

# ANALISIS RANTAI NILAI PRODUK BUNGA POTONG & HIAS DI KABUPATEN BANDUNG BARAT (STUDI KASUS UMKM FLORIST NMM)

**Yayan Mulyana, Abdul Rosid, Rasyid Nadhif Aryo Faisal, Firda Nabila**  
**Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fisip Universitas Pasundan**  
Email : [yayan.mulyana@unpas.ac.id](mailto:yayan.mulyana@unpas.ac.id), [abdul.rosid61@unpas.ac.id](mailto:abdul.rosid61@unpas.ac.id)

## ABSTRAK

*Parongpong adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat, Indonesia, terkenal dengan wisata bunga. NMM Florist merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang pertanian dan perdagangan bunga. Berdasarkan hasil penelitian terdapat permasalahan dalam menerapkan pola manajemen rantai nilai dalam memasarkan produk bunga potong & hias baik aktivitas utama dan pendukung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan struktur dan aktivitas aliran rantai nilai bunga potong dan hias. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif-deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik analisis data menggunakan teknik triangulasi menggunakan model Miles and Huberman serta menggunakan analisis Value Chain dari Porter yang terdiri dari Dua Aktivitas, baik aktivitas Primer dan Sekunder. Berdasarkan hasil penelitian dari indikator rantai nilai yang terdiri dari aktivitas primer/logistic ke dalam yang sudah dilaksanakan meliputi : material handling/penanganan material/bahan baku, inventory control/pengendalian persediaan, penjadwalan kendaraan, pemasok, kemasan, perakitan, pengujian, percetakan, serta fasilitas, kegiatan yang belum dilaksanakan adalah pergudangan, mesin & pemeliharaan peralatan, serta iklan sedangkan logistic keluar yang sudah dilaksanakan meliputi pergudangan barang, material handling, kendaraan operasional pengiriman, proses pemesanan.salesforce (tenaga penjualan), pilihan channel/saluran, hubungan dengan channel/saluran, harga, instalasi, perbaikan, pelatihan, pasokan suku cadang serta penyesuaian produk, kegiatan yang belum dilaksanakan adalah Iklan, dan promosi. Aktivitas pendukung/sekunder yang sudah dilaksanakan meliputi pembelian input produksi, perekrutan, penyewaan (pegawai), pelatihan, kompensasi, serta hokum, kegiatan yang belum dilaksanakan adalah pengembangan teknologi, manajemen umum, perencanaan, keuangan dan akuntansi, , urusan pemerintahan, serta manajemen mutu.*

*Kata Kunci : Analisis; Rantai Nilai, Bunga Potong*

## 1. PENDAHULUAN

Parongpong adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat. Mayoritas petani di wilayah ini merupakan petani bunga dan tanaman hias lainnya. ada juga yang bercocok tanam sayuran. Hal ini menjadi daya Tarik kecamatan Parongpong, bahkan pemerintah Bandung Barat mendeklarasikan wilayah Parongpong sebagai kota wisata bunga. NMM Florist merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang pertanian dan perdagangan bunga (supplier) dan non supplier, khususnya bunga potong dan bunga hias. Bermodalkan sebidang tanah yang berada di Desa Karyawangi, seiring berjalan waktu pemilik usaha berhasil menambah jumlah lahan sebanyak kurang lebih 90 tumbak atau sekitar kurang lebih 1.260 meter persegi, dimana lahan tersebut digunakan untuk menanam bunga. Berbekal pendidikan dari SPMA (Sekolah Pertanian Menengah Atas), pemilik usaha menggeluti usaha sejak tahun 2007. Sebagai petani, pemilik usaha menjalankan aktivitas produksi bunga potong mulai menaburkan bibit sampai panen. Usaha bunga potong dan hias

