

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI DAN PEMASARAN TANAMAN HIAS (UB.ENDAHFLOWER)

Oleh:

Martina Yuliana ¹⁾

Kahati Ndruru ²⁾

Nelly M. R. Sinaga ³⁾

Universitas Darma Agung, Medan ^{1,2,3)}

E-mail:

yulianamartina@gmail.com ¹⁾

ndrurukahati81@gmail.com ²⁾

sinaganelly@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

This study aims to determine (1) production techniques of ornamental plants in UB. Endah Flower, (2) large income of ornamental plants in UB. Andah Flower, (3) internal and external factors in UB's marketing strategy. Andah Flower, (4) alternative strategies in marketing UB. Endah Flower ornamental plants. The location of this research was conducted in UB's ornamental plant business. Endah Flower, Jl. Medan Tanjung Morawa KM 13.5. The determination of this location is purposively or deliberately, because the location is very easy to reach and has good opportunities to develop ornamental plant businesses. This research uses quantitative data. Determination of the sample using the System Random Sampling method with a sample of 10 people. Methods of data analysis using the criteria test for ornamental plant propagation techniques, ornamental plant business income, SWOT analysis and analysis of strategic alternatives. The results showed that the ornamental plant propagation techniques were generative and vegetative techniques. Income from sales of ornamental plants from 2017-2019 shows a good increase, thus providing good opportunities for ornamental plant businesses. Internal factors include strength in the form of various types of ornamental plants, weakness in high production costs, while external factors include opportunities in the form of direct marketing, and threats in the form of pest and disease attacks, these two factors greatly affect the development of production and marketing of UB ornamental plants. Flower.

Keywords: *Production Development, Marketing, Internal Factors, External Factors, SWOT Analysis and Alternative Strategies.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) teknik produksi tanaman hias di UB. Endah Flower, (2) besar pendapatan tanaman hias UB. Endah Flower, (3) faktor internal dan eksternal dalam strategi pemasaran UB. Endah Flower, (4) alternatif strategi dalam pemasaran tanaman hias UB. Endah Flower. Lokasi Penelitian ini dilakukan di usaha tanaman hias UB. Endah Flower, Jl. Medan Tanjung Morawa KM 13.5. Penentuan lokasi ini adalah secara purposive atau sengaja, karena lokasi tersebut sangat mudah dijangkau dan memiliki peluang baik untuk mengembangkan usaha tanaman hias. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode System Random Sampling yaitu dengan sampel 10 orang. Metode analisis data menggunakan uji kriteria teknik perbanyakan tanaman hias, pendapatan usaha tanaman hias, analisis SWOT dan analisis alternatif strategi. Hasil penelitian menunjukkan adanya bahwa teknik perbanyakan tanaman hias yaitu teknik secara generatif dan vegetatif. Pendapatan dari penerimaan penjualan tanaman hias dari tahun 2017-2019 menunjukkan peningkatan yang baik, sehingga memberikan peluang yang baik bagi

usaha tanaman hias. Faktor internal meliputi kekuatan yang berupa jenis-jenis tanaman hias bervariasi, kelemahan biaya produksi yang tinggi, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang berupa pemasaran langsung, dan ancaman berupa serangan hama dan penyakit, dua faktor ini sangat mempengaruhi pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower.

Kata Kunci : Pengembangan Produksi, Pemasaran, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Analisis SWOT dan Alternatif strategi.

1. PENDAHULUAN

Tanaman hias mempunyai pengaruh yang langsung pada manusia secara ekologi, digunakan untuk mengatur erosi dan dingin, untuk memberikan perangkat tempat rekreasi dan olahraga serta untuk memuaskan keinginan manusia pada benda-benda yang indah, selain fungsi tersebut, tanaman hias memiliki prospek bisnis yang sangat berpotensi di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas lapangan kerja. Tanaman hias mempunyai manfaat sebagai sumber pendapatan petani tanaman hias maupun pedagang tanaman hias. Manfaat lain dari tanaman hias, yaitu menciptakan kesegaran, kenyamanan, kesejukan dan keindahan maupun kesehatan lingkungan serta mempunyai nilai keindahan tajuk juga bentuk, warna bunga dan kerangka tanaman. Dan sebagai sumber oksigen yang diperlukan untuk kehidupan. Selain itu penataan tanaman hias dan jenis tanaman yang tepat akan mengantarkan estetikanya (Hutabarat,2008).

Meningkatnya kebutuhan akan tanaman hias yang berarti meningkatkan permintaan pendapatan petani tanaman hias sehingga peluang usaha untuk mengembangkan tanaman hias cukup menjanjikan. Kegiatan usaha tanaman hias yang berkembang di berbagai Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting karena berhubungan dengan meningkatnya pendapatan konsumen, tuntutan keindahan lingkungan, pembangunan industri pariwisata, pembangunan kompleks perumahan, perhotelan dan perkantoran. Dalam hal ini pengembangan usaha tanaman hias banyak dilakukan oleh keluarga petani dan juga pihak pengusaha

serta ada juga yang tergabung dalam kelompok tani.

Perkembangan tanaman hias juga mengenal trend, di saat trend sedang berlangsung harga tanaman hias menjadi sangat tinggi dan akan turun saat trend yang baru atau berikutnya berlangsung. Dalam memilih tanaman hias konsumen akan melihat penampilan yaitu besar kecilnya bunga, warna, kesegarannya dan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen. Upaya pengembangan tanaman hias kadang mengalami beberapa hambatan. Salah satu hambatan yang dihadapi Petani tanaman hias adalah dari konsumen, Hal ini disebabkan komoditi tanaman hias sangat dipengaruhi oleh selera pasar dan model sehingga preferensi konsumen terhadap tanaman hias relatif cepat berubah dan cenderung dipengaruhi oleh trend, serta untuk jenis tanaman yang tidak diminati konsumen dapat menambah biaya dalam perawatan dan jika tetap tidak laku di pasaran maka akan menimbulkan kerugian yang bagi pedagang tanaman hias.

Dalam pemasaran tanaman hias ditentukan jumlah permintaan dari konsumen yang tiap saat berubah, tergantung dengan trend dan selera konsumen sejalan dengan tingkat pendapatan masyarakat. Perubahan jumlah akan tanaman hias juga dipengaruhi oleh adanya perayaan-perayaan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri, Natal dan Imlek atau hari-hari besar lainnya. Peningkatan kebutuhan tanaman hias didaerah perkotaan besar sejalan dengan pembangunan rumah oleh sebab itu meningkatnya kesadaran masyarakat pada manfaat tanaman. Hampir di setiap rumah baru, atau jalan masuk menuju perumahan

baru dipenuhi oleh para pedagang tanaman hias. Ada yang berniaga di pinggir jalan, ada juga yang berniaga di nurserynya, semua berlomba-lomba menjual tanaman

ke konsumen sehingga tingkat persaingan dipasar tanaman hias menjadi ketat (Kotler,2005).

Tabel 1.1 Jumlah Produksi, Penjualan Tanaman Hias UB.Endah Flower dari tahun 2017-2019 (Batang/Pohon/Pot)

Jenis Tanaman Hias	2017		2018		2019	
	Produksi (Batang/Pohon/Pot)	Penjualan (Rp)	Produksi Batang/Pohon/Pot)	Penjualan (Rp)	Produksi (Batang/Pohon/Pot)	Penjualan (Rp)
Anggrek	350	1.555.000	355	2.950.000	450	3.784.000
Aureliya	390	824.000	455	783.000	400	990.000
Bonsai	560	4.570.000	458	1.800.000	560	1.971.000
Cemara	650	950.000	560	3.620.000	450	876.000
Kaktus	455	721.000	555	970.000	570	950.000
Anthurium	585	1.387.000	350	1.750.000	775	5.882.000
Aglonema	480	2.170.000	480	6.365.000	465	7.834.000
Lidah Mertua	600	950.000	350	620.000	569	3.720.000
Asoka	725	895.000	500	789.000	525	824.000
Kamboja	500	965.000	378	1.676.000	585	4.130.000
Melati	455	887.000	500	927.000	560	1.233.000
Mawar	475	1.530.000	390	858.000	360	760.000
Monstera	590	3.253.000	555	3.285.000	395	1.585.000
Beringin	678	722.000	345	2.520.000	450	996.000
Bunga kertas	545	900.000	485	963.000	560	3.565.000
Bunga Matahari	700	680.000	525	2.998.000	800	1.880.000
Jumlah	8.738	22.959.000	4.917	32.874.000	5.336	40.980.000

Sumber : UB.Endah Flower, Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa pada tahun 2017 terjadi peningkatan penjualan tanaman hias sebesar Rp.22.959.000,- pada tahun 2018 meningkat lagi sebesar Rp.32.874.000,- ,dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan lagi sebesar Rp.40.980.000,-. Produksi tanaman hias yang di produksi oleh UB.Endah Flower angka produksinya mengalami peningkatan yang cukup baik dari tahun ke tahun, hal ini dikarenakan semakin banyak

peminat dan permintaan pasar terhadap tanaman hias.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi, Waktu, dan Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UB.ENDAH FLOWER, Jl.Medan Tg.Morawa KM 13.5. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara purposive atau sengaja, dengan pertimbangan bahwa

lokasi tersebut sangat mudah dijangkau dan memiliki peluang yang baik untuk mengembangkan tanaman hias. UB.Endah Flower merupakan salah satu usaha tanaman hias yang memiliki potensi menjual tanaman hias dalam skala besar dan memiliki banyak jenis-jenis tanaman hias yang dikembangkan saat ini. Waktu Penelitian dilaksanakan mulai bulan Juli sampai dengan September tahun 2020, dengan ruang lingkup penelitian meliputi strategi, pengembangan, pemasaran, strategi pemasaran, bauran pemasaran dan analisis SWOT.

2.2 Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel pada penelitian dilakukan dengan metode System Random Sampling/Pengambilan sampel acak sistematis yang dimana berdasarkan pengamatan dilapangan menggunakan data interval, dengan menentukan 5 orang yang berkerja/tenaga kerja di UB.Endah Flower /di tempat penelitian, dan 5 orang konsumen yang membeli dari pada tanaman hias, sehingga ada 10 orang yang menjadi sampel penelitian yang akan dijadikan responden dalam penelitian.

Dari 5 orang yang berkerja di tanaman hias UB.Endah Flower, masing-masing mempunyai tugas dan jabatan dalam mengelola tanaman hias UB.Endah Flower tersebut, diantara :

1. Pemimpin dan Penanggung jawab di UB.Endah Flower di pegang oleh pemilik usaha tanaman hias UB.Endah Flower, yang bertugas untuk merencanakan dan mengawasi seluruh aktivitas yang meliputi pembelanjaan, produksi, pemasaran, administrasi agar UB.Endah Flower sesuai dengan rencana dan tujuan yang dikehendaki.
2. Bagian keuangan dipegang oleh pemilik UB.Endah Flower itu sendiri yang bertugasnya mengelola keuangan usaha tanaman hias, baik keuangan penerimaan dan pengeluaran.
3. Asisten bagian tanaman hias di UB.Endah Flower, yang bertugas mengatur bagian pengelolaan tanaman

hias, mulai dari budidaya hingga penjualan serta mengawasi langsung kerja karyawan.

4. Asisten bagian produksi, bertugas mencari bahan dari segala macam tanaman hias.
5. Bagian kebun, bertugas untuk memproduksi tanaman hias mulai dari menanam dan memupuk.

2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan diambil secara langsung di tempat penelitian yaitu melalui wawancara langsung atau observasi dan dokumentasi dengan pemilik dan para petani yang berkerja di UB.Endah Flower dengan menggunakan alat bantu kuesioner.

2.4 Metode Analisis Data

2.4.1 Teknik Produksi Tanaman Hias UB.Endah Flower

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang meliputi identifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Deskriptif kuantitatif itu sendiri adalah data sebuah data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian yang dianalisis sesuai metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan.

Untuk menguji hipotesis 1, dilihat dari teknik produksi tanaman hias yang dikembangkan oleh usaha tani tanaman hias UB.Endah Flower. Pembibitan merupakan salah satu upaya untuk memperbanyak tanaman, dan untuk mengembangkan penataan lingkungan dengan melestarikan tumbuhan yang ada.

