



LAPORAN HASIL PENELITIAN

**Urban Farming dengan Microgreen dan Prospek
Pemasaran Online**

Oleh :

Imas Wildan Rafiqah , S.P , M.M

Fetty Dwi Rahmayanti, S.P, M.I.L

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS BOROBUDUR**

JAKARTA

2021

I HALAMAN PENGESAHAN

Judul Usul Penelitian : Urban Farming dengan Microgreen dan Prospek Pemasaran Online

Nama Pengusul :

a. Nama Lengkap : Imas Wildan Rafiqah , S.P , M.M
b. NIDN : 0321029201
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
d. Program Studi : Agribisnis
e. Alamat surel (e-mail) : irafiqoh@borobudur.ac.id
f. Perguruan Tinggi : Universitas Borobudur

Anggota Pengusul 1

a. Nama Lengkap : Fetty Dwi Rahmayanti, S.P,M.I.L
b. NIDN : 0319109801
c. Perguruan Tinggi :
Anggota Pengusul 2

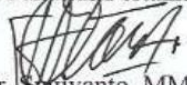
a. Nama Lengkap :
b. NIDN :
c. Perguruan Tinggi :
Anggota Pengusul 3

a. Nama Lengkap :
b. NIDN :
c. Perguruan Tinggi :
Mahasiswa : Nurul, Rizky,Gina, Engkom

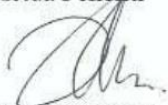
Biaya Penelitian : Rp. 22.964.6600,-

Jakarta,

Mengetahui,
Dekan Fakultas Pertanian


(Dr. Ir. Saqiyanto, MM)
NIDN. 0327056701

Ketua Peneliti


(Imas Wildan Rafiqoh, S.P, M.P)
NIDN. 0321029201

Menyetujui,
Ketua LPPM



(Dr. Evi Syafrida Nasution, S.Psi, M.Psi)
NIDN 0104128203

ABSTRACT

Microgreen, especially because there is currently a Covid-19 pandemic that has hit almost all countries. Microgreen cultivation techniques are different from other urban farming and are easier to apply so that people are interested in cultivating them. The results showed that 109 respondents who live in urban areas and are familiar with microgreens, 98.2% have an interest in developing microgreens and the remaining 1.8% are not. The reason respondents are interested in microgreen is because it is easy to apply so as to produce quality vegetables that are good for health and microgreens are believed by the respondents to open up new business opportunities. The price offered on this microgreen is much higher than the price of conventional vegetables in general. This can be a potential business with the middle to upper market segment because microgreens are used as food ingredients such as salads or decorations in food in middle to upper class restaurants. In addition, microgreens can also go to supermarkets where the target consumers are consumers who will be aware and ready to be marketed at premium prices.

Keywords: Urban farming, Microgreen, Business opportunities

ABSTRAK

Revolusi industri pertanian 4.0 saat ini membuat pertanian di tingkat perkotaan menjadi *trend* baru di kalangan masyarakat perkotaan yang lebih dikenal dengan “Urban farming”. Salah satu teknik budidaya *urban farming* yang saat ini menjadi *trend* adalah *Microgreen*, terlebih karena saat ini sedang terjadi pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh negara. Teknik budidaya *microgreen* berbeda dengan *urban farming* lainnya dan lebih mudah diaplikasikan sehingga membuat masyarakat berminat untuk membudidayakannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden dengan jumlah 109 orang yang notabene bermukim di wilayah perkotaan dan telah mengenal *microgreen*, sejumlah 98,2% memiliki ketertarikan dalam melakukan pengembangan *microgreen* dan sisanya sejumlah 1,8% tidak tertarik. Alasan responden tertarik untuk mengembangkan *microgreen* yaitu karena mudah diaplikasikan sehingga menghasilkan sayuran yang terjamin kualitasnya dan baik untuk kesehatan serta *microgreen* diyakini para responden dapat membuka peluang usaha baru pertanian. Harga yang ditawarkan pada *microgreen* ini jauh lebih tinggi dari harga sayuran konvensional pada umumnya. Hal ini dapat menjadi potensi usaha dengan segmen pasar menengah keatas karena *microgreen* digunakan sebagai bahan makanan seperti salad ataupun hiasan dalam makanan pada restoran kelas menengah keatas. Selain itu *microgreen* juga dapat dipasarkan ke supermarket dimana target konsumennya adalah konsumen yang sadar akan kesehatan dan bersedia membayar dengan harga yang premium.

Kata Kunci: *Urban farming, Microgreen, Peluang usaha*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, sektor pertanian dituntut untuk beralih dari sistem tradisional menjadi *modern system* baik dari sisi budidaya secara teknis maupun tata niaga pertanian yang lebih pendek dengan mengandalkan teknologi. Modernisasi di sektor pertanian ini dapat disebut dengan revolusi industri pertanian 4.0. Adanya revolusi industri pertanian 4.0 ini diharapkan dapat memajukan dan meningkatkan kontribusi secara real bagi pembangunan Indonesia.

Dalam revolusi industri pertanian 4.0 ini, tidak hanya digalakkan di pedesaan saja, tetapi di perkotaan. Pertanian di tingkat perkotaan saat ini menjadi *trend* baru di kalangan masyarakat perkotaan. Pertanian perkotaan yang lebih dikenal dengan “*Urban Farming*” saat ini banyak digemari oleh masyarakat perkotaan dengan berbagai tujuan seperti untuk penghijauan maupun untuk ketahanan pangan keluarga. Walaupun *urban farming* ini terkendala dengan lahan yang sempit, namun tidak mengurangi antusias masyarakat terhadap pertanian perkotaan di lahan sempit. Salah satu teknik budidaya *urban farming* yang saat ini menjadi *trend* adalah *Microgreen*. *Microgreen* adalah jenis sayuran yang memiliki

kandungan gizi dan vitamin yang lebih tinggi karena *microgreen* merupakan tanaman muda, lunak, serta tanaman yang dapat dimakan dan juga digunakan sebagai bibit (BPTP, 2020). Menurut Amini *et al.* (2021), *microgreen* memiliki potensi nilai jual yang cukup tinggi sehingga dapat dijadikan alternatif ladang usaha dikala pandemi yang terjadi saat ini.

Kelebihan budidaya *microgreens* yakni waktu panen sayuran yang sangat singkat. "Praktiknya pun sangat mudah sehingga bisa dilakukan oleh para pemula yang gemar mencoba hal baru terkait kegiatan berkebun dan tidak memerlukan ruangan yang luas, peralatan yang digunakan pun sangat sederhana (Glend dalam Republika (2020). *Urban farming* menjadi semakin *trend* di masyarakat terlebih karena saat ini sedang terjadi pandemi Covid-19 yang melanda hampir seluruh negara. Banyak negara-negara yang melakukan *lockdown* atau menghentikan aktivitas di luar rumah dan melakukan berbagai aktivitas dari rumah. Hal ini menjadi *trigger* bagi masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas seperti bekerja, belajar, berbelanja, dan bahkan mengisi waktu luang dengan bercocok tanam di lahan pekarangan rumah yang sempit. (Hong & Gruda, 2020) *Microgreens* memiliki nilai jual tinggi secara ekonomi sehingga cocok dijadikan ladang usaha dikala pandemi seperti sekarang ini. Oleh karena itu, tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui trend pengembangan *microgreen* sebagai system pertanian urban dan pemasarannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2020 sampai dengan bulan Desember 2020. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melakukan pengumpulan data primer dan data sekunder yang berhubungan tren *microgreen* saat ini. Pengambilan *sampling* dalam penelitian ini menggunakan *purposive* sampling, yaitu teknik sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah orang-orang yang tinggal di perkotaan yang tertarik dengan *urban farming* khususnya *microgreen*. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 109 sampel. Pengumpulan data penelitian ini dengan melakukan observasi dan penyebaran kuisioner kepada responden. Data penelitian yang telah terkumpul selanjutnya dilakukan analisis data dan disajikan dalam bentuk diagram lingkaran, selanjutnya hasil analisis diinterpretasikan ke dalam analisis deskriptif dan dibuat secara sistematis terhadap hasil yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a)Trend Pengembangan Microgreen

Pengembangan *microgreen* sebagai salah satu model sistem pertanian urban (*Urban Farming*) diyakini mampu memberikan alternatif teknik bercocok tanam di lingkungan perkotaan dan menjadi *trend* tersendiri. Hal ini dimungkinkan karena pengembangan *microgreen* selain berfungsi sebagai penghijauan, *microgreen* memiliki keunggulan tersendiri, diantaranya dapat dilakukan di area yang terbatas, tidak memerlukan waktu yang lama untuk panen, menggunakan alat dan bahan yang sederhana dan memiliki kandungan gizi yang kaya. *Microgreen* merupakan sayuran mini yang kaya akan gizi berupa bibit sayuran yang dipanen saat masih sangat muda, berkisar 7-13 hari setelah muncul daun mudanya.

Dalam melakukan budidaya dan pengembangan *microgreen* dapat dilakukan dengan teknik yang sangat sederhana dengan memanfaatkan barang bekas berupa wadah berasal dari kaleng bekas, kemasan air mineral atau wadah yang tidak terpakai kemudian diberikan lubang dibagian bawahnya. Wadah tersebut diisi media tanam berupa tanah atau campuran kompos yang berasal dari sekam, serbuk gergaji, atau bahan organik lainnya dan diberikan air secukupnya untuk melembabkan media tanam. Selanjutnya taburkan benih yang akan

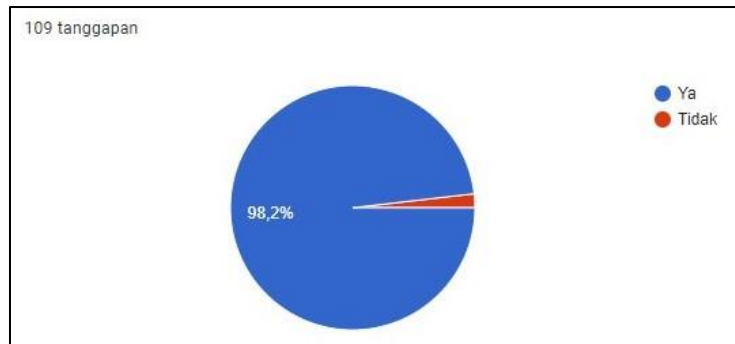
ditanam sampai rata pada wadah tersebut, tutup dengan plastik dan disimpan pada ruangan yang gelap selama ± 4 hari sampai berkecambah. Setelah itu pindahkan pada tempat yang terang untuk mendapatkan pencahayaan yang baik dan lakukan penyiraman setiap hari secukupnya minimal 2 kali sehari hingga tanaman berusia 10-14 hari dan siap panen (Gambar 1).

Hal penting yang perlu diperhatikan dalam budidaya dan pengembangan *microgreen* yaitu dalam pemilihan benih dan penyinaran. Menurut Anggreany (2020), pemilihan benih sebaiknya yang bebas pestisida maupun bahan lainnya dan setiap benih memiliki ukuran, bentuk dan warna yang berbeda-beda. Untuk benih dengan ukuran kecil seperti brokoli dan lobak bisa langsung disemai ke media tanam, sementara untuk benih yang berukuran besar, seperti benih kacang kapri dan gandum atau *wheatgrass* perlu direndam dalam air hangat sekitar 5 jam hingga semalaman. Dalam hal pencahayaan *microgreen* memerlukan cahaya matahari tetapi tidak secara langsung. Menurut (Diehl, 2021), *microgreen* memerlukan sekitar empat jam setiap hari dari sinar matahari untuk pertumbuhan dan perkembangannya. Tanaman yang cukup akan kebutuhan pencahayaannya memiliki warna terang dan tidak pucat.



Gambar 1. Cara Menanam *Microgreen*
(Sumber : gardeners.com)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari total responden yang berjumlah 109 orang dan notabennya bermukim di wilayah perkotaan dan telah mengenal *microgreen*, sejumlah 98,2% memiliki ketertarikan dalam melakukan pengembangan *microgreen* dan sisanya sejumlah 1,8% tidak tertarik. Alasan yang dikemukakan oleh responden tertarik untuk mengembangkan *microgreen* yaitu karena mudah diaplikasikan sehingga menghasilkan sayuran yang terjamin kualitasnya dan baik untuk kesehatan serta *microgreen* diyakini para responden dapat membuka peluang usaha baru pertanian (Gambar 2).



Gambar 2. Persentase *Trend* Ketertarikan Responden Dalam Mengembangkan *Microgreen*
(Sumber : Data Primer, 2020)

Menurut Renna & Vito (2020), *microgreen* semakin diminati sebagai pangan fungsional yang potensial karena kandungan mikronutrien dan senyawa bioaktifnya yang relevan dan juga karena warna tanaman, tekstur tanaman serta rasa yang bervariasi dan menarik. *Microgreen* juga diyakini memiliki asupan nutrisi dan vitamin yang lebih banyak dibandingkan dengan sayur dewasa dan hampir semua jenis sayur *microgreen* mengandung empat sampai enam kali lebih banyak zat gizi yang terkandung didalamnya seperti vitamin C, vitamin E dan betakaroten (Xiao, Zhenlei *et al.* 2012).

Selain itu dengan mudahnya budidaya *microgreen*, pengembangan *microgreen* khususnya diperkotaan akan memberikan peluang usaha baik dilakukan oleh skala perorangan maupun komersial, karena nilai jual dipasaran masih cukup tinggi. Menurut (Zulkarnaen, 2018) harga yang cukup tinggi tentu membuat *microgreen* memiliki potensi pasar untuk diadopsi dan dikembangkan lebih lanjut lagi.

b) Pemasaran *Microgreen*

Saat ini *microgreen* mulai mendapat perhatian masyarakat yang menyukai *urban farming*, terlebih disaat pandemic covid-19 melanda hampir seluruh negara di dunia. Kandungan nutrisi yang jauh lebih banyak dibandingkan sayuran biasa membuat orang yang memiliki kesadaran kesehatan beralih mengkonsumsi *microgreen*. Hal ini juga diutarakan oleh Rooyen *et al.* (2021); Fadhilah (2020) dalam beberapa tahun terakhir di negara maju, *microgreen* telah mendapatkan popularitas yang meningkat sebagai bahan makanan karena kandungan nutrisinya yang tinggi dan banyak manfaat kesehatan yang substansial. *Microgreen* adalah bibit yang dapat dimakan, termasuk sayuran dan rempah-rempah, yang digunakan, terutama dalam industri restoran, untuk hiasan masakan. Di sisi lain, mereka terus mendapatkan minat, tidak hanya karena nilai gizinya tetapi juga karena sifat-sifatnya yang menarik dan potensi komersialnya.

Di negara maju *microgreen* ini cukup dikenal dan sering digunakan dalam sajian makanan di hotel-hotel sebagai hiasan, salad dll. Hal ini didukung oleh Andreas (2012) bahwa *microgreens* dan bunga yang dapat dimakan merupakan segmen pasar yang berkembang di negara maju, di mana koki restoran menggunakan bagian tanaman ini untuk menambahkan rasa, warna, dan presentasi kreatif yang eksotis pada hidangan yang ditawarkan kepada konsumen yang sadar kesehatan. Menurut Molina *et al.* (2019) di tingkat nasional dan internasional, segmen pasar *microgreen* adalah restoran dengan masakan yang *high class*. Di negara-negara maju segmen pasar diperluas ke supermarket organik dan pasar lokal (pasar petani) di mana penduduknya bersedia membayar harga tinggi untuk mendapatkan produk yang berkualitas baik, organik, lokal dan bergizi.

Di Indonesia sendiri masih jarang ditemui baik di supermarket maupun di pasar tradisional karena peminat *microgreen* saat ini belum terlalu banyak dan masih banyak

masyarakat yang awam mengeni *microgreen* ini. Tetapi masyarakat di kota-kota besar seperti Jakarta, Bekasi, Bogor, Depok, Tangerang yang memiliki kesadaran kesehatan yang tinggi mulai mengenal *microgreen*, bahkan membentuk komunitas-komunitas *microgreen*. Tentu saja komunitas-komunitas ini bersegmentasi kelas menengah keatas. Menurut Zulkarnaen dan Irawati (2018) penggunaan *microgreen* sebagai bahan makanan sudah cukup dikenal pada beberapa hotel, restoran dan kafe di Jakarta namun secara umum masih banyak masyarakat yang belum mengenalnya. *Microgreen* umumnya digunakan sebagai bahan baku salad atau bahan pelengkap dari makanan utama. Salah satu daerah yang memiliki hotel, restoran dan kafe terbanyak di Indonesia adalah Jakarta. Kebutuhan *microgreen* untuk daerah Jakarta saat ini masih disuplai dari daerah di luar Jakarta seperti Bekasi, Bogor bahkan dari Bandung. *Microgreen* memiliki pangsa pasar khusus namun kontinyu. Menurut Ramadhiani A., dalam Kompas (2018) terdapat 815 hotel berbintang 4 dan 837 hotel berbintang 5 di Jakarta. Jumlah hotel yang banyak membuat usaha *microgreen* di Jakarta memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk terus dikembangkan.

Di Indonesia sendiri, pemasaran *microgreen* masih dipasarkan secara online baik dengan media sosial ataupun dengan website langsung untuk berbelanja. Menurut salah satu website penjual *microgreen* di Jakarta yaitu www.grunteman.com, penjual tersebut memberikan informasi kepada pasar mengenai pengertian *microgreen*, bagaimana cara memakannya, jenis-jenis sayuran *microgreen* dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk medukasi kepada masyarakat awam dan juga calon pembeli yang belum mengetahui banyak mengenai *microgreen*. Tentu saja hal ini akan memudahkan para calon pembeli untuk mengetahui informasi produk dan juga dapat digunakan oleh penjual sebagai sarana pemasaran. Senada dengan Enssle (2020) bahwa sebagian besar bisnis *microgreen* online mencantumkan varietas *microgreen* bersama dengan deskripsi tekstur, rasa, manfaat nutrisi, dan gambar yang jelas dari *microgreen*. Upaya ini meningkatkan pengetahuan konsumen tentang produk dan memberi tahu mereka tentang bagaimana produk tersebut memenuhi salah satu kebutuhan mereka. Salah satu solusi pemasaran dalam *microgreen* ini dapat bermitra dengan koki lokal untuk menentukan varietas dan pasangan *microgreen* yang ideal untuk menu mereka.

Berdasarkan dari beberapa literatur dan media online yang menjual *microgreen*, para penjual *microgreen* baik di dalam maupun di luar negeri menjual dengan harga yang beragam dan termasuk dalam kategori harga yang cukup tinggi. Bila dilihat dari segi harga, maka segmen pasar dalam *microgreen* ini adalah segmen kelas menengah keatas. Menurut Zulkarnaen dan Irawati (2018) harga *microgreen* bervariasi bergantung pada ukuran media tanam dan komoditas yang digunakan. Salah satu pengusaha *microgreen* yang ada di Bandung menjual *microgreen* dengan harga Rp 25.000 – 35.000/pot untuk *microgreen* komoditas tanaman sayuran dan Rp 50.000/pot untuk *microgreen* komoditas tanaman rempah. Harga yang cukup tinggi tentu membuat *microgreen* memiliki potensi pasar untuk diadopsi dan dikembangkan lebih lanjut lagi karena sampai pada saat ini masih sedikit pelaku usahanya terutama usaha skala rumah tangga. Bahkan di negara maju, menurut Mir *et al.* (2017) *microgreen* dijual dengan harga premium jika dibandingkan dengan sayuran lain, dengan harga rata-rata berkisar dari \$25-\$45 per pon. Hal ini menunjukkan bahwa potensi pasar dalam *microgreen* ini sangat terbuka lebar.

Microgreen masih banyak mengalami tantangan dalam hal pemasaran dan harga. Tetapi selain itu itu, tantangan dalam hal pengangkutan juga menjadi salah satu tantangan tersendiri karena sifat *microgreen* yang sangat sensitive. Bila dilihat menurut Charlebois (2019); Wood (2019), pasar *microgreen* berkembang pesat, tetapi menghadapi banyak tantangan. *Microgreen* memiliki banyak karakteristik yang sama dengan kecambah. Salah satu batasan utama pertumbuhan industri *microgreen* adalah penurunan kualitas yang cepat pascapanen. Beberapa petani menjual *microgreen* sebagai “produk hidup” sehingga pelanggan memanen dan mencucinya sesuai kebutuhan untuk memberikan kualitas segar. Bantalan hidroponik dan

substrat tanpa tanah cenderung disukai karena memudahkan dalam hal pengangkutan dan kebersihan yang dirasakan di lingkungan dapur (Renna *et al.*, 2017). Dengan demikian maka masalah-masalah dalam microgreen ini dapat menjadi tantangan besar ke depan dalam hal budidaya, pemasaran bahkan pengangkutan agar segera menemukan solusi terkait hal tersebut.

SIMPULAN

Sejumlah 98,2% dari total responden memiliki ketertarikan dalam melakukan pengembangan *microgreen* dengan alasan karena *microgreen* mudah diaplikasikan sehingga menghasilkan sayuran yang terjamin kualitasnya dan baik untuk kesehatan serta *microgreen* diyakini para responden dapat membuka peluang usaha baru pertanian. Pemasaran *microgreen* saat ini masih dipasarkan secara online baik dengan media sosial ataupun dengan website langsung untuk berbelanja. Dengan segmen pasar kelas menengah keatas, harga yang ditawarkan pada *microgreen* ini jauh lebih tinggi dari harga sayuran konvensional pada umumnya. Hal ini dapat menjadi potensi usaha dengan segmen pasar menengah keatas karena *microgreen* digunakan sebagai bahan makanan seperti salad ataupun hiasan dalam makanan pada restoran kelas menengah keatas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami ucapkan terima kasih kepada Rektor dan Dekan Fakultas Pertanian Universitas Borobudur yang telah mendukung dalam keberlangsungan penelitian, pelaksanaan kegiatan dan pembuatan jurnal penelitian. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada rekan Dosen Fakultas Pertanian Universitas Borobudur dan mahasiswa yang turut serta memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan penelitian dan kegiatan. Kiranya hasil penelitian ini membawa manfaat bagi ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, Zakiyah., R.Eviyati, Dina Dwirayani. 2021. *Penerapan Urban Agriculture Melalui Teknik Budidaya Tanaman Microgreen Untuk Mendukung Ketahanan Pangan Keluarga*. Fakultas Pertanian, Universitas Swadaya Gunung Jati. Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis ke-45 UNS Tahun 2021 Vol.5 No.1 (2021) hal 490-494.
- Andreas, E., 2012. Sprouts, *microgreens*, and edible flowers: the potencial for high value specialty produce in Asia. Proceeding AVRDC – The World Vegetable Center, Publication No. 12 hal 758.
- Anggreany, Shinta. 2020. *Teknologi Microgreens*. Badan Pengkajian Teknologi Pertanian Kalimantan Selatan, Badan Litbang Pertanian, Kementerian Pertanian, Republik Indonesia.
http://kalsel.litbang.pertanian.go.id/ind/index.php?option=com_content&view=article&id=895:administrator&catid=14:alsin&Itemid=43. Diakses tanggal 2 Januari 2021.
- Badan Pengkajian Teknologi Pertanian. 2020. *Mengenal Microgreen : Sayuran Mini Kaya Gizi Langsung Dari Rumah Kita*. Pasar Minggu, Jakarta.
<https://jakarta.litbang.pertanian.go.id/ind/artikel%20btp/Artikel%20Microgreen>. Diakses tanggal 28 Desember 2020.
- Charlebois, S. 2019. *Microgreens with Big potential*. Wilton Consulting Group. pp. 1–12.
https://static1.squarespace.com/static/59a566808419c2c20ebc2768/t/5bec6f7840ec9a4b55d39143/1542221690715/Microgreens+with+big+potential_CaseStudy.pdf. Diakses tanggal 30 Oktober 2021.

- Diehl, Aimee. 2021. How To Grow *Microgreens* Go From Seed To Harvest In Just A Few Weeks. <https://www.gardeners.com/how-to/grow-microgreens/7987.html> Diakses tanggal 1 September 2021.
- Enssle, N., 2020. *Microgreen: Market Analysis, Growing Methods and Models*. Thesis. California State University San Marcos.
- Fadhilah, H. 2020. Tren *Microgreen*, Salah Satu Bentuk Urban Farming. <https://www.kompasiana.com/vdpsiaasindonesia/5f4c2873097f366109327e42/tren-microgreen-sebagai-salah-satu-bentuk-urban-farming?page=all#section1>. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2021.
- Hong, J., & Gruda, N. S. 2020. The potential of introduction of Asian vegetables in Europe. *Horticulturae*, Volume 6 No. 3, hal 38.
- Ramadhiani A., 2018. Hotel Bintang 4 di Jakarta Bertambah 815 Kamar. Kompas. <https://properti.kompas.com/read/2018/05/10/140000121/hotel-bintang-4-di-jakartabertambah-815-kamar>. Diakses pada tanggal 27 Oktober 2021
- Mir, SA., Shah, MA., dan Mir, MM. 2017. *Microgreens: Production, Shelf Life, and Bioactive Components.*” *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, vol. 57, no. 12, Aug. 2016, pp. 2730–2736.
- Molina, APY., Meuly, RJ., Bustamante, GA., Flores, TIL., dan Ruiz, FEM. 2019. *Microgreens – An Alternative of Horticultural Production and Market*. *Expert Journal of Marketing* Vol. 7 No. 2 pp 120-136.
- Renna, Massimiliano., Vito Michele Paradiso. 2020. Nutritional Properties, Shelf-Life, Sustainable Production, Innovative Growing and Processing Approaches. *Foods*, Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI) v.9(6) ; 2020 Jun. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7353615/>
- Renna, M., Di Gioia, F., Leoni, B., Mininni, C., & Santamaria, P. 2017. Culinary assessment of self-produced *microgreens* as basic ingredients in sweet and savory dishes. *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 15, pp.126– 142.
- Republika. 2020. Pandemi, Swasta Ambil Peuang Bisnis dari Tren Urban Farming. Dapat diakses pada <https://republika.co.id/berita//qikv5c370/pandemi-swasta-ambil-peluang-bisnis-dari-tren-urban-farming>. Diakses pada tanggal 12 Oktober 2021.
- Rooyen, JV., Khine, SE., Inzali, Y., dan Seng MB. 2021. Potential of the *Microgreen* Industry in Myanmar and Consumer Response to This Recently Developed Market. *International Journal of Innovation Scientific Research and Review* Vol. 3 No. 1 pp 625-631.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Wood, L. 2019. Worldwide indoor farming market outlook 2019–2024—The decrease in cultivable land is driving growth. *Research and Markets*. <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/04/10/1801787/0/en/Worldwide-Indoor-Farming-Market-Outlook-2019-2024-The-Decrease-in-Cultivable-Land-is-Driving-Growth.html>. Diakses pada tanggal 25 Oktober 2021.
- Xiao, Zhenlei., Gene E. Lester, Yaguang Luo, Qin Wang. 2012. *Assessment of Vitamin and Carotenoid Concentrations of Emerging Food Product : Edible Microgreens*. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. 2012,60,7644-7651. <https://www.researchgate.net/publication/267354000>
- Zulkarnaen, Iskandar., Ana Feronika Cindra Irawati. 2018. *Prospek Pengembangan Microgreen Dalam Mendukung Pertanian Perkotaan*. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jakarta, *Buletin Inovasi Pertanian Spesifik Lokasi* Vol.4 Nomor 2 Desember 2018.