

**Kendala dalam Rantai Nilai Agribisnis Selada *Baby Romaine*
(*Lactuca Sativa Var. Romana L.*) yang Berorientasi ke Pasar Ritel Modern
(Studi Kasus di PT. XYZ)**

***Constraints in the Agribusiness Value Chain of Baby Romaine Lettuce
(Lactuca Sativa Var. Romana L.) Oriented to the Modern Ritel Market
(Case Study at PT. XYZ)***

Rezkia Theresia Simangunsong*, Nur Syamsiyah

Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung Sumedang KM. 21, Hegarmanah, Kec. Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat

*Email: rezkia19001@mail.unpad.ac.id

(Diterima 07-08-2023; Disetujui 14-10-2023)

ABSTRAK

Selada merupakan salah satu produk hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi untuk dikembangkan. Sayuran ini banyak diminati oleh hotel, restoran, dan untuk diekspor ke luar negeri. Tingginya permintaan selada tidak diimbangi dengan pasokan yang tinggi, sehingga Indonesia harus terus mengimpor selada. Padahal, menurut General Manager PT XYZ, produk ini memberikan keuntungan yang cukup besar bagi perusahaan. Di PT XYZ, salah satu produk yang paling populer adalah selada *baby romaine*. Sayuran ini ditanam secara organik dengan menggunakan teknologi hidroponik NFT. Produk ini ditawarkan kepada ritel modern, hotel, restoran, kafe, dan pengguna akhir dengan kisaran harga Rp15.000-Rp60.000 tergantung pada kemasannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui rantai nilai komoditas selada *baby romaine* di PT XYZ untuk ritel modern. Desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi literatur. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan melakukan aktivitas nilai, khususnya aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Kendala yang dihadapi dalam rantai nilai selada *baby romaine* adalah produksi yang tidak stabil, permintaan yang cenderung fluktuatif, serta pengembalian produk oleh konsumen karena kualitas maupun kuantitas produk tidak sesuai permintaan konsumen. Kendala yang saat ini paling krusial adalah produksi yang tidak stabil karena membuat permintaan konsumen tidak bisa dipenuhi oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan masih belum bisa menemukan solusi untuk permasalahan ini.

Kata kunci: Rantai Nilai, Selada *Baby Romaine*, PT. XYZ, Ritel Modern

ABSTRACT

Lettuce is one of the horticultural products that has high economic value and potential to be developed. This vegetable is in great demand by hotels, restaurants, and for export abroad. The high demand for lettuce is not matched by a high supply, so Indonesia must continue to import lettuce. In fact, according to the General Manager of PT XYZ, this product provides considerable profits for the company. At PT XYZ, one of the most popular products is baby romaine lettuce. This vegetable is grown organically using NFT hydroponic technology. This product is offered to modern ritelers, hotels, restaurants, cafes, and end users with a price range of Rp15,000-Rp60,000 depending on the packaging. The purpose of this study was to determine the value chain of baby romaine lettuce commodities at PT XYZ for modern ritel. The research design used is a qualitative approach with a literature study research method. The analysis used is descriptive analysis. The results showed that the company carried out value activities, especially the main activities and supporting activities. The constraints faced in the baby romaine lettuce value chain are unstable production, demand that tends to fluctuate, and product returns by consumers because the quality and quantity of products do not match consumer demand. The most crucial constraint is the unstable production because it makes it impossible for the company to fulfill consumer demand. In addition, the company still cannot find a solution to this problem.

Keywords: Value Chain, Baby Romaine Lettuce, PT. XYZ, Modern Ritel

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara agraris yang mempunyai potensi sumber daya alam di bidang pertanian, kehutanan, perkebunan, peternakan, serta perikanan. Potensi tersebut mendorong masyarakat Indonesia untuk bekerja di sektor pertanian. Sektor pertanian sendiri mempunyai kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia (Rofiqi et al., 2018).

Hortikultura merupakan subsektor pertanian yang penting dalam pembangunan pertanian. Produk hortikultura berkontribusi secara signifikan terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) yakni mencapai Rp126.917 miliar pada tahun 2022. Tanaman hias, tanaman obat, sayuran, dan buah-buahan termasuk dalam subsektor pertanian ini (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2022). Masyarakat semakin sadar akan manfaat produk hortikultura untuk pangan, kesehatan, kecantikan, estetika, dan kelestarian lingkungan. Permintaan produk hortikultura semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk (Sarvina, 2019).

Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah sayuran. Tanaman ini memiliki kandungan air yang tinggi dan waktu tumbuh yang cepat (Arifin et al., 2023). Menurut Widani (2019), sayuran memiliki kandungan nutrisi seperti vitamin, mineral, dan serat yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Akibatnya, permintaan masyarakat akan sayuran relatif besar.

Tabel 1. Perkembangan Daya Beli Sayur Masyarakat Indonesia pada Tahun 2016-2021

Tahun	Daya Beli Sayur (Rp/Kapita/Bulan)
2016	22,051
2017	21.182
2018	23,650
2019	21.182
2020	42.619
2021	49.240

Sumber: Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian (2022)

Menurut Hasibullah *et al.* (2020), daya beli konsumen memengaruhi konsumsi masyarakat. Berdasarkan Tabel 1, daya beli konsumen untuk sayuran fluktuatif dan meningkat secara signifikan selama fase pandemi, yakni pada tahun 2020. Menurut penelitian yang dilakukan Mardiyah *et al.* (2022), terdapat peningkatan sebesar 52,9% dalam asupan sayuran di kalangan pelajar di Indonesia selama pandemi. Hal ini menunjukkan bahwa sayuran memiliki potensi pengembangan yang sangat besar.

Pemahaman masyarakat umum tentang kesehatan semakin berkembang seiring berjalannya waktu. Konsumen menjadi semakin pemilih dalam hal membeli produk berkualitas tinggi dan bergizi. Akibatnya, perusahaan harus menyesuaikan permintaan konsumen akan barang berkualitas tinggi (Marwanto et al., 2022). Menurut Reardon dalam Yuanita & Mukti (2017), setiap entitas dalam rantai pasok berkontribusi terhadap kualitas produk. Kesulitan yang dihadapi adalah terus memenuhi persyaratan kualitas dan kuantitas produk yang dibutuhkan konsumen. Perusahaan dalam rantai pasokan dikatakan kompetitif jika semua aktivitas produksi ditangani dengan baik hingga produk diperoleh oleh pembeli. Dengan meningkatkan kualitas produk dan menurunkan biaya, perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan (Pristianingrum, 2017).

Keberadaan teknik pertanian organik mencirikan pertumbuhan pertanian yang lebih berkualitas. Pertanian organik merupakan penanaman tanaman tanpa menggunakan bahan kimia sintetis. Karena tidak membutuhkan bahan kimia yang dapat merusak tanah, metode pertanian ini lebih ramah lingkungan. Selain itu, sayuran lebih aman untuk dikonsumsi karena tidak mengandung residu bahan kimia (Mayrowani, 2016). Konsumsi produk organik berkontribusi pada gaya hidup sehat global, yang mengharuskan produk pertanian aman untuk dikonsumsi (*food safety attributes*), memiliki kandungan gizi yang tinggi (*nutritional attributes*), dan memiliki proses produksi yang lebih ramah lingkungan (*eco-labelling attributes*). Saat ini, konsumen di seluruh dunia lebih memilih untuk mengonsumsi produk organik, yang menyebabkan peningkatan permintaan terhadap produk organik (Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian dalam Silitonga & Salman, 2014).

PT XYZ adalah perusahaan pertanian yang menanam sayuran secara organik dengan menggunakan sistem hidroponik *Nutrient Film Techniques* (NFT). Menurut Wiryono et al. (2021), pertanian hidroponik memberikan berbagai keuntungan dibandingkan dengan budidaya secara tradisional. Selain ramah lingkungan, produk yang dihasilkan lebih bersih, tanaman lebih cepat tumbuh, kualitas

tanaman lebih terjaga, dan hasil panen lebih banyak. Produk yang dihasilkan juga lebih sehat karena bebas dari logam berat industri yang terdapat dalam tanah, segar, tahan lama, dan mudah dicerna. Biaya yang dibutuhkan cukup besar sehingga penanaman sayuran hidroponik saat ini masih terbatas. Pasar sayuran hidroponik masih memiliki banyak ruang untuk berkembang. Toko-toko modern, restoran, kafe, dan motel biasanya membutuhkan sayuran ini. Selain itu, sayuran hidroponik juga berpotensi untuk diekspor (Herwibowo & Budiana, 2014).

PT XYZ merupakan perusahaan yang berada di Jawa Barat yang menyediakan produk hortikultura untuk ritel modern dan horeka. Produk yang dihasilkan, yaitu selada, tomat, timun, *microgreens*, *edible flower*, dan lainnya. Bisnisnya bergerak di bidang pertanian, yaitu produk sayuran. Sayuran tersebut tersedia secara online dan offline. Pemasaran dilakukan secara B2B (*business to business*) ke ritel modern, hotel, restoran, dan kafe, serta *business to consumer* (B2C) ke konsumen akhir melalui *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Segari, dan Sayur Box.

Selada merupakan salah satu produk utama PT XYZ. Sayuran ini memiliki tampilan yang menarik dan kaya akan nutrisi. Selada memiliki nilai ekonomis yang tinggi, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan. Selada biasa dikonsumsi sebagai lalapan, pelengkap makanan lain, dan hiasan kuliner (Setyaningrum & Saparinto, 2011). Menurut Nangoi *et al.* (2022), selada banyak diminati oleh hotel, restoran, dan untuk diekspor ke negara lain.

Tingginya permintaan selada tidak diimbangi dengan produksi yang tinggi. Akibatnya, Indonesia mengimpor selada sebanyak 40.580 kg pada tahun 2017, 48.085 kg pada tahun 2018, dan 58.111 kg pada tahun 2019 (BPS dalam Fitriani *et al.*, 2023). Penanaman selada masih terbatas di sentra-sentra produksi, seperti Cipanas dan Lembang. Padahal menurut General Manager PT XYZ, produk ini memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan. Perusahaan ini telah memproduksi berbagai macam selada, termasuk selada *baby romaine*. Sayuran ini merupakan produk yang paling banyak diproduksi oleh perusahaan. Selain menanam tanamannya sendiri, perusahaan ini juga berkolaborasi dengan para petani untuk memenuhi permintaan pasar.

Terdapat peralihan tingkah laku masyarakat dimana saat ini masyarakat cenderung berbelanja di ritel modern. Hal ini dikarenakan ritel modern menyediakan alternatif tempat berbelanja dengan pengalaman yang lebih menyenangkan dibandingkan pasar tradisional. Perkembangan ritel modern di Indonesia cukup pesat terutama di wilayah perkotaan (Sukirno & Harianto, 2017). Pasar ritel modern sendiri masih kekurangan pasokan sayur hidroponik karena permintaan konsumen yang terus meningkat. Terdapat beberapa persyaratan untuk menyuplai produk ke ritel modern, seperti ukuran produk seragam, tidak ada kerusakan, serta sayuran masih segar (Herwibowo & Budiana, 2014).

PT. XYZ telah memasarkan sayurannya selama bertahun-tahun ke ritel modern dan horeka. Konsumen yang paling besar di perusahaan ini merupakan ritel modern, dimana sekitar 40% permintaan yang masuk berasal dari ritel modern. Beberapa ritel modern yang memesan produk SBR dari PT. XYZ, seperti All Fresh, Carrefour, Giant, Griya, dan lainnya. Sayur dijual dengan harga yang cenderung stabil yakni Rp15.000-Rp60.000 sesuai kemasan. Jika dibandingkan dengan sayur konvensional, harga sayuran hidroponik memang lebih mahal. Meskipun demikian, konsumen bersedia membayar lebih karena kualitas yang didapatkan lebih baik (Purba *et al.*, 2021).

Seiring perkembangan zaman, lingkup industri serta lingkungan bisnis akan mengalami perubahan. Kemunculan pesaing yang baru merupakan sesuatu yang pasti akan terjadi dalam industri. Oleh karena itu, perusahaan memerlukan strategi bersaing untuk beradaptasi pada perubahan bisnis yang dinamis serta memenangkan persaingan (Biodi & Sanawiri, 2017). PT. XYZ sendiri sudah berdiri sejak tahun 1998. Perusahaan ini sudah melewati berbagai perkembangan zaman dan masih bisa eksis di pasaran. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kendala yang dihadapi dalam rantai nilai yang berlangsung di PT. XYZ.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di PT. XYZ selama kurang lebih satu bulan pada bulan Juni 2023. Objek penelitian ini adalah seluruh kegiatan dan biaya pada rantai nilai agribisnis selada *baby romaine* di PT. XYZ. Penelitian menggunakan desain kualitatif dan teknik penelitian studi kasus. Studi kasus merupakan strategi kualitatif untuk menelaah suatu kegiatan, peristiwa, maupun individu secara mendalam. Peristiwa tersebut memiliki batasan waktu dan kegiatan dan peneliti wajib mencari informasi secara rinci melalui prosedur yang tepat dalam kurun waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2020).

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk mengkaji kendala yang dihadapi dalam rantai nilai di PT. XYZ. Dalam rantai nilai terdapat aktivitas nilai yang dikerjakan perusahaan untuk menghasilkan produk. Aktivitas nilai dibagi menjadi 2, yaitu aktivitas primer dan aktivitas pendukung. Aktivitas primer merupakan kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan penciptaan produk, penjualan produk, dan pengiriman ke pembeli, serta layanan pembeli; sementara aktivitas pendukung akan mendukung kegiatan primer (Porter, 1994). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penentuan informan dilakukan secara *purposive* dan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2019), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel melalui berbagai pertimbangan agar data yang didapat berasal dari orang yang kompeten di bidangnya sehingga lebih representatif. *Snowball sampling* sendiri adalah teknik pemilihan subjek yang jumlah informannya berkembang sesuai keperluan penelitian hingga informasi yang dibutuhkan terkumpul.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian untuk memproduksi dan memasarkan produk hortikultura. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan dipasarkan ke ritel modern, hotel, restoran, dan kafe. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan melakukan aktivitas nilai yang terdiri dari aktivitas utama dan aktivitas pendukung. Aktivitas utama meliputi *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing and sales*, serta *service*. Untuk mendukung terlaksananya aktivitas utama, perusahaan juga melakukan aktivitas pendukung. Aktivitas pendukung terdiri dari *procurement, human resources management, technological development*, serta *firm infrastructure*.

Dalam melaksanakan aktivitas nilainya, perusahaan tidak lepas dari berbagai kendala, mulai dari proses produksi hingga pengantaran produk ke konsumen. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan selama proses penelitian, teridentifikasi kendala yang dihadapi PT. XYZ, yaitu:

1. Hasil produksi yang tidak stabil

Hasil produksi SBR sangat fluktuatif dimana produksi cenderung turun pada bulan-bulan tertentu. Penurunan produksi ini disebabkan karena beberapa hal, seperti perubahan iklim, hama, penyakit, dan faktor lainnya yang dapat menghambat pertumbuhan tanaman. Akibatnya, waktu panen kerap kali mundur dari perkiraan karena sayur belum sesuai dengan standar yang diharapkan. Selain itu, sayuran juga berpotensi rusak selama masa pengangkutan karena batang SBR yang rapuh. Oleh karena itu, perusahaan telah mempertimbangkan jumlah sayuran yang akan diangkat menggunakan keranjang panen. Biasanya dalam satu keranjang panen terdapat kurang lebih 30pcs SBR. Ini merupakan jumlah optimal agar sayur dalam keranjang panen tidak terlalu padat yang bisa menimbulkan kerusakan pada batang SBR.

Perusahaan sudah melakukan upaya untuk mengatasi produksi yang fluktuatif ini, salah satunya dengan melakukan kemitraan dengan petani SBR. Petani mitra menyuplai SBR dengan jumlah yang konsisten setiap harinya bahkan bisa lebih apabila ada permintaan dari perusahaan dan mitra menyetujuinya. Adapun sistem kemitraan yang terjalin antara perusahaan dan petani mitra adalah plasma. Pola kemitraan plasma adalah kemitraan antara petani, kelompok tani sebagai plasma dengan perusahaan sebagai inti. Perusahaan akan menyediakan lahan, saprodi, pelatihan, menerima, mengolah, dan memasarkan produk dari petani plasmanya. Kelompok mitra sendiri memiliki tanggung jawab untuk menyediakan keperluan perusahaan inti sesuai kesepakatan antara petani dan perusahaan tersebut (Alam & Hermawan, 2017).

Dalam mengatasi perubahan iklim yang tidak dapat diprediksi, perusahaan menggunakan teknologi *Agroclimate Automatic Weather Station (AAWS)*. Alat ini digunakan untuk mengamati agroklimat dan cuaca di lokasi perusahaan. Melalui teknologi ini, perusahaan akan mendapat peringatan apabila terjadi cuaca ekstrim sehingga dapat dilakukan langkah mitigasi. Selain itu, perusahaan sedang melakukan upaya inisiasi dengan membentuk tim *research and development*.

Hama merupakan salah satu OPT yang mengganggu tanaman. Perusahaan memproduksi tanamannya secara organik sehingga tidak menggunakan pestisida untuk membasmi hama. Oleh karena itu, perusahaan menggunakan *yellow trap* dan *lamp trap* untuk mengendalikan hama di dalam *green house*. Pengecekan tanaman juga dilakukan untuk membuang ulat yang menempel. Tanaman yang sudah kering bahkan mati akan dilakukan perapihan untuk membuang tanaman tersebut dan menggantinya dengan bibit baru.

Wachjar & Anggayuhlin (2013) dalam penelitiannya terhadap populasi optimum tanaman bayam pada teknik hidroponik NFT menyatakan bahwa peningkatan produktivitas dapat dilakukan dengan mengoptimalkan populasi penanaman. Populasi penanaman menggunakan tiga benih per lubang tanam dapat meningkatkan pertumbuhan serta produktivitas secara optimum. Pratama (2019) juga melakukan penelitian yang sama pada tanaman siomak dengan teknik hidroponik DFT. Hasil yang ditemukan populasi tanaman 3 benih per lubang tanam dapat meningkatkan produktivitas secara optimal. Perusahaan sendiri masih menggunakan 1 benih per lubang tanam. Oleh karena itu, perusahaan dapat menambahkan populasi benih untuk meningkatkan produktivitas.

2. Permintaan yang tidak tetap

Permintaan produk SBR juga cenderung fluktuatif. Sementara itu, produk SBR tidak boleh disimpan di perusahaan. Produk yang sudah dipanen harus segera dikemas serta dikirimkan ke konsumen pada hari berikutnya. Hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas sayuran agar tetap segar saat diterima oleh konsumen.

Upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengatasi produk yang belum habis terjual yaitu menghubungi konsumen satu per satu dan menawarkan produknya. Biasanya perusahaan akan memberikan potongan harga agar konsumen tertarik untuk membeli. Selain itu, perusahaan juga menawarkan promo di *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan secara *online*. Promo yang biasa ditawarkan perusahaan kepada konsumen yaitu diskon ataupun beli 1 gratis 1 selama periode waktu tertentu.

3. Pengembalian produk dari konsumen

Pengembalian produk dari konsumen dapat terjadi apabila produk yang diterima konsumen tidak sesuai pesanan, baik kualitas maupun kuantitasnya. Konsumen biasanya mengembalikan produk karena menemukan sayuran yang busuk, memar batang, maupun sayur yang mengalami *browning*. Selain itu, konsumen juga bisa mengembalikan produk apabila jumlahnya tidak sesuai permintaan dimana produk yang diantarkan ke konsumen kurang atau lebih dari jumlah produk yang diminta konsumen. Meskipun sudah dilakukan pencatatan jumlah pesanan, hal ini masih bisa terjadi dikarenakan adanya *human error*.

Pengembalian produk oleh konsumen akan menyebabkan produk kehilangan nilainya. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan proses logistik balik untuk memulihkan produk dengan cara diolah kembali sebagian atau keseluruhan produknya. Logistik balik meliputi beberapa kegiatan, yaitu mengumpulkan produk, menyortir, memulihkan, mengirimkan kembali produk, serta membuang limbah pengolahan (Heriyanto & Noviardy, 2019).