Adapun uji kriteria hipotesis secara generatif dan teknik secara vegetatif, yaitu :

1. Perbanyak Secara Generatif
Perbanyak secara generatif merupakan pembibitan atau perbanyak tanaman dari hasil

perkawinan (seksual). Bibit generatif biasanya dikenal dengan bibit atau biji, karena bibit yang diperoleh dengan cara menanam biji dan mengalami penyerbukan alami dengan bantuan angin ataupun serangga.

2. Perbanyak Secara Vegetatif

Perbanyak secara vegetatif adalah perbanyak tanaman atau tumbuhan yang bisa dilakukan secara alami maupun buatan, Perbanyak ini dilakukan tanpa melalui proses perkawinan dan tidak melalui biji. Perbanyak vegetatif alami bisa dilakukan dengan tunas, geragih, umbi batang dan tunas. Sedangkan secara vegetatif buatan bisa dilakukan dengan cara cangkok, stek, runduk, menyambung dan okulasi. Perbanyak tanaman secara vegetatif ini menggunakan bagian batang tanaman, cabang, ranting, pucuk, umbi, dan akar untuk menghasilkan tanaman baru yang

2.4.2 Pendapatan Usaha Tanaman Hias UB.Endah Flower

Untuk menguji hipotesis 2 yaitu, adanya pendapatan usaha tanaman hias UB.Endah Flower, yang dapat dilihat dari seberapa besar hasil keseluruhan penjualan tanaman hias UB.Endah Flower dari 3 tahun terakhir dan dilihat dari selisih pendapatan kotor atau biaya pengeluaran yang dikeluarkan sebagai modal untuk mengembangkan produksi tanaman hias yaitu pembelian barang dan jasa. Untuk mengetahui pendapatannya maka dapatkan menggunakan rumus pendapatan dibawah ini

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = Pendapatan usahatani tanaman hias (Rp)

TR = Penerimaan usahatani tanaman hias (Rp)

TC = Biaya usahatani tanaman hias (Rp)

Adapun kriteria pendapatan berdasarkan pada upah nilai UMR Kota Medan sebesar Rp. 2.969.824 tahun 2019.

2.4.3. Analisis Data Faktor Internal dan Eksternal

Analisis faktor internal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan di dalam pemasaran, sedangkan pada faktor eksternal bertujuan menganalisis faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi pemasaran. Maka untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan UB.Endah Flower digunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran.

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah Analisis Data Faktor Internal IFAS (Internal Factors Analysis Strategic) dan Analisis Data Faktor Internal IFAS (Internal Factors Analysis Strategic). Analisis ini merupakan identifikasi masalah berbagai faktor secara sistematis untuk dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Lebih lanjut dijelaskan tahapan analisis IFAS dan EFAS, adalah sebagai berikut :

2.4.4 Analisis Alternatif Strategi

Untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan dari faktor internal dan eksternal serta peluang dan ancaman dari faktor internal dan eksternal dalam pemasaran tanaman hias di UB.Endah Flower menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor tertentu , untuk merumuskan strategi pemasaran. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksilnya kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Teknik Produksi Tanaman Hias UB.Endah Flower

Teknik perbanyak tanaman adalah cara untuk bisa melestarikan jenis-jenis tanaman, Adapun teknik perbanyak tanaman yang dapat digunakan yaitu, teknik secara generatif dan teknik secara vegetatif.

1. Perbanyak Secara Generatif

Perbanyak secara generatif (reproduksi generatif) adalah perkembangbiakan tumbuhan secara kawin atau pembuahan. Proses perkembangbiakan secara generatif ini membutuhkan alat kelamin jantan dan betina. Baik tumbuhan ataupun hewan mengalami pembiakan secara generatif, pembiakan generatif ditandai dengan pembuahan, pembuahan tersebut merupakan proses pelebaran yang melibatkan sel kelamin jantan dan betina yang pada akhirnya akan menghasilkan zigot dan menjadi organisme baru. Pelebaran pada tumbuhan secara konjugasi, isogami, anisogami dan penyerbukan.

2. Perbanyak Secara Vegetatif

Perbanyak secara vegetatif merupakan perkembangbiakan tanaman yang terjadi tanpa melalui proses perkawinan, yang dimana perbanyak tanamannya dengan menggunakan bagian-bagian tanaman seperti akar, batang, atau daun untuk menghasilkan tanaman baru yang sama dengan induknya. Prinsip perbanyak vegetatif adalah merangsang tunas adventif yang ada dibagian-bagian tanaman tersebut agar berkembang menjadi tanaman sempurna yang memiliki akar, batang dan daun sekaligus. Secara vegetatif dilakukan dengan cara stek, cangkok, okulasi, dan sambung.

3.2 Hasil Penerimaan Usaha Tanaman Hias UB.Endah Flower

Tabel 3.1 Jumlah Penjualan Tanaman Hias UB.Endah Flower dari tahun 2017-2019

Jenis Tanaman Hias	2017	2018	2019
	Penjualan (Rp)	Penjualan (Rp)	Penjualan (Rp)
Anggrek	1.555.000	2.950.000	3.784.000
Aureliya	824.000	783.000	990.000
Bonsai	4.570.000	1.800.000	1.971.000
Cemara	950.000	3.620.000	876.000
Kaktus	721.000	970.000	950.000
Anthurium	1.387.000	1.750.000	5.882.000
Aglonema	2.170.000	6.365.000	7.834.000
Lidah Mertua	950.000	620.000	3.720.000
Asoka	895.000	789.000	824.000
Kamboja	965.000	1.676.000	4.130.000
Melati	887.000	927.000	1.233.000
Mawar	887.000	858.000	760.000
Monstera	1.530.000	3.285.000	1.585.000
Beringin	722.000	2.520.000	996.000
Bunga kertas	900.000	963.000	3.565.000
Bunga Matahari	680.000	2.998.000	1.880.000
Jumlah	22.959.000	32.874.000	40.980.000

Sumber : UB.Endah Flower, Tahun 2019

Dilihat dari hasil keseluruhan penjualan tanaman hias UB.Endah Flower dari 3 tahun terakhir maka dapat disimpulkan bahwa hasil penerimaan penjualan tanaman hias yang paling besar terdapat pada tahun 2019 dengan jumlah penerimaan sebesar Rp. 22.959.000 ., Peningkatan jumlah penerimaan di tahun 2019 karena banyaknya peminat dan permintaan pasar terhadap tanaman hias, terkhusus pada tanaman hias Aglonema yang sekarang banyak diincar oleh konsumen dengan hasil penjualan sebesar Rp. 7.834.000, hal ini menjadi suatu peluang bagi tanaman hias UB.Endah

Flower untuk lebih lagi meningkatkan produksi tanaman hias.

