

Model Bisnis Tanaman Florikultura Anggrek Pada Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

Nuning Istiyowati, Sumarji, Ratna Dewi Mulyaningtiyas

Magister Agribisnis Universitas Islam Kadiri

Email: istiyowati@gmail.com

Abstract

Orchid is a type of floriculture plant that attracts attention due to its high economic value compared to other horticultural products. However, this potential has not been matched by government attention to the floriculture subsector, which focuses on food crop commodities. Therefore, the Agriculture Office of Jombang Regency is attempting to fulfill its role in implementing policies that support local agriculture through the Orchid Commodity Association, which assists orchid farmers and is expected to increase the overall business potential.

This research aims to (1) map the canvas business model that is being run by the Orchid Commodity Association of Jombang Regency, (2) identify the internal and external environment, strengths, weaknesses, threats, and opportunities of the orchid floriculture business in Jombang Regency, (3) determine the feasibility of orchid floriculture farming in Jombang Regency, and (4) compile an ideal design of orchid floriculture business in Jombang Regency.

This research employed a qualitative methodology with narrative data presentation and analysis. Jombang Regency was selected as the research location because it has a farmer organization under the Orchid Commodity Association engaged in the orchid floriculture business. Data were gathered through interviews, field observation, and documentation. Data analysis employed qualitative analysis, business model canvas analysis, SWOT analysis, cost, revenue, and income analysis, and business model canvas analysis.

The results of this study are as follows: (1) The nine elements in the Canvas Business Model regarding the business of the Jombang Regency orchid commodity association were obtained through in-depth interviews with internal respondents from the management and members. These elements provide an explanation and description of the business model being run; (2) The key success factors in determining the SWOT strategy are as follows: The factors that determine the SWOT strategy include the following: Having experts in cultivation and tissue culture is a strength, The limited area of greenhouse land is a weakness, Joint ventures with professional legal entities and partner plasma farmers are opportunities, The limited area of land to establish greenhouses is a threat. The optimal strategy is one that is both aggressive and expansionary. The Orchid Commodity Association of Jombang Regency has identified several strengths that can be leveraged to capitalize on existing opportunities and overcome challenges in the orchid business; (3) A revenue analysis of Dendrobium orchid farming, from seedling enlargement to adult flowering, indicates that revenue (R) is greater than cost (C). This condition is referred to as profit ($R > C$). The analysis of business efficiency yielded a ratio of revenue to cost (R/C) of 3.012. This ratio is greater than 1, indicating that the farm is profitable and efficient. This suggests that orchid farming in Jombang Regency is a viable enterprise; (4) The objective of redesigning the Business Model Canvas is to describe the optimal business development model, which is achieved by maximizing strengths, utilizing opportunities, and reducing weaknesses and threats, in accordance with the results of the SWOT analysis conducted previously. The development of this model is carried out by expanding consumer reach through optimizing digital marketing.

Keywords: *Business Model Canvas; Business Feasibility; Orchid Commodity Association; Floriculture; Jombang District*

Pendahuluan

Anggrek merupakan jenis tanaman florikultura yang menarik perhatian karena

nilai ekonomisnya sangat tinggi dibanding produk hortikultura lain. Komoditas anggrek bersifat *fashion* yang menarik

mampu mendapatkan harga tinggi ketika mampu memenuhi selera pasar. Salah satu program dan Sasaran Program Kementerian Pertanian Tahun 2020-2024 untuk Sub Sektor Hortikultura adalah meningkatnya nilai tambah dan daya saing komoditas pertanian selain Pemenuhan kebutuhan komoditas strategis hortikultura. Program peningkatan nilai tambah dan daya saing diantaranya melalui sasaran meningkatnya daya saing komoditas sekaligus meningkatnya pertumbuhan ekspor komoditas hortikultura (Kementan, 2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, tertera bahwa provinsi Jawa Timur pada tahun 2020 berkontribusi terbesar sebanyak 36,38% dari produksi anggrek se-Indonesia, namun kemudian di tahun 2021 hanya mampu berkontribusi sebesar 5,54% dan menurun ditahun 2022 menjadi 2,22% saja, (BPS, 2023). Kabupaten Jombang termasuk salah satu kabupaten yang berkontribusi dalam produksi tanaman florikultura anggrek meski hanya kisaran 1% pada tahun 2021-2022 dari hasil produksi seluruh Jawa Timur (BPS Jatim, 2023)

Potensi ini belum diimbangi dengan perhatian pemerintah terhadap subsektor florikultura karena fokus pada komoditas tanaman pangan. Oleh karena itu Dinas Pertanian Kabupaten Jombang dalam upaya mewujudkan peran dalam melaksanakan kebijakan yang mendukung pertanian lokal melalui Asosiasi Komoditas Anggrek yang mendampingi petani anggrek dan diharapkan mampu meningkatkan potensi usaha secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) memetakan model bisnis canvas yang sedang dijalankan Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang, (2) mengidentifikasi lingkungan internal, eksternal, kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bisnis tanaman florikultura anggrek di Kabupaten Jombang, (3) mengetahui kelayakan usahatani tanaman florikultura anggrek di Kabupaten Jombang, (4) menyusun desain ideal bisnis tanaman florikultura anggrek di Kabupaten Jombang.

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Kabupaten Jombang sebagai lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dikarenakan memiliki lembaga petani yang bernaung dalam Asosiasi Komoditas Anggrek yang bergerak dalam bisnis tanaman florikultura anggrek. Penelitian dilaksanakan bulan Februari 2024.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendeskripsikan permasalahan dan fokus penelitian dengan penyajian dan analisis data secara naratif. Pengambilan data menggunakan metode Wawancara, Observasi Lapang, dan Dokumentasi.

