

## Strategi Pengembangan Agribisnis Melon (*Cucumis Melo L.*) Hidroponik di PT Indigen Karya Unggul, Kapanewon Kalasan, Kabupaten Sleman

Ahnaf Rifqi Fahrudin<sup>1</sup>, Sujono Sujono<sup>1\*</sup>, Adi Prayoga<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Pembangunan Pertanian Yogyakarta Magelang, Yogyakarta, Indonesia

[sujono.jogja@gmail.com](mailto:sujono.jogja@gmail.com)\*

| Received: 15/05/2025

| Revised: 04/06/2025

| Accepted: 13/06/2025

Copyright©20xx by authors, all rights reserved. Authors agree that this article remains permanently open access under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 International License

### Abstrak

Salah satu komoditas hortikultura di Daerah Istimewa Yogyakarta yang berpotensi untuk dikembangkan adalah melon. Generasi milenial diharapkan dapat menggantikan kondisi petani di Indonesia yang rata-rata sudah berusia lanjut. Fokus utama kajian mengenai strategi perusahaan untuk meningkatkan minat petani milenial untuk terjun ke dunia pertanian. Penelitian ini dilaksanakan di PT Indigen Karya Unggul yang merupakan perusahaan agribisnis untuk menarik generasi milenial agar tertarik masuk ke dunia pertanian. Generasi milenial dibutuhkan untuk mengembangkan perusahaan agribisnis khususnya PT Indigen Karya Unggul. Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2024 – Februari 2025. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Kajian secara literatur telah dilakukan untuk menghasilkan strategi-strategi yang diperlukan perusahaan sebagai sarana pengembangan agribisnis. Adapun hasil kajian adalah sebagai berikut : Berdasarkan hasil dari diagram cartesius analisis SWOT titik potongnya berada pada sumbu X,Y (-0,25 ; 0,345) berada pada kuadran 3 yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Weakness - Opportunities* (W-O) yang juga disebut sebagai strategi konservatif, dimana posisi tersebut merupakan situasi yang cukup menguntungkan. Strategi WO merupakan strategi yang mengurangi kelemahan (*Weakness*) dengan memanfaatkan peluang (*Opportunity*).

Kata kunci: Agribisnis, Hidroponik, Petani Milenial, SWOT

### Abstract

*One of the horticultural commodities in the Special Region of Yogyakarta with significant development potential is melon. The millennial generation is expected to replace the aging farmer population in Indonesia. This study focuses on company strategies to increase the interest of millennial farmers in entering the agricultural sector. The research was conducted at PT Indigen Karya Unggul, an agribusiness company established to attract millennials to agriculture. The millennial generation is considered essential for developing agribusiness enterprises, particularly at PT Indigen Karya Unggul. The research was carried out from December 2024 to February 2025 using a descriptive qualitative method. A*

*literature review was conducted to formulate the strategies needed by the company as a means of agribusiness development. The findings are as follows: Based on the Cartesian diagram from the SWOT analysis, the intersection point lies at coordinates X,Y (-0.25; 0.345), placing it in quadrant III. This indicates that the strategy to be applied is the Weakness-Opportunities (W-O) strategy, also known as a conservative strategy, which represents a relatively favorable situation. The W-O strategy aims to minimize weaknesses by utilizing available opportunities.*

*Keywords: Agribusiness, Hydroponics, Millennial Farmer, SWOT*

## 1. Pendahuluan

Hortikultura merupakan salah satu bagian dari komoditas pertanian di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menjadi potensi dalam pengembangan sektor pertanian Yogyakarta. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki berbagai macam produk hortikultura, dengan aneka varietas yang memungkinkan untuk dikembangkan. Keanekaragaman varietas yang ada dan didukung oleh iklim untuk buah-buahan tropis, mampu menghasilkan berbagai produk buah dengan berbagai variasi (Wahyudi *et al.*, 2020). Salah satu komoditas tanaman buah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah melon (*Cucumis melo L.*). Melon memiliki prospek pengembangan yang menjanjikan dan memiliki nilai jual yang cukup tinggi, karena nilai jual buah maupun benihnya cukup tinggi dibandingkan komoditas hortikultura yang lainnya. Salah satu jenis melon yang memiliki nilai jual buah dan benih yang cukup tinggi dan tergolong langka di Indonesia adalah varietas sweet hami. Harga yang ditawarkan di pasaran yaitu sebesar Rp35.000 per kg (Alfiana & Dewanti, 2024). Ciri khas melon ini yaitu kulit berwarna hijau yang dilapisi dengan net atau jaring. Daging buahnya berwarna orange dengan tekstur *crunchy*, serta memiliki ciri khas yang manis dengan tingkat kemanisan/*brix* 14. Konsumsi melon di Yogyakarta sendiri terus mengalami peningkatan seiring dengan berkembangnya jumlah penduduk yang membutuhkan konsumsi buah sebagai sumber vitamin dan gizi sehari-hari.

Adanya kebutuhan akan konsumsi melon yang tinggi, maka ketersediaan melon juga harus stabil agar dapat memenuhi kebutuhan konsumsi melon (Nurpanjawi *et al.*, 2021). Namun, berdasarkan data BPS tentang Data Statistik Hortikultura (2023) produksi melon di Provinsi DIY pada tahun 2020 sebanyak 22.230 ton, kemudian pada tahun 2021 sebanyak 14.549 ton, dan pada 2022 sebanyak 7.001 ton. Jumlah produksi tersebut menempatkan Provinsi DI Yogyakarta di peringkat ketiga dalam daftar provinsi dengan produksi melon terbanyak di Indonesia (Nurdiyanto *et al.*, 2024). Jumlah tersebut hanya mampu memenuhi kebutuhan konsumsi buah nasional sebesar 88,56 g per kapita per hari, angka ini terhitung sangat rendah jika dibandingkan dengan anjuran WHO yakni sebesar 150 g per kapita per hari (Ichwan *et al.*, 2022). Oleh sebab itu, perlu adanya peningkatan produktivitas yang bertujuan untuk mencapai potensi hasilnya. Ada beberapa faktor yang mendukung keberhasilan peningkatan produktivitas pertanian, salah satu faktor yaitu kualitas sumber daya manusia yang baik (Setiani *et al.*, 2021).