Tabel 3.2 Biaya Pengeluaran Usaha Tanaman Hias UB.Endah Flower Tahun 2017-2019

Biaya Produksi Uraian	Harga/Satuan (Rp)			Jumlah			Harga Real (Rp)		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Bibit :									
Monstera	75.000	75.000	80.000	8	6	6	600.000	480.000	480.000
Anggrek	4.500	5000	5000	20	28	30	90.000	135.000	150.000
Aureliya	20.000	25.000	22.000	35	30	35	700.000	700.000	770.000
Bonsai	5000	5000	7000	23	20	20	115.000	100.000	140.000
Cemara	10.500	12.000	12.000	10	14	21	105.000	220.500	252.000
Kaktus	15.000	15.000	20.000	8	12	15	120.000	225.000	300.000
Anthurium	12.000	12.000	12.000	30	30	35	360.000	360.000	420.000
Aglonema	18.000	20.000	20.000	26	20	20	468.000	800.000	400.000
Lidah Mertua	20.000	15.000	20.000	15	15	40	300.000	255.000	340.000
Asoka	15.000	25.000	20.000	10	17	13	150.000	350.000	260.000
Kamboja	35.000	18.000	14.000	10	10	10	350.000	420.000	140.000
Melati	21.000	10.000	10.000	21	20	14	441.000	750.000	140.000
Bunga Kertas	25.000	20.000	20.000	20	30	35	500.000	96.000	700.000
Bunga Matahari	15.000	15.000	20.000	13	16	20	195.000	240.000	400.000
Pupuk :									
Urea	5000	5.500	5.500	7	6	7	35.000	33.000	38.500
TSP	4.500	5000	5000	5	7	8	22.500	35.000	40.000
Pupuk	4000	4000	5000	5	4	8	32.000	20.000	40.000
Kandang	15.000	12.000	15.000	8	8	10	120.000	96.000	150.000
Sekam	5000	6000	6000	10	3	6	50.000	18.000	36.000
Alat :									
Sekop	30.000	30.000	30.000	3	3	3	90.000	90.000	90.000
Gunting	32.000	32.000	32.000	5	5	5	160.000	160.000	160.000
pangkas	250.000	250.000	250.000	3	3	3	500.000	500.000	500.000
Alat Semprot	100.000	100.000	100.000	2	2	2	100.000	100.000	100.000
Gerobak sorong	321.000	321.000	321.000	1	1	1	321.000	321.000	321.000
Pot :	50.000	50.000	50.000	15	18	20	750.000	900.000	1000.000
Polibag :	22.000	25.000	25.000	12	15	15	264.000	375.000	375.000
Total	1.114.500	1.097.500	1.106.500	312	327	359	6.743.500	7.539.500	7.342.500

Sumber : Data Primer, Tahun 2019

Jadi, pendapatannya dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

Keterangan :

$$I = TR - TC$$

I = Pendapatan usahatani tanaman hias (Rp)

TR = Penerimaan usahatani tanaman hias (Rp)

TC = Biaya usahatani tanaman hias (Rp)

Pendapatan di tahun 2017

$$I = TR - TC$$

$$I = Rp\ 22.959.000 - Rp\ 6.743.500 = Rp\ 16.216.000$$

Pendapatan di tahun 2018

$$I = TR - TC$$

$$I = Rp\ 32.874.000 - Rp\ 7.539.500 = Rp\ 25.335.000$$

Pendapatan di tahun 2019

$$I = TR - TC$$

$$I = Rp\ 40.980.000 - Rp\ 7.342.500 = Rp\ 33.638.000$$

Berdasarkan hasil perhitungan pendapatan bersih di tahun 2017, 2018 dan 2019, pada tahun 2017 tanaman hias UB. Endah Flower mendapat pendapatan bersih sebesar Rp. 16.216.000, di tahun 2018 B.Endah Flower mengalami peningkatan

pendapatan sebesar Rp. 25.335.000, Dan pada tahun 2019 terjadi lagi peningkatan pendapatan bersih Rp.33.638.000. Berdasarkan UMR (Upah Minimum Regional) Medan, ditahun 2019 yaitu Rp.2,969.824 dan dilihat pendapatan bersih yang diterima UB.Endah Flower pada tahun 2017,2018 dan 2019 berada di atas UMR Medan.

3.3. Faktor Internal dan Eksternal Yang Terkait Dengan Strategi Pengembangan Produksi dan Pemasaran Tanaman Hias UB.Endah Flower

Lingkungan bisnis pada umumnya dapat dibedakan menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal membahas kekuatan dan kelemahan, sedangkan lingkungan eksternal membahas peluang dan ancaman pada organisasi/perusahaan. Pada studi kasus tanaman hias UB.Endah Flower, faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal dapat dianalisis melalui pendekatan bauran pemasaran.

3.3.1. Identifikasi Faktor Internal UB.Endah Flower

Berdasarkan faktor internal dapat diidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha tanaman hias UB.Endah Flower. Adapun faktor internal yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kekuatan (*Strength*)

- a. Jenis-jenis tanaman hias bervariasi Satu keunggulan dari usaha tani UB.Endah Flower yaitu memiliki banyak jenis tanaman hias yang dipasarkan.
- b. Lokasi Penjualan sangat strategis Lokasi UB.Endah Flower terbilang sangat startegis karena hanya berada di samping jalan raya saja, sehingga siapa pun yang melewati arah Tanjung Morawa maka sudah bisa melihat tanaman hias yang diletakkan dipinggiran jalan.

c. Ketepatan waktu pendistribusian barang

Tanaman hias UB.Endah Flower memberikan pelayanan maksimal kepada pelanggan yaitu adanya sarana dan prasarana yang ada pada UB.Endah Flower. Sarana produksi yang ada seperti, media tanam, benih tanaman hias yang diperoleh dari perbanyakan tanaman hias secara generatif dan vegetatif yang dihasilkan oleh UB.Endah Flower itu sendiri, pupuk, petisida, hormon pertumbuhan, alat-alat pemeliharaan tanaman hias dan tersedianya juga alat pengantar barang milik UB.Endah Flower yaitu pickup, hal ini dapat memudahkan pengiriman maupun proses pergantian tanaman hias dengan tepat waktu. sehingga tanaman hias tidak mengalami kerusakan dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sedangkan Prasarana yang ada seperti, ketersediaan air, jaringan listrik, ruang administrai untuk pembayaran tanaman hias, toilet umum. Adanya sarana dan prasarana ini dapat membantu dalam menunjang distribusi usaha tanaman hias UB.Endah Flower.

d. Modal usaha milik sendiri

Modal awal yang dimiliki usaha tanaman hias UB.Endah Flower dalam menjalankan usahanya adalah modal sendiri, tanpa melakukan pinjaman pada pihak lain atau pun Bank. Karena usahanya yang sudah sangat lama berdiri sejak tahun 1992, berkembangnya tanaman hias UB.Endah Flower berawal dari hobby mengoleksi tanaman hias di sekitar rumahnya kemudian ia mencoba mengembangkannya, dari keberhasilan nya dalam mengembangkan tanaman hias tersebut kemudian ia memasarkannya dan mendapatkan

respon yang baik di pasaran, dari sejak itu Ibu Suwendah menyewakan lahan orang lain untuk melanjutkan usahanya, seiring berjalannya waktu, dengan menabung sedikit demi sedikit dari penjualan tanaman hiasnya dan juga dengan bermodal menjual motor vespa miliknya ia bisa memiliki lahan sendiri seluas 2 hektar, yang berlokasi di Jalan.Medan Tg.Morawa KM 13.5. Hingga sampai sekarang usaha tanaman hias UB.Endah bisa berkembang dengan sangat baik dan keuntungannya semakin besar karena semakin banyak permukiman warga dan gedung-gedung yang dibangun yang membutuhkan tanaman hias juga untuk memperindah lingkungan permukiman.

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a. Biaya produksi yang tinggi
Tingginya biaya produksi tanaman hias membuat usaha tanaman hias UB.Endah Flower berpikir dua kali untuk melakukan pengembangan produksi pada jenis tanaman hias tertentu
- b. Sistem informasi manajemen masih sederhana
Pendistribusian suatu barang ke pelanggan merupakan proses yang sangat penting dan harus diperhatikan. Pendistribusian suatu barang dari penjual ke pelanggan harus disertai catatan barang keluar dan masuk pada usaha tanaman hias. Pada UB.Endah Flower masih dilakukan pencatatan secara informal yaitu pada buku biasa, ini dapat menyebabkan kerusakan ataupun hilang.
- c. Promosi Terbatas
Pada masa pandemi ini, untuk menarik pelanggan banyak orang mempromosikan barang dan jasanya secara online, untuk

mengunjungi tempat penjualan sebagian orang tidak ingin melakukan perjalanan, di karenakan masa pandemi ini semakin luas. Namun pada usaha tanaman hias UB.Endah Flower kurang melakukan mempromosikan berita mengenai produk tanaman hiasnya, UB.Endah Flower hanya mempromosikan lewat FB dan WA, tetapi tidak terlalu aktif menggunakan sosial media.

- d. Banyaknya tanaman hias diserang hama, Banyaknya tanaman hias yang diserang hama dan penyakit membuat sebagian tanaman hias mati

3.3.2 Identifikasi Faktor Eksternal UB.Endah Flower

Faktor eksternal perusahaan merupakan faktor-faktor di luar dunia usaha yang mempengaruhi kegiatan perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Faktor eksternal ini dapat berdampak positif ataupun negatif bagi perusahaan, artinya ada yang memberikan peluang dan juga ancaman. Berikut ini diuraikan berbagai peluang dan ancaman yang dimiliki oleh UB.Endah Flower :

1. Peluang (*Opportunities*)

- a. Pemasaran langsung
Menurut Kotler dalam Herlambang (2014) variabel-variabel yang dipakai dalam marketing mix merupakan salah satu yang sekarang dipakai dalam usaha tanaman hias UB.Endah Flower yaitu pemasaran langsung, karena merupakan komunikasi langsung dengan pelanggan yang diincar, meskipun dengan kondisi pandemi corona saat ini, UB.Endah Flower tetap memberlakukan pemasaran langsung, yang dimana pelanggan bisa datang langsung ke lokasi tanaman hias, dengan tetap mengikuti protokol kesehatan yang sudah dipersiapkan sebelum memasuki lokasi tanaman hias UB.Endah Flower. Dengan

demikian maka promosi yang dilakukan UB.Endah Flower merupakan kegiatan usaha tanaman hias dalam memperkenalkan produk tanaman hias kepada pelanggan agar dapat meningkatkan rasa percaya diri suatu usaha/perusahaan.

- b. Berkembangnya permukiman penduduk
Banyaknya perumahan yang dibangun saat ini merupakan sebuah peluang bisnis tanaman hias UB.Endah Flower, karena akan lebih banyak masyarakat yang membutuhkan tanaman hias untuk mempercantik lingkungan rumah maupun tempat lainnya.
- c. Teknologi semakin baik
Adanya teknologi yang semakin hari semakin canggih yang berupa Handphone dan laptop, yang dapat mempermudah usaha tanaman hias UB.Endah Flower melaksanakan kegiatan dalam mempromosikan mengenai tanaman hias.

2. Ancaman (Threats)

- a. Serangan hama dan penyakit
Banyaknya tanaman hias yang diserang hama dan penyakit membuat sebagian tanaman hias mati, seperti tanaman hias bunga Mawar yang diserang hama Thrips yang menghisap cairan pada bunga, daun dan cabang dari bunga mawar sehingga menyebabkan tanaman tersebut mati, sedangkan penyakit yang menyerang bunga mawar yaitu Bercak Daun yaitu berupa bercak cokelat pada daun bunga mawar. Maka hal ini tentunya dapat membuat harga tanaman hias rendah.
- b. Lokasi usaha yang berdekatan
Disekitar usaha tanaman hias UB.Endah Flower terdapat juga usaha tanaman hias, sehingga ini merupakan sebuah ancaman bagi UB.Endah Flower.
- c. Kondisi tanaman hias berpengaruh terhadap cuaca
Tanaman hias harus selalu dijaga agar tidak terkena hujan yang berlebihan karena akan berjamur pada jenis

tanaman hias tertentu, selain itu pada saat cuaca panas atau kemarau dapat membuat tanaman hias kekurangan air yang juga berpengaruh pada pertumbuhan bunga.