merupakan salah usaha pada saat ini menjanjikan peluang, dimana gaya hidup maupun kebiasaan juga menentukan tingginya tingkat permintaan bunga potong dan hias, baik konsumen individu maupun lembaga. Sebagai contoh tradisi acara seremonial seperti acara wisuda, hajatan, ulang tahun, kematian, dan lain-lain sangat membutuhkan produk terkait bunga potong dan hias tersebut. Produk yang dihasilkan oleh NMM sebagian besar merupakan hasil penanaman maupun budidaya sendiri. Sebagian lagi didapatkan dari petani sekitar untuk kebutuhan pelengkap produk (kemitraan). Contoh produk bunga potong misalkan bouquet bunga untuk keperluan wisuda, ulang tahun, Idul Fitri, natal, valentine days, dan lain-lain., sedangkan contoh bunga hias adalah rangkaian bunga yang didesain untuk ucapan terima kasih saat pernikahan, ucapan bela sungkawa kematian, dan lain-lain. Usaha bunga potong dan hias sempat mengalami kelesuan pada saat terjadi Pandemi Covid 2019 (tahun 2019-2021), dimana ada larangan untuk kegiatan wisuda, hajatan, dan kematian (dihindari kerumunan banyak orang). Hal tersebut berdampak kepada kelangsungan usaha NMM Florist. Setelah pasca Pandemi di tahun 2021-2022, pemilik usaha bangkit menata kembali usaha yang sempat terpuruk. Tanaman hias atau florikultura merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai upaya penumbuhan perekonomian daerah dan nasional. Berkembangnya industri jasa dekorasi untuk acara wedding dan acara keagamaan, meningkatkan permintaan bunga untuk dekorasi. Bunga potong merupakan salah satu kegiatan pertanian yang diusahakan petani dalam sektor pertanian. Bunga potong itu sendiri merupakan komoditi yang mudah rusak dan umurnya pendek (Pangeman et. al., 2011). Pemasaran umumnya merupakan masalah besar bagi petani bunga potong karena daya tahan produk sangat pendek. Penanganan yang baik dalam pengangkutan, penyimpanan, penyortiran, dan lain-lain harus dilakukan oleh para perantara pemasaran agar produk tetap segar dan berkualitas baik sampai ke tangan konsumen (Mubyarto, 1995). Beberapa tinjauan hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini sebagai berikut : Ratih et al. (2012) yang melakukan penelitian analisis daya saing berdasarkan aktivitas rantai nilai perusahaan tanaman hias menjelaskan penekanan strategi peningkatan daya saing industri florikultura adalah konsentrasi melalui integrasi horizontal. Integrasi horizontal dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk dan jasa atau meningkatkan akses yang lebih luas. Jika dilihat dari luas area dan dibandingkan dengan pasar industri florikultura yang ada di domestik maupun di mancanegara Selanjutnya Rangga et al. (2018) melakukan penelitian daya saing bisnis berdasarkan aktivitas rantai nilai berdasarkan point of entry , pemerataan rantai nilai, critical success factor, benchmarking, lembaga terkait, menjelaskan penjualan tanaman hias oleh perusahaan dipengaruhi oleh lima produk unggulan, yaitu philodendron marble, philodendron selloum., asparagus bintang, gerbera dan celosia. Secara keseluruhan trend penjualan tanaman hias mengalami penurunan yang disebabkan oleh faktor eksternal dan internal perusahaan. analisis rantai nilai tanaman hias pada perusahaan dapat disimpulkan bahwa masalah utama yang dihadapi oleh atau faktor internal yang menyebabkan penurunan penjualan adalah pada proses produksi dan pemasaran. Kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan adalah pada harga yang murah jika dibandingkan dengan pesaing serta penjualan jenis tanaman hias selalu mengikuti yang berkembang. Margin yang diperoleh perusahaan dari hasil produksi adalah 40% untuk jenis daun potong dan 55% dari jenis bunga potong. Margin yang didapatkan dari pemasok yaitu petani mitra adalah 20% untuk daun

