayuran Siap Saji

1. Sejarah Perusahaan

PT. Sayuran Siap Saji adalah anak perusahaan dari PT. Saung Mirwan yang baru didirikan pada bulan November 2010. Saat ini PT. Saung Mirwan sudah tidak beroperasi, dan diganti dengan PT. Sayuran Siap Saji. Oleh karena itu sebelum dijelaskan mengenai PT. Sayuran Siap Saji, didahului dengan penjelasan mengenai PT. Saung Mirwan.

PT. Saung Mirwan adalah perusahaan agribisnis yang memproduksi berbagai sayuran hidroponik maupun konvensional. Komoditi yang diproduksi diantaranya adalah *capsicum*/paprika, *tomat recento*, *kyuri*, *cherry tomato*, *iceberg lettuce*, dan masih banyak komoditi lain yang dapat disediakan. PT. Saung Mirwan mulai berdiri pada tahun 1984 yang beroperasi di Desa Sukamanah, Kecamatan Megamendung, Kabupaten Bogor dengan luas area kurang lebih 11 Ha dengan diantaranya 4 Ha terdiri dari bangunan *green house* dengan konstruksi besi dilengkapi dengan peralatan yang modern seperti irigasi tetes dengan segala sarana penunjangnya. Tatang Hadinata (Theo) adalah pemilik dan pimpinan PT. Saung Mirwan yang pada awalnya adalah seorang pengusaha konstruksi. Dengan bantuan beberapa orang karyawan, T. Hadinata mulai menanam melon di atas lahan terbuka.

Pada akhir tahun 1985 T. Hadinata menyewa lahan seluas 7 Ha di daerah Cipanas dan Cianjur dan memulai untuk menanam bawang putih dan berbagai jenis sayuran lain dengan bantuan 100 orang karyawan. Namun, usaha tersebut mengalami penurunan pada akhir tahun sehingga pemilik memutuskan untuk mengembangkan usaha di sekitar desa Sukamanah. Pada akhir tahun 1986 pemilik merasa tidak puas terhadap usahanya, meskipun menguntungkan karena banyak hal yang bersifat *uncertain* dan *uncontrollable*. Diantaranya, cuaca yang tidak menentu serta kontaminasi hama dan penyakit pada tanaman. Semua kendala tersebut menyebabkan rendahnya kualitas produk dan berpengaruh pula terhadap harga jualnya. Untuk mengatasi masalah tersebut, T. Hadinata teringat akan bangunan *greenhouse* dan

teknologi hidroponik. Beliau memutuskan untuk belajar di Belanda guna mendalami rahasia budidaya sayuran hidroponik.

Setelah kembali ke Bogor, T. Hadinata hanya membatasi pada 5 komoditas pertanian yaitu paprika, melon, tomat, terong dan mentimun yang ditanam secara hidroponik. Media yang dipilih adalah arang sekam yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan mikroirigasi. Nutrisi lengkap diberikan secara kontinyu guna mendukung pertumbuhan optimal tanaman. Hasilnya adalah produk dengan kualitas sangat memuaskan.

Kualitas maksimal dari sayuran yang dihasilkan disambut positif oleh konsumen, bahkan pemilik memberi kuota pada konsumen, karena komoditas dihasilkan dalam jumlah terbatas. Tahun 1989, sayuran yang dihasilkan siap untuk dipasarkan dan dipilih sebuah pasar swalayan yang cukup terkenal di Jakarta (*Hero Department Store*) sebagai pasar utama. Dengan membidik konsumen tingkat menengah ke atas, sayuran produk PT. Saung Mirwan bisa terjual laris. Setelah sukses di bidang sayuran, T. Hadinata berpikir untuk mengembangkan usahanya di bidang bibit bunga krisan karena orang yang berbisnis bibit di bidang ini masih sedikit dan beliau kembali belajar ke Belanda. Tidak hanya bunga, bisnis sebagai penghasil sayuran non hidroponik juga mulai dikembangkan. Desakan pelanggan agar PT. Saung Mirwan melengkapi produk-produknya, pemilik memutuskan untuk melebarkan sayap sebagai pemasok sayuran yang lebih lengkap jenisnya. Pemilik mulai membuat pola kemitraan yang menganut sistem saling menguntungkan. Pola ini diciptakan untuk mendukung permintaan sekitar 30 jenis komoditas sayuran.