- d. Startegi usaha yang dapat ditiru
Usaha tanaman hias ini bisa dilakukan oleh siapa saja, karena cara menjalankan yang mudah sehingga usaha ini ada pesaing yang sama dengan usaha UB.endah flower.

3.3.3 Tahapan Formulasi Strategi

Setelah mengklasifikasi berbagai kemungkinan dari faktor internal dan eksternal, maka digunakan matriks SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi usaha tanaman hias UB.Endah Flower dapat disesuaikan dengan kelemahan dan kekuatan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3 Diagram Matrik SWOT

	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weaknesses)
Faktor Internal	S ₁ Jenis-jenis tanaman hias bervariasi S ₂ Kemasaaan pot keramik S ₃ Lokasi Penjualan sangat strategis	W ₁ Biaya produksi yang tinggi W ₂ Sistem informasi manajemen masih sederhana
Faktor Eksternal	S ₄ Ketepatan waktu pendistribusian barang S ₅ Modal usaha milik Sendiri	W ₃ Kurangnya periklanan W ₄ Banyaknya tanaman hias diserang hama
Peluang (Opportunities)	STRATEGI S.O	STRATEGI W.O
O ₁ Pemasaran langsung O ₂ Berkembangnya permukiman penduduk O ₃ Teknologisemakin baik	S.O	W.O

Ancaman (<i>Threats</i>)	STRATEGI S.T	STRATEGI W.T
T ₁ Serangan hama dan penyakit T ₂ Lokasi usaha yang berdekatan T ₃ Kondisi tanaman berpengaruh terhadap cuaca T ₄ Strategi usaha yang dapat Ditiru	S.T	W.T

3.3.4 Tahapan Pengambilan Keputusan

Setelah mengklasifikasikan berbagai kemungkinan dari faktor internal dan eksternal, maka untuk menentukan kuadran posisi usaha tanaman hias UB. Endah Flower dapat dilakukan dengan menentukan terlebih dahulu strategi internal dan eksternal. Faktor strategi internal Faktor Analisis Sumary (IFAS) dengan memberikan bobot, rating dan komentar. kemudian Analisis Sumary (EFAS) dengan memberikan bobot, rating, dan komentar. Setelah IFAS dan EFAS ditentukan langkah selanjutnya adalah melihat selisih antara kekuatan dan kelemahan dan selisih antara peluang dan ancaman. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel. 3.4 Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) UB. Endah Flower

Faktor Internal	Strategi	Bobot	Rating	B x R
Kekuatan				
• Jenis-jenis tanaman hias bervariasi		0,116	4	0,464
• Kemasaan pot keramik		0,083	3	0,249
• Lokasi Penjualan sangat strategis		0,120	4	0,48
• Ketepatan waktu pendistribusian barang		0,076	4	0,304
• Modal usaha milik sendiri		0,110	3	0,33
Jumlah		0,505		1,827
Kelemahan				
• Biaya produksi yang tinggi		0,123	3	0,369
• Sistem informasimanajemen masih		0,115	2	0,23
		0,131	2	0,262
		0,126	3	0,378

Sederhana			
• Kurangnya periklanan			
• Banyaknya tanaman hias diserang hama			
Jumlah	0,495		1,239
Total	1		10,49

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Pada tabel 3.4 , jika dilihat dari faktor strategi internal SWOT, kekuatan yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias yang paling tinggi adalah jenis-jenis tanaman hias bervariasi dengan nilai 4,116, dan nilai yang paling rendah adalah modal usaha milik sendiri dengan nilai 0,33. Sedangkan pada kelemahan nilai yang paling tinggi dalam pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB. Endah Flower adalah biaya produksi yang tinggi dengan nilai 0,369, dan nilai yang paling rendah pada kelemahan nya adalah sistem informasi manajemen masih sederhana, yang dapat dihitung Pemberian rating yang paling tinggi merupakan hal yang sangat berpengaruh pada pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB. Endah Flower.

Tabel. 3.5 Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) UB. Endah Flower

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	B x R
Peluang			
• Pemasaran langsung	0,269	4	1,076
• Berkembangnya permukiman penduduk	0,253	4	1,012
• Teknologisemakin baik	0,069	4	0,276
Jumlah	0,591		2,364
Ancaman			
• Serangan hama dan penyakit	0,113	2	0,226
• Lokasi usaha yang berdekatan	0,123	3	0,246
• Kondisi tanaman berpengaruh terhadap cuaca	0,083	3	0,249
• Strategi usaha yang dapat ditiru	0,090	2	0,18
Jumlah	0,409		1,381
Total	1		3,745

Sumber : Data Primer, Tahun 2020

Berdasarkan tabel 3.5 , dapat dilihat bahwa faktor startegi externalSWOT, peluang yang sangat berpengaruh terhadap pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias yang paling tinggi adalah pemasaran langsung dengan nilai 1,076, maka dapat hitung $\frac{1,076}{2,364} \times 100\% = 45,5\%$, dan nilai yang paling rendah pada peluang adalah teknologi semakin baik dengan nilai 0,276, dapat dihitung dan pada ancaman nilai yang paling tinggi adalah kondisi tanaman berpengaruh terhadap cuaca dengan nilai 0,249.

3.4 Alternatif dan Prioritas Pengembangan Produksi dan Pemasraan Tanaman Hias UB.Endah Flower

3.4.1 Perumusan Alternatif Startegi Menggunakan SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan alternatif startegi pengembangan produksi dan pemasaran suatu usaha. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif startegi, yaitu S-O (*Startegi-Oppourtunities*), Strategi W-O (*Weakness-Oppourtinitie*), Startegi W-T (*Weakness-Threats*) dan S-T (*Strenght-Threats*). Matriks SWOT menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha tanaman hias UB.Endah Flower. Perumusan alternatif strategi pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias dipertimbangkan berdasarkan hasil dari identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal.

Dengan adanya faktor internal dan eksternal maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang diterapkan oleh UB.Endah Flower untuk mengetahui hasil dari tahapan strategi matrik SWOT, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.6 Tabel Matriks Startegi Analisis SWOT pada UB.Endah Flower

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strengtsh</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
-----------------	-------------------------------	---------------------------------

Faktor Eksternal	<p>S₁Jenis-jenis tanaman hias bervariasi</p> <p>S₂ Kemasaaan pot keramik</p> <p>S₃ Lokasi Penjualan sangat strategis</p> <p>S₄ Ketepatan waktu pendistribusian barang</p> <p>S₅ Modal usaha milik Sendiri</p>	<p>W₁ Biaya produksi yang tinggi</p> <p>W₂Sistem informasi manajemen masih sederhana</p> <p>W₃ Kurangnya periklanan</p> <p>W₄ Banyaknya tanaman hias diserang hama</p>
<p>Peluang (Opportunities)</p> <p>O₁Pemasaran Langsung</p> <p>O₂Berkembangnya permukiman penduduk</p> <p>O₃Teknologi semakin baik</p>	<p>Strategi S.O S₁,S₂,O₁ Mengoptimalkan pemasaran dengan kemajuan teknologi serta memperkenalkan jenis-jenis tanaman hias yang bervariasi dengan memberikan pilihan kemasaaan pot keramik kepada pelanggan lewat pemasaran langsung.</p> <p>S₄S₅S₁ Memanfaatkan modal usaha sendiri dalam meningkatkan pelayanan ketepatan waktu pendistribusian barang atau produk kepada pelanggan.</p>	<p>Strategi W.O W₁W₂W₃O₁O₃ Mengupayakan pengembangan pemasaran untuk menstabilkan biaya produksi, dengan adanya permukiman warga yang baru dibangun merupakan peluang mengembangkan periklanan tanaman hias melalui media sosial. Dan sistem informasi sebagai pelayanan yang baik kepada pelanggan.</p>
<p>Ancaman (Threats)</p> <p>T₁ Serangan hama dan penyakit</p> <p>T₂Lokasi usaha yangberdekatan</p> <p>T₃Kondisi tanaman berpengaruh terhadap cuaca</p> <p>T₄ Strategi usaha yang dapat ditiru</p>	<p>Strategi S.T S₁T₁ Mengembangkan produktivitas berbagai jenis tanaman hias, agar tahan terhadap cuaca, hama dan penyakit</p> <p>S₁T₂T₃ Memanfaatkan kelebihan dari tanaman hias yang dimiliki UB.Endah Flower yaitu adanya kelebihan jenis-jenis tanaman hias dan juga berbagi macam warna tanaman hias yang dipasarkan dan mengoptimalkan dengan baik produktivitas tanaman hias, ini merupakan kunci</p>	<p>Strategi W.T W₃W₄T₁T₂T₄ Mengupayakan kualitas tanaman hias, peningkatan infrastruktur lokasi penjualan tanaman hias untuk mendukung daya saing baik secara oranisasi, produk, manajemen, peralatan, teknologi, pemasaran yang dapat membantu dalam upaya pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower.</p>

	untuk mengimbangi harga serta pesaing tanaman hias lainnya.	
--	---	--

Berdasarkan Tabel 3.6, dapat diketahui beberapa langkah alternatif strategis, dengan menggunakan analisis SWOT, maka didapatkan strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower, diantaranya :

Metode matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal bisa dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki UB.Endah Flower. Setelah menentukan komponen-komponen faktor internal (kekuatan-kelemahan) dan eksternal (peluang-ancaman) maka diperoleh beberapa alternatif strategi, antara lain :

1. Strategi S-O (*Strenght-Opportunities*)
Strategi S-O adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada. Alternatif strategi S-O yang dapat dirumuskan adalah :

S₁S₂O₁

Mengoptimalkan pemasaran dengan kemajuan teknologi serta memperkenalkan jenis-jenis tanaman hias yang bervariasi dengan memberikan pilihan kemasakan pot keramik kepada pelanggan lewat pemasaran langsung.

Lewat pemasaran langsung atau pun lewat media sosial, dengan adanya upaya dalam mengoptimalkan pemasaran tanaman hias, maka UB.Endah Flower dapat memperkenalkan berbagai jenis tanaman hias yang dipasarkan serta memberikan pilihan kemasan pot keramik, hal ini merupakan upaya untuk meningkatkan produksi untuk dipasarkan secara luas.

S₄S₅S₁

Memanfaatkan modal usaha sendiri dalam meningkatkan pelayanan ketepatan waktu pendistribusian barang atau produk kepada pelanggan.

Dengan adanya modal usaha sendiri, memberikan kebebasan kepada usaha tanaman hias UB.Endah Flower untuk meningkatkan lebih produktivitas tanaman hias dan mengoptimalkan waktu dalam pengantaran barang atau produk kepada pelanggan, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunities*)

Strategi W-O adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan adalah :

W₁W₂W₃O₁O₃

Mengupayakan pengembangan pemasaran tanaman hias untuk menstabilkan biaya produksi, dengan adanya permukiman warga yang baru dibangun merupakan peluang mengembangkan periklanan tanaman hias melalui media sosial. Dan meningkatkan sistem informasi sebagai pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Upaya dalam pengembangan pemasaran tanaman hias dengan mengemabngkan periklanan diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan agar tidak terkendala dalam masalah biaya produksi yang tinggi.

3. Strategi S-T (*Strenght-Threats*)

Strategi S-T adalah strategi untuk mengoptimalkan kekuatan internal yang dimiliki dalam menghindari ancaman. Alternatif strategi S-T dapat dirumuskan sebagai berikut :

S₁T₁

Mengembangkan produktivitas berbagai jenis tanaman hias, agar tahan terhadap cuaca, hama dan penyakit.

Cuaca yang tidak menentu dan penyakit membuat sebagai jenis tanaman hias mati. Maka harus dilakukan oleh UB.Endah Flower untuk mengembangkan

bibit unggul agar tanaman hias yang dihasilkan tahan terhadap segala kondisi cuaca dan penyakit.

S₁T₂T₃

Memanfaatkan kelebihan dari tanaman hias yang dimiliki UB.Endah Flower yaitu adanya kelebihan jenis-jenis tanaman hias dan juga berbagi macam warna tanaman hias yang dipasarkan dan mengoptimalkan dengan baik produktivitas tanaman hias, ini merupakan kunci untuk mengimbangi harga serta pesaing tanaman hias lainnya.