potong dan 25% untuk bunga potong. K. Ayu Novita et al (2016) melakukan penelitian rantai nilai bunga potong, menjelaskan pola rantai nilai bunga potong ditemukan dua saluran, yaitu : pertama, dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen; kedua, dari petani ke konsumen. Pola rantai nilai yang sering digunakan adalah saluran distribusi yang pertama, yaitu petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Niali tambah dari setiap pola rantai nilai yaitu pedagang pengumpul memiliki nilai tambah sebesar Rp. 1.000/tangkai, dan pedagang pengecer sebesar Rp. 2.000/tangkai. Armenia R et al (2017) melakukan penelitian mengenai bunga mawar potong menjelaskan bahwa saluran pemasaran bunga mawar potong terdiri dari tiga pola saluran pemasaran dan setiap fungsi melakukan fungsi pemasaran berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dalam menyalurkan mawar potong dari petani hingga konsumen akhir. Efisiensi pemasaran terjadi pada saluran III karena tidak melibatkan banyak pihak meskipun total margin pemasaran yang diterima lebih rendah dibandingkan saluran lainnya tapi secara keuntungan petani dan lembaa pemasaran akhir lebih besar dibandingkan saluran lainnya. Nia AD et al dalam penelitiannya menjelaskan rantai nilai pada aktivitas di perusahaan meliputi inbound logistic (penyimpanan) diketahui kebutuhan bahan standar pengolahan batik tulis mempunyai jumlah yang bertentangan tergantung bisnis berdasarkan pengrajin, secara global dalam penyimpanan bahan standar batik tidak ditemukan perawatan yang khusus, umumnya pengrajin hanya meletakkan bahan standar pada gudang. Dalam pengelolaan bahan baku memakai sistem *First In First Out* (FIFO) dimana bahan baku yang diterima terlebih dahulu dipakai lebih dulu. Selanjutnya operasi (produksi), pada umumnya perusahaan memproduksi batiknya setiap hari dan dilakukan secara manual mulai dari sistem desainnya hingga sampai pada pengemasan produk. Untuk kegiatan selanjutnya yaitu pengemasan hingga pendistribusian (outbound logistic) melibatkan distributor seperti pada penjahit-penjahit di sekitar daerah Bondowoso. Dalam pendistribusiannya memiliki tim dalam proses pengemasannya tersendiri. Kegiatan selanjutnya yaitu pemasaran dan penjualan dimana perusahaan menggunakan media social untuk mempromosikan hasil produksinya, tak hanya itu perusahaan sering mengikuti kegiatan event sekaligus mempromosikan hasil produk batiknya sehingga produk batik yang mereka hasilkan bisa dikenal di seluruh Indonesia bahkan luar negeri. Selanjutnya aktivitas yang terakhir yaitu aktivitas pelayanan, bahwasanya perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen seperti perbaikan produk cacat contohnya pada saat batik yang dihasilkan kurang memuaskan atau tidak sesuai keinginan konsumen. Dari hasil interview menyatakan bahwa saat ini perusahaan bisa dikatakan jarang sekali mendapatkan complain dari konsumen. Berdasarkan analisis nilai tambah yang sudah dilakukan peneliti, bisa diketahui bahwa nilai tambah dalam produk batik tulis pada perusahaan sebesar Rp. 213.000,00/per unit atau 81,3%. Hal ini karena nilai tambah (value added) yang tertinggi diperoleh dari aktivitas penjualan dan pemasaran, yang artinya sebagian besar pendapatan yang dihasilkan perusahaan diperoleh dari hasil penjualan ke wholeseller dan retail,, karena dari hasil penjualan tersebut perusahaan dapat menentukan keuntungan yang diinginkan... Ivone A mengemukakan hasil penelitian bahwa model rantai pasokan agribisnis florikultura memiliki dua lairan, yaitu aliran produk dan aliran uang. Aliran produk berupa bunga pot dan bunga potong, sedangkan aliran uang adalah perpindahan uang mulai dari konsumen sampai pada pelaku paling hulu dalam sistem rantai pasokan florikultura. Terdapat tiga rantai pasokan baik bunga pot maupun bunga potong.

Panjangnya rantai pasokan tersebut, menyebabkan perbedaan harga (margin) antar harga produk yang diterima petani (produsen) dengan harga yang dibayarkan konsumen memiliki perbedaan yang sangat jauh. Kondisi ini disebabkan pasar produk bunga tidak terstruktur dan petani sangat tergantung kepada pengepul di desa sebagai tempat menjual bunganya.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat permasalahan dalam menerapkan pola manajemen rantai nilai produk bunga potong & hias. Contoh permasalahan kegiatan logistic ke dalam, tidak ada pemisahan antara gudang dengan galeri, bahwa kegiatan pasca panen bunga potong untuk distribusi maupun memenuhi pesanan konsumen akan karangan bunga, dilakukan dalam suatu tempat. Selanjutnya dalam kegiatan operasional, pemilik masih menggunakan fasilitas peralatan dan pendukung yang sederhana, alat/mesin masih manual (hands sprayer), huruf-huruf yang digunakan untuk rangkaian kata karangan bunga masih terbuat dari stereofom yang dibuat manual masing-masing huruf, Berikutnya, dalam kegiatan memasarkan produk hanya menggunakan media social seperti WhatsApp saja, serta dalam kegiatan infrastruktur perusahaan masih mengandalkan kepercayaan kepada konsumen dalam sistem pembayaran termin. Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, petani bunga perlu memahami bagaimana menerapkan pola manajemen rantai nilai tersebut dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