Sumber daya manusia pertanian merupakan salah satu faktor yang sangat dibutuhkan terutama di sektor pertanian (Ermawati *et al.*, 2023). Selain ditentukan oleh kondisi sumber daya pertanian, keberhasilan pembangunan pertanian juga ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang ada (Supatminingsih, 2022). Pada saat ini tenaga kerja di sektor pertanian sebagian besar diisi oleh masyarakat yang sudah tidak berada pada usia produktif. Jumlah petani

di usia 25 – 34 tahun dan 35 – 40 tahun mengalami penurunan sebanyak 1,73 % dan 4,3 % dalam 10 tahun terakhir (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 Tentang Petani Milenial Pasal 1 Ayat 1, yang dimaksud dengan petani milenial yang berusia 19 sampai 39 tahun dan petani yang adaptif pada media digital (Undang-Undang No 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan, 2009). Banyak generasi milenial yang menganggap bahwa prospek karir menjadi seorang petani kurang bagus dan masa depan sebagai petani tidak menjanjikan. Oleh karena itu kebanyakan dari generasi milenial yang enggan menjadi petani lebih memilih untuk melakukan urbanisasi untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Dalam hal ini, pemerintah diharapkan mampu menarik minat generasi milenial untuk ikut membangun sektor pertanian (Setiani *et al.*, 2021). Maka dari itu diperlukan adanya usaha agribisnis yang mampu menarik minat mereka untuk terjun di dunia pertanian.

Agribisnis adalah bagaimana cara kita dalam mengelola sumber daya alam, tenaga kerja, dan skill lainnya untuk menghasilkan suatu produk pertanian yang efektif dan memiliki nilai jual yang tinggi (Sesanti & Handayani, 2018). Agribisnis juga berarti bagaimana kita mengalokasikan sumber daya yang dimiliki petani agar berjalan secara efektif dan efisien, serta bagaimana memanfaatkannya agar petani memperoleh keuntungan yang maksimal. Menurut data BPS Yogyakarta, sebagian besar (97,56%) petani di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki lahan kurang dari satu hektar (2019). Dengan meningkatkan kemampuan wirausaha diharapkan permasalahan ini dapat diatasi (Nurlaela *et al.*, 2020).

Salah satu perusahaan di sektor agribisnis yang melaksanakan budidaya baik on farm maupun off farm dengan mengandalkan generasi milenial sebagai pemeran utama adalah PT Indigen Karya Unggul. PT Indigen Karya Unggul atau biasa dikenal Indigen Farm merupakan salah satu perusahaan startup yang bergerak dalam bidang agribisnis khususnya melon hidroponik. Perusahaan ini memiliki lahan seluas 1,2 hektar yang terletak di Kapanewon Kalasan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta dan telah resmi berbadan hukum menjadi PT sejak tahun 2022. Dalam upaya pengembangan usahanya, sumber daya manusia selalu menjadi faktor yang pertama dan utama pada proses pembangunan (Triyono *et al.*, 2023).

Menurut Dahniar (2019) terdapat dua faktor yang bisa digunakan sebagai acuan pengembangan sumber daya manusia yaitu meningkatkan gizi serta meningkatkan aspek non fisik yaitu dengan melalui pelatihan dan pendidikan. Pendidikan dan pelatihan (diklat) dalam beberapa penelitian dipercaya mampu untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam melaksanakan tugas dengan baik. Pelatihan dan pengembangan berperan penting dalam meningkatkan kinerja karyawan dan meningkatkan produktivitas, sehingga mengarah pada efektivitas organisasi (Prasasongko & Kuswinarno, 2024). Indigen Farm memiliki 5 lini bisnis dalam pengembangan usahanya yang bertujuan untuk menarik generasi milenial agar mau berkecimpung di dunia pertanian.

Kelima lini bisnis Indigen Farm memiliki hubungan satu sama lain yang saling berkaitan dalam pengembangan agribisnis. Kelimanya memiliki fokus di bidang masing-masing yang bertujuan untuk menarik generasi milenial. Indigen Farm ingin menunjukkan bahwa pertanian tidak selalu berisi tentang kotor, panas, dan harga hasil tani yang rendah. Namun, pertanian juga bisa diartikan sebagai usaha yang menjanjikan, tidak monoton, dan dapat mengikuti perkembangan teknologi. Dengan begitu, pandangan generasi milenial terhadap pertanian dapat diubah dan menjadi suatu hal yang menarik. Generasi milenial juga diharapkan mampu menemukan solusi untuk masalah-masalah pertanian kontemporer dengan ide dan

keaktivitas mereka yang diharapkan mampu menemukan solusi dari setiap masalah (Heryani & Fadhila, 2023). Dengan begitu, diharapkan permasalahan dalam perusahaan dapat lebih mudah diselesaikan serta dapat berkembang menghadapi tantangan global.

Kelima lini bisnis tersebut, tentunya kebutuhan akan sumber daya manusia sangatlah penting. Agar setiap lini bisnis tersebut dapat maksimal serta menjadi daya tarik bagi petani milenial untuk bersama-sama memajukan pertanian di Indonesia. Peran generasi milenial dalam agribisnis tentunya untuk merumuskan strategi melalui ide mereka sebagai aset utama perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, konsep merancang strategi juga menjadi keharusan bagi perusahaan untuk menganalisis seluruh faktor dominan strategi terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Suliswiyadi, 2019). Analisis SWOT dapat dilakukan dengan membandingkan aspek-aspek internal dan eksternal dalam agribisnis melon hidroponik untuk merumuskan strategi pengembangannya (Hidayati, 2020).

## **2. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Desember 2024 – Februari 2025. Lokasi pelaksanaan penelitian ini berada di Indigen Farm Kalurahan Selomartani, Kapanewon Kalasan, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus, karena permasalahan yang diangkat berhubungan dengan kehidupan manusia dan pengembangan sebuah agribisnis yang bergantung terhadap observasi. Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dengan pihak Indigen Farm terkait kondisi serta pengembangan agribisnis melon hidroponik. Wawancara dilaksanakan dengan 14 pertanyaan terbuka. Narasumber terdiri dari 1 informan kunci dan 3 informan utama yang merupakan petani milenial yang menjadi pengelola di Indigen Farm. Informan kunci yang dipilih adalah informan yang mengetahui berbagai informasi pokok secara mendalam dan keseluruhan perusahaan yang diperlukan dalam penelitian Farm. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Igor Gadira selaku Direktur Utama di Indigen Farm. Informan utama yaitu informan yang terlibat langsung dalam interaksi sosial dengan pihak yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini yaitu Ahmad Muhlisin selaku Direktur Pemasaran dan Pengembangan Bisnis, lalu ada Risma Icha Nuraini selaku Manajer Pemasaran, Penjualan, dan Pengembangan Bisnis, serta Syahrani selaku Manajer Operasional dan Produksi. Data sekunder digunakan untuk mendukung data primer yang telah diperoleh melalui kegiatan wawancara. Data sekunder diperoleh dari data-data yang dimiliki oleh Indigen Farm, penelitian terdahulu, dan jurnal serta buku-buku relevan terkait penelitian yang dilakukan.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1. Kondisi Agribisnis**

