

**ANALISIS KINERJA AGRO-EDUWISATA
PT. HIDROPONIK PADJADJARAN INDONESIA
MELALUI PENDEKATAN *BALANCED SCORECARD***

**Analysis of Agroedutourism Performance PT. Hidroponik Padjadjaran Indonesia
through *Balanced Scorecard* Approach**

**Ahmad Thoriq*, Kharistya Amaru, Lukito Hasta Pratopo, Sophia Dwiratna Nur
Perwitasari, Ratna Dwi Septiningsih**

Fakultas Teknologi Industri Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat
*Korespondensi penulis, E-mail: thoriq@unpad.ac.id

Diterima: Oktober 2024 Direvisi akhir: November 2024 Disetujui terbit: Desember 2024

ABSTRACT

One of the business units of PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia is engaged in Agroedutourism. The main income from this business is hydroponic education and training activities. The problem to be examined is that in recent years there has been a fluctuation in the number of visitors and training participants. This study aims to analyze the performance of agroedutourism at PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia. In this research balanced scorecard approach is used which is based on financial, customer, internal business process, and learning perspectives. The results of the study indicate that from the financial perspective, the Return on Asset (ROA) value is 0,25 percent per year, Return on Equity (ROE) is 10,57 percent per year and the Net Profit Margin (NPM) value is 44 percent per year. From the consumer perspective, the Customer Satisfaction Index (CSI) value is 80 percent of consumers who are satisfied with the company's performance. From the learning perspective, with the results of 73,93 percent employees are satisfied with the company's performance. Moreover from the internal business perspective, it is known that there are two innovative products produced that support the company's performance. The financial perspective show that ROA value is below the standard. The solution to improve the business performance is to provide intense service and promotion directly to schools in surrounding area as well as training to improve capacity building for employee.

Keywords: agroedutourism, balanced scorecard, Customer Satisfaction Index, hydroponics

ABSTRAK

Salah satu unit usaha PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia bergerak di bidang agro-eduwisata. Pendapatan utama dari usaha ini adalah kegiatan edukasi dan pelatihan hidroponik. Permasalahannya adalah dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi fluktuasi jumlah pengunjung dan peserta pelatihan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kinerja *agro-eduwisata* di PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan *balanced scorecard* berdasarkan perspektif keuangan, pelanggan, proses internal bisnis, dan perspektif pembelajaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada perspektif keuangan diperoleh nilai *Return on Asset* (ROA) sebesar 0,25%/tahun, *Return on Equity* (ROE) sebesar 10,57%/tahun dan nilai *Net Profit Margin* (NPM) sebesar 44%/tahun. Berdasarkan perspektif konsumen, hasil nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 80%. Artinya, sebagian besar konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan. Berdasarkan persektif pembelajaran diperoleh hasil sebesar 73,93% karyawan yang merasa puas terhadap kinerja perusahaan dan pada perspektif internal bisnis diketahui bahwa terdapat dua produk inovasi yang dihasilkan dan mendukung kinerja perusahaan. Meskipun demikian, berdasarkan perspektif keuangan, hasil

ROA 0,25% per tahun merupakan nilai di bawah standar dan perlu ditingkatkan. Solusi untuk meningkatkan kinerja usaha adalah dengan memberikan layanan dan promosi secara intensif ke sekolah yang berada di sekitar area industri. Selain itu, perlu peningkatan intensitas pelatihan untuk meningkatkan kapasitas pegawai di PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia.

Kata kunci: *agro-eduwisata*, *balanced scorecard*, *Customer Satisfaction Index*, hidroponik

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor penopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari serapan tenaga kerja pada sektor pertanian yang memberikan kontribusi sebesar 13,02% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, terbesar kedua setelah sektor industri pengolahan (Kementan 2023). Meskipun demikian, kontribusi angkatan kerja usia muda pada sektor pertanian cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun (Salamah *et al.* 2021) yang disebabkan oleh tingginya pertumbuhan sektor industri pengolahan yang menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dalam 15 tahun terakhir (Akbar 2017).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat generasi muda pada sektor pertanian adalah menumbuhkan wirausaha muda pertanian (Salamah *et al.* 2021). Strategi peningkatan wirausaha pada sektor pertanian dapat dilakukan melalui transformasi pendidikan, inisiasi program kewirausahaan seperti inkubator agribusiness dan pelatihan permagangan (Haryati *et al.* 2018).

Pengembangan kompetensi kewirausahaan sebaiknya diarahkan kepada petani muda terdidik yang memiliki semangat yang besar untuk berkembang. Petani muda yang berasal dari lulusan perguruan tinggi menjadi sangat potensial karena umumnya mereka memiliki keberanian mengambil risiko, mampu mengenali kelebihan atau potensi dirinya, selalu berorientasi pada proses dan hasil, adaptif terhadap perubahan, selalu berinovasi untuk kemajuan usahanya, bersedia untuk berjejaring dan berkolaborasi secara positif dengan pihak lain sehingga semua pihak dapat berkembang dan sukses secara bersama-sama, selalu membangun jaringan usaha dengan mitra dan *stakeholder* (Mukti *et al.* 2018).

Upaya lain yang dapat dilakukan dalam meningkatkan minat generasi muda pada sektor pertanian adalah dengan menerapkan teknologi pertanian (Mambang *et al.* 2022). Teknologi pertanian yang semakin canggih akan semakin diminati oleh generasi muda untuk melakukan kegiatan usaha tani (Puryantoro *et al.* 2023). Hal ini karena penerapan teknologi pertanian dapat meningkatkan efisiensi tenaga kerja dan

waktu pada aktivitas usaha tani (Efendi dan Sagita 2022; Halawa 2024).

Salah satu perusahaan yang menerapkan teknologi pertanian adalah PT Hidroponik Padjadjaran (Hi-Up) yang didirikan Tahun 2020. PT Hi-Up merupakan *startup* dengan sumber utama pendapatannya berasal dari penjualan teknologi hidroponik seperti penyiraman cerdas, penjualan produk pertanian segar, dan olahan hasil pertanian serta edukasi pertanian dengan teknologi hidroponik yang dikemas dalam bentuk *agro-eduwisata*. Sebagian besar peserta *agro-eduwisata* adalah pelajar mulai dari tingkat Taman Kanak-Kanak (TK) sampai dengan Sekolah Menengah Umum (SMU). Permasalahan yang dihadapi oleh PT Hi-Up adalah dalam beberapa tahun terakhir telah terjadi fluktuasi jumlah pengunjung dan peserta pelatihan. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi kinerja pada unit bisnis *agro-eduwisata* yang dijalankan PT Hi-Up melalui pendekatan *balanced scorecard*.

Metode *balanced scorecard* telah banyak digunakan untuk penilaian kinerja suatu perusahaan. Peningkatan kinerja pada perusahaan pertanian dapat ditingkatkan berdasarkan evaluasi kinerja berdasarkan perspektif pelanggan, perspektif proses dalam perusahaan, perspektif karyawan, dan perspektif keuangan (Brezuleanu *et al.*

2015), menggunakan 11 indikator yaitu pendapatan, biaya, laba, pengembalian aset (ROA), pangsa pasar, kepuasan pelanggan, tingkat inovasi, kualitas objek wisata, kepuasan karyawan, pergantian karyawan, dan produktivitas karyawan (Mahendra *et al.* 2019). Penelitian ini bertujuan melakukan analisis kinerja pada unit usaha *agro-eduwisata* PT Hi-Up menggunakan pendekatan *balanced scorecard*.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama enam bulan bertempat di PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia yang berlokasi di Universitas Padjadjaran, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.

Teknik Penentuan *Sampling*

Penentuan *sampling* dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. *Sampling* pada penelitian ini terdiri atas beberapa responden yang didasarkan pada perspektif *balanced scorecard*. Responden perspektif keuangan dan proses internal bisnis adalah pimpinan perusahaan. Responden perspektif pelanggan adalah pengunjung yang datang ke *agro-eduwisata* yang berjumlah 30 responden dengan usia pada lebih dari 14 tahun. Penentuan umur sampel

tersebut dipertimbangkan berdasarkan dominasi umur peserta yang pernah mengikuti program *agro-eduwisata*. Responden perspektif pertumbuhan dan pembelajaran adalah seluruh karyawan PT Hi-Up yang berjumlah sembilan orang.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui kegiatan *in-depth interview* atau wawancara dan pengisian kuesioner terhadap responden, ahli atau pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan usaha *agro-eduwisata*. Data sekunder yang dikumpulkan berupa data yang telah dipublikasikan yang menunjang penelitian ini.

Pengolahan dan Analisis Data

Pengolahan data yang dilakukan diawali dengan uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner. Pengujian ini dilakukan pada kuisisioner sebelum kuisisioner disebarkan ke responden utama. Sebanyak 30 responden pada pengujian ini diambil secara acak untuk memastikan bahwa kuisisioner Validitas dan Reliabilitas. Kuisisioner dikatakan valid apabila nilai $df = N - 2$, $df = 30 - 2 = 28$ dengan tingkat signifikan (α) = 0,05, maka df ke 28 didapat nilai $r_{tabel} = 0,361$, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan nilainya positif maka instrumen pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Reliabilitas juga mengukur seberapa konsisten responden dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi variabel tertentu yang terdapat dalam kuesioner. Dalam pengujian reliabilitas, dilakukan pengujian menggunakan teknik uji *Cronbach's Alpha* untuk setiap atribut melalui program SPSS dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) *Cronbach's alpha* > 0,6, maka alat ukur dikatakan reliabel
- 2) *Cronbach's alpha* < 0,6, maka alat ukur dianggap tidak reliabel

Pengolahan data selanjutnya adalah analisis *balanced scorecard* yang diukur berdasarkan empat perspektif yaitu keuangan, konsumen, bisnis internal, dan pembelajaran. Perspektif keuangan mencakup nilai *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Net Profit Margin* (NPM). Perusahaan dikatakan baik jika mampu mencapai ROA lebih besar dari 5,98%, ROE lebih besar dari 8,32% dan NPM lebih besar dari 3,92% (Lukviarman 2006).

Perspektif bisnis internal dinilai berdasarkan jumlah inovasi yang

dihasilkan dari aktivitas usaha *agro-eduwisata*. Sedangkan pada perspektif Pembelajaran akan dihitung berdasarkan produktivitas dan kepuasan karyawan. Kepuasan karyawan dan kepuasan konsumen dihitung menggunakan pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI) berdasarkan 14 atribut yang dikelompokan berdasarkan variabel 7P yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Atribut yang digunakan diadaptasi dari penelitian yang dilakukan Lainatussifa *et al.* (2021) dan Sembiring *et al.* (2020) dan sudah disesuaikan dengan usaha *agroeduoetourism*. Analisis CSI dilakukan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), berdasarkan skor skala likert dengan tahapan sebagai berikut (Rifa'i 2023; Sihotang dan Oktarina 2022):

- a. Menghitung *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga didapatkan total WF sebesar 100%.
- b. Menghitung *Weight Score* (WS), yaitu menilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kepuasan masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

- c. Menghitung *Weight Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
- d. Menghitung *Satisfaction Index*, yaitu WT dibagi skala maksimum yang digunakan, kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Nilai yang diperoleh dari penghitungan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung dengan kriteria sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Kriteria kepuasan konsumen

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81–1,00	Sangat Puas
0,66–0,80	Puas
0,51–0,65	Cukup Puas
0,35–0,50	Kurang Puas
0,00–0,34	Tidak Puas

Sumber: Rifa'i (2023)

Nilai *balanced scorecard* secara keseluruhan dikelompokkan berdasarkan kategori skor. Apabila skor *balanced scorecard* bernilai -1 maka termasuk kategori kurang, 0 termasuk kategori cukup dan *balanced scorecard* bernilai 1 termasuk dalam kagegori baik (Rifa'i 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas terhadap kuisisioner kepuasan konsumen memberikan hasil nilai r_{hitung} pada rentang 0,519–0,878 dan kepuasan

karyawan berada pada rentang 0,605–0,740. Kedua nilai tersebut lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Hal ini menunjukkan bahwa kuisisioner kepuasan konsumen dan kepuasan karyawan adalah valid (Anggraini et al. 2022). Hasil uji reliabilitas kepuasan konsumen menunjukkan bahwa nilai hitung *Cronbach's alpha* tingkat kinerja adalah sebesar 0,914 dan tingkat kepentingan adalah sebesar 0,899, sedangkan hasil karyawan menunjukkan bahwa nilai hitung *Cronbach's alpha* tingkat kinerja adalah sebesar 0,719 dan tingkat kepentingan adalah sebesar 0,691. Berdasarkan hasil pengujian tersebut diketahui bahwa kuisisioner dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's alpha* > 0,6 (Anggraini et al. 2022; Janna dan Herianto 2021). Setelah kuisisioner

kepuasan konsumen dan kepuasan karyawan dinyatakan valid dan reliabel, maka selanjutnya kuisisioner tersebut sebar atau diisi oleh responden sasaran. Kepuasan konsumen masuk kedalam perspektif pelanggan sedangkan kepuasan karyawan masuk kedalam perspektif pembelajaran.

Perspektif Konsumen

Penilaian perspektif konsumen diawali dengan menghitung nilai *Importance Performance Analysis* (IPA) yang menunjukkan perbandingan antara skor kinerja dan skor kepentingan (Yola dan Budianto 2016). Selanjutnya dilakukan penghitungan besarnya nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penghitungan CSI secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Hasil penghitungan CSI Kepuasan Konsumen

Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MIS)	Weight Factors (WF)	Rata-rata Skor Kinerja (MSS)	Weight Score (WS)
Harga	4,03	0,06	3,70	0,24
Manfaat Agro-eduwisata	4,47	0,07	4,50	0,32
Promosi	3,93	0,06	3,93	0,25
Kecepatan melayani pengunjung	4,37	0,07	3,90	0,27
Respon terhadap keluhan	4,60	0,07	4,07	0,30
Kejelasan materi	4,73	0,08	4,13	0,31
Keamanan lokasi	4,57	0,07	4,07	0,30
Keramahan pemandu	4,73	0,08	4,67	0,35
Akses transportasi	4,70	0,07	3,73	0,28
Kelengkapan sarana dan prasarana	4,60	0,07	3,90	0,29
Kerapihan pemandu	4,37	0,07	4,10	0,29
Kebersihan lokasi	4,63	0,07	3,87	0,29
Fasilitas area parkir	4,40	0,07	3,43	0,24
Fasilitas toilet	4,67	0,07	3,87	0,29
TOTAL	62,80	1,00	55,87	4,00
Customer Satisfaction Index (CSI)	0,80			

Sumber: Septiningsih (2024)

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa nilai CSI yang diperoleh adalah sebesar 80% yang menunjukkan konsumen merasa puas. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan dalam menjalankan unit bisnis *agro-eduwisata* sudah cukup baik meskipun belum sampai pada tingkat kepuasan tertinggi (Lainatussifa *et al.* 2021). Terdapat beberapa atribut yang memiliki nilai *Weight Score* (WS) yaitu atribut harga, promosi, kecepatan melayani, dan fasilitas area parkir.

Terdapat sebanyak 67,2% konsumen merasa puas terhadap harga paket kunjungan *agro-eduwisata* sedangkan 32,8% merasa tidak puas terhadap harga paket kunjungan *agro-eduwisata*. Konsumen merasa harga yang ditawarkan masih terlalu tinggi dan tidak sepadan dengan fasilitas yang didapatkan. Hal ini menunjukkan perlu dilakukan evaluasi terkait harga yang tepat untuk pengunjung *agro-eduwisata* dan fasilitas yang didapatkan oleh pengunjung. Harga yang mahal dan kurangnya fasilitas dari paket kunjungan *agro-eduwisata* yang ditawarkan menyebabkan rendahnya kepuasan konsumen (Kholil dan Mutiara 2022). Solusi yang ditawarkan adalah menyusun formulasi harga yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen.

Salah satu fasilitas yang kurang memuaskan adalah fasilitas parkir di lokasi *agro-eduwisata*. Sebanyak 32,8% menyatakan kurang puas terhadap fasilitas parkir yang tersedia. Hal ini karena lokasi parkir yang sempit dan kendaraan besar seperti bus harus diparkir pada lokasi yang jaraknya kurang lebih 500 m. Tempat parkir yang sempit dan jauh dari objek *argoeudotourism* menyebabkan rendahnya kepuasan konsumen (Sembiring *et al.* 2020). Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan ini adalah dengan cara menyediakan motor listrik atau mobil angkutan dari tempat parkir ke lokasi *agro-eduwisata*.

Atribut lain yang dinyatakan kurang adalah promosi dan kecepatan pelayanan. Konsumen menganggap pengelola *agro-eduwisata* kurang intens dalam melakukan promosi sehingga tidak banyak dari calon konsumen yang mengetahui keberadaan *agro-eduwisata*, sedangkan kecepatan pelayanan yang menyebabkan konsumen kurang puas adalah kurangnya respon terhadap keluhan atau keinginan konsumen untuk mendapatkan informasi secara cepat. Solusi yang ditawarkan untuk meningkatkan daya tarik konsumen adalah melakukan promosi melalui media sosial. Promosi *agrowisata*

menggunakan media sosial menunjukkan hasil yang lebih efektif dibandingkan dengan promosi secara konvensional (Lutfiah *et al.* 2019). Sedangkan upayamengatasi permasalahan kecepatan pelayanan adalah melalui pelatihan yang dapat meningkatkan kinerja karyawan.

Perspektif Pembelajaran

Pada perspektif pembelajaran, penilaian didasarkan pada kepuasan karyawan dan produktivitas karyawan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan menggunakan CPI maka diperlukan beberapa perbaikan. Hasil analisis CPI terhadap karyawan secara lebih rinci dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Hasil penghitungan CSI kepuasan karyawan

Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MIS)	Weight Factors (WF)	Rata-rata Skor Kinerja (MSS)	Weight Score (WS)
Kebijakan Perusahaan dalam menempatkan posisi	4,67	0,20	4,00	0,82
Gaji	4,44	0,20	2,89	0,56
Peran Atasan dalam mencapai target	4,78	0,21	3,56	0,75
Pergaulan rekan kerja dalam meningkatkan produktivitas	4,78	0,21	4,22	0,89
Promosi karir	4,11	0,18	3,78	0,68
TOTAL	22,78	1,00	18,44	3,70
CSI = (Weight Score Total : 5) x 100% = 73,93%				

Sumber: Septiningsih (2024)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat dua atribut yang menyebabkan karyawan tidak puas terhadap kinerja organisasi dalam mengelola *agro-eduwisata* yaitu atribut gaji dan atribut promosi karir. Hal ini wajar karena usaha *agro-eduwisata* PT Hi-Up merupakan usaha rintisan sehingga memiliki pendapatan fluktuatif yang menyebabkan pemberian gaji kepada karyawan masih di bawah upah minimum regional (UMR) Kabupaten Sumedang yaitu sebesar Rp3.504.308/bulan. Begitu pula dengan promosi karier yang belum jelas, karena usaha ini termasuk usaha rintisan atau

termasuk kelompok usaha kecil menengah. Hal ini dapat dilihat dari laba bersih perusahaan untuk unit usaha *agro-eduwisata* hanya Rp4.813.600/bulan atau setiap karyawan hanya dapat menghasilkan laba bersih sebesar Rp534.844/bulan. Menurut Sutrisno *et al.* (2022) kompensasi yang diberikan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan dan berpengaruh nyata pada kualitas kinerja karyawan.