Metode Analisis Data

Analisis data menggunakan metode Analisis Kualitatif; Analisis Bisnis Model Canvas; Analisis SWOT; Analisis Biaya, Penerimaan dan Pendapatan; Analisis Bisnis Model Canvas. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis data-data yang diperoleh dalam suatu penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Bogdan dan Biklen (1998), data yang terkumpul dalam penelitian kualitatif lebih banyak berbentuk kata-kata atau gambar dari pada bentuk angka. Data tersebut terdiri dari transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, kaset video, dokumen pribadi dan catatan resmi lainnya.

pemetaan model bisnis yang sedang dijalankan Asosiasi Komoditas Anggrek kabupaten Jombang dalam *frame* Model Bisnis Canvas dilakukan dengan mengisi sembilan blok model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai menurut Osterwalder dan Pigneur (2015). Bisnis yang dijalankan terkait usahatani anggrek dendrobium yang selama ini telah dijalankan. Bisnis model canvas memiliki sembilan blok dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Customer segment* (Segmen pelanggan)

Customer segment merupakan gambaran sekelompok orang atau organisasi yang ingin dilayani Asosiasi Komoditas Anggrek. Pelanggan merupakan sebuah inti dari semua model bisnis, tanpa adanya pelanggan suatu bisnis tidak akan menghasilkan keuntungan.

2. *Value Proposition* (Proposisi nilai)

Value Propositions merupakan sebuah pemecah masalah pelanggan atau untuk memuaskan kebutuhan pelanggan serta menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai yang menarik untuk segmen pelanggan anggrek.

3. *Channels* (Saluran)

Channels merupakan gambaran bagaimana sebuah perusahaan menjangkau *customer segments* anggrek untuk memberikan *Value Propositions* yang diberikan.

4. *Customer relationships* (Hubungan pelanggan)

Customer relationships menggambarkan berbagai jenis hubungan yang di bangun Asosiasi Komoditas Anggrek bersama *customer segments* anggrek yang spesifik. Motivasi Asosiasi Komoditas Anggrek dalam membangun hubungan dengan konsumen diantaranya untuk akuisisi pelanggan, retensi pelanggan serta peningkatan penjualan.

5. *Revenue streams* (Arus pendapatan)

Revenue streams menggambarkan arus pendapatan Asosiasi Komoditas Anggrek dari setiap *customer segments* anggrek. Asosiasi Komoditas Anggrek dapat menciptakan satu atau lebih arus pendapatan apabila pendapatan memiliki mekanisme penetapan harga yang berbeda sesuai segmen pelanggannya.

6. *Key resources* (Sumber daya utama)

Key resources merupakan gambaran aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi. Sumber daya ini memungkinkan Asosiasi Komoditas Anggrek menciptakan dan menawarkan *Value Proposition*, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan, dan memperoleh pendapatan.

7. *Key Activities* (Aktivitas kunci)

Key activities menggambarkan hal terpenting yang harus dilakukan Asosiasi

Komoditas Anggrek agar model bisnis dapat bekerja. Tindakan-tindakan terpenting juga harus diambil Asosiasi Komoditas Anggrek agar dapat beroperasi dengan sukses, seperti halnya sumber daya utama aktivitas kunci juga diperlukan untuk menciptakan proposisi nilai, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan pelanggan, dan memperoleh pendapatan.

8. *Key Partners* (Kemitraan utama)

Elemen key partners menggambarkan jaringan pemasok atau mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja. Alasan Asosiasi Komoditas Anggrek dalam menciptakan dan membentuk aliansi dengan mitra adalah untuk mengurangi resiko dan mengoptimalkan model bisnis Asosiasi Komoditas Anggrek.

9. *Cost Structure* (Struktur biaya)

Cost structure merupakan gambaran semua komponen biaya yang digunakan oleh Asosiasi Komoditas Anggrek untuk memastikan berjalannya model bisnis.

Identifikasi lingkungan internal, eksternal, kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bisnis tanaman florikultura anggrek di Kabupaten Jombang dilakukan dengan analisis SWOT yaitu metode menganalisa permasalahan dengan pengkajian tentang suatu konsep strategi dengan menentukan faktor kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threat*) sehingga faktor tersebut dapat diidentifikasi berdasarkan strategi internal dan eksternal.

Terkait kelayakan usahatani dianalisis dengan menghitung besarnya biaya-biaya, penerimaan dan pendapatan yang di peroleh dari bisnis anggrek. Sehingga digunakan 3 alat analisis usahatani yaitu analisis biaya, analisis penerimaan dan analisis pendapatan dari usaha budidaya Anggrek *Dendrobium* yang dilakukan petani anggrek yang tergabung dalam Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

Hasil Dan Pembahasan

Pemetaan Model Bisnis Yang Sedang Dijalankan Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

Hasil identifikasi peta model dari model bisnis Kanvas Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang saat penelitian berlangsung dilakukan melalui interview mendalam dengan responden internal dari pengurus dan anggota.

Keterkaitan antar kesembilan elemen tersebut memberikan penjelasan dan gambaran model bisnis anggrek yang sedang dijalankan asosiasi komoditas anggrek saat ini dan hasil pemetaan dapat dilihat pada Gambar 1.