Agribisnis adalah kluster industri yang mencakup sektor pertanian, industri pertanian hulu dan hilir (agribisnis), sektor perdagangan input dan hasil pertanian, serta sektor jasa yang berkaitan langsung. Perkembangan ekonomi pertanian diarahkan pada era perdagangan bebas yang memerlukan daya saing produk pertanian yang berkualitas dan berkelanjutan. Dengan cara ini, sistem agribisnis dapat menjadi mesin pembangunan dan meningkatkan pendapatan serta kesejahteraan yang lebih tinggi bagi petani dan masyarakat pada umumnya (Aulia, 2021).

Indigen Farm bergerak di bidang pertanian baik berupa farming management, penjualan produk, bahan tanam, nutrisi hidroponik, dan pembuatan sistem hidroponik serta otomatisasi greenhouse. Selain itu Indigen Farm juga menyediakan jasa pembangunan sekaligus konsultasi fasilitas greenhouse sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, terdapat 5 lini bisnis di Indigen Farm.

### 3.1.1. Indi Grow

Indi Grow merupakan bentuk lini bisnis Indigen Farm yang menyediakan produk instalasi hidroponik skala rumahan yang memiliki kelengkapan pada setiap produknya yang dapat langsung digunakan untuk berbudidaya tanaman hidroponik. Adanya sarana dan prasarana yang memadai dapat menunjang produktivitas dan memberikan kemudahan serta kelancaran kegiatan produksi (Jasmawati *et al.*, 2023). Adapun produk yang disediakan yaitu : (1) Berbagai sistem instalasi hidroponik, (2) Boks pembibitan growthlight hybrid, (3) Paket greenhouse. Indi Grow mencakup seluruh subsistem pengadaan sarana produksi. Seluruh sarana produksi baik di Indigen Farm maupun mitra disediakan oleh Indi Grow. Sarana produksi yang disediakan menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, dengan pertimbangan dari lokasi budidaya, komoditas yang dibudidayakan, maupun budget yang ada. Selain menyiapkan sarana prasarana khususnya di bidang hidroponik dan greenhouse, Indigen Farm juga menyediakan jasa perbaikan greenhouse apabila terdapat kasus gagal panen terutama jika diakibatkan oleh pembangunan greenhouse atau instalasi yang tidak maksimal.

Ertiga Farm yang berlokasi di Lamongan, Jawa Timur merupakan salah satu mitra dari Indigen Farm yang rutin memesan peralatan hidroponik untuk kebunnya, seperti mika sebagai yellow dan blue trap, styrofoam, aluminium foil, dan rockwool. Indigen Farm sebagai penyedia sarana produksi perlu menentukan terkait kualitas produk dan yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan Ertiga Farm. Mitra Indigen yang juga menggunakan jasa Indi Grow terdapat di Panggang, Gunung Kidul. Lokasi didirikannya greenhouse sebelumnya adalah kandang ayam. Kemudian karena kandang ayam tersebut dirasa kurang menguntungkan, akhirnya kandang tersebut digunakan untuk melakukan budidaya melon premium secara hidroponik.

### 3.1.2. Indi Farming

Indi Farming merupakan salah satu lini bisnis Indigen Farm yang menyediakan sistem kemitraan dan management farming berupa jasa pengelolaan budidaya melon dan sayur hidroponik mulai dari awal tanam hingga proses pemasaran produk sekaligus juga menyediakan tenaga ahli yang siap mendampingi selama proses budidaya. Farming management yaitu apabila ada investor yang mempunyai dana kemudian mempercayakan kepada Indigen untuk mengelola dana tersebut untuk budidaya, kemudian hasil dari budidaya tersebut akan dibagi sesuai perjanjian di awal kepada investor. Apabila terdapat kegagalan pada budidaya dan itu diluar dari kesalahan manajemen maka ditanggung oleh pihak investor, namun apabila terdapat keuntungan yang berlebih maka Indigen mendapat komisi sesuai dengan nominal keuntungan tersebut. Sistem kemitraan yaitu apabila terdapat petani yang sudah memiliki greenhouse namun belum ada pedoman terkait budidaya yang dilakukan. Indigen berperan sebagai konsultan dalam satu siklus produksi tanaman.

Benih melon yang dibudidayakan yaitu melon jenis Hami. Benih melon tersebut memiliki kemurnian 98% dan daya tumbuh 98%. Dalam satu greenhouse terdapat 14 kolam yang masing-masing kolam terdapat 86 lubang tanam. Jarak antar lubang netpot yaitu sepanjang

22,5 cm dengan jarak antar tanaman yaitu 45 cm. Jarak tersebut memungkinkan tanaman melon dapat tumbuh dengan optimal yang tidak terlalu rapat sehingga cahaya matahari tidak merata ke tanaman melon, dan tidak terlalu renggang sehingga menyebabkan jumlah lubang tanam dalam satu greenhouse terlalu sedikit. Total tanaman dalam satu greenhouse sebanyak 1204 tanaman dengan total benih yang disemai yaitu 1409 benih dengan 24% atau 296 benihnya merupakan benih cadangan. Benih cadangan tersebut digunakan untuk penyulaman apabila terdapat tanaman yang mati atau terkena penyakit sehingga harus dicabut. Tahap penyemaian yang harus dilakukan yaitu sterilisasi kanebo, perhitungan jumlah benih, pemeraman benih, pemeliharaan, dan pindah benih ke rockwool. Rockwool memiliki serat yang banyak sehingga mempermudah penyerapan air, pupuk cair sekaligus udara yang membantu pertumbuhan akar dalam penyerapan unsur hara (Pramesti *et al.*, 2020).

Nutrisi yang digunakan dalam proses budidaya yaitu menggunakan nutrisi AB Mix yang dituangkan ke dalam tandon. Air di dalam tandon tersebut dialirkan ke dalam kolam yang terdapat pada greenhouse melalui pompa sentrifugal. Kemudian air yang telah melewati kolam akan dialirkan kembali ke dalam tandon. Kapasitas air dalam satu greenhouse mencapai kurang lebih 16.000 liter air, dengan penambahan nutrisi AB Mix di setiap pagi dan sore hari.

### **3.1.3. Indi Fresh**

Produk utama Indigen Farm adalah buah melon premium dan berbagai sayur yang dibudidayakan menggunakan sistem hidroponik. Buah melon Indigen Farm memiliki tingkat kemanisan > 13 brix, juicy, serta segar. Berbagai jenis melon yang ditanam meliputi sweet hami, cantaloupe, dalmation, chamoe, purange, dll. Dari sekian banyak varietas yang ditanam, konsumen paling suka dengan melon varietas sweet hami karena tekstur dan rasa yang lebih unggul dibanding melon varietas lainnya. Selain itu, tersedia pula berbagai sayur hidroponik, seperti bayam brazil, kale, selada, sawi-sawian, dll. Penjualan melon melalui 3 cara, yaitu melalui open farm, sistem pre-order dan penjualan ke reseller maupun supermarket.

Sistem pre-order dan open farm harga satu buah melon per kg yaitu Rp 45.000. Ini dikarenakan produk Indi Fresh langsung kepada konsumen. Open Farm adalah sebuah program wisata petik melon yang berkolaborasi dengan Indi Tourism dengan tujuan menarik minat wisatawan untuk dapat merasakan sensasi dalam greenhouse sekaligus sebagai tempat foto yang instagramable. Pada saat open farm juga wisatawan didampingi oleh tour guide yang akan menjelaskan terkait proses budidaya melon dari tanam hingga panen. Tour guide juga akan menjelaskan bagaimana cara memilih melon yang sudah matang dan manis. Harga jual melon premium per kg yaitu Rp 45.000. Penjualan untuk reseller dan supermarket juga tersedia bagi orang/perusahaan yang ingin menjual lagi melon tersebut. Harga penjualan untuk reseller di harga Rp 30.000 – 35.000 dengan minimal pembelian di berat 50 kg. Beberapa reseller tersebar di berbagai daerah seperti Jogja, Surabaya, Bandung, dan Medan.

Selain itu, Indigen juga menyediakan produk olahan dari melon yaitu jus melon yang hanya dijual pada saat open farm. Jus tersebut dibuat hanya dari buah melon dan sedikit tambahan madu tanpa tambahan air maupun gula. Karena pada dasarnya melon yang ada di Indigen sudah manis dan berair sehingga jika mengonsumsi produk tersebut dalam jumlah banyak tidak menyebabkan diabetes.

#### **3.1.4. Indi Academy**

Indi Academy merupakan salah satu lini bisnis Indigen Farm yang bergerak di bidang pelatihan hidroponik baik sayuran maupun buah-buahan. Indigen Farm memberikan edukasi dengan menjadi narasumber dalam pelatihan-pelatihan serta memberikan paket training hidroponik. Tersedia pelatihan offline dan online baik secara privat maupun kelompok dengan narasumber yang menguasai bidang hidroponik. Terdapat 4 paket dalam pelatihan hidroponik, yaitu basic, middle, profesional, dan eksklusif.

Paket basic berisi materi sederhana terkait pengenalan tentang hidroponik dan greenhouse. Sasaran dari paket ini yaitu masyarakat umum maupun pelajar yang baru mulai belajar menanam atau sekedar ingin tahu tentang budidaya dengan sistem hidroponik. Tujuannya masyarakat mulai tertarik dengan budidaya hidroponik di tengah penyempitan lahan pertanian di Indonesia. Pada paket basic ini terdapat jumlah minimal peserta yaitu 30 orang. Materi yang didapat pada paket basic ini peserta bisa memilih antara pengenalan tentang budidaya, persiapan lahan, pemasaran, ataupun kemitraan. Paket middle yaitu paket materi yang lebih mendalam dibanding paket basic. Sasaran dari paket ini adalah untuk masyarakat yang ingin budidaya hidroponik dengan skala hobi. Ini sebagai batu loncatan dari paket basic untuk menentukan apakah orang tersebut hanya ingin budidaya melon dalam skala hobi atau ingin melanjutkan sebagai skala bisnis. Paket profesional berisi materi yang mengupas tuntas terkait materi yang ada di Indigen Farm, seperti proses persiapan greenhouse, budidaya, penanganan OPT, pemasaran, perhitungan biaya dan bagaimana cara menjalin kemitraan. Ketiga paket diatas dilaksanakan dalam durasi satu hari, sedangkan untuk paket eksklusif peserta dapat terjun langsung di keseluruhan proses yang ada di Indigen Farm selama 3 bulan dan didampingi langsung oleh ahlinya.

Indi Academy juga membawahi program magang di Indigen Farm selain dari paket pelatihan. Program magang dikhususkan untuk anak SMA/ sederajat dan mahasiswa. Program magang dilaksanakan minimal 45 hari dan dibagi pada setiap divisi yang ada sesuai dengan kapasitas dan permintaan dari pemangang. Program magang dilaksanakan selama 45 hari bertujuan agar peserta mendapatkan seluruh proses produksi dan tidak terlewat satupun, sehingga dapat mengetahui dan diharapkan dapat mempraktikkan budidaya melon hidroponik setelah kembali dari Indigen Farm. Pembagian divisi magang yaitu pemasaran/marketing, budidaya yang terbagi lagi menjadi beberapa divisi seperti grower, greenhouse builder, OPT dan nutrisi, greenhouse sayur, dan open field.

#### **3.1.5. Indi Tourism**

Indi Tourism merupakan salah satu lini bisnis pada Indigen Farm yaitu wisata yang menghadirkan pengalaman unik dalam dunia pertanian modern. Di Indi Tourism, para pengunjung tidak hanya melihat secara langsung bagaimana sistem hidroponik bekerja, tetapi juga belajar tentang peralatan dan teknologi terkini yang digunakan dalam proses budidaya. Dengan memadukan pendidikan, interaksi langsung dengan proses pertanian modern, dan kegiatan rekreasi yang mendidik, Indi Tourism bukan hanya tempat untuk bersantai, tetapi juga peluang untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya pertanian dalam masyarakat modern yang semakin menghargai keberlanjutan dan kemandirian pangan. Pengembangan kawasan agrowisata bertujuan untuk membentuk, mengharmoniskan, dan mengendalikan kegiatan pembangunan fisik, budaya, dan pariwisata, serta pemberdayaan masyarakat (Jailani *et al.*, 2020). Salah satu program Indi Tourism yaitu wisata petik melon Open Farm.

Open Farm atau wisata petik melon dilaksanakan dalam jangka waktu kurang lebih satu bulan. Jadi seluruh pengunjung bebas memilih dan memetik sendiri melon yang mereka sukai, mereka bebas berfoto selama mungkin tanpa ada batasan waktu. Proses pelaksanaan open farm disesuaikan dengan masa panen pada masing-masing greenhouse. Indigen memiliki dua greenhouse dengan sistem rotasi tanam. Jadi, dalam satu open farm hanya dapat memasuki satu greenhouse saja yang sedang dalam masa panen. Meskipun budidaya melon ini dilakukan di dalam greenhouse, pengunjung dipersilakan memasuki greenhouse karena tanaman melon yang ditanam di Indigen Farm hanya dibuahkan satu kali dalam satu siklus, sehingga kehadiran pengunjung tidak mengganggu pertumbuhan buah maupun tanaman. Apabila buah melon di dalam greenhouse sudah dipetik semua, maka tanaman akan dicabut untuk dilakukan sterilisasi greenhouse yang bertujuan agar ketika musim tanam selanjutnya greenhouse sudah dalam kondisi steril tanpa ada hama maupun penyakit yang masih tertinggal di dalam greenhouse. Waktu pelaksanaan open farm berkisar antara 7-11 hari. Pengunjung dipersilahkan bebas berkeliling dalam greenhouse untuk berfoto, memetik melon, maupun bertanya pada tour guide terkait budidaya melon di Indigen. Open farm hanya dibuka pada pukul 08.00-16.00 WIB.

### 3.2. SWOT

SWOT terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara, dari 5 lini bisnis Indigen Farm terdapat beberapa 10 faktor internal dan 10 faktor eksternal. Faktor Internal merupakan aspek yang menjadi kekuatan perusahaan untuk mengembangkan agribisnis maupun kelemahan yang harus diatasi agar tidak menghambat perkembangannya. Faktor internal tersebut yaitu:

Tabel 1. Faktor Internal

No	Faktor Strategi Internal	Keterangan
<b>Kekuatan</b>		
1.	Diversifikasi lini bisnis yang saling melengkapi	Indigen Farm memiliki 5 lini bisnis yang saling terhubung (Indi Farming, Indi Fresh, Indi Grow, Indi Academy, Indi Agrotourism). Diversifikasi ini memberikan keamanan finansial dan fleksibilitas, serta mengurangi risiko bergantung pada satu sumber pendapatan.
2.	Fokus pada produk premium dan berkualitas	Fokus perusahaan pada produk premium seperti melon hidroponik dan sayuran segar dengan standar kemanisan, kesegaran, dan kesehatan tinggi memberikan posisi kompetitif di pasar yang menuntut kualitas produk yang tinggi.
3.	Kemitraan yang luas dengan petani dan investor	Model kemitraan (Indi Farming) memungkinkan perusahaan untuk membangun ekosistem pertanian yang luas, mencakup petani lokal dan perorangan yang berinvestasi dalam budidaya, memperluas jangkauan tanpa

No	Faktor Strategi Internal	Keterangan
		harus sepenuhnya bergantung pada lahan sendiri.
4.	Keahlian dalam teknologi hidroponik dan infrastruktur pertanian	Pengalaman selama 5 tahun dalam membangun greenhouse, instalasi sistem hidroponik, serta penyediaan sarana budidaya (Indi Grow) memperkuat reputasi perusahaan sebagai penyedia solusi pertanian lengkap.
5.	Edukasi dan pelatihan yang mendukung komunitas pertanian	Indi Academy menawarkan pendidikan dari dasar hingga profesional, menciptakan lingkungan belajar yang mendorong pengembangan pengetahuan dan keterampilan di bidang pertanian hidroponik. Ini juga dapat memperluas basis pelanggan di masa depan.
<b>Kelemahan</b>		
1.	Ketergantungan pada produk hidroponik	Fokus yang terlalu besar pada teknologi hidroponik bisa menjadi kelemahan jika ada perubahan signifikan dalam teknologi atau metode pertanian yang lebih efisien, atau jika preferensi pasar bergeser ke arah metode lain seperti organik non-hidroponik.
2.	Pengelolaan <i>supply chain</i> yang rumit	Logistik untuk produk segar seperti melon sangat rentan terhadap penurunan kualitas jika distribusi tidak efisien. Tantangan dalam menjaga rantai dingin dan kualitas produk bisa menjadi risiko.
3.	Kendala operasional pada skala besar	Dengan bertambahnya mitra dan diversifikasi bisnis, kompleksitas operasional meningkat. Pengelolaan mitra, standar kualitas, serta pemenuhan permintaan yang konsisten membutuhkan pengawasan yang lebih intensif dan manajemen sumber daya yang optimal.
4.	Manajemen sumber daya yang kurang baik	Perusahaan beroperasi di lima lini bisnis yang berbeda, oleh karena itu ada risiko penyebaran sumber daya, baik dari sisi keuangan maupun tenaga kerja. Hal ini dapat membatasi kemampuan untuk fokus pada pengembangan di satu area kunci atau memaksimalkan pertumbuhan.
5.	Fleksibilitas investasi dan mitra	Skema investasi pada Indi Farming membutuhkan kepercayaan yang besar dari investor. Jika persepsi pasar atau kepercayaan

No	Faktor Strategi Internal	Keterangan
		mitra menurun, ini bisa menjadi tantangan dalam menjaga aliran pendapatan dan investasi.

Faktor eksternal adalah kegiatan perusahaan yang tidak dipengaruhi oleh hal-hal yang ada di dalam perusahaan, namun pengaruh dari luar perusahaan yang memberikan dampak. Dampak tersebut dapat berupa dampak positif ataupun negatif yang berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan. Faktor eksternal akan menghasilkan faktor peluang dan faktor ancaman dalam strategi pengembangan agribisnis di Indigen Farm adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Faktor Eksternal

No	Faktor Strategi Eksternal	Keterangan
<b>Peluang</b>		
1.	Meningkatnya permintaan untuk produk segar dan sehat	Melon hidroponik premium dan sayuran segar bisa menarik pasar yang lebih luas, terutama di kalangan konsumen peduli kesehatan (Kemenkes, 2025).
2.	Kolaborasi dengan sektor horeka (hotel, restoran, kafe)	Peluang untuk menjalin kerjasama dengan hotel, restoran, dan kafe yang mengutamakan produk segar dan berkualitas tinggi sebagai bagian dari menu mereka. Ini bisa membuka pasar yang lebih besar dan stabil bagi Indi Fresh dan Indi Grow.
3.	Pengembangan teknologi pertanian	Inovasi di bidang teknologi pertanian, termasuk penggunaan IoT (Internet of Things), otomatisasi, dan analitik data, dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan produktivitas.
4.	Peningkatan kesadaran akan keberlanjutan	Masyarakat semakin peduli pada keberlanjutan lingkungan. Dengan teknologi hidroponik yang hemat air dan ruang, Indigen Farm dapat memanfaatkan tren ini untuk memperkuat <i>positioning</i> sebagai perusahaan pertanian ramah lingkungan (KLHK, 2024).
5.	Peningkatan wisata agro dan edukasi	Pertumbuhan minat masyarakat terhadap pengalaman edukatif dan rekreatif di bidang pertanian memberikan peluang untuk memperluas lini Indi Agrotourism. Edukasi berbasis pengalaman bisa menarik lebih banyak pengunjung, terutama keluarga dan

No	Faktor Strategi Eksternal	Keterangan
institusi pendidikan (DIY, 2024).		
<b>Ancaman</b>		
1.	Perubahan kebijakan dan regulasi pemerintah	Kebijakan baru yang berkaitan dengan standar pertanian, penggunaan pestisida, atau regulasi ekspor dapat mempengaruhi operasional perusahaan, terutama dalam hal biaya dan kepatuhan.
2.	Fluktuasi harga dan permintaan pasar	Pasar hortikultura sering kali dipengaruhi oleh faktor musiman dan ekonomi. Penurunan daya beli konsumen atau kelebihan pasokan bisa menyebabkan fluktuasi harga yang signifikan, yang berdampak pada profitabilitas perusahaan (Yogyakarta, 2025).
3.	Kompetisi yang semakin ketat	Banyaknya pemain baru di sektor pertanian hidroponik dan organik, baik dari skala kecil maupun besar, dapat memperketat persaingan di pasar. Munculnya inovasi baru dari kompetitor juga bisa mengurangi keunggulan teknologi yang dimiliki.
4.	Ketergantungan pada infrastruktur dan teknologi	Dengan teknologi yang menjadi tulang punggung operasional, kegagalan teknologi, seperti gangguan pada sistem irigasi atau sensor di greenhouse, dapat menyebabkan kerugian besar, baik dalam hal produksi maupun kualitas produk.
5.	Risiko lingkungan dan iklim	Meski hidroponik lebih terlindungi dari perubahan cuaca dibandingkan pertanian tradisional, faktor eksternal seperti bencana alam atau kondisi cuaca ekstrem tetap bisa mempengaruhi infrastruktur dan distribusi.

### 3.2.1. Matriks IFAS-EFAS

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threats*) secara keseluruhan menekankan pentingnya identitas kekuatan dan kelemahan internal untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif. Perpaduan yang cermat antara peluang dan ancaman yang dihadapi dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dapat membantu perumusan strategi yang aman. Penggunaan SWOT pada perusahaan dapat memaksimalkan kekuatan dan kesempatan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang akan dihadapi perusahaan akan dapat merencanakan dan mengimplementasikan strategi–strategi yang dibuat untuk dapat mencapai visi dan misi perusahaan (OctasyIva, 2017).

Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategy*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal perusahaan. Data internal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut aspek manajemen, keuangan, pemasaran, sistem informasi, dan produksi. Hal ini penting karena faktor internal berpengaruh secara langsung terhadap perusahaan.

Tabel 3. Matriks IFAS

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
<b>A. Kekuatan</b>				
1.	Diversifikasi lini bisnis yang saling melengkapi	0,20	4	0,80
2.	Edukasi dan pelatihan yang mendukung komunitas pertanian	0,10	3	0,30
3.	Fokus pada produk premium dan berkualitas	0,05	2	0,10
4.	Kemitraan yang luas dengan petani dan investor	0,05	2	0,10
5.	Keahlian dalam teknologi hidroponik dan infrastruktur pertanian	0,05	2	0,10
<b>Total</b>				<b>1,40</b>
<b>B. Kelemahan</b>				
1.	Manajemen sumber daya yang kurang baik	0,30	4	1,20
2.	Ketergantungan pada produk hidroponik	0,10	3	0,30
3.	Pengelolaan supply chain yang rumit	0,05	3	0,15
4.	Kendala operasional pada skala besar	0,05	3	0,15
5.	Fleksibilitas investasi dan mitra	0,05	4	0,20
<b>Total</b>				<b>2,00</b>
<b>Jumlah pembobotan</b>		<b>1,00</b>		<b>3,40</b>
No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
<b>A. Kekuatan</b>				
1.	Diversifikasi lini bisnis yang saling melengkapi	0,20	4	0,80
2.	Edukasi dan pelatihan yang mendukung komunitas pertanian	0,10	3	0,30
3.	Fokus pada produk premium dan berkualitas	0,05	2	0,10

No	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Nilai
4.	Kemitraan yang luas dengan petani dan investor	0,05	2	0,10
5.	Keahlian dalam teknologi hidroponik dan infrastruktur pertanian	0,05	2	0,10
<b>Total</b>				<b>1,40</b>
<b>B. Kelemahan</b>				
1.	Manajemen sumber daya yang kurang baik	0,20	4	0,80
2.	Ketergantungan pada produk hidroponik	0,20	3	0,60
3.	Pengelolaan supply chain yang rumit	0,05	3	0,15
4.	Kendala operasional pada skala besar	0,05	3	0,15
5.	Fleksibilitas investasi dan mitra	0,05	4	0,20
<b>Total</b>				<b>1,90</b>
<b>Jumlah pembobotan</b>		<b>1,00</b>		<b>3,30</b>

Matriks EFAS (*External Factor Analysis Strategy*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Data eksternal dikumpulkan untuk menganalisis hal-hal yang menyangkut persoalan ekonomi, sosial, budaya, demografi, politik, hukum, pemerintah serta data eksternal yang relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan.

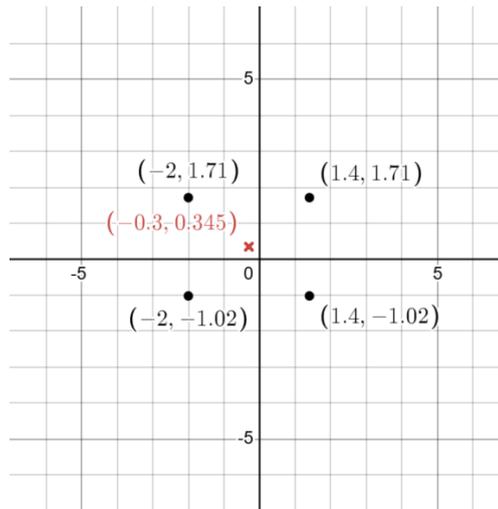
Tabel 4. Matriks EFAS

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
<b>A. Peluang</b>				
1.	Peningkatan wisata agro dan edukasi	0,20	3	0,60
2.	Peningkatan kesadaran akan keberlanjutan	0,15	3	0,45
3.	Meningkatnya permintaan untuk produk segar dan sehat	0,10	3	0,30
4.	Pengembangan teknologi pertanian	0,07	3	0,21
5.	Kolaborasi dengan sektor horeka (hotel, restoran, kafe)	0,05	3	0,15
<b>Total</b>				<b>1,71</b>
<b>B. Ancaman</b>				
1.	Perubahan kebijakan dan regulasi	0,12	2	0,24

No	Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
	pemerintah			
2.	Kompetisi yang semakin ketat	0,10	3	0,30
3.	Fluktuasi harga dan permintaan pasar	0,10	2	0,10
4.	Ketergantungan pada infrastruktur dan teknologi	0,06	3	0,18
5.	Risiko lingkungan dan iklim	0,05	2	0,20
<b>Total</b>				<b>1,02</b>
<b>Jumlah pembobotan</b>		<b>1,00</b>		<b>2,73</b>

Hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa Indigen Farm memiliki potensi yang menjanjikan dengan kekuatan internal, seperti diversifikasi lini bisnis dan edukasi dan pelatihan yang mendukung komunitas pertanian, terlihat dari skor kekuatan sebesar 1,4. Namun, ada tantangan internal yang perlu diatasi, terutama terkait dengan sumber daya manusia yang terbatas, tercermin dari skor kelemahan sebesar 2,0. Selisih antara kekuatan dan kelemahan, yaitu 0,6, menandakan ketidakseimbangan yang perlu diperbaiki. Di sisi eksternal, terdapat peluang pertumbuhan positif dengan skor 1,71, namun juga perlu waspada terhadap ancaman dengan skor 1,02. Selisih antara peluang dan ancaman cukup besar (0,69), yang menunjukkan ketidakpastian eksternal yang perlu diawasi. Indigen perlu mengembangkan strategi adaptasi untuk meminimalisir kelemahan dan memanfaatkan peluang sebaik mungkin guna mencapai pertumbuhan berkelanjutan.

Berdasarkan Tabel 4 Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy*) diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah 1,4 dan nilai skor untuk faktor kelemahan adalah 2,0. Sementara itu, Matriks EFAS (*External Factors Analysis Strategy*) diperoleh hasil bahwa nilai skor untuk faktor peluang adalah 1,71 dan nilai skor untuk faktor ancaman adalah 1,02. Diperoleh diagram cartesius sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Cartesius Indigen Farm

Berdasarkan hasil dari diagram cartesius analisis SWOT titik potongnya berada pada sumbu X,Y (-0,3 ; 0,345) berada pada kuadran 3 yang berarti bahwa strategi yang digunakan adalah strategi *Weakness - Opportunities* (W-O) yang juga disebut sebagai strategi konservatif, dimana posisi tersebut merupakan situasi yang cukup menguntungkan. Indigen Farm memiliki peluang yang dapat untuk menutupi kelemahan yang ada. Strategi WO merupakan strategi yang mengurangi kelemahan (*Weakness*) dengan memanfaatkan peluang (*Opportunity*)

### 3.2.2. Matriks SWOT

Matriks SWOT disusun berdasarkan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal di Indigen Farm, yang mencerminkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta peluang dan ancaman yang dihadapi. Dengan menggabungkan faktor-faktor ini secara sistematis, kita dapat menghasilkan empat jenis strategi. Penjelasan lebih mendalam mengenai strategi yang muncul dari matriks SWOT terdiri dari kombinasi antara faktor internal yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta faktor eksternal yang mencerminkan peluang dan ancaman yang ada. Hasil tersebut dijelaskan pada tabel 3 berikut.

Tabel 5. Matriks SWOT

		O = Peluang (Opportunity)	T = Ancaman (Threats)
		IFAS	EFAS

	ekspor atau internasional	iklim
<p><b>S = Kekuatan</b> (<i>Strength</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi lini bisnis yang saling melengkapi</li> <li>- Edukasi dan pelatihan yang mendukung komunitas pertanian</li> <li>- Fokus pada produk premium dan berkualitas</li> <li>- Kemitraan yang luas dengan petani dan investor</li> <li>- Keahlian dalam teknologi hidroponik dan infrastruktur pertanian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat pelatihan untuk masyarakat umum dengan mengunggulkan diversifikasi lini bisnis</li> <li>• Menjaga kualitas produk premium demi kepuasan konsumen</li> <li>• Memperkenalkan penerapan dan pengembangan IoT di dunia pertanian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menciptakan produk berkualitas agar harga tidak bergantung pada pasar</li> <li>• Menjalin kemitraan dengan petani hidroponik serta investor untuk mengantisipasi persaingan</li> <li>• Selalu <i>update</i> terkait perkembangan teknologi pertanian agar dapat mengefisiensikan waktu dan mengoptimalkan hasil panen</li> </ul>
<p><b>W = Kelemahan</b> (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen sumber daya yang kurang baik</li> <li>- Ketergantungan pada produk hidroponik</li> <li>- Pengelolaan <i>supply chain</i> yang rumit</li> <li>- Kendala operasional pada skala besar</li> <li>- Fleksibilitas investasi dan mitra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperluas informasi terkait pertanian modern dan presisi untuk menarik minat banyak petani muda</li> <li>• Pengembangan pasar untuk penjualan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah variasi produk untuk mengantisipasi ketergantungan hidroponik dan persaingan kompetitor yang hanya fokus pada 1 produk pertanian</li> <li>• Memaksimalkan teknologi yang sudah ada untuk menghemat biaya produksi dan memaksimalkan kualitas dan kuantitas hasil</li> </ul>