Memanfaatkan, mempertahankan, dan mengoptimalkan tanaman hias dalam segala potensi mendorong daya saing yang lebih baik.

4. Strategi W-T (*Weakness-Threats*)

Strategi W-T adalah strategi untuk meminimalkan kelemahan internal yang ada untuk menghindari ancaman eksternal. Alternatif strategi W-T dapat dirumuskan sebagai berikut :

W₃W₄T₁T₂T₄

Mengupayakan kualitas tanaman hias, peningkatan infrastruktur lokasi penjualan tanaman hias untuk mendukung daya saing baik secara organisai, produk, manajemen, peralatan, teknologi, pemasaran yang dapat membantu dalam upaya pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower.

Upaya untuk memberikan tanaman hias yang berkualitas kepada pelanggan, UB.Endah Flower melakukan kerjasama dengan salah satu usaha tanaman hias hal ini diharapkan dapat membantu dan membuahkan hasil yang memuaskan serta membenahi infrastuktur lokasi agar memudahkan dalam menjalankan usaha tanaman

4. SIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan berbagai hal yang terkait dengan strategi pengembang

produksi dan pemasaran tanaman hias pada usaha tanaman hias UB.Endah Flower sebagai berikut :

1. Proses teknik perbanyak produksi tanaman hias UB.Endah Flower dilakukan dengan 2 cara diantaranya :

- Perbanyak secara generatif, yaitu perkembangbiakan tumbuhan secara kawin atau pembuahan, pada UB.Endah Flower tanaman hias yang diperbanyak secara generatif yaitu Bunga Matahari(*Helianthus annuus*) dengan menggunakan biji.
- Perbanyak secara vegetatif, yaitu perkembangbiakan tanaman hias tanpa melalui proses perkawinan, namun menggunakan bagian-bagian tanaman seperti akar, batang, ataupun daun. Perbanyak secara vegetatif bisa dilakukan dengan cara stek, cangkok, okulasi dan sambung. Pada UB.Endah Flower tanaman hias yang diperbanyak secara vegetatif diantaranya Bunga kertas (*Bouganivillea*) dan Bunga Mawar (*Rosa sp.*)

2. Pendapatan adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh sebuah perusahaan maupun orang yang berbisnis untuk jangka waktu tertentu. Berdasarkan hasil perhitungan pendapatan bersih di tahun 2017, 2018 dan 2019, pada tahun 2017 tanaman hias UB. Endah Flower mendapat pendapatan bersih sebesar Rp.16.216.000, di tahun 2018 UB.Endah Flower mengalami peningkatan pendapatan sebesar Rp.25.335.000, Dan pada tahun 2019 terjadi lagi peningkatan pendapatan bersih Rp.33.638.000, berdasarkan UMR (Upah Minimum Regional) Medan, ditahun 2019 yaitu Rp.2,969.824 dan dilihat pendapatan bersih yang diterima UB.Endah Flower pada tahun 2017,2018 dan 2019 berada di atas UMR Medan.

3. Faktor internal dan eksternal terakit dalam strategi pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower
 - Faktor internal yang menjadi kekuatan UB.Endah Flower yaitu adanya jenis-jenis tanaman hias bervariasi, kemasakan pot keramik, lokasi penjualan sangat strategis, ketepatan waktu pendistribusian barang dan modal usaha milik Sendiri. Sedangkan yang menjadi kelemahan UB.Endah Flower selama ini adalah biaya produksi yang tinggi, sistem informasi manajemen, masih sederhana, kurangnya periklanan, banyaknya tanaman hias diserang hama.
 - Faktor Eksternal yang dapat menjadi peluang bagi UB.Endah Flower diantaranya, pemasaran langsung, berkembangnya permukiman penduduk dan kemajuan teknologise makin baik. Sedangkan pada ancamanya terdapat beberapa ancaman diantaranya, serangan hama dan penyakit, lokasi usaha yang berdekatan, kondisi tanaman, berpengaruh terhadap cuaca dan strategi usaha yang dapat ditiru.
4. Strategi Pengembangan Produksi dan Pemasaran Tanaman Hias UB.Endah Flower yang dapat diterapkan dari hasil analisis SWOT diatas yaitu ada 6 strategi. Dapat diprediksi bahwa pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias UB.Endah Flower memiliki peluang besar untuk dikembangkan baik kuantitas dan kualitas infrastruktur UB.Endah Flower baik secara organisai, produk, manajemen, peralatan dan teknologi pemasaran dengan memanfaatkan semua potensi yang dimiliki UB.Endah Flower.

4.1. Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan sehubungan dengan hasil analisis SWOT startegi pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias pada UB.Endah Flower, dari pembahasan dan hasil penulisan maka disarankan :

1. Diharapkan usaha tanaman hias UB.Endah Flower dapat membenahi segala kekuarangan yang ada dan memanfaatkan segala potensi dari hasil analisis SWOT yang telah dilakukan peneliti untuk meningkatkan dan memajukan usaha tanaman hias UB.Endah Flower dimasa yang akan datang.
2. Diharapkan usaha tanaman hias dapat melaksanakan strategi yang tepat untuk pengembangan produksi dan pemasaran tanaman hias melihat dari bahwa potensi usaha tanaman hias sangat menjanjikan untuk masa yang akan datang.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Mattjik, Ansori.Nurhajati.2010.(Ed). *Budi Daya Bunga Potong dan Tanaman Hias.Bogor:IPB PRESS.*
- Riyanto, Anthonius.2007. *Peluang Bisnis Tanaman.Jakarta Selatan:PT AgroMedia Pustaka.*
- Laksana, Fajar.2018. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis.Yogyakarta:Graha Ilmu.*
- Haryati Lakamisi. 2010. *Prospek Agribisnis Tanaman Hias Dalam Pot (POTLAN).3(2).*
- Partini Nuraini. 2010. *Analisi Usaha Tanaman Hias di Kelurahan Tembilihan Kota Kecamatan Tembilihan Kabupaten Indragiri Hilir(Studi Kasus Kembang Lestari Garden).7(2).*

- Kotler. Philip.1997. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jakarta* : PT.Indeks
- Novianthi. Vitha. 2011. *Analisis Strategi Pemasaran*. Skripsi Departemen Agribisnis, Manajemen Bogor : Institut Pertanian Bogor.