Menyadari pentingnya dukungan dari luar, tahun 1985 PT. Saung Mirwan mencoba membina hubungan melalui pola kemitraan dengan beberapa petani. Sebagai mitra, petani mengusahakan sejumlah komoditas sayuran sesuai dengan permintaan PT. Saung Mirwan melalui kesepakatan program tanam dan kuota panen. Petani dibantu baik modal, benih, bibit, pestisida, maupun cara budidayanya. Hampir setiap minggu ada penyuluh yang mendatangi petani mitra untuk memantau perkembangan tanaman.

Pada tahun 1997, PT. Saung Mirwan mulai memperluas orientasi pasarnya menjadi *go international*, yang pada saat itu PT. Saung Mirwan masih membatasi pada produk paprika saja. Sampai saat ini PT. Saung Mirwan telah melakukan ekspor ke Negara Taiwan (kol, paprika), Hongkong (paprika), Korea (paprika), Malaysia (*baby leaves* atau yang lebih dikenal dengan *rucola* atau *wild rocket*). Bisnis ekspor ini tidak dilanjutkan karena ada beberapa kendala yaitu mengenai harga, sebagai contoh untuk pasar Negara Taiwan dan Hongkong harga jual dari Cina lebih murah dibandingkan harga dari Indonesia. Sedangkan pasar Korea berhenti karena ada masalah dengan persyaratan dari pihak *Customs* Korea. Usahanya sempat terpukul akibat krisis ekonomi, namun hal ini tidak mematahkan semangat pemiliknya. T. Hadinata justru melihat hal tersebut sebagai peluang untuk memperluas usahanya.

Pada tahun 2010, T. Hadinata mendapatkan bantuan dari Pemerintah Belanda dalam bentuk mesin-mesin potong sayur dan bantuan tenaga ahli dari Belanda. Pemerintah Belanda pada saat memberikan bantuan kepada PT. Saung Mirwan, menunjuk salah satu perusahaan produsen sayur segar di Belanda bernama *Hessing*,

sebagai perusahaan yang melakukan supervisi kepada PT. Saung Mirwan dalam mengalokasikan dana bantuan dari Pemerintah Belanda tersebut.

Berselang waktu berjalan, Hessing selaku partner dari Belanda tertarik untuk bekerja sama dengan PT. Saung Mirwan untuk mendirikan perusahaan baru dengan nama PT. Sayuran Siap Saji dan pada bulan November 2010 didirikan PT. Sayuran Siap Saji, yang secara kepemilikan saham 70% dimiliki oleh T. Hadinata dan 30% dimiliki oleh Hessing. Selama kerjasama *joint venture* ini berlangsung, PT. Sayuran Siap Saji banyak mendapatkan kebaikan dari kerjasama tersebut, diantaranya dalam penanganan proses sayur dengan kualitas yang lebih baik, dan dalam efisiensi dan efektifitas produktifitas sayuran dalam pemrosesan sayur. Saat ini PT. Sayuran Siap Saji mensuplai sayur potong ke beberapa customer seperti Bakmi GM, *7 Eleven Indonesia*, *Domino's Pizza*, *Pizza Marzano*, *Le Gitt*, *D'Crepes*, *Family Mart*, *Mos Burger*, *TGI Fridays Restaurant*, *Rejuve Restaurant*, Sate Khas Senayan, dan beberapa customer lain yang sudah pernah disuplai seperti *Pizza Hut*, *Burger King*, *KFC*, *Mc Donalds*, *Yoshinoya* dan *Hoka-Hoka Bento*.