## **2. METODE PENELITIAN**

Tempat atau obyek penelitian adalah NMM Florist yaitu salah satu UMKM yang bergerak di bidang pertanian dan perdagangan bunga potong dan hias. Sumber datanya adalah pemilik NMM Florist. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.. Teknik pengumpulan data melalui Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk mendapatkan data dalam penelitian kualitatif yang valid, dan reliable, maka peneliti harus dapat menjadi *human instrument* yang baik, mengumpulkan data secara triangulasi dari berbagai sumber data yang tepat, dan melakukan pengujian keabsahan data. Menurut Sugiyono (2016:24) menjelaskan bahwa metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai intrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.. Data kualitatif dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu data kualitatif empiris dan data kualitatif bermakna. Data kualitatif empiris adalah data sebagaimana adanya (tidak diberi makna). Data kualitatif bermakna adalah data dibalik fakta yang tampak. Penelitian kualitatif akan lebih banyak berkaitan dengan data kualitatif yang bermakna, oleh karena itu peneliti kualitatif harus mampu memberi makna terhadap fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Huberman. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) yang digunakan untuk mengetahui pelaku-pelaku dalam kegiatan rantai nilai bunga potong dan hias. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan pertimbangan usaha tersebut merupakan salah satu usaha yang bergerak pada tanaman hias (bunga potong) yang di pasarkan ke berbagai tempat yang berada di Jakarta, serta produk yang dihasilkan adalah bunga potong dan karangan bunga. Analisis Rantai Nilai digunakan untuk menganalisis dan mendeskripsikan struktur dan

aktivitas aliran rantai nilai bunga potong dan hias pada NMM Florist Di Desa Karyawangi Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. Analisis Rantai Nilai meliputi dua aktivitas baik primer maupun sekunder. Logistik ke dalam sebagai salah satu aktivitas primer meliputi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan : (1) material handling/penanganan material/bahan baku, (2) pergudangan, (3) inventory control/pengendalian persediaan, (4) penjadwalan kendaraan, (5) pemasok, (6) mesin, (7) kemasan, (8) perakitan, (9) pemeliharaan perakitan, (10) pengujian, (11) percetakan, (12) fasilitas. Sedangkan logistik keluar merupakan kegiatan yang meliputi : (1) pergudangan barang, (2) material handling, (3) kendaraan operasional pengiriman, (4) pemrosesan pemesanan, (5) penjadwalan, (6) iklan, (7) promosi, (8) salesforce/tenaga penjualan, (9) pilihan channels/saluran, (10) hubungan dengan channels/saluran, (11) harga, (12) instalasi, (13) perbaikan, (14) pelatihan, (15) pasokan suku cadang, (16) penyesuaian produk. Selanjutnya, aktivitas sekunder, meliputi kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan : (1) pembelian input produksi, (2) peningkatan produk, (3) peningkatan proses, (4) perekrutan, (5) menyewa, (6) pelatihan, (9) pengembangan, (10) kompensasi, (11) manajemen umum, (12) perencanaan, (13) keuangan dan akuntansi, (14) hukum, (15) urusan pemerintahan, serta (16) manajemen mutu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : (1) Data Primer. (2) Data Sekunder. Untuk memeriksa data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga macam triangulasi. Menurut Sugiyono, (2013:273) tiga macam triangulasi sebagai berikut :

1. Triangulasi Sumber
2. Triangulasi Teknik
3. Triangulasi Waktu

Sedangkan proses analisis data menurut Sugiyono, (2013:245) dijelaskan sebagai berikut :

1. Analisis sebelum di lapangan.
2. Analisis data di lapangan Model Miles and Huberman.  
Langkah-langkah melakukan analisis data di lapangan :
  - a. Data *reduction* (Reduksi data)
  - b. Data *display* (Penyajian data)
3. *Conclusion drawing/verification*

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti diketahui, UMKM Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu sector dalam pengembangan daerah dan menjadi salah satu sector yang tidak boleh diabaikan. Kabupaten Bandung Barat sangat potensial dengan UMKM yang bergerak di bidang kuