

PENGEMBANGAN COCOHIDRO (BONSAI KELAPA HIDROPONIK) SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS BARU

**Luh Ketut Sri Widhiasih, Putu Sukma Asih, Komang Ayu Nadi Hartati, Made
Puspitasari, Yolanda Indriani Laja, Ni Kadek Eca Risma**

Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: sriwidhiasih@gmail.com

ABSTRAK

CocoHidro merupakan merek dagang yang bergerak dalam pengembangan dan penjualan bonsai dengan jenis tumbuhan kelapa yang menggunakan tehknik tanam secara hidroponik yaitu menggunakan air sebagai media tanamnya. *CocoHidro* memiliki keunikan tersendiri di bandingkan dengan jenis bonsai lainnya ini karena *CocoHidro* menggunakan jenis tanaman kelapa yang pada umumnya dapat tumbuh mencapai belasan meter namun di dalam proses pembuatan *CocoHidro* tanaman kelapa tersebut di kerdilkan dengan penyayatan tunas secara rutin yang dilakukan oleh tenaga-tenaga yangtelah terlatih, sehingga akan menghasilkan jenis pohon kelapa mini yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, yang dimana nantinya bibit kelapa yang telah dikerdilkan tersebut akan dibersihkan dari serabut-serabut kelapanya terlebih dahulu sebelum dilanjutkan dengan penanaman secara hidroponik. Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan *CocoHidro* ini sendiri adalah untuk tercapainya peluang usaha bonsai kelapa hidroponik yang uni dan dapat bersaing di pasaran dan menghasilkan profit. *CocoHidro* ini memiliki peluang untuk diminati di pasaran. Hal ini dikarenakan produknya yang unik dan memiliki nilai artistik. Berbeda dengan kebanyakan tanaman bonsai yang menggunakan tanaman dan media tanam yang sudah biasa ada di pasaran.

Kata kunci : Bonsai, Kelapa, Hidroponik

ABSTRACT

CocoHidro is a trademark engaged in the development and sale of bonsai with coconut plant species that use hydroponic planting techniques using water as its growing medium. CocoHidro has its own uniqueness compared to other types of bonsai because CocoHidro uses coconut plants which generally grow up to dozens of meters, but in the process of making CocoHidro the coconut plants are dwarfed by regular cutting of shoots carried out by trained, trained staff. so that it will produce a type of mini coconut tree that suits your wants and needs, which in the future the dwarfed coconut seedlings will be cleaned from the coconut fibers first before proceeding with hydroponic planting. The goal to be achieved from the manufacture of CocoHidro itself is to achieve a unique business opportunity for hydroponic coconut bonsai which can compete in the market and make a profit. CocoHidro has the opportunity to be popular in the market. This is because the products are unique and have artistic value. In contrast to most bonsai plants that use plants and planting media that are already common on the market.

Keywords: Bonsai, Coconut, Hydroponics

PENDAHULUAN

Sejak manusia mengenal pertanian, tanah merupakan media tanam yang paling umum digunakan dalam bercocok tanam. Seiring dengan perkembangan jaman dan dipacu oleh keterbatasan lahan yang dimiliki seperti tanah yang sempit atau tanah yang tidak subur, orang mulai bercocok tanam dengan menggunakan media tanam bukan tanah seperti air, pasir dan lain-lain.

Hidroponik merupakan salah satu alternatif cara bercocok tanam tanpa menggunakan tanah sebagai media tanamnya. Teknik menanam dengan cara Hidroponik sudah semakin diminati oleh masyarakat karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan media tanah. Salah satu manfaatnya adalah Hidroponik tidak terlalu membutuhkan lahan yang luas untuk tempat penanamannya. Tentu saja karena teknik Hidroponik ini menggunakan media air sebagai pengganti tanah yang dibutuhkan untuk melakukan sebuah penanaman. Menanam Hidroponik biasanya memang dilakukan pada beberapa tanaman sayuran seperti tomat dan lainnya. Namun kali ini, penulis membuat ide bisnis untuk menanam bonsai berjenis kelapa secara Hidroponik. Berikutnya bonsai kelapa hidroponik tersebut penulis beri merek dagang *Cocohidro*.

METODE

Adapun pembuatan bonsai kelapa hidroponik ini memiliki beberapa kegiatan produksi. Kegiatan tersebut meliputi persiapan, survey penjual bibit kelapa, aquarium, dan ikan, pembelian, pengubahan media tanam (tanah ke air),

pengisian aquarium. Untuk kegiatan pemasaran juga terdapat beberapa kegiatan seperti: desain logo dan banner, cetak alat promosi, dan pemasaran. Berikutnya setelah kegiatan produksi dan pemasaran telah dilakukan maka dilakukan evaluasi, pembuatan laporan akhir dan artikel.

Strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara *Online* dan *Offline*. Strategi pemasaran *Cocohidro* dilaksanakan melalui media online berupa Facebook, Instagram dan Whatsapp. Hal ini dikarenakan potensi pengguna sosial media tersebut sangat besar di Indonesia. Penggunaan media sosia juga dapat menghemat tempat dan pengeluaran karena hanya menggunakan paket data dan telepon pintar. Melalui pemasaran media online ini kami banyak mendapat repon positif.



Gambar 1. Pemasaran *Online*

Pemasaran secara offline juga tidak kalah penting dalam pemasaran ini kami telah membuka stand selama tiga hari yang bertempat di Lapangan Gianyar. Selain itu, melalui pemasaran offline kami juga telah

menjual beberapa bonsai kepada sebuah restoran di jalan Bypass Ida Bagus Mantra.



Gambar 2. Pemasaran *Offline*

PEMBAHASAN

Cocohidro merupakan bonsai kelapa yang memiliki keunggulan dibanding bonsai yang biasa beredar di pasaran, yaitu terletak pada teknik penanaman menggunakan teknik Hidroponik, dengan tahapan penanaman kelapa yang telah selesai dibersihkan akan ditempatkan dalam wadah seperti kaleng atau aquarium. Selanjutnya, wadah yang telah berisi pohon kelapa tersebut dimasukan air yang telah dicampurkan dengan stimulant dan zat-zat lainnya yang dibutuhkan oleh pohon kelapa tersebut dalam menunjang kelangsungan hidupnya. *Cocohidro* juga dipercantik tampilannya dengan menambahkan batu hias dan ikan hias didalamnya yang mampu memberikan nilai estetika sehingga akan dihasilkan tampilan bonsai kelapa yang memiliki keunikan dari bonsai kelapa pada umumnya. *Cocohidro* dapat ditempatkan dalam ruangan maupun luar ruangan karena bonsai ini tidak membutuhkan banyak tempat dan tidak mengotori ruangan karena dalam proses pengerjaannya tidak menggunakan tanah

sama sekali. Dengan demikian bonsai *Cocohidro* dapat diminati oleh kalangan pecinta bonsai dan juga masyarakat yang mungkin tidak mengerti tentang bonsai sebelumnya. Karena keunikan yang dimiliki oleh bonsai *Cocohidro* itulah maka dia mampu menarik minat orang untuk membelinya.

Peluang pasar untuk tanaman *Cocohidro* ini sangatlah besar melihat banyaknya masyarakat yang menggemari tanaman hias berjenis bonsai ketimbang jenis tanaman hias lainnya. Bonsai ini memiliki keunikannya sendiri itu yang membuat banyak orang yang suka dengan tanaman ini. Selain itu, daya beli konsumen terhadap produk ini cukup bervariasi dari konsumen elite hingga konsumen menengah bawah. Untuk tanaman bonsai, penggemar yang sudah terpikat pada bentuk dan keunikan tanam ini rela mengeluarkan jutaan rupiah untuk mendapatkannya. Dengan kata lain, bisnis bonsai selalu menguntungkan dan tidak pernah ada matinya. Produk ini dapat dibeli oleh semua golongan karena harganya yang relatif terjangkau dibandingkan bonsai lain pada umumnya dan ditambah bonsai ini memiliki keunikan serta nilai artistik yang tinggi.

Pesaing yang akan menyaingi produk ini tampaknya belum ada atau masih sedikit karena bonsai yang ditawarkan berbeda dengan bonsai yang sudah ada. Sehingga, *Cocohidro* bisa menjadi salah satu merek dagang bonsai yang mempunyai keunikan tersendiri. Peluang untuk diterima dipasaran menjadi semakin besar karena konsumen mulai mencari alternatif selain jenis bonsai bermedia tanah. *Cocohidro*

juga memiliki keunggulan dalam ketersediaan bahan baku utamanya yaitu bibit kelapa dan air yang mudah didapatkan.

Pelaksanaan PKM-K CocoHidro (Bonsai Kelapa Hidroponik) secara umum berjalan dengan baik. Cocohidro cukup diterima oleh masyarakat dimulai dari awal penjualan, harga jual per bonsai tergantung jenis bibit yang digunakan, umur bonsai dan wadah yang digunakan. Penjualan mengalami kenaikan dan penurunan, penjualan terbanyak terjadi pada bulan ke-3. Hal ini terjadi karena tim PKM-K telah menjual beberapa ke restoran dan mengikuti pameran sehingga

meningkatkan penjualan.



Gambar 3. Produk Cocohidro.

PENUTUP

Secara umum pelaksanaan keseluruhannya berjalan dengan cukup baik. Penjualan Cocohidro cukup diterima oleh masyarakat dimulai dari awal penjualan, harga jual per bonsai tergantung jenis bibit yang digunakan, umur bonsai dan wadah yang digunakan. Dengan telah berjalannya usaha ini terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki. Salah satu hal yang harus diperbaiki kedepannya adalah jumlah produksi dalam satu periode produksi diperbanyak. Hal ini disebabkan dengan jumlah produksi yang lebih banyak dalam setiap periode produksi dapat menekan biaya produksi tiap produknya. Selain itu perlu adanya manajemen waktu yang baik dalam pembuatan cocohidro ini sendiri sehingga dapat memproduksi bibit sendiri sesuai dengan jangka waktu yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://kabartani.com/teknik-dan-panduan-membuat-bonsai-kelapa.html> diunduh: pada tanggal 2 Juli 2019
- http://www.bertaniorganik.co/2017/08/13/cara-mudah-membuat-bonsai-kelapa-bercabang-dan-cepat-berbuah/screenshot_17-2/ diunduh: pada tanggal 10 Juli 2019
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Hidroponik/> diunduh: pada tanggal 16 Juli 2019
- <https://nurdian.com/jenis-kelapa/> diunduh: pada tanggal 1 Agustus 2019