#### 4. Kesimpulan

Sistem agribisnis yang dilaksanakan oleh Indigen Farm sudah meliputi dari hulu hingga hilir. Dengan 5 lini bisnis tersebut, maka Indigen Farm memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menarik petani milenial untuk masuk ke dunia pertanian. Sistem tersebut juga dapat menjadi contoh bagi usaha agribisnis lainnya agar tidak bergantung pada 1 bisnis pertanian saja. Berdasarkan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal, sistem agribisnis yang terdapat pada Indigen Farm memiliki 5 kekuatan, 5 kelemahan, 5 peluang, dan 5 ancaman. Dari faktor internal dan eksternal tersebut, dapat dirumuskan 4 alternatif strategi W-O yang merupakan strategi yang mengurangi kelemahan (*Weakness*) dengan memanfaatkan peluang (*Opportunity*) untuk menarik petani milenial melalui sistem pertanian yang modern dan presisi. Alternatif

strategi terbaik yang diperoleh yaitu meningkatkan pengetahuan dan menumbuhkan minat petani milenial dalam meningkatkan kemitraan melon premium hidroponik dengan Indigen Farm.

### Daftar Pustaka

- Alfiana, L., & Dewanti, R. P. (2024). Manajemen Pemasaran Melon (*Cucumis melo L.*) di PT Indigen Karya Unggul Yogyakarta. *Journal of Cooperative, Small, and Medium Enterprise Development*, 3(2), 36–49. <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/cosmed.v2i2.94095>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Hasil Pencacahan Lengkap Sensus Pertanian 2023. *Sensus Pertanian*, 2023(86), 28.
- BPS Yogyakarta. (2019). *Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2019*.
- Dahniar, A. (2019). Memahami Pembentukan Sikap (Attitude) Dalam Pendidikan Dan Pelatihan. *Tatar Pasundan: Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 202–206. <https://doi.org/10.38075/tp.v13i2.27>
- DIY, B. (2024). *Berita Resmi Statistik Perkembangan Pariwisata DIY*.
- Ermawati, E., Akhmad, A., & Abubakar, I. (2023). Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) Petani Jagung Melalui Metode Penyuluhan Pertanian. *YUME : Journal of Management*, 6(1), 6. <https://doi.org/10.37531/yum.v6i1.3674>
- Heryani, H., & Fadhila, N. Q. (2023). *Manajemen Resiko Pengembangan Melon Hidroponik dalam Aneka Greenhouse*.
- Hidayati, N. I. (2020). Analisis SWOT Agribisnis Kapuk Randu di Desa Sekarmojo Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. *Agromix*, 11(1), 87–100. <https://doi.org/10.35891/agx.v11i1.1895>
- Ichwan, B., Setiaji, H., Armando, Y. ., Eliyanti, E., Zulkarnain, Z., & Ayuandriani, L. (2022). Aplikasi Vermikompos dalam Meningkatkan Pertumbuhan dan Hasil Melon (*Cucumis melo L.*). *Jurnal Media Pertanian*, 7(2), 66. <https://doi.org/10.33087/jagro.v7i2.145>
- Kemendes. (2025). *Gerakan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat dalam Data Riset Kesehatan Dasar*. 5, 1–6.
- KLHK. (2024). Statistik Lingkungan Hidup. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 4, Issue 1).
- Nurdiyanto, M. A., Chuzaimah, Hidayati, R., Lastinawati, E., & Podesta, F. (2024). *Analisis Titik Impas Komoditi Melon (Cucumis Melo L.) (Studi Kasus Di Kelurahan Sukamulya Kecamatan Sematang Borang Kota Palembang)*. 17(2), 2425–2439.
- Nurlaela, S., Hariadi, S. S., & Alia, B. R. (2020). Peran Orang Tua dalam Mengembangkan Perilaku Wirausaha Petani Muda Hortikultura di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional Pembangunan Dan Pendidikan Vokasi Pertanian*, 1(1), 223–232. <https://doi.org/10.47687/snppvp.v1i1.141>
- Nurpanjawi, L., Rahmawati, N., Istiyanti, E., & Rozaki, Z. (2021). Kelayakan Usahatani Melon di Desa Kasreman, Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi Jawa Timur. *Seminar Nasional ...*, March 2021, 215–226.

- Pramesti, K. N., Wiyono, S. N., Karyani, T., & Pardian, P. (2020). Analisis Manajemen Persediaan Bahan Baku Rockwool pada Usaha Hidroponik (Studi Kasus di Nabila Farm, Desa Cibogo, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6(2), 724–739.
- Prasasongko, R. R., & Kuswinarno, M. (2024). *Strategi Efektif dalam Pelatihan dan Pengembangan untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia*. 4, 40–49.
- Sesanti, R. N., & Handayani, S. (2018). Analisis Usahatani Melon (Cucumis Melo L.) Dengan Sistem Hidroponik Di Politeknik Negeri Lampung. *Jurnal Pengembangan Teknologi Pertanian*, 39–44.
- Setiani, S. Y., Pratiwi, T., & Fitrianto, A. R. (2021). Tenaga Muda Pertanian dan Ketahanan Pangan di Indonesia. *Cakrawala*, 15(2), 95–108. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v15i2.386>
- Suliswiyadi. (2019). Analisis SWOT Strategi Pengembangan Sekolah Unggul. *Jurnal Tarbiyatuna*, 10(1), 21–31.
- Supatminingsih, T. (2022). Peranan Sumber Daya Manusia dalam Mewujudkan Pertanian Indonesia yang Unggul. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(1), 241–252. <https://doi.org/10.26858/je3s.v3i1.101>
- Triyono, A., Saputra, R. M. I., Hairudin, A., Afriaris, S., & Rahayu, T. (2023). Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Eurika Media Aksara* (Issue 1).
- Undang-Undang No 40 Tahun 2009 Tentang Kepemudaan, 49 (2009).
- Wahyudi, W., Andriani, E., & Nurmelia, A. (2020). Pendapatan Dan Strategi Pemasaran Petani Melon Di Kabupaten Seluma. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu Dan Teknologi Pertanian*, 7(1), 57–69. <https://doi.org/10.37676/agritepa.v7i1.999>
- Yogyakarta, D. I. (2025). *Provinsi DIY dalam Angka 2025*.