Key Partners 1. Pemasok Sarana Produksi 2. Mitra Pemasaran <i>Reseller</i> 3. Penyedia Platform Media Sosial 4. Penyedia Platform Media Online	Key Activities 1. Budidaya Anggrek Dendrobium 2. Pemasaran Anggrek dan sarana produksi 3. Kultur Jaringan Anggrek	Value Propositions 1. Harga anggrek dendrobium yang terjangkau 2. Kebun anggrek yang menarik dengan berbagai jenis anggrek dan kolam ikan koi	Customer Relationship 1. Pelayanan Offline dan Online 2. Paket Pembelian Partai	Customer Segment 1. Konsumen yang menyukai tanaman anggrek 2. Masyarakat di kabupaten Jombang dan sekitarnya
	Key Resource 1. Sumberdaya Fisik (GH, Laboratorium) 2. Sumberdaya Manusia yang kompeten 3. Sumberdaya Finansial		Channels 1. <i>Word of Mouth (WOM)</i> 2. <i>Media Sosial (Facebook, Instagram)</i> 3. <i>Media Online (Whatsapp Business)</i>	
Cost Structure 1. Biaya Tetap 2. Biaya variabel		Revenue Streams 1. Penjualan Angrek Dendrobium Penjualan Sarana Produksi Budidaya Anggrek		

Gambar 1. *Business Model Canvas* Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

1. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan)
 Blok pada *customer segment* menjelaskan target pasar yang ingin dituju atau dijangkau oleh perusahaan. Segmen pelanggan asosiasi komoditas anggrek adalah konsumen yang menyukai tanaman anggrek dan masyarakat di Kabupaten Jombang dan sekitarnya.
2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)
 Blok pada *value proposition* berfungsi untuk menciptakan nilai kepada segmen pelanggan. *Value proposition* yang ditawarkan oleh asosiasi komoditas anggrek adalah *price* dan *uniqueness*. *Price* adalah menawarkan harga yang bersaing terjangkau konsumen. *Uniqueness* adalah bentuk produk dan/atau jasa yang ditawarkan memiliki ciri khas dengan menawarkan konsep tempat kebun anggrek yang menarik dengan berbagai jenis anggrek dan kolam ikan koi dengan nuansa asri dan nyaman sebagai

- tempat *refreshing*.
3. *Channels* (Saluran)
 Blok pada *channels* menjelaskan seperti apa perusahaan dapat berkomunikasi dan menjangkau untuk memberikan proposisi nilai kepada pelanggannya. Asosiasi komoditas anggrek menerapkan saluran secara langsung atau *Word Of Mouth (WOM)*, menggunakan media sosial yaitu Facebook, Whatsapp, Instagram).
4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)
 Blok pada *customer relationships* menjelaskan berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama pelanggan. Asosiasi komoditas anggrek membangun hubungan dengan konsumen dengan cara memberikan pelayanan offline dan online serta menyediakan paket pembelian partai dengan potongan harga. Hal ini dilakukan untuk mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang telah terjalin

sebelumnya.

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)
 Blok pada *revenue streams* menjelaskan arus uang tunai yang dihasilkan perusahaan pada seluruh kegiatan produksi perusahaan. Pendapatan asosiasi komoditas anggrek berasal dari penjualan tanaman anggrek dendrobium berupa bibit dalam botol, *seedling*, remaja, dewasa dan berbunga. Selain itu juga melakukan penjualan sarana produksi budidaya anggrek seperti media tanam, pot, pupuk dan pestisida.
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)
 Blok pada *key resources* menjelaskan fasilitas atau asset-aset terpenting yang dimiliki perusahaan guna mendukung jalannya proses produksi agar memperoleh hasil yang maksimal. Sumber daya utama perusahaan terdiri dari sumber daya fisik, sumber daya manusia dan sumber daya finansial. Asosiasi komoditas anggrek memiliki sumber daya fisik berupa lahan, kebun, green house, laboratorium mini kultur jaringan, peralatan budidaya dan alat transportasi. Sumber daya manusia yang ada adalah tenaga ahli kultur jaringan, budidaya dan pemasaran sedangkan suberdaya finansial dari anggota masing-masing.
7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)
 Blok pada *key activities* menjelaskan hal-hal yang perlu dilakukan agar bisnis dapat beroperasi dengan baik. Asosiasi komoditas anggrek melakukan proses budidaya tanaman anggrek dendrobium, pemasaran tanaman anggrek dan sarana

produksinya serta kultur jaringan anggrek untuk menyediakan bibit dalam skala besar dalam waktu singkat.

8. *Key Partnership* (Kemitraan Utama)
 Blok pada *key partnership* menjelaskan jaringan kerja sama asosiasi komoditas anggrek dengan yang lain. Asosiasi komoditas anggrek melakukan kerjasama dengan pemasok bahan baku untuk pembelian pot, *tray*, media tanam (arang, pakis, moss dan kayu) dan bahan kimia untuk media tanam kultur jaringan. Menjalin hubungan baik dengan mitra pemasaran/ *reseller*, penyedia platform media sosial dan media online.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)
 Blok pada *cost structure* menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan bisnis. Asosiasi komoditas anggrek memiliki biaya tetap berupa biaya tenaga kerja, biaya produksi, biaya variabel berupa biaya bahan baku dan biaya lain-lain

Identifikasi Lingkungan Internal, Eksternal, Kekuatan, Kelemahan, Ancaman Dan Peluang Bisnis Tanaman Florikultura Anggrek Di Kabupaten Jombang

A. Identifikasi Lingkungan Internal

Penentuan unsur-unsur yang termasuk dalam faktor internal dan eksternal, sudah dilakukan observasi secara mendalam (*In depth*) dengan informan kunci. Adapun analisis Kekuatan, Kelemahan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Faktor Internal Ditinjau Dari Kekuatan Dan Kelemahan

No	Inventarisasi Internal Faktor Analisis
Kekuatan:	
1	Memiliki pelanggan tetap dan berkunjung berkala
2	Harga produk lebih terjangkau dan kebun budidaya yang menarik
3	Banyak relasi Pembudidaya anggrek sebagai Pemasok dan pemasar
4	Melayani pelanggan secara <i>online</i> dan <i>offline</i> dengan paket harga beragam
5	Pelanggan tetap, reseller dan paket pelatihan
6	Memiliki Tenaga ahli dalam budidaya dan kultur Jaringan

7	Pemasaran secara langsung pada pelanggan dengan Produk hasil kultur jaringan sendiri
8	Mempunyai anggota pembudidaya dan <i>reseller</i> anggrek
9	Pencatatan keuangan yang teroganisir, biaya bibit, pupuk dan obat-obatan minim karena buatan sendiri
Kelemahan:	
1	Jangkauan konsumen yang belum luas
2	Lokasi Kurang Strategis
3	Pasar perlu produk beragam dan belum maksimal pemanfaatan Media Sosial untuk pemasaran
4	Belum ada tenaga admin yang ahli dan siap merespon pelanggan
5	Ketersediaan produk dan Tenaga kompeten ahli anggrek yang minim
6	Keterbatasan Luasan Lahan <i>Green House</i>
7	Pemasaran melalui media online masih terbatas
8	Belum memaksimalkan peran anggota
9	Laporan keuangan masih manual, Perawatan <i>Green House</i> dan alat kultur yang mahal

B. Identifikasi Lingkungan Eksternal

Penentuan unsur-unsur yang termasuk dalam faktor eksternal, sudah dilakukan observasi secara mendalam (*Indeep*) dengan informan kunci dan stake holders dalam bisnis tanaman anggrek di Kabupaten Jombang. Pencarian data

indeep dilakukan melalui wawancara informan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun peluang dan ancaman adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Faktor Internal ditinjau dari Peluang dan Ancaman

No	Inventarisasi Eksternal Faktor Analisis
Peluang:	
1	Potensi Pembeli yang cukup besar kalangan menengah
2	Kebutuhan orang akan refreshing berkunjung ke kebun
3	Kemajuan teknologi Informasi mampu menciptakan saluran pemasaran baru dengan mitra
4	Konsumen yang loyal
5	Animo Masyarakat yang tinggi terkait ilmu budidaya anggrek
6	Anggota Asosiasi yang memiliki keahlian beragam (hulu-hilir)
7	Pemasaran dan Pengelolaan produksi dikelola bersama anggota Asosiasi
8	Usaha bersama berbadan hukum professional dan petani plasma mitra
9	Biaya Promosi dan pemasaran online yang minim
Ancaman:	

1	Penjual dan Importir tanaman Anggrek lainnya
2	Lokasi Kebun Kompetitor yang lebih mudah dijangkau
3	Kompetitor sudah menerapkan teknologi untuk pemasaran
4	Daya Tawar konsumen tinggi dan kompetitor mempunyai stock produk dan beragam
5	Persaingan bisnis dan biaya Pelatihan <i>offline</i> yang tinggi
6	Permintaan Produk Beragam dan Kapasitas Produksi yang terbatas
7	Serangan Hama Penyakit
8	Minim Komitmen untuk bekerja bersama
9	Harga Sarana Produksi (pupuk dan obat) yang fluktuatif

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal secara sistematis yang terdapat pada bisnis yang dijalankan asosiasi komoditas anggrek kabupaten Jombang berdasarkan kemampuan memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang sekaligus bersamaan

dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2016). Analisis SWOT terhadap model bisnis canvas yang dijalankan asosiasi komoditas anggrek kabupaten Jombang saat ini, hasil dari interview informan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT Bisnis Florikultura Anggrek pada Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

No	Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
1	<i>Customer Segment</i> (segmen Pelanggan)	Memiliki pelanggan tetap dan berkunjung berkala	Jangkauan konsumen yang belum luas	Potensi Pembeli yang cukup besar kalangan menengah	Penjual dan Importir tanaman Anggrek lainnya
2	<i>Value Propositions</i> (Proposisi Nilai)	Harga Produk lebih terjangkau dan Kebun Budidaya yang menarik	Lokasi Kurang Strategis	Kebutuhan orang akan refreshing berkunjung ke kebun	Lokasi Kebun Kompetitor yang lebih mudah dijangkau
3	<i>Channels</i> (Saluran)	Banyak relasi Pembudidaya anggrek sebagai Pemasok dan pemasar	Pasar perlu produk beragam dan Pemanfaatan Media Sosial untuk pemasaran	Kemajuan teknologi menciptakan saluran pemasaran baru dengan mitra	Kompetitor sudah menerapkan teknologi untuk pemasaran
5	<i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)	Pelanggan tetap, <i>reseller</i> dan paket pelatihan	Ketersediaan produk dan Tenaga kompeten ahli anggrek yang minim	Animo Masyarakat yang tinggi terkait ilmu budidaya anggrek	Persaingan bisnis dan biaya Pelatihan <i>offline</i> yang tinggi

6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	Memiliki Tenaga ahli dalam budidaya dan kultur Jaringan	Keterbatasan Luasan Lahan <i>Green House</i>	Anggota Asosiasi yang memiliki keahlian beragam (hulu-hilir)	Permintaan Produk Beragam dan Kapasitas Produksi yang terbatas
7	<i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	Pemasaran secara langsung pada pelanggan dengan Produk hasil kultur jaringan sendiri	Pemasaran melalui media online masih terbatas	Pemasaran dan Pengelolaan produksi dikelola bersama anggota Asosiasi	Serangan Hama Penyakit
8	<i>Key Partnership</i> (Kemitraan Utama)	Mempunyai anggota pembudidaya dan <i>reseller</i> anggrek	Belum memaksimalkan peran anggota	Usaha bersama berbadan hukum professional dan petani plasma mitra	Minim Komitmen untuk bekerja bersama
9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	Pencatatan keuangan yang teroganisir, biaya bibit, pupuk dan obat-obatan minim karena buatan sendiri	Laporan keuangan masih manual, Perawatan <i>Green House</i> dan alat kultur yang mahal	Biaya Promosi dan pemasaran online yang minim	Harga Sarana Produksi (pupuk dan obat) yang fluktuatif

Kelayakan Usahatani Tanaman Florikultura Anggrek Di Kabupaten Jombang

Tabel 4 Analisa Usahatani Anggrek Dendrobium Pembesaran dari Seedling hingga Dewasa Berbunga

No	Komponen	Volume	Satuan	Harga Satuan	Jumlah	Keterangan
A BIAAYA						
1	Biaya Investasi Alat					
	Green House Bambu (150 m2) per meter Rp. 100.000,-	1	bh	15.000.000	15.000.000	
	Rak anggrek Besi 3x1 m (@18 Tray)	15	bh	350.000	5.250.000	
	Tray 12 hole	270	bh	15.000	4.050.000	
	Hand Sprayer	1	bh	300.000	300.000	
	Gunting	1	bh	50.000	50.000	
	Selang	1	rol	280.000	280.000	
	TOTAL				24.930.000	
2	Biaya Operasional					
a	Biaya Tetap					
-	Penyusutan alat					
	Green House Bambu (150 m2) per meter Rp. 100.000,-	1	bh	15.000.000	3.000.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
	Rak anggrek Besi 3x1 m (@18 Tray)	15	bh	5.250.000	1.050.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
	Tray 12 hole	270	bh	4.050.000	810.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
	Hand Sprayer	1	bh	300.000	60.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
	Gunting	1	bh	50.000	10.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
	Selang	1	rol	280.000	56.000	5 th (1 tahun/1 kali produksi)
-	Sewa Lahan (150 m2)	1	Tahun	750.000	750.000	
a	Biaya Tetap				5.736.000	
b	Biaya Tidak Tetap					

b	Biaya Tidak Tetap					
	Saprodi					
	Bibit/seedling Anggrek Dendrobium Bunga Bulat (umur 5 bulan)	3250	plant	10.000	32.500.000	
	Pupuk (vegetatif dan Generatif)	8	kg	50.000	400.000	
	Pestisida (insectisida, fungisida, Bakterisida, Moluksida dll)	12	botol	60.000	720.000	
	Pot Plastik	3250	bh	1.000	3.250.000	
	Media Tanam (Mos/ Arang)	30	karung	30.000	900.000	
	Listrik (air)	8	Bulan	30.000	240.000	
	Kertas Label n Kawat Pengikat	8	pack	20.000	160.000	
	Tenaga kerja					
	Penanaman	8	HOK	100.000	800.000	
	Pemupukan	8	HOK	70.000	560.000	
	Penyiraman	8	Bulan	500.000	4.000.000	
	Penyemprotan	8	HOK	70.000	560.000	
	Lain-lain (Packing, kardus, plastik, isolasi dll)				800.000	
	Total				44.890.000	
	TOTAL BIAYA OPERASIONAL				50.626.000	
	TOTAL MODAL YANG DIBUTUHKAN				75.556.000	

B HARGA JUAL ANGGREK DEWASA BERBUNGA						
1	HPP (kematian 5%)	3050	Plant		16.599	
2	HJP Rekomendasi				33.197	2 x HPP
3	Rasionalisasi (harga Pasar)				50.000	
C PENERIMAAN						
		3050	Plant	50.000	152.500.000	

D PENDAPATAN						
					101.874.000	
E KELAYAKAN USAHA						
1	BEP Harga				16.599	Biaya Operasional/ Jumlah produk
2	BEP Produksi				1013	Biaya Operasional/ Harga Jual
3	B/C				2,012	> 1 = layak (pendapatan/total bi. Operasional)
4	R/C				3,012	> 1 = layak (penerimaan/total bi. Operasional)
5	Pay back period				1	kali produksi Biaya yang dibutuhkan/ Pendapatan

Biaya produksi ditentukan dari biaya-biaya yang berhubungan langsung dengan produksi suatu produk. Biaya usaha terdiri dari biaya tetap atau *fixed cost* dan biaya tidak tetap atau *variabel cost* sebesar 50.626.000.

Setelah mengetahui biaya produksi, selanjutnya dapat dihitung untuk jumlah penerimaan. Dari 3.050 tanaman anggrek yang dapat dihasilkan dengan biaya tersebut diatas dan dijual dengan harga 50.000/tanaman, didapat penerimaan sebesar 152.500.000. Pada kondisi ini posisi Penerimaan (*revenue*) lebih besar daripada Biaya (*Cost*) $\rightarrow R > C$, maka kondisi ini disebut untung.

Hasil dari penerimaan dapat dihitung keuntungan yang didapat, yaitu dengan π (total pendapatan) = TR (total *revenue*/penerimaan) - TC (total

cost/biaya yang dikeluarkan) yaitu didapat keuntungan bersih sebesar 101.874.000.

Untuk mengetahui apakah biaya yang digunakan untuk melakukan usahatani anggrek sudah dapat dikatakan efisien atau belum dan menguntungkan atau tidak secara ekonomis dengan istilah R/C yaitu *revenue cost ratio*. Pada tabel, R/C adalah 3,012 dimana posisi ini R/C > 1 artinya usahatani tersebut menguntungkan dan efisien. Artinya usahatani anggrek di Kabupaten Jombang layak untuk diusahakan. Nilai R/C ratio sebesar 3,012 dapat diartikan bahwa setiap pengeluaran biaya produksi sebesar Rp 1, maka akan memperoleh penerimaan sebesar Rp3.012 dan pendapatan yang diperoleh adalah Rp101.874.000.

Menyusun Desain ideal Bisnis Tanaman Florikultural Anggrek Di Kabupaten Jombang

Key Partners 1. Pemasok Sarana Produksi 2. Mitra Pemasaran <i>Reseller</i> 3. Penyedia Platform Media Sosial 4. Penyedia Platform Media Online 5. Fasilitator pelatihan kompeten 6. Petani plasma 7. Pengurus dan anggota usaha bersama berbadan hukum koperasi	Key Activities 1. Budidaya Anggrek Dendrobium 2. Pemasaran Anggrek dan sarana produksi 3. Kultur Jaringan Anggrek 4. Customer service (jasa opname anggrek) 5. Konten pemasaran	Value Propositions 1. Harga anggrek dendrobium yang terjangkau 2. Kebun anggrek yang menarik dengan berbagai jenis anggrek dan kolam ikan koi 3. Laboratorium mini kultur jaringan anggrek	Customer Relationship 1. Pelayanan Offline dan Online 2. Paket Pembelian Partai 3. Layanan chat/live sosial media dan google business	Customer Segment 1. Konsumen yang menyukai tanaman anggrek 2. Masyarakat di kabupaten Jombang dan sekitarnya 3. Pegiat budidaya anggrek profesional komersial 4. Masyarakat luar kota kabupaten jombang
	Key Resource 1. Sumberdaya Fisik (GH, Laboratorium) 2. Sumberdaya Manusia yang kompeten 3. Sumberdaya Finansial		Channels 1. <i>Word of Mouth</i> (WOM) 2. <i>Media Sosial</i> (Facebook, Instagram, tiktok) 3. <i>Media Online</i> (Whatsapp Business dan google business)	
Cost Structure 1. Biaya Tetap 2. Biaya variabel		Revenue Streams 1. Penjualan Angrek Dendrobium 2. Penjualan Sarana Produksi Budidaya Anggrek 3. Paket pelatihan anggrek		

Gambar 2. Redesain *Business Model Canvas* Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang

Redesain *Business Model Canvas* menggambarkan model pengembangan

bisnis yang ideal dengan memaksimalkan kekuatan dan pemanfaatan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman sesuai dengan hasil analisis SWOT yang dilakukan sebelumnya. Pengembangan dilakukan dengan memperluas jangkauan konsumen melalui optimalisasi pemasaran digital. Salah satu saluran yang dioptimalkan adalah *Google* Bisnis. Dalam *Google* Bisnis terdapat beberapa fitur antara lain informasi bisnis, usulan dan postingan. Informasi bisnis berisi tentang informasi dan lokasi usaha yang dijalankan sehingga memudahkan konsumen menjangkau lokasi usaha. Ulasan dapat diberikan oleh pelanggan berupa testimoni. Adanya ulasan ini juga merupakan salah satu bentuk customer relationship dengan konsumen. Postingan berisi informasi terkait dengan usaha maupun penjualan. Ada empat jenis postingan yaitu kabar berita terbaru, acara, produk dan penawaran (Aristejo, 2020). Penggunaan *Google* Bisnis juga mempermudah konsumen menemukan usaha karena akan muncul di mesin pencarian (Yuliani dan Novita (2022).

1. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan)

Segmen pelanggan asosiasi komoditas anggrek yang dituju dengan dua target yaitu pelanggan pegiat budidaya anggrek yang ingin belajar secara profesional budidaya anggrek mulai pembibitan sampai dengan panen. Target selanjutnya adalah perluasan jangkauan konsumen dari luar kabupaten Jombang dengan optimalisasi pemanfaatan media sosial *google business* untuk dapat berkunjung ke kebun anggrek *base camp* asosiasi komoditas anggrek Kabupaten Jombang.

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Value proposition tambahan yang diberikan oleh asosiasi komoditas anggrek adalah dengan pemanfaatan laboratorium kultur jaringan tidak hanya untuk kultur jaringan anggrek dari bunga/ biji tetapi dari jaringan tanaman anggrek, dengan begitu akan diperoleh keturunan bibit anggrek yang bisa sama persis dengan bunga induknya. Tentunya dengan ini akan

diperoleh bunga anggrek dengan kualitas yang lebih baik dan diminati oleh konsumen.

3. *Channels* (Saluran)

Asosiasi komoditas anggrek menggunakan saluran secara langsung dan tidak langsung. Saluran secara langsung melalui pembelian langsung produk di kebun Asosiasi komoditas anggrek, sedangkan saluran secara tidak langsung melalui akun media sosial Asosiasi komoditas anggrek ditambahkan akun social media *TikTok* dan *Google Business*, hal ini bertujuan untuk dapat menjangkau target konsumen lebih luas. Penggunaan media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi, menerima umpan balik dari konsumen maupun menyampaikan berbagai jenis konten yang membuat promosi lebih menarik (Lathifah dan Lubis 2018).

4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

Hubungan pelanggan Asosiasi komoditas anggrek dengan pelanggan yaitu pelayanan baik dan menerima kritik dan saran. Optimalisasi penggunaan *Live Chat* di *Social Media* dan *Google Business* merupakan salah satu upaya untuk menguatkan hubungan pelanggan. Dengan layanan media online ini, pelanggan dapat berhubungan dengan perusahaan menggunakan layanan *live* dan chat melalui *Google Business* dan layanan telepon secara langsung yang sudah tertera pada fitur *Google Business*. Dengan penggunaan dua layanan ini dapat mempermudah komunikasi dengan konsumen sehingga hubungan dengan pelanggan dapat berlangsung dengan baik. Komunikasi berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dalam manajemen hubungan pelanggan (Handayani dan Pratama 2018).

5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan)

Pendapatan yang didapat asosiasi komoditas anggrek berasal dari penjualan dari tanaman anggrek dan sarana produksi untuk budidaya anggrek, dan ditambahkan dari penjualan paket pelatihan anggrek secara profesional untuk budidaya

anggrek dari pembibitan sampai dengan panen dan juga pelatihan kultur jaringan.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)
Asosiasi komoditas anggrek memiliki sumber daya fisik berupa lahan, kebun, green house, laboratorium mini kultur jaringan, peralatan budidaya dan alat transportasi. Diperluakan perluasan lahan budidaya, yang bisa ditempuh dengan menjalin petani plasma untuk bermitra, dimana petani mitra menyediakan lahan dan asosiasi komoditas anggrek yang mensuplay semua sarana produksinya dan menampung hasil panennya.
7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci)
Aktivitas kunci yang dilakukan oleh Asosiasi komoditas anggrek dalam pengembangan ide bisnis mengalami penambahan yaitu pada aktivitas pelayanan konsumen dengan memberikan jasa *opname* anggrek yang pertumbuhannya kurang baik dan juga membuat konten promosi untuk pemasaran anggrek baik melalui media *online* maupun *offline* seperti pameran.
8. *Key Partnership* (Kemitraan Utama)
Kemitraan utama dalam pengembangan bisnis mendapatkan tambahan yaitu kerjasama dengan fasilitator pelatihan anggrek yang kompeten di bidang pelatihan anggrek, memperluas jalinan kemitraan dengan petani plasma dan kerjasama yang intens antara pengurus dan anggota yang menyatu dalam wadah usaha bisnis bersama berbadan hukum koperasi.
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)
Biaya yang terdapat di Asosiasi komoditas anggrek adalah biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri investasi alat dan sewa lahan, sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku sarana produksi, tenaga kerja, pemasaran dan biaya lain-lain.

Kesimpulan

1. Pemetaan awal model bisnis tanaman florikultura anggrek pada Asosiasi Komoditas Anggrek Kabupaten Jombang didapatkan

bahwa pelanggan utama terdiri dari pegiat/ *hobbies* anggrek dan masyarakat di kabupaten Jombang dengan nilai preposisi yang diberikan berupa harga yang terjangkau dan pesona kebun anggrek untuk dikunjungi dan perolehan pendapatan dari penjualan produk tanaman anggrek dan sarana produksi budidaya anggrek.

2. Berdasarkan hasil analisa SWOT ditentukan strategi SO meliputi pembentukan usaha bersama berbadan hukum koperasi, fasilitasi pelatihan tanaman anggrek secara komersial profesional dan pemanfaatan kebun sebagai lokasi agrostudi dan agrowisata. Sedangkan strategi WO meliputi kemitraan petani plasma anggrek dan pelatihan tenaga kerja ahli pemasaran offline dan online serta penjadualan waktu kunjungan ke kebun anggrek. Pada strategi ST meliputi pengembangan varian bunga anggrek *dendrobium* yang unggul dan diminati konsumen serta budidaya ramah lingkungan yang ekonomis. Yang terakhir menyatakan bahwa strategi WT diperlukan digitalisasi administrasi dan pelaporan serta spesifikasi produk setiap kebun.
3. Analisa usahatani budidaya anggrek untuk pembesaran tanaman dari *seedling* menjadi dewasa yang berbunga, untuk luasan lahan *green house* ukuran 150 m², diperlukan biaya produksi sebesar Rp. 50.626.000,- dengan penerimaan sebesar Rp.152.500.000,- dan keuntungan sebesar Rp. 101.874.000.-. Nilai R/C adalah 3,012 dimana posisi ini R/C > 1 artinya usahatani tersebut menguntungkan dan efisien.
4. *Redesaan Model Bisnis Canvas* anggrek, terdapat penambahan pada segmen pelanggan yaitu pelanggan pegiat budidaya anggrek dan konsumen dari luar Kabupaten Jombang. Proporsi Nilai dengan pemanfaatan laboratorium

kultur jaringan tidak hanya untuk kultur jaringan anggrek dari bunga/biji tetapi dari jaringan tanaman anggrek, saluran pemasaran dengan menambahkan akun social media *TikTok* dan *Google Business*. Hubungan pelanggan Asosiasi komoditas anggrek dengan pelanggan yaitu pelayanan baik dan menerima kritik dan saran melalui Live chat di social media dan *Google Business*. Pendapatan tambahan dari penjualan paket pelatihan anggrek secara profesional. Sumber daya utama dengan perluasan lahan kebun dan green house. Aktivitas kunci mengalami penambahan yaitu pada aktivitas pelayanan konsumen dengan memberikan jasa opname anggrek dan pemasaran anggrek baik melalui media online maupun offline seperti pameran. Kemitraan utama dalam pengembangan bisnis mendapatkan tambahan yaitu kerjasama dengan fasilitator pelatihan anggrek yang kompeten di bidang pelatihan anggrek, memperluas jalinan kemitraan dengan petani plasma.