2. Profil Perusahaan PT. Sayuran Siap Saji

PT Sayuran Siap Saji memiliki akta pendirian resmi pada tahun 2010. Kemudian dilakukan persiapan pada perusahaan seperti pengadaan ruangan serta persiapan dokumen resmi/legal. Tahun 2011 status PT Sayuran Siap Saji masih berada di bawah PT Saung Mirwan, namun produk perusahaan berupa sayuran potongan telah merambah ke supermarket. Masih di bawah naungan PT

Saung Mirwan, pada tahun 2012 PT Sayuran Siap Saji mulai memiliki pasar sendiri dan konsumen tetap. Kemudian pada April 2013, PT Sayuran Siap Saji telah resmi menjadi perusahaan mandiri dan terlepas dari naungan PT Saung Mirwan. Saat awal berdiri, PT Sayuran Siap Saji sebagai anak perusahaan sudah memiliki surat dokumentasi legal sendiri yang terpisah dari induk perusahaan. Izin tersebut berupa akta pendirian dari notaris No.2 tanggal 20 Mei 2010, SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), TDP (Tanda Daftar Perusahaan) di Pemerintahan Daerah Cibinong, NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak), dan Surat Keterangan Domisili dari kecamatan maupun dari desa. Perusahaan tidak memiliki izin dari Dinas Perindustrian karena mesin dalam industri tidak sering dipakai, hanya dua kali dalam seminggu. PT Sayuran Siap Saji memiliki modal asing maka tidak dapat dikategorikan dengan klasifikasi industri besar, menengah atau kecil tapi termasuk PMA (Penanaman Modal Asing). Selain itu PT Sayuran Siap Saji juga menggunakan mesin yang berasal dari Belanda. Mesin dari Belanda termasuk ke permodalan dan investasi, yang nantinya akan dikembalikan sesuai dengan nilai mesin tersebut. Pemberi modal adalah PT HESSING Supervers dari Belanda yang bergerak dibidang hortikulturan/sayuran, bukan berupa uang. PT Sayuran Siap Saji menerapkan inovasi dan pengembangan produk baru pada bidang sayuran yang disebut Vegetable Industrial Fresh Cut (HACCP Certified). Bidang usahanya adalah agroindustri dan pasar yang dimasuki untuk produk fresh cut ini adalah pasar domestik dan pasar institusi. Produk sayuran potongan rupanya kurang memiliki peminat di supermarket. Oleh karena itu pemasaran

dilakukan ke kafe, restoran, hotel, dan katering. Harga sayuran potong lebih mahal dibanding harga utuh. Sayuran yang diambil bagian dalam sayuran yang bagus secara kualitas dan tidak mudah layu sehingga bisa sampai tiga kali pemakaian. Produk sayuran potong lebih laku di restoran dan hotel karena sayuran yang telah dipotong-potong akan lebih efisien dalam hal waktu dan tenaga. Koki atau juru masak tidak perlu lagi membuang waktu hanya untuk mengupas dan membersihkan sayuran yang akan mereka olah. PT Sayuran Siap Saji menawarkan produk dengan komoditi tertentu kemudian disesuaikan dengan permintaan konsumen. Jika sayuran yang dibutuhkan konsumen tidak ada maka perusahaan khususnya bagian pengadaan mencari pasokan sayuran ke pasar luar. Perusahaan lebih banyak memperoleh keuntungan dari mitra tani dibanding mitra beli karena mitra beli atau pasar menggunakan sistem harga yang tidak konstan dan tidak dapat diperkirakan. Pengumpul pedagang pasar seringkali menjual sayuran dengan harga yang lebih tinggi kepada perusahaan manakal mereka mengetahui bahwa perusahaan sedang membutuhkan suatu jenis sayuran dalam keadaan yang mendesak. Lain halnya dengan mitra tani karena hanya memakan dana untuk penyuluh pada program tani saja. Dari Belanda untuk memberikan mesin terbaru untuk memotong dan membersihkan sayuran juga pelatihan untuk para pekerja di PT Sayuran Siap Saji.

3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Sayuran Siap Saji (3S) menjelaskan latar belakang kehadiran perusahaan di tengah-tengah masyarakat, apa yang ingin dilakukan dan diberikan

kepada *stake holder* (pelanggan, masyarakat, pemerintah, karyawan dan pemegang saham), serta apa yang membedakan PT Sayuran Siap Saji dari perusahaan lainnya. Visi PT Sayuran Siap Saji adalah menjadi salah satu *leader* dalam bidang agribisnis serta produksi sayur *fresh cut* dengan menerapkan teknologi yang tepat guna untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat petani dalam membangun Negara Indonesia. Visi tersebut ditetapkan berdasarkan cita-cita pendiri, latar belakang dan kondisi masyarakat dikembangkan misi dan nilai-nilai luhur perusahaan. Misi PT Sayuran Siap Saji adalah:

- a. Memproduksi secara berkesinambungan dan secara konsisten menjaga standart mutu yang tinggi sesuai permintaan pasar.
- b. Meningkatkan mutu produk, pelayanan dan SDM untuk menjaga kepuasan pelanggan.
- c. Mengembangkan usaha pertanian dengan memperluas jaringan pasar dan jaringan kemitraan dengan para petani kecil, dan
- d. Menggalang kerjasama dengan lembaga-lembaga penelitian dan pendidikan untuk mendapatkan teknologi tepat guna yang dapat diaplikasikan oleh masyarakat petani.

McDonalds dan *Burger King* adalah yang pertama membuka pintu untuk pasar sayur yang diproses singkat. Awalnya kedua perusahaan tersebut memenuhi kebutuhan selada potong, tomat dan bawang bombay. Hal ini diluar dari kebiasaan rutin saat PT Saung Mirwan yang menyediakan sayuran siap untuk dimasak dari mentah atau disebut *whole product*. Karena tingginya permintaan dari dua perusahaan

restoran ini untuk memesan jenis sayuran, mereka diberikan bimbingan untuk proses penyusunan produk sebagaimana yang mereka butuhkan. Spesifikasi produk ditentukan oleh standar internasional sehingga PT Sayuran Siap Saji diwajibkan untuk memberikan hasil kerja yang diminta sesuai dengan spesifikasi, kebersihan, kesegaran, dan kualitas. Ini adalah awal dari sejarah sayuran potong segar dari PT Sayuran Siap Saji. PT Sayuran Siap Saji pernah bekerjasama dengan beberapa koki sebagai bentuk pengembangan produk untuk membantu mempromosikan produk potong segar baru, bagaimana produk dapat dengan mudah digunakan dalam kehidupan nyata. Dari kolaborasi ini kemudian lahir sebuah merek dengan nama "*Greenlicious*" untuk produk potong segar di pasar ritel untuk memenuhi permintaan sayuran siap masak seperti sup sayuran, *shabu-shabu* dan lain-lain yang terdiri dari 20 jenis produk. Perjalanan memperkenalkan jenis baru berupa sayuran potong segar tidak dapat dikatakan mudah. Hal ini dikarenakan pesaing juga menjual produk serupa, tetapi karena sistem proses mereka tidak sama dengan Sayuran Siap Saji, produk mereka memiliki kualitas yang lebih rendah dan dijual lebih murah di pasar. Ini adalah hal-hal yang dihadapi di lapangan untuk memasarkan produk ini sehingga peristiwa demo dan promo yang diperlukan untuk mendidik pembeli pada ritel yang ada.

4. Struktur Organisasi

PT Sayuran Siap Saji dipimpin oleh seorang Direktur. Direktur dibantu oleh beberapa divisi penting seperti Sekretariat atau Administrasi, Manajer Keuangan dan

Pengawasan, Teknisi Informasi dan Komunikasi, dan Personalia. Manajer Keuangan dan Pengawasan dibantu oleh Divisi Akuntansi Keuangan. Selain itu, divisi lain yang berada di bawah Direktur adalah Divisi Pengawasan Kualitas, Manajer Operasional, Manajer Kemitraan Petani, Manajer Pemasaran dan Penjualan, dan Manajer Pengadaan. Manajer Operasional dibantu oleh tiga divisi yaitu Produksi, Pengemasan, dan Pemeliharaan. Manajer Kemitraan Petani dibantu oleh Ahli ilmu tanah dan Penyuluh. Manajer Pemasaran dan Penjualan dibantu oleh bagian Akuntansi dan Distribusi. Manajer Pengadaan dibantu oleh bagian Pembelian. Setiap divisi pada perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Semua kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing divisi akan berdampak pada kinerja divisi lainnya oleh karena itu perusahaan memiliki peraturan yang cukup ketat untuk setiap karyawan yang bekerja agar hasil produk yang dihasilkan dapat mencapai target dengan mutu baik dan yang paling utama adalah tercapainya kepuasan para konsumen produk PT. Sayuran Siap Saji.