Produk yang dikembalikan oleh konsumen akan dibawa kembali oleh perusahaan dan kembali disortir. Sayur yang kondisinya masih bagus biasanya akan diolah kembali menjadi produk salad sementara sayur yang sudah tidak layak untuk dikonsumsi akan diolah menjadi kompos. Selain itu, perusahaan juga mengizinkan pekerja yang memiliki ternak menggunakan limbah sayur sebagai pakan ternak.

Berdasarkan hasil penelitian, kendala yang paling krusial adalah hasil produksi yang tidak stabil. Hal ini dikarenakan produksi merupakan kunci utama dalam menciptakan produk yang hendak dijual oleh perusahaan. Penurunan produksi ini membuat perusahaan tidak bisa memenuhi permintaan yang masuk dari konsumen. Jika terus dibiarkan, perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari konsumen dan membuka peluang bagi pesaing untuk memenuhi permintaan konsumen yang tidak dapat dipenuhi oleh perusahaan. Saat ini, solusi yang dilakukan perusahaan belum mampu mengatasi permasalahan produksi tersebut.

KESIMPULAN

PT. XYZ melakukan kegiatan rantai nilai, yaitu kegiatan utama dan kegiatan pendukung untuk memproduksi dan memasarkan SBR. Kendala yang dihadapi dalam rantai nilai selada *baby romaine* adalah produksi yang tidak stabil, permintaan yang cenderung fluktuatif, serta pengembalian produk oleh konsumen karena kualitas maupun kuantitas produk tidak sesuai permintaan konsumen. Kendala yang saat ini paling krusial adalah produksi yang tidak stabil karena membuat permintaan konsumen tidak bisa dipenuhi oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan masih belum bisa menemukan solusi untuk permasalahan ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan, saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Bagi Perusahaan

- a) Perusahaan memiliki *website* resmi yang digunakan sebagai media informasi serta pemasaran produk ke konsumen. Akan tetapi, informasi di *website* tersebut sudah tidak lagi diperbarui sejak tahun 2019. Oleh karena itu, perusahaan dapat memperbarui kembali *websitenya* agar konsumen tetap dapat mengakses informasi terbaru seputar perusahaan. Perusahaan juga dapat menambah media iklannya, seperti koran, majalah, poster, baliho, radio, dan lainnya.
 - b) Perusahaan dapat mempertimbangkan penambahan mitra untuk memenuhi permintaan yang masih belum dicapai. Selain itu, dengan menambah mitra perusahaan dapat menambah pasar baru.
 - c) Perusahaan sebaiknya tidak menggabungkan beberapa komoditas dalam satu *green house*. Hal ini dikarenakan masing-masing komoditas memiliki perawatan yang berbeda-beda.
2. Bagi akademisi, sebaiknya melakukan penelitian lebih lanjut mengenai nilai tambah yang diperoleh dalam rantai nilai selada *baby romaine*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. S., & Hermawan, H. (2017). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Hubungan Kemitraan antara Petani Budidaya Jamur Tiram dengan CV. Asa Agro Corporation. *Agroscience (Agsci)*, 7(1), 214–219.
- Arifin, S., Abror, M., Nita, R. W., Hanafi, F. I., & Juna, S. (2023). Pengaruh Pemberian Pupuk Daun Gandasil D terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Selada Hijau Keriting (*Lactuca sativa L.*). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 18(1), 12–25.
- Biodi, M., & Sanawiri, B. (2017). Analisis Lingkungan Industri Guna Menentukan Business Strategy dalam Rangka Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada PR. ALFI PUTRA). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(3), 172–181.
- Creswell, J. W. (2020). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Belajar.
- Fitrian, A., Bafdal, N., & Dwiratna Nur Perwitasari, S. (2023). Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Selada Romaine (*Lactuca Sativa L. Var. Longifolia*) terhadap Perbedaan Jarak Tanam Pada Smart Watering System SWU 02. *Berkala Ilmiah Pertanian*, 6(1), 1–7.
- Hasibullah, N. A., Mursalim, & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPn, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting Finance (JFA)*, 1(1), 87–101.
- Herwibowo, K., & Budiana, N. S. (2014). *Hidroponik Sayuran untuk Hobi dan Bisnis*. Penebar Swadaya.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2022). *Statistik Pertanian 2022*. Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Mardiyah, S., Dwiyan, P., Wicaksono, D., Sitoayu, L., & Fransiska. (2022). Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Perubahan Perilaku Makan Mahasiswa di Indonesia. *Amerta Nutrition*, 6(3), 298–305.
- Marwanto, B., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (pada Konsumen Produk Sayuran CV. Tani Organik Merapi Pakem Sleman). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(2), 120–128.
- Mayrowani, H. (2016). Pengembangan Pertanian Organik di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 30(2), 91–108.
- Nangoi, R., Papatungan, R., Ogie, T. B., Kawulusan, R. I., Mamarimbing, R., & Paat, F. J. (2022). Utilization of Household Organic Waste as An Eco-enzyme for The Growth and Product of Cultivate (*Lactuca sativa L.*). *Jurnal Agroekoteknologi Terapan*, 3(2), 422–428.
- Porter, M. E. (1994). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Binarupa Aksara.
- Pratama, G. Y. (2019). Pengaruh Jumlah Tanaman Per Lubang Tanam dan Jarak Tanam terhadap Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Siomak (*Lactuca Sativa L.*) pada Metode Hidroponik Sistem