Referensi **Jurnal**

- Akbar RN, Endayani F, Salsabila S dan Primadani EI. 2023. Pengembangan Proposisi Nilai Bisnis Melalui Pelatihan *Business Model Canvas* Pada Godress Koffie Malang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)* e-ISSN : 2745 4053 Vol.3 No.2, Nopember – Maret 555-562 555
- Anggrani N. 2022. Potensi Anggrek Indonesia Di Tengah Pandemi Covid-19 Potential Of Indonesian Orchids Amid The Covid-19 Pandemic. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* Juli 2022, 8(2): 639-648 639
- Chika S., Kurniawati F., Dan Rahmani T.P.D. 2021. *Kajian Budidaya Tanaman Anggrek Dendrobium Sp. Dengan Teknik Kultur Meristem Serta Pengaruh Penambahan Berbagai Ekstrak Terhadap Pertumbuhannya*. *Jurnal Uin Alaudin. Gowa*. 8 November 2021. P. 435.
- Dalimunthe, E.R. 2023. Analisis Pendapatan Usaha Tanaman Hias Di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang. Universitas Medan Area. Medan
- Ilman MWH, Hasun F dan Dellaroswati M. 2023. Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Umkm Olahan Buah Pisang "Aroma" Menggunakan *Business Model Canvas*. *Innovative: Journal Of Social Science Research* Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 8820-8834 E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246 Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Julitasari E, Suwarta, Natani M dan Kiyono. 2022. Strategi Pemasaran Anggrek Dan Karakteristik Petani Plasma Usaha Kebun Anggrek Singosari Malang. *Prosidia Widya Saintek* p-ISSN : xxxx Vol. 01, No. 01, Agustus 2022
- Mubariz dan Septyawati. 2022. Analisis Usaha Hidroponik Mina Tani Farm Menggunakan *Business Model Canvas*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol.1, No.6, Nopember 2022
- Syafitri M., Larasati M., Sepriyadi Ml., Atira SN dan Andini Tri. 2023. Analisis *Business Model Canvas* Upada Umkm Toko Junicomp Tanjungpinang. *Journal Of Social Science Research*. STIE Pembangunan Tanjungpinang, Kepulauan Riau Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 2260-2269.
- Yuliani, N., Novita, D. (2022). Pemanfaatan google bisnisku sebagai upaya peningkatan ranking bisnis lokal (Studi Kasus :

UMKM Gresik, Jawa Timur). Jurnal IKRAITH-ABDIMAS. 5(1), 1-12.

Kementerian Pertanian. Issn : 1907-1507.

Buku/ E-Book

Abubakar Rifai. 2021. Pengantar Metodologi Penelitian. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta.

Asir M Dkk., 2022. Ekonomi Pertanian. 978-623-459-212-2 Cetakan Pertama: Oktober, 2022 Hak Cipta 2022, Pada Penulis Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang Copyright © 2022 By Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

Direktorat Buah Dan Florikultura Kementerian Pertanian. 2020. Standar Operasional Prosedur Anggrek (Seri Dendrobium).

John W, Creswell. 2023. Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Pustaka Pelajar. Yogyakarta

Karmini. 2018. Ekonomi Produksi Pertanian. Mulawarman University Press. Samarinda

Lexy J. Moleong. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif, PT Remaja Rosumbar daya alamkarya. Bandung.

Miles, Matthew B dan A. Michael Huberman. 1994. Qualitative Data Analysis. 2nd Edition. SAGE Publications. USA

Osterwalder A, Pigneur Y. 2015. Business Model Generation (terjemahan). Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 67/Permentan/Sm.050/12/2016 Tentang Pembinaan Kelembagaan Petani

Pusdatin. 2020. Outlook Komoditas Pertanian Hortikultura Anggrek. Pusat Data Dan Sistem Informasi Pertanian Sekretariat Jenderal

Rangkuti, Freddy. 2016. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka Tama. Salemba Empat.

Renra. 2019. Rencana Strategis Dinas Pertanian 2019-2024. Jombang

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2013 Tentang Perlindungan Dan Pemberdayaan Petani.

Internet

BPS Jatim. 2023. Produksi Tanaman Hias Anggrek/Orchid, Anthurium Bunga/Flamingo Lily Flower, Anthurium Bunga/Flamingo Lily Flower Menurut Kabupaten/Kota Dan Jenis Tanaman Di Provinsi Jawa Timur (Tangkai), 2020, 2021 Dan 2022. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. <https://jatim.bps.go.id/Publication/2022/09/26/890b490a26ebc95a3b8990ed/Statistik-Daerah-Provinsi-Jawa-Timur-2022.html>. Diakses 23 Oktober 2023

BPS. 2023. Produksi Tanaman Florikultura (Hias). Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/5/5/64/2/produksi-tanaman-florikultura-hias-.html>. Diakses 23 Oktober 2023

Ira. 2021. Mengenal Tanaman Florikultura Dan Teknologinya. <https://agrozine.id/mengenal-tanaman-florikultura-dan-teknologinya/>. Diakses 24 Oktober 2023

Khaluq. 2023. Potensi Bisnis: Menggali Peluang Dan Meraih Sukses. <https://perpusteknik.com/pengertian-potensi-bisnis-dan-bagaimana-strategi-penguasaannya/>. Diakses 13 Oktober 2023

Teece DJ. 2010. Business model, business strategy and innovation. long range Planning Vol. 43(2-3): 172-194.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0024630110000051>. Diakses 24 Oktober 2023.