



Manajemen Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Sukulen di Desa Rembang, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri

Yesy Nur Gunariyati^{1*}, Wiwiek Andajani¹, Tutut Dwi Sutiknjo¹, Agustia Dwi Pamujjati¹,
I Gusti Gede Heru Marwanto², Dione Tabita Shipya¹

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kediri

² Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kediri

Diterima 06 Juni 2023 / Direvisi 13 Juni 2023 / Disetujui 21 Juli 2023

ABSTRAK

Kabupaten Kediri yaitu salah satu Kabupaten di Jawa Timur dengan jumlah penduduk yang besar dan bermatapencapaian dari pertanian. Perkembangan global yang sangat pesat berarti semakin banyak lahan pertanian yang direlokasi dan dibatasi penggunaannya untuk keperluan lain yang dianggap lebih menguntungkan dan membuahkan hasil yang maksimal. Alternatif yang digunakan adalah budidaya sukulen. Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih merupakan salah satu desa yang mengembangkan dan membudidayakan tanaman hias di Kabupaten Kediri. Maksud dari penelitian ini adalah: (1) Memahami cara mengelola bisnis, terutama dalam pemasaran tanaman sukulen. (2) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada pemasaran tanaman kaktus sukulen. (3) Menentukan strategi yang cocok untuk mengembangkan bisnis dalam memasarkan tanaman kaktus sukulen. Metode analisis data dengan menggunakan analisis SWOT dan untuk mencapai tujuan, data diproses di Microsoft Excel lalu hasil disajikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan dengan jelas. Hasil penelitian menyebutkan bahwa perencanaan strategi pengembangan bisnis tanaman hias sukulen yang telah dirancang dengan baik, bertujuan untuk mencapai keuntungan perusahaan. Dalam penerapan analisis SWOT, ditemukan nilai IFAS sebesar 0,7 dan nilai EFAS sebesar 0,2, yang menempatkan perusahaan pada kuadran I yang mengindikasikan pertumbuhan yang agresif. Kondisi ini sangat memberikan keuntungan pedagang karena mereka dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Oleh karena itu, strategi S-O dapat dilaksanakan.

Kata kunci : Manajemen strategi; SWOT; Tanaman hias.

ABSTRACT

Kediri Regency is one of the regencies in East Java with a large population and livelihoods from agriculture. Rapid global development means that more and more agricultural land is relocated, and its use is restricted for other purposes that are considered more profitable and produce maximum results. The alternative used is succulent cultivation. Rembang Village, Ngadiluwih District, is one of the villages that develops and cultivates ornamental plants in the Kediri Regency. The objectives of this study are: (1) to find out how business management, especially the marketing management of succulents, is. (2) to determine the internal and external factors affecting succulent cactus plant marketing. (3) to determine the right business development strategy for marketing succulent cactus plants. The data analysis method used SWOT analysis, and to achieve the goal, the data was processed in Microsoft Excel, and the results were presented in tabular form and explained clearly. The results of this study were for the strategy of developing succulent ornamental plants, marketing management of succulent ornamental plants was well designed and planned to achieve profits in the company. In the application of SWOT analysis, the IFAS value was 0.7, and the EFAS value was 0.2, located in quadrant I, which means aggressive growth. This condition was very profitable for traders because strengths and

CONTACT Yesy Nur Gunariyati yesynur025@gmail.com

© 2023 The Author(s). Published by Kediri University

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

opportunities could be utilized and overcome the problem of weaknesses and threats for the company, so the strategy applied was the S-O strategy.

Keywords: Ornamental plants; Strategic management; SWOT.

PENDAHULUAN

Kabupaten Kediri yaitu salah satu Kabupaten di Jawa Timur dengan jumlah penduduk yang besar dan bermatapencaharian dari pertanian. Perkembangan global yang sangat pesat berarti semakin banyak lahan pertanian yang direlokasi dan dibatasi penggunaannya untuk keperluan lain yang dianggap lebih menguntungkan dan membuahkan hasil yang maksimal. Alternatif yang digunakan adalah budidaya sukulen. Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih merupakan salah satu desa yang mengembangkan dan membudidayakan tanaman hias di Kabupaten Kediri. Ini dipilih karena terbukti lebih menjanjikan daripada menanam tanaman sekunder.

Tanaman hias adalah segala bentuk tanaman berbunga atau tanaman penghasil bunga. Dengan berjalannya waktu dan adanya manusia, tanaman hias didefinisikan sebagai semua jenis tanaman dengan kualitas (bunga, batang, daun, akar, wangi, dll) yang membuat kesan artistik atau indah (Santoso, 2010). Mengingat prospek potensi dan potensi manusia yang berlebih, merupakan bahan baku dengan harapan yang tinggi untuk pembangunan (Febrianti et al., 2020).

Dari sekian banyak produk hortikultura yang diperjualbelikan, tanaman hias menjadi salah satu produk hortikultura yang paling banyak diminati. Komoditas tanaman hias yang paling melimpah dan utama adalah aglonema, mawar, calathea dan janda bolong. Jenis tanaman berikut telah memperlihatkan hasil yang sangat baik dalam produksi tanaman hias dan dapat dikembangkan

untuk menaikkan ekonomi. Satu diantara bisnis tanaman hias yang mungkin adalah menjual sukulen. Sukulen merupakan tanaman yang kuat, kering dan relatif mudah tumbuh dengan baik dengan sedikit air.

Namun saat ini, sukulen tidak terlalu menarik bagi konsumen. Salah satu penyebabnya adalah faktor promosi dan strategi pemasaran yang tidak dijalankan dengan baik, sehingga menyebabkan lemahnya keterkaitan antar subsistem agribisnis. Untuk menemukan masalah dan strategi yang sesuai, perlu mempelajari lebih lanjut tentang strategi pengembangan bisnis dan mengidentifikasi faktor-faktornya secara sistematis. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengembangkan strategi untuk membantu menganalisis komersialisasi sukulen. Penelitian ini bertujuan untuk memahami manajemen usaha, khususnya manajemen pemasaran tanaman sukulen, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran tanaman kaktus sukulen, serta menentukan strategi pengembangan usaha yang sesuai untuk memasarkan tanaman kaktus sukulen.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja atau purposive di Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri dengan pertimbangan pada Kelurahan tersebut terdapat pedagang tanaman hias sukulen. Penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Mei 2022 agar peneliti dapat mengalokasikan waktu untuk penyiapan

dan konsultasi proposal penelitian lapangan dan pengumpulan data penyusunan hasil penelitian. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu sensus dengan jumlah populasi sebanyak 15 responden dari pedagang sukulen di Desa Rembang, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

Teknik investigasi informasi untuk menjawab pertanyaan utama adalah strategi pemeriksaan yang menarik. Pemeriksaan ilustratif adalah strategi untuk memberikan garis besar dari apa yang dikumpulkan dalam ulasan. Rencana edisi kedua dan ketiga menggunakan pemeriksaan SWOT. Menciptakan metodologi periklanan yang sesuai dengan meningkatkan kualitas

dan peluang yang menakjubkan, membatasi kekurangan dan menghindari ancaman dapat dimanfaatkan. Alat untuk menciptakan faktor internal dan eksternal dalam promosi yang menarik adalah faktor SWOT. Jaringan ini dapat membuat empat sel pilihan kunci potensial. Penentuan faktor internal dan eksternal serta bobot masing-masing faktor ini berdasarkan hasil interview dengan pakar yaitu pemilik usaha tanaman hias yang sudah lebih dari 15 tahun menjalankan bisnis tanaman hias serta pihak akademisi. Bobot nilai ditentukan dengan melihat faktor yang paling penting yang akan diberi bobot tertinggi. Tabel 1 akan menunjukkan analisis SWOT.

Tabel 1. Analisis SWOT

EKSTERNAL	INTERNAL	
	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	Penentuan faktor kekuatan internal 5-10	Menentukan 5-10 Faktor Kelemahan Internal
Peluang (O) Tentukan 5-10 Faktor Peluang Eksternal	STRATEGI SO Kembangkan strategi untuk memanfaatkan kekuatan dan menangkap peluang	STRATEGI WO Rancanglah strategi yang dapat mengurangi kelemahan dan memaksimalkan peluang yang ada
Ancaman (T) Identifikasi 5-10 faktor ancaman	STRATEGI ST Buatlah strategi yang dapat memperkuat kekuatan guna menghadapi ancaman yang muncul	STRATEGI WT Mengembangkan strategi untuk meminimalisir kelemahan dan mengurangi resiko ancaman

Di bawah ini adalah penjelasan dari matriks SWOT di atas:

- 1) Strategi SO (*Strengths-Opportunity*) adalah metodologi untuk menangkap peluang dengan memanfaatkan kekuatan internal.
- 2) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) metodologi ini mengharapkan dapat memanfaatkan peluang untuk

membatasi atau mengerjakan kekurangan di dalam organisasi.

- 3) Strategi ST (*Strengths-Threats*) adalah suatu metodologi untuk menjauhi atau mengurangi bahaya luar yakni menggunakan kekuatan organisasi.
- 4) Strategi WT (*Weakness-Threats*) adalah strategi adaptasi praktis

dengan mengurangi kekurangan di dalam menjauhi ancaman.

Untuk mencapai tujuan, data diproses di Microsoft Excel. Hasil disajikan dalam bentuk tabel dan dijelaskan dengan jelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu mekanisme untuk memeriksa, mengorganisasi, melaksanakan, dan mengontrol rencana yang bertujuan untuk menciptakan, mengembangkan,

dan menjalankan kegiatan perdagangan yang menguntungkan dengan pasar sasaran, dengan tujuan menciptakan nilai tambah. Komponen utama dari ide promosi adalah arahan terhadap keinginan pembeli, latihan periklanan terpadu dan pencapaian loyalitas konsumen.

Proses pemasaran untuk pedagang sukulen dapat dilihat dari sisi harga, fasilitas, layanan penjual, dan kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga tercantum dalam Tabel 2.

Tabel 2. Variabel Harga yang Mempengaruhi Pembeli Tanaman Sukulen

No	Variabel Harga	Jumlah Responden			
		ST (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)
1	Harga sukulen tergantung pada ukuran dan bentuk tanaman	15			
2	Memberikan diskon jika membeli banyak tanaman	10	5		
3	Memberikan informasi harga yang jelas	11	4		
4	Ada perbedaan harga jual untuk pengecer	11	4		

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Dilihat dari Tabel 2 pada variabel harga sukulen tergantung pada ukuran dan bentuk tanaman, diketahui seluruh responden sangat setuju dengan bobot 4. Dengan demikian, semua pedagang tanaman sukulen mendasarkan harga berdasarkan ukuran dan keadaan tanaman. Pedagang sukulen hias memberikan data yang jelas tentang harga tanaman, menjual tanaman secara online, pedagang akan memberikan seluk-beluk tanaman dan data dari jenis tanaman, biaya tanaman untuk menetapkan ukuran. Harga tanaman hias sukulen sekitar Rp 20.000 untuk tanaman kecil dan sekitar Rp 500.000 untuk tanaman besar. Dengan data ini, pembeli

dapat menghubungi klien baru dan menentukan pilihan untuk membeli tanaman tanpa berpikir dua kali.

Bedasarkan Tabel 2 pada variabel memberikan diskon jika membeli banyak tanaman, terlihat bahwa 10 responden memilih sangat setuju, dan 5 responden memilih setuju. Dari sini dapat diketahui bahwa penjual tanaman sukulen menawarkan harga diskon kepada konsumen yang membeli banyak tanaman. Data menunjukkan bahwa diskon dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dan diskon hanyalah salah satu bentuk untuk menjaga motivasi konsumen.

Pada variabel memberikan informasi harga yang jelas, terlihat bahwa 11 responden menjawab sangat setuju dan 4 responden menjawab setuju. Pedagang sukulen akan memberikan informasi harga yang jelas berdasarkan ukuran dan bentuk tanaman. Biaya sangat mungkin menjadi pertimbangan utama pilihan pembeli. Konsumen perlu menyadari peran ini dalam menentukan sikap konsumen, karena mereka dapat mempertimbangkan peringkat dan harga (Mowen & Minor, 2002)

Pada variabel ada perbedaan harga jual untuk pengecer, menunjukkan bahwa sebagian besar responden

memilih sangat setuju (11 responden) dan yang memilih setuju 4 responden. Penjual sukulen menetapkan biaya penjualan yang berbeda antara pelanggan dan pengecer. Tanaman dijual dengan biaya lebih rendah karena pengecer membeli tanaman dalam jumlah besar.

Selain harga, fasilitas juga menjadi pertimbangan pembeli dalam membeli barang. Semakin lengkap fasilitas yang tersedia, maka konsumen akan memilih untuk membeli. Variabel fasilitas yang akan mempengaruhi pembeli tanaman sukulen dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Variabel Fasilitas yang Mempengaruhi Pembeli Tanaman Sukulen

No	Variabel Fasilitas	Jumlah Responden			
		ST (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)
1	Memiliki peralatan yang lengkap untuk tanaman	12	3		
2	Jual berbagai jenis tanaman hias sukulen	9	6		
3	Merawat tanaman dengan baik dan sesuai proses perawatan	10	5		
4	Penerapan teknik khusus dalam perawatan tanaman sukulen	10	3	2	

Sumber data : Data primer, 2022.

Tabel 3 pada variabel memiliki peralatan yang lengkap untuk tanaman, menunjukkan bahwa 12 responden sangat setuju dan 3 responden setuju. Pedagang tanaman hias juga menawarkan perlengkapan tanaman lengkap seperti pot, tanah, pupuk dan media tanam.

Pada variabel jual berbagai jenis tanaman hias sukulen, terlihat bahwa 9 responden sangat setuju dan 6 responden setuju. Penjual tanaman sukulen hias menjual berbagai macam sukulen dalam berbagai jenis dan bentuk yang terus memenuhi minat pembeli.

Tanaman hias sukulen datang dalam berbagai bentuk dan jenis, dengan sekitar 20 jenis sukulen yang dapat diperoleh dari penjual. Keanekaragaman tanaman yang beragam memudahkan konsumen untuk memilih jenis tanaman yang diinginkan dan menarik perhatian pembeli tanaman baru.

Pada variabel merawat tanaman dengan baik dan sesuai proses perawatan, menunjukkan bahwa 10 responden sangat setuju dan 5 responden setuju. Pedagang tanaman hias sukulen memperlakukan sukulen dengan baik. Perawatan tanaman sangat

penting untuk menjaga sukulen terlihat cantik. Perlakuan yang dilakukan pedagang antara lain memilih pot dengan lubang di bagian bawah, memilih media tanam sukulen yang cocok, memilih sinar matahari tidak langsung, menyiram satu kali seminggu, dan menjaga tanah agar tetap lembab, dan menyediakan nutrisi yang cukup untuk diberikan.

Pada variabel penerapan teknik khusus dalam perawatan tanaman sukulen, terlihat bahwa jumlah sampel yang memilih sangat setuju adalah 10 responden, setuju 3 responden. dan tidak setuju 2 responden. Banyak pedagang yang menggunakan teknik dan metode khusus untuk merawat tanaman sukulen, namun beberapa orang tidak memiliki metode khusus untuk merawat tanaman sukulen. Teknologi yang digunakan

membantu proses pertumbuhan sukulen dan mencegah pembusukan dan keindahan. Dengan memberikan informasi perawatan sukulen, pengecer dapat mendorong konsumen untuk merawat sukulennya. Pedagang dapat menggunakan harga pedagang dan informasi yang sesuai untuk menarik pelanggan baru.

Pelayanan merupakan salah satu faktor pembeli akan kembali lagi membeli barang. Kualitas layanan didasarkan pada ulasan pelanggan. Layanan didefinisikan sebagai layanan yang diberikan oleh pemilik layanan dalam hal kenyamanan, kecepatan, relevansi dan kapasitas, untuk tujuan pengiriman dan adopsi layanan untuk keputusan pembelian (Kumalasari, 2018). Variabel pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Variabel Pelayanan yang Mempengaruhi Pembeli Tanaman Sukulen

No	Variabel Layanan	Jumlah Responden			
		ST (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)
1	Memberikan pelayanan jasa antar tanaman	9	6		
2	Menanggapi kebutuhan konsumen	12	3		
3	Menyediakan pesanan secara <i>online</i>	9	6		
4	Kemampuan dalam administrasi (pembayaran)	6	9		

Sumber data : Data primer, 2022.

Berdasarkan Tabel 4 pada variabel memberikan pelayanan jasa antar tanaman, terlihat bahwa 9 responden menjawab sangat setuju dan 6 responden setuju. Layanan jasa ini dimaksudkan untuk memudahkan pelanggan membawa pulang tanaman yang telah dibeli. Layanan pengiriman ditawarkan dengan minimum pemesanan 3 tanaman dan satu ukuran besar. Selain itu, para pedagang juga telah

menerapkan layanan pembelian tanaman melalui media sosial antar sukulen, sehingga konsumen dapat memesan tanaman dari rumah tanpa pergi ke toko. Pada variabel menanggapi kebutuhan konsumen menunjukkan 12 responden menjawab sangat setuju dan 3 responden setuju. Bersikap ramah dan responsif sangat penting bagi pedagang untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan membuat mereka merasa dihargai dan dikagumi. Hal ini

memungkinkan untuk menawarkan daya tarik luar biasa yang terus dicari pelanggan. Menjadi ramah dan responsif dapat meningkatkan kemajuan yang dapat berdampak pada peningkatan transaksi.

Tabel 4 pada variabel menyediakan pesanan secara online, terlihat bahwa sebagian besar responden sangat setuju (9 orang) dan 6 responden menjawab setuju. Promosi internet dilakukan melalui media sosial seperti facebook, instagram, whatsAp dan twitter. Promosi online diharapkan dapat menjangkau pembeli di semua wilayah geografi dengan tujuan agar mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Berdasarkan Tabel 4 pada variabel kemampuan dalam administrasi (pembayaran), terlihat bahwa 9 responden setuju dan 6 responden sangat setuju. Perkembangan dan kemajuan perusahaan memerlukan informasi keuangan yang terperinci. Penjual sukulen perlu mengakomodasi dan mengenali berbagai pembayaran, potongan harga dan diskon konsumen saat pembeli membeli lebih banyak

tanaman. Ini merupakan insentif tambahan bagi penjual secara administrasi (pembayaran).

Menurut Kotler (2003), menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah sensasi kesenangan atau ketidakpuasan individu karena adanya korelasi antara pencapaian atau produk yang di rasakan. Ada beberapa variabel dalam kepuasan konsumen yang dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan Tabel 5 pada variabel memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, terlihat bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan jumlah 13 dan 2 responden menjawab setuju. Salah satu tugas terpenting dalam menjalankan bisnis adalah mengutamakan kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan penjual sukulen menawarkan layanan jasa antar, melayani konsumen dengan ramah dan responsif, dan menawarkan pemesanan online untuk memfasilitasi pembelian sukulen. Hal ini dilakukan agar pembeli merasa senang dan bahagia sehingga menjadi pelanggan tetap.

Tabel 5. Variabel Kepuasan Konsumen dalam Pembelian Tanaman Sukulen

No	Variabel Kepuasan Konsumen	Jumlah Responden			
		ST (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)
1	Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen	13	2		
2	Memberikan fasilitas yang lengkap	9	6		
3	Berikan informasi harga yang jelas	13	2		
4	Merekomendasikan tanaman yang berbeda kepada konsumen	12	3		

Sumber data : Data primer, 2022.

Pada Tabel 5 variabel memberikan fasilitas yang lengkap menunjukkan

bahwa 9 responden menjawab sangat setuju dan 6 responden menjawab

setuju. Semua penjual sukulen menawarkan peralatan tanaman yang lengkap kepada konsumen, termasuk peralatan tanam seperti pot bunga, media tanam serta menyediakan berbagai jenis dan bentuk sukulen dan mengelola sukulen dengan baik.

Pada Tabel 5 variabel memberikan informasi harga yang jelas, terlihat bahwa 13 responden memilih sangat setuju dan 2 responden memilih setuju. Penjual tanaman sukulen memberikan informasi harga yang jelas kepada pembeli. Untuk memudahkan keputusan pelanggan dalam membeli tanaman, sangat penting bagi pembeli melihat nilainya terlebih dahulu dan kemudian menginformasikan harganya ketika ingin membeli barang tersebut.

Pada Tabel 5 dengan variabel merekomendasikan tanaman yang berbeda kepada konsumen, menunjukkan bahwa 12 responden menjawab sangat setuju dan responden menjawab setuju. Penjual sukulen umumnya merekomendasikan tanaman populer kepada pembeli. Dengan menyarankan dan menginformasikan pembeli tentang sukulen hias yang cantik yang dapat digunakan sebagai dekorasi ruangan.

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa manajemen pemasaran yang menarik telah dibuat oleh para penjual tanaman sukulen. Selain itu, para penjual juga sudah merencanakan serta ingin

menciptakan keuntungan dan mengikuti perkembangan bisnis.

Analisis Faktor Eksternal dan Internal

Dalam melakukan penelitian dengan menggunakan analisis SWOT, sangat penting untuk menganalisis faktor internal dan eksternal. Analisis faktor internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan, sehingga dapat membantu dalam pengembangan strategi bisnis, menilai kekuatan dan kemampuan kompetitif mereka dan mengembangkan strategi kelangsungan bisnis baru. Di sisi lain, menganalisis faktor-faktor di luar bisnis sukulen dan melakukan analisis faktor eksternal untuk mengidentifikasi tren di luar kendali pelaku bisnis.

Diskusi ini dimaksudkan untuk membantu memahami peluang dan risiko bisnis sukulen dan membantu memahami strategi untuk mengembangkan bisnis sukulen.

1. Faktor Internal

Melalui penyelidikan faktor internal, dapat mengenali kekuatan dan kelemahan dari bisnis sukulen hias. Keadaan ekologi internal yang dilihat dalam penelitian ini meliputi fasilitas, struktur dan jenis tanaman, pemasaran, sumber daya manusia. Berikut adalah uraian tentang kelebihan dan kekurangan dari bisnis tanaman hias sukulen. Faktor internal pada penjualan tanaman hias sukulen dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Analisis Faktor Internal Usaha Tanaman Hias Sukulen (IFAS)

Faktor Internal				
No	Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Bobot	Rating*	Skor (Bobot × Rating)
1	Tanaman sukulen datang dalam berbagai macam jenis dan bentuk	0,13	4	0,52
2	Bentuk sukulen yang unik dan menarik	0,13	3,93	0,51
3	Tanaman sukulen dapat dijadikan souvenir	0,12	3,8	0,46
4	Merawat tanaman sukulen itu mudah	0,11	3,53	0,39
5	Tempat usaha yang strategis	0,12	3,93	0,47
Sub Total		0,61		2,35
No	Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating*	Skor (Bobot × Rating)
1	Kurangnya keterampilan bisnis	0,06	2	0,12
2	Tidak ada parkir konsumen	0,08	2,53	0,2
3	Pengadaan bibit sukulen dari luar kota	0,08	2,46	0,2
4	Pembatasan penggunaan teknologi informasi	0,08	2,67	0,21
5	Kegiatan promosi kurang optimal	0,09	2,73	0,24
Sub total		0,39		0,97
Total		1		3,32
Faktor Internal (Kekuatan-Kelemahan)				1,38

Keterangan : *) Modus Data

Sumber : Data primer diolah, 2022.

1) Kekuatan

Kekuatan adalah keadaan yang dimiliki suatu perusahaan atau bisnis dengan menekankan keunggulannya. Manfaat bagi penanam tanaman hias sukulen meliputi:

a. Tanaman sukulen datang dalam berbagai macam jenis dan bentuk

Menanggapi kegiatan penelitian sukulen, hampir semua pedagang sukulen sepakat bahwa ada banyak jenis dan bentuk tanaman hias sukulen. Seorang peneliti mewawancarai penjual tanaman sukulen dan menemukan bahwa hal terpenting untuk menjaga kelangsungan usaha adalah berorientasi

pada produk dan menyediakan tanaman serta menawarkan berbagai macam jenis dan bentuk sukulen, mengikuti perkembangan produk sehingga dapat memuaskan keinginan konsumen.

b. Bentuk sukulen yang unik dan menarik

Dari ukuran kecil hingga besar, tanaman sukulen memiliki bentuk dan penampilan yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian, hampir semua pedagang tanaman hias sukulen sepakat bahwa sukulen hias memiliki bentuk yang istimewa dan menarik. Sukulen datang dalam berbagai bentuk dan warna, seperti mawar dan ekor keledai. Tanaman hias sukulen sangat populer di

kalangan konsumen karena bentuknya yang unik dan menarik untuk dekorasi.

c. Tanaman sukulen dapat dijadikan souvenir

Tanaman sukulen dimanfaatkan sebagai interior ruangan, tetapi juga sebagai souvenir atau hadiah untuk pernikahan, ulang tahun, wisuda, dll. Sukulen datang dalam berbagai bentuk, dan karena ukuran sukulen kecil maka sering digunakan sebagai souvenir dikemas dalam mangkuk kecil, dan tersedia dalam berbagai warna.

d. Merawat tanaman sukulen itu mudah

Sukulen adalah jenis tanaman yang dapat berkembang dengan baik dengan sedikit air, karena sukulen tidak perlu sering disiram. Sukulen juga tumbuh subur di berbagai lokasi, termasuk gurun yang panas. Merawat sukulen tidak sulit jika memperhatikan suhu dan kelembapan yang dibutuhkan sukulen.

e. Tempat usaha yang strategis

Tempat usaha sukulen yang strategis berada di jalan rebang yang banyak dilalui orang, sehingga konsumen dapat menemukan toko tanaman sukulen di sepanjang jalan. Hasil survei menunjukkan bahwa hampir semua pemasok sukulen hias sangat setuju dengan artikulasi area penting organisasi.

2) Kelemahan

Kelemahan adalah keadaan yang mengungkapkan kekurangan dan keterbatasan organisasi, baik dari segi sumber daya yang ada maupun kemampuan atau keterampilan yang menghambat kinerja organisasi. Kelemahan internal perusahaan sukulen dan tanaman hias adalah:

a. Kurangnya keterampilan bisnis

Tidak dapat memanfaatkan sumber daya pedagang dan proses suboptimal untuk memasarkan produk untuk peluang

pasar yang lebih luas. Penjual tanaman hias sukulen memiliki keterampilan manajemen yang baik karena mereka dapat menghasilkan sukulen berkualitas untuk kelangsungan bisnis, tetapi itu tidak mempengaruhi penjualan sukulen.

b. Tidak ada parkir konsumen

Kelemahan perusahaan adalah toko tanaman sukulen tanaman hias terletak di pinggir jalan ramai dan tidak ada tempat parkir, sehingga pembeli tidak leluasa untuk membeli tanaman. Itu dapat menghambat lalu lintas lingkungan.

c. Pengadaan bibit sukulen dari luar kota

Bibit tanaman sukulen yang bersumber dari luar kota atau daerah bukan ditanam langsung oleh pedagang. Pedagang sukulen tidak bisa menumbuhkannya karena mereka tidak tahu cara menanamnya dari biji. Tanaman sukulen didatangkan langsung dari Jawa dan datang dari luar kota.

d. Pembatasan penggunaan teknologi informasi

Penggunaan teknologi informasi dalam kegiatan bisnis yang menarik masih menggunakan pemasaran langsung, namun beberapa penjual sudah menggunakan pemasaran tidak langsung dan media sosial. Banyak penjual yang hanya menjual tanaman berduyun-duyun ke toko ini. Ini karena pedagang biasanya puas dengan kinerja penjualan sebelumnya.

e. Kegiatan promosi kurang optimal

Upaya pemasaran penjual sukulen masih menjual langsung. Kegiatan promosi yang dilakukan tidak dioptimalkan dan pedagang memanfaatkan situasi sebelumnya hanya dengan mendengarkan percakapan orang lain, percaya bahwa konsumennya datang langsung untuk mencari tanaman. Ini sangat disayangkan karena proses promosi

yang kurang optimal dapat menaungi keuntungan penjual.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa skor kekuatan keseluruhan adalah 2,35 dan skor kelemahan keseluruhan adalah 0,97. Total skor IFAS adalah 1,38. Ini adalah hasil pengurangan skor kekuatan dan kelemahan.

2. *Faktor Eksternal*

Analisis faktor eksternal dalam suatu organisasi adalah unsur-unsur luar organisasi dan mempengaruhi tugas-tugasnya. Identifikasi faktor eksternal suatu perusahaan bermanfaat untuk pengembangan bisnis. Faktor eksternal organisasi meliputi peluang maupun risiko. Penjelasan mengenai faktor eksternal, peluang maupun ancaman yang ada pada usaha sukulen hias dapat dilihat pada Tabel 7.

1) *Peluang*

Peluang merupakan hal atau keadaan dimana dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan. Berhasil menangkap peluang dengan baik dapat menciptakan terobosan dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi bisnis masa depan. Di bawah ini adalah faktor eksternal dari peluang yang dimiliki oleh pengusaha tanaman hias sukulen.

a. Peningkatan pembangunan dapat menyebabkan peningkatan penjualan

Pengembangan kantor yang diperluas akan membangun penawaran tanaman sukulen. Saat ini, peningkatan pengembangan kafe dan kantor semakin berkembang. Gastronomi dan pembangunan gedung perkantoran saat ini sedang melonjak. Dengan perkembangan lebih lanjut, permintaan akan tanaman hias akan meningkat seiring dengan kebutuhan tanaman hias untuk mempercantik halaman rumah dan ruangan.

b. Evolusi dunia tanaman hias populer

Bersamaan berjalannya waktu, preferensi masyarakat terhadap tanaman hias semakin meningkat. Oleh karena itu akan mempengaruhi jenis tanaman hias dengan bentuk dan jenis yang lebih beragam yang diproduksi dan diintroduksi. Vendor harus dapat melacak perkembangan jenis tanaman terbaru yang dibutuhkan konsumen.

c. Pangsa pasar masih terbuka

Ada banyak struktur dan jenis tanamansukulen, dan tanaman hias populer juga telah dikembangkan, memungkinkan konsumen untuk memilih tanaman sesuai dengan preferensi mereka. Penjual tanaman sukulen dapat dengan tepat menggunakan peluang ini untuk meningkatkan permintaan konsumen akan tanaman hias sukulen dan mengembangkan peluang pasar.

Tabel 7. Analisis Faktor Eksternal Usaha Tanaman Hias Sukulen (EFAS)

Faktor Eksternal				
No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating*	Skor (Bobot × Rating)
1	Peningkatan pembangunan dapat menyebabkan peningkatan penjualan	0,12	3,33	0,4
2	Evolusi dunia tanaman hias populer	0,13	3,8	0,49
3	Pangsa pasar masih terbuka	0,13	3,8	0,49
4	Harga sukulen relatif konstan dan terjangkau	0,11	3,26	0,39
5	Pemasaran luar kota untuk meningkatkan peluang pasar	0,11	3,33	0,37
Sub Total		0,6		2,14
No	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating*	Skor (Bobot × Rating)
1	Banyak pesaing menjual tanaman serupa	0,08	2,46	0,2
2	Promosi pesaing dapat mempengaruhi bisnis	0,08	2,53	0,2
3	Fluktuasi harga benih dapat mempengaruhi proses pemasaran	0,08	2,53	0,2
4	Maraknya pemasaran tanaman <i>online</i>	0,08	2,33	0,19
5	Menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi	0,08	2,4	0,19
Sub total		0,4		0,98
Total		1		3,12
Faktor Internal (Peluang-Ancaman)				1,16

Keterangan : *) Modus Data

Sumber : Data primer diolah, 2022.

d. Harga sukulen relatif konstan dan terjangkau

Karena kemudahan penyemaian dan perawatannya, vendor tanaman sukulen telah menawarkan harga yang relatif konstan dan terjangkau untuk tanaman sukulen. Penjual memberi harga sukulen hias berdasarkan ukuran tanaman dan jenis tanaman. Oleh karena itu, peluang bisnis sukulen hias dengan harga terjangkau masih terbuka lebar.

e. Pemasaran luar kota untuk meningkatkan peluang pasar

Penjual sukulen dapat mendorong penjualan dalam dan luar kota. Untuk membantu meningkatkan minat konsumen pada sukulen di masa depan.

2) Ancaman

Ancaman adalah situasi yang terjadi secara eksternal yang tidak menguntungkan bagi perusahaan dan dapat merugikan atau menghambat perusahaan sekarang dan di masaadepan. Di bawah ini adalah ancaman terhadap bisnis sukulen hias.

a. *Banyak pesaing menjual tanaman serupa*

Ini berdampak negatif pada pengecer sukulen hias karena banyak pesaing yang menjual tanaman serupa. Ini mengganggu mereka dan merugikan pemasaran yang menarik.

b. *Promosi pesaing dapat mempengaruhi bisnis*

Promosi yang dilakukan pesaing dalam pemasaran sukulen hias memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan sukulen. Pesaing yang berhasil menerapkan teknologi pada proses periklanan mereka memiliki banyak efek positif pada bisnis mereka. Dengan cara ini tanaman yang bersaing menjadi lebih dikenal.

c. *Fluktuasi harga benih dapat mempengaruhi proses pemasaran*

Bibit sukulen hias didapat dari luar daerah atau luarkota. Jika penjual sukulen hias kesulitan mendapatkan bibit tanaman karena biaya transportasi, biaya sukulen akan meningkat, yang dapat mempengaruhi kinerja dan target penjualan.

d. *Maraknya pemasaran tanaman online*

Munculnya belanja secara *online*, konsumen tidak harus melalui kerumitan membeli apa yang mereka inginkan atau butuhkan. Hal ini terutama menjadi ancaman tersendiri bagi para penjual sukulen yang menjual tanaman secara *offline*, karena banyak penjual yang

bermitra dengan layanan aplikasi belanja *online*.

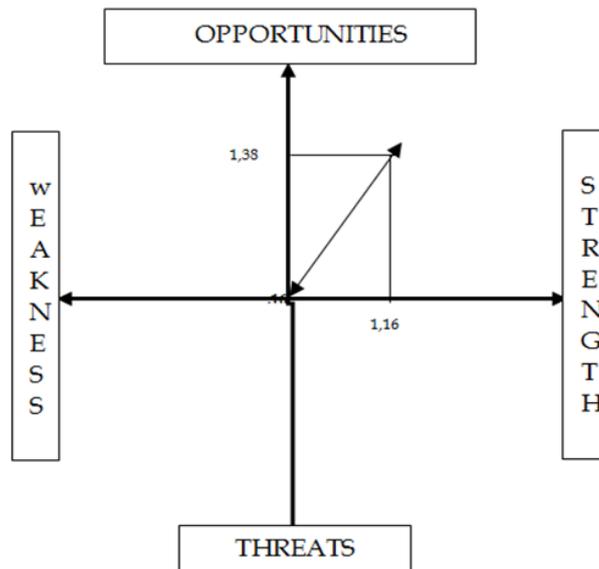
e. *Menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi*

Pertumbuhan keuangan yang jelas mempengaruhi seluruh area lokal, menggabungkan broker dengan uang tunai. Pertumbuhan ekonomi yang baik akan meningkatkan permintaan non-esensial, termasuk permintaan sukulen hias.

Berdasarkan Tabel 7, terlihat bahwa skor peluang keseluruhan adalah 2,14 dan skor ancaman keseluruhan adalah 0,98. Total skor EFAS adalah 1,16. Ini adalah hasil pengurangan skor total peluang dan skor ancaman.

Berdasarkan Tabel 6 dan Tabel 7 dapat digambarkan strategi yang akan dilakukan untuk pengembangan penjualan tanaman hias sukulen. Kuadran strategi untuk mengembangkan penjualan tanaman hias sukulen dapat dilihat pada Gambar 1.

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa pedagang tanaman hias sukulen berada pada posisi di antara sumbu *opportunities* dan *strength* yakni Kuadran I. Ini menyiratkan bahwa kami mendukung penjual sukulen hias untuk mengadopsi strategi proaktif, memanfaatkan kekuatan internal organisasi sebaik-baiknya untuk memanfaatkan peluang eksternal untuk mendorong pengembangan organisasi.



Gambar 1. Kuadran Analisis SWOT

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk menilai kelemahan, kekuatan, peluang, dan ancaman pada sebuah perusahaan dan juga merupakan alasan untuk memutuskan metode pemasaran untuk bisnis yang sukses. Survey berikut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap indikator faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik merupakan dasar untuk mengembangkan strategi pemasaran pemanfaatan sukulen hias.

Strategi pemasaran adalah alasan menampilkan bahwa organisasi berharap untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran menggabungkan pilihan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran.

Strategi pemasaran dipandang sebagai dasar perilaku untuk mengarahkan upaya pemasaran organisasi dan mencapai tujuan yang diinginkan dalam lingkungan yang kompetitif dan berubah.

Matriks SWOT digunakan untuk memikirkan prosedur pilihan untuk memasarkan produk. Pendekatan ini menunjukkan gambaran yang jelas terhadap peluang dan ancaman eksternal yang menghadang penjual. Ini dapat diatasi dengan kelebihan dan kekurangan bisnis dekoratif sukulen hias. Matriks ini menghasilkan empat unit prosedur elektif: strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T dan strategi S-T. Lihat Tabel 8 untuk data lebih lanjut tentang strategi pemasaran alternatif untuk sukulen hias.

Tabel 8. Matriks SWOT

Matriks SWOT		IFAS	
EFAS	Strenght (S)	Weakness (W)	
	1. Tanaman sukulen datang dalam berbagai macam jenis dan bentuk	1. Kurangnya keterampilan bisnis	
	2. Bentuk sukulen yang unik dan menarik	2. Tidak ada parkir konsumen	
	3. Tanaman sukulen dapat dijadikan souvenir	3. Pengadaan bibit sukulen dari luar kota	
	4. Merawat tanaman sukulen itu mudah	4. Pembatasan penggunaan teknologi informasi	
	5. Tempat usaha yang strategis	5. Kegiatan promosi kurang optimal	
Opportunity (O)	Strategi SO	Strategi WO	
1. Peningkatan pembangunan dapat menyebabkan peningkatan penjualan	1. Mengadakan pameran tanaman hias sukulen.	1. Memasarkan tanaman secara online melalui media sosial.	
2. Evolusi dunia tanaman hias populer	2. Mengadakan lokakarya baru	2. Memperkuat kegiatan pemasaran	
3. Pangsa pasar masih terbuka	3. Perluasan jaringan pasar eksternal		
4. Harga sukulen relatif konstan dan terjangkau	4. Memberikan akses yang jelas ke informasi asse		
5. Pemasaran luar kota untuk meningkatkan peluang pasar			
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT	
1. Banyak pesaing menjual tanaman serupa	1. Bekerjasama dengan blogger untuk mempromosikan tanaman sukulen.	1. Bekerjasama dengan fotografer untuk membuat foto yang menarik.	
2. Promosi pesaing dapat mempengaruhi bisnis	2. Jadikan sukulen hias untuk hiasan rumah.	2. Menawarkan diskon kepada konsumen.	
3. Fluktuasi harga benih dapat mempengaruhi proses pemasaran	3. Penyediaan jasa dekorasi taman.	3. Jalin kerja sama yang baik dengan pemasok tanaman	
4. Maraknya pemasaran tanaman online			
5. Menurunnya tingkat pertumbuhan ekonomi			

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan matriks SWOT pada Tabel 8, beberapa metodologi direncanakan dengan menggabungkan faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik yang menyertainya.

1. Strategi S-O

Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal.

Berikut beberapa alternatif strategi SO yang bisa anda kembangkan:

a. Mengadakan pameran tanaman hias sukulen

Pameran sukulen hias dapat dilakukan dalam pertemuan atau Kerjasama antara asosiasi pialang tanaman sukulen dan direncanakan sebagai media untuk memajukan atau menyampaikan pertukaran sukulen. Strategi ini dapat meningkatkan penjualan dan membuka jalan bagi pengembangan dan kemajuan bisnis.

b. Mengadakan lokakarya baru

Melakukan workshop dengan ahli yang dapat memberikan data dan pengetahuan baru kepada para penjual dan pembeli. Lokakarya ini juga menyediakan forum dan kualitas masyarakat dan membangun kemitraan dapat ditingkatkan.

c. Perluasan jaringan pasar eksternal

Jaringan pasar akan diperluas ke luar daerah jika pangsa pasar masih terbuka. Tanaman hias sukulen dijual sebagai oleh-oleh secara nasional (S3 dan O3).

d. Memberikan akses yang jelas ke informasi aset

Koleksi ekstensif tanaman morfologi dan sukulen untuk dijual dengan biaya yang relatif konsisten dan terjangkau menyediakan portal data bagi pelanggan baru (S1 dan O4).

2. Strategi W-O

Strategi WO memiliki tujuan memanfaatkan peluang yang ada dan memperbaiki kelemahan.

a. Jual tanaman secara online

Dengan pangsa pasar yang terbuka, penjual menggunakan inovasi informasi untuk menjual tanaman sukulen secara online, sehingga memudahkan pelanggan pinggiran kota

untuk membeli sukulen (O3, O5, dan W4).

b. Tingkatkan upaya pemasaran

Kita bisa melakukan pemasaran dengan bergabung di situs belanja online seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

3. Strategi S-T

Strategi ST adalah cara yang menggunakan kekuatan internal yang dapat menangkis ancaman eksternal.

a. Bekerjasama dengan blogger untuk mempromosikan tanaman sukulen

Prevalensi sistem penjualan online memungkinkan penjual sukulen hias bekerjasama dengan blogger dalam menyusun strategi dengan memperkenalkan dan memamerkan sukulen mereka melalui blogspot. Hal ini memberikan konsumen akses mudah ke informasi tentang sukulen (S1, S3, T2, dan T4).

b. Jadikan sukulen sebagai hiasan rumah

Sukulen tersedia sebagai souvenir dalam berbagai jenis, gaya dan bentuk. Sukulen juga dapat digunakan sebagai dekorasi rumah, mendorong perkembangan ekonomi, dan persaingan di pasar terbuka (S1, S3, T5 dan T6).

c. Penyediaan jasa dekorasi taman

Sukulen memiliki bentuk dan keunikan, menarik dan mudah perawatannya, penjual bisa menawarkan jasa dekorasi taman dan ruangan dan memungkinkan penjual bersaing dengan penjual yang menjual tanaman serupa untuk menciptakan pesaing yang berbeda, dapat melakukan promosi pihak ketiga (S2, S4, T1, dan T2).

4. Strategi W-T

Strategi WT memiliki tujuan meminimalkan kelemahan internal dengan menghindari ancaman eksternal.

a. *Berkolaborasi dengan fotografer untuk membuat foto yang menakjubkan*

Pada dasarnya, sebagian besar media sosial seperti Instagram, Facebook, dll menjual gambar sebagai konsentrasi utama mereka. Selain itu, menggambar dapat merangsang otak lebih cepat daripada menulis. Peran berkualitas dan cerita menarik dapat meningkatkan penjualan dan mendorong organisasi bisnis.

b. *Memberikan diskon kepada konsumen*

Merchant dapat menyelesaikan promosi secara langsung dan online dengan menawarkan diskon kepada konsumen untuk bersaing dengan pedagang yang berbeda (W4, W5, T1, T2, dan T4).

c. *Mempererat kerjasama yang baik dengan pemasok tanaman*

Dengan menjalin hubungan kerja yang baik dengan pemasok, proses pemasaran sukulen hias tidak akan terpengaruh (W1, W3, dan T3).

KESIMPULAN

Manajemen pemasaran yang digunakan oleh penjual dalam mengiklankan sukulen hias memakai tiga aktivitas manajemen yaitu: 1) Akuisisi pelanggan baru, 2) Meningkatkan interaksi menggunakan pelanggan yang sudah ada, dan 3) Mempertahankan pelanggan menggunakan bisnis menerima loyalitas. Skor IFAS adalah 1,38 dan skor EFAS adalah 1,16 yang terletak di kuadran I, khususnya pertumbuhan Agresif. Keadaan sekarang ini sangat sepenuhnya produktif sebagai hasil dari kekuatan dan peluang yang ada. Selain membantu pekebun hias sukulen mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sistem yang dianut adalah untuk membantu pendekatan pembangunan yang kuat.

Mengembangkan taktik yang cocok untuk mengembangkan bisnis sukulen adalah strategi S-O. Ini berarti mengadakan pameran sukulen, menyelenggarakan workshop sukulen, memperluas jaringan pasar eksternal dan menyediakan akses yang jelas ke informasi tanaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2007). Manajemen Pemasaran. Rajawali Pers.
- Assauri, S. (2019). Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Fadilla, W. S., & Syamsir. (2019). Pengaruh Umur Dan Status Perkawinan terhadap Kinerja Perangkat Nagari dalam Pengelolaan Keuangan Nagari di Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*, 1(4), 98–109.
- Fatimah, F. N. D. (2016). Teknik Analisis SWOT (1st ed.). Quadrant.
- Febrianti, N., Filiana, F., & Hasanah, P. (2020). Potential of Renewable Energy Resources from Biomass Derived by Natural Resources In Balikpapan. *Jurnal Presipitasi: Media Komunikasi Dan Pengembangan Teknik Lingkungan*, 17(3), 316–323.
- Kotler, P. (2003). Manajemen Pemasaran (2 (1)). Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumalasari, N. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Tempe 5.17 Salatiga [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/7516>

- Lisanty, N., Sutiknjo, T. D., Artini, W., & Pamujiati, A. D. (2020). Saluran Pemasaran Bawang Merah Di Desa Sentra Produksi Kabupaten Nganjuk Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Imiah Management Agribisnis (Jimanggis)*, 1(2), 69–86.
- Mowen, John, C., & Minor, M. (2002). *Consumer Behavior* (5th ed.). Erlangga.
- Rangkuti, F. (2009). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Budi, B. (2010). Pengantar Budidaya Tanaman Hias dan Bunga. Fakultas Pertanian Universitas Mataram.
- Siregar, M. (2020). Strategi Pengembangan Tanaman Hias di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (20th ed.). Alfabeta.
- Suseno, W. G., & Wijayanti, T. (2008). Peranan Prima Tani Terhadap Pendapatan Petani Padi Sawah (*Oryza sativa* L.) di Desa Suliliran Baru Kecamatan Pasir Belengkong Kabupaten Paser. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 2(1), 23–29.
<https://media.neliti.com/media/publications/22701-ID-peranan-prima-tani-terhadap-pendapatan-petani-padi-sawah-oryza-sativa-l-di-desa.pdf>
- Sutiknjo, T. D., & Primadani, M. (2013). Study Komparatif Sistem Jual dan Prospek Keberlanjutannya Agroindustri Tape Singkong. *Jurnal Agrinika*, 2(1), 54–70.
- Ukkas, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kecil Kota Palopo. *Kelola: Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 187–198.
<https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.440>
- Usman, R., & Abdi. (2009). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi). Alfabeta. Bandung.
- Widyastuti, T. (2018). Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis (1st ed.). CV Mine.
- Wulandari, H. (2020). Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Sukulen (Studi: Jl. Adam Malik, Kawasan Glugur By Pass, Kota Medan Sumatera Utara) [Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Medan].
<http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/13924>
- Zulfahri. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Tebu Rakyat di Desa Massamaturu Kecamatan Polongbengkeng Utara Kabupaten Takalar [Universitas Muhammadiyah Makassar]. In Agromedia.
https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8260-Full_Text.pdf