- DFT (Deep Flow Technique). *Full Faith and Credit*, 1(1), 1–16.
- Pristianingrum, N. (2017). Peningkatan Efisiensi dan Produktivitas Perusahaan Manufaktur Dengan Sistem Just In Time. *ASSETS - Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi Keuangan Dan Pajak*, 1(1), 41–53.
- Purba, A. P. S., Aryani, D., & Malini, H. (2021). Penawaran Sayuran Hidroponik selama Pandemi Covid-19 di Kota Palembang: Faktor-Faktor yang Memengaruhi dan Elastisitasnya. *Seminar Nasional Lahan ...*, 465–475.
- Rofiqi, A., Ali, M., Lastianti, S. D., & Pratiwi, Y. I. (2018). Peran Bisnis Pertanian dalam Perekonomian Indonesia. *Ekonomi Pertanian*.
- Sarvina, Y. (2019). Dampak Perubahan Iklim dan Strategi Adaptasi Tanaman Buah dan Sayuran di Daerah Tropis. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pertanian*, 38(2), 65–76.
- Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian. (2022). *Buletin Konsumsi Pangan*.
- Setyaningrum, H. D., & Saparinto, C. (2011). *Panen Sayur secara Rutin di Lahan Sempit*. Penebar Swadaya.
- Silitonga, J., & Salman. (2014). Analisis Permintaan Konsumen terhadap Sayuran Organik di Pasar Modern Kota Pekanbaru. *Jurnal Dinamika Pertanian*, 113(1), 79–86.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. CV. Alfabeta.
- Sukirno, F. S., & Harianto, S. (2017). Pergeseran Gaya Hidup Masyarakat Sub Urban Area di Kota Mojokerto. *Paradigma*, 5(1), 1–10.
- Wachjar, A., & Anggayuhlin, R. (2013). Peningkatan Produktivitas dan Efisiensi Konsumsi Air Tanaman Bayam (*Amaranthus tricolor*L.) pada Teknik Hidroponik melalui Pengaturan Populasi Tanaman. *Buletin Agrohorti*, 1(1), 127–134.
- Widani, N. L. (2019). Penyuluhan Pentingnya Konsumsi Buah dan Sayur pada Remaja di Sos Desataruna Jakarta. *Patria*, 1(1), 57–68.
- Wiryono, B., Sugiarta, S., Muliatiningsih, M., & Suhairin, S. (2021). Efektivitas Pemanfaatan Eco Enzyme untuk Meningkatkan Pertumbuhan Tanaman Sawi dengan Sistem Hidroponik DFT. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian*, 2(1), 63–68.
- Yuanita, F., & Mukti, G. W. (2017). Pengendalian Kualitas pada Rantai Pasok Sayuran Selada dengan Teknik Budidaya Hidroponik NFT (Studi Kasus di PT. Momenta Agrikultura “Amazing Farm”, Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat). *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 2(1), 23–42.