Perspektif Proses Bisnis Internal

Hubungannya dengan pelanggan, PT Hi-Up Indonesia yang merupakan unit usaha dengan basis agrowisata hidroponik sangat membutuhkan inovasi yang kontinyu dan benar-benar tepat sasaran kepada pengunjungnya. Pihak perusahaan harus mengetahui seberapa baik proses inovasi yang telah dilakukan. Program *agro-eduwisata* merupakan sebuah kegiatan pelatihan hidroponik dari mulai proses penanaman hingga proses pengolahan pasca panen.

Dalam hal ini semua produk yang ada pada PT Hi-Up termasuk ke dalam kegiatan *agro-eduwisata*. Jumlah produk baru yang tercatat pada tahun 2022 sebanyak 2 produk yaitu *Hydroponic Indoor Farming* yang sudah terjual sebanyak 10 unit dan *Cold Pressed Juice Yellow Summer* yang sudah terjual 300 unit. Produk-produk yang dihasilkan merupakan produk turunan dari produk sebelumnya. Produk *Hydroponic Indoor Farming* dibuat untuk konsumen yang berminat berhidroponik tetapi tidak memiliki lahan yang cukup untuk tempat menanam.

Inovasi ini sangat baik dalam memenuhi kebutuhan konsumen, khususnya konsumen *agro-eduwisata* yang sangat tertarik dengan hidroponik. Perusahaan sudah mencapai dan melebihi target yang ditetapkan oleh karena itu, penilaian kinerja pada perspektif ini dikatakan baik.

Perspektif Keuangan

Perspektif keuangan dihitung dengan menganalisa rasio profitabilitas yang meliputi, *Return on Assets (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Net Profit Margin (NPM)*. ROA merupakan rasio yang mengukur efisiensi perusahaan dalam menggunakan total aset untuk menghasilkan laba. Besarnya penghitungan pengembalian aset menggambarkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan laba yang dapat dinikmati oleh pemegang saham dengan aset keseluruhan yang dimilikinya (Lukviarman 2006). Berikut merupakan hasil penghitungan ROA pada program *agro-eduwisata* di PT Hi-Up Indonesia.

Tabel 3 Tabel penghitungan ROA

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Aset (Rp)	Hasil ROA (%)	Standar Nilai ROA (%)	Target (%)	Nilai
2022	4.813.600	1.944.932.000	0,25	5,98	7	Kurang

Sumber: Septiningsih (2024)

Berdasarkan Tabel 4, nilai ROA yang didapat sebesar 0,25%, jauh di bawah nilai standar industri yaitu sebesar 5,98 % dan target perusahaan sebesar 7%. Menurut Zhang (2020), hasil ROA yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan tidak efisien dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya. Ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti pengelolaan aset yang kurang efisien, biaya operasional yang tinggi, atau pendapatan yang rendah. ROA yang rendah juga dapat mengindikasikan, bahwa perusahaan mengalami masalah dalam menghasilkan laba bersih yang memadai dibandingkan dengan jumlah aset yang dimiliki. Untuk meningkatkan

ROA, perusahaan perlu memperbaiki efisiensi operasional, mengoptimalkan penggunaan aset, dan meningkatkan pendapatan secara keseluruhan. Dapat disimpulkan performa perusahaan dalam program *agro-eduwisata* pada tahun 2022 kurang memuaskan dalam mencapai profitabilitas dari aset yang digunakan.

ROE merupakan suatu ukuran yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih dengan menggunakan modal sendiri, serta menghasilkan keuntungan bersih yang dapat dinikmati oleh pemilik atau investor. Berikut merupakan hasil penghitungan ROE pada program *agro-eduwisata* di PT Hi-Up Indonesia.

Tabel 4 Tabel penghitungan ROE

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Ekuitas (Rp)	Hasil ROE (%)	Standar Nilai ROE (%)	Target (%)	Nilai
2022	4.813.600	45.520.700	10,57	8,32	10	Cukup

Sumber: Septiningsih 2024

Berdasarkan Tabel 5, nilai ROE yang didapat sebesar 10,57%. Nilai ini jauh di atas nilai standar industri yaitu sebesar 8,32 % dan target perusahaan sebesar 10%. Dapat disimpulkan performa perusahaan pada program *agro-eduwisata* pada tahun 2022 cukup baik

dalam menghasilkan laba dengan menggunakan modal sendiri.

NPM merupakan rasio yang mengukur profitabilitas suatu perusahaan dengan membandingkan laba bersih dengan pendapatan total. Ukuran margin laba bersih mencerminkan seberapa besar laba setelah pajak yang diperoleh

perusahaan untuk tingkat penjualan tertentu. Tabel 5 berikut merupakan hasil

penghitungan NPM pada program *agro-eduwisata* di PT Hi-Up Indonesia.

Tabel 5 Tabel penghitungan NPM

Tahun	Laba Bersih (Rp)	Penjualan (Rp)	Hasil NPM (%)	Standar Nilai NPM (%)	Target (%)	Nilai
2022	4.813.600	10.940.000	44	3,92	10	Baik

Sumber: Septiningsih (2024)

Berdasarkan Tabel 6, nilai NPM yang didapat sebesar 44%. Nilai ini jauh di atas nilai standar industri yaitu sebesar 3,92 % dan target perusahaan sebesar 10%. Dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan pada program *agro-eduwisata* pada tahun 2022 bernilai baik dalam menghasilkan laba untuk tingkat penjualan tertentu.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis *balanced scorecard* diketahui bahwa perspektif konsumen atau pelanggan menunjukkan 80% konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan dalam melayani dan menyediakan fasilitas pada unit usaha *agro-eduwisata*. Berdasarkan perspektif pembelajaran, meskipun secara keseluruhan nilai CPI karyawan sebesar 73,93% atau masuk dalam kategori puas terhadap kinerja organisasi namun karyawan merasa tidak puas terhadap atribut gaji dan promosi karir. Hal ini karena unit usaha ini masih termasuk usaha rintisan yang belum dapat

memberikan gaji dan karir yang baik bagi karyawan, yang dapat dilihat dari perspektif bisnis internal dan perspektif keuangan. Pada perspektif bisnis internal terdapat dua unit produk inovasi sedangkan pada perspektif keuangan menunjukkan bahwa nilai ROA sebesar 0,25% masih dibawah standar yaitu 5,98%, sedangkan nilai ROE sebesar 10,57% dan NPM sebesar 44% berada diatas standar yang ditetapkan.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka disarankan untuk meningkatkan kinerja usaha *agro-eduwisata* melalui peningkatan pelayanan dan promosi yang intens melalui media sosial dan promosi langsung kepada sekolah sekolah yang ada di wilayah Bandung Raya dan Sumedang. Selain itu diperlukan pelatihan bagi karyawan untuk meningkatkan kompetensi dan kinerja pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar MF. 2017. Analisis kontribusi sektor pertanian terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*. 11(2): 150–166.

- Anggraini FDP, Aprianti, Setyawati VAV, Hartanto AA. 2022. Pembelajaran statistika menggunakan *software* SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*. 6(4): 6491–6504.
<https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- Brezuleanu S, Brezuleanu CO, Brad I, Iancu T, Ciani A. 2015. Bussiness performance of agricultural companies using BSC model. *Cercetări Agronomice În Moldova*. XLVIII(2): 109–120.
- Efendi R, Sagita D. 2022. Teknologi pertanian masa depan dan peranannya dalam menunjang ketahanan pangan. *Sultra Journal of Mechanical Engineering (SJME)*. 1(1): 1–12.
<https://doi.org/10.54297/sjme.v1i1.297>
- Halawa ND. 2024. Peran teknologi pertanian cerdas (*smart farming*) untuk generasi pertanian Indonesia. *Jurnal Kridatama Sains dan Teknologi*. 6(2): 502–512.
- Haryati N, Dewi HE, Hardana AE. 2018. Posiding Seminar Nasional 2018. *Seminar Nasional Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian Malang*. 122–129.
- Janna NM, Herianto. 2021. Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*. 18210047: 1–12.
- [Kementan] Kementerian Pertanian. 2023. *Analisis PDB Sektor Pertanian Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kholil AY, Mutiara F. 2022. Kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di Kusuma Agrowisata Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. 6(3): 883–891.
- Lainatussifa L, Priatna WB, Suwarsinah HK. 2021. Analisis kepuasan dan kepercayaan pengunjung agrowisata edukasi Sentulfresh. *Forum Agribisnis*. 11(1): 45–64.
<https://doi.org/10.29244/fagb.11.1.45-64>
- Lukviarman N. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Padang: Andalas University Press.
- Lutfiah N, Muljono P, Wibowo CT. 2019. Perbandingan efektivitas promosi agrowisata dengan menggunakan media sosial dan media konvensional di Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. 17(1): 1–12.
<https://doi.org/10.29244/jurnalkmp.17.1.1-12>
- Mahendra F, Mulyo JH, Waluyati LR. 2019. Performance analysis in PT Perkebunan Nusantara XII Wonosari Agritourism. *IOSR Journal of Agriculture and*

- Veterinary Science*. 12(3): 1–11.
<https://doi.org/10.9790/2380-1203030111>
- Mambang M, Cipta SP, Marleny FD, Ansari NH, Baddrudin A, Yenitia A, Dixky D, Melda M, Azizah N, Mutmainah M, Fikri RM, Salsabila, T. 2022. E-Padi berbasis android untuk meningkatkan minat generasi muda pada sektor pertanian. *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi (JNKTI)*. 5(1): 93–98.
<https://doi.org/10.32672/jnkti.v5i1.3968>
- Mukti GW, Andriani R, Pardian P. 2018. Transformasi petani menjadi entrepreneur (Studi Kasus pada Program Wirausaha Muda Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran). *Agricore: Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*. 3(2): 508–524.
<https://doi.org/10.24198/agricore.v3i2.20491>
- Puryantoro P, Widjayanti L, Rokhani R. 2023. Pemuda dalam Pembangunan Pertanian: A Review. *Agrimor*. 8(4): 197–203.
<https://doi.org/10.32938/ag.v8i4.2157>
- Rifa'i K. 2023. *Kepuasan Konsumen*. Jember: UIN KHAS Press.
- Salamah U, Saputra RE, Saputro W . 2021. Kontribusi generasi muda dalam pertanian Indonesia. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*. 1(2): 23–31.
<https://doi.org/10.47701/sintech.v1i2.1064>
- Sembiring YYRB, Sunarso S, Roessali W. 2020. Analisis kepuasan konsumen dan strategi pengembangan agrowisata Kebun Buah Cepoko di Kecamatan Gunung Pati Kota Semarang. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*. 4(1): 1–13.
<https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v4i1.5378>
- Septiningsih RD. 2024. *Analisis kinerja dan strategi pengembangan agroedutourism (Studi Kasus: PT Hidroponik Padjadjaran Indonesia)*. Sumedang: Universitas Padjadjaran (Un Published).
- Sihotang FP, Oktarina R. 2022. Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam menganalisis pengaruh sistem e-service terhadap tingkat kepuasan pelanggan. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*. 3(1): 1–12.
<https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2439>

- Sutrisno S, Herdiyanti H, Asir M. 2022. Dampak kompensasi, motivasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan di Perusahaan: Review Literature. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. 3(6): 3476–3482.
- Yola M, Budianto D. 2016. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1): 301–309. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>
- Zhang L. 2020. *M & A Financial Performance Analysis*. *ACM International Conference Proceeding Series*. 14(1): 8–15. <https://doi.org/10.1145/3418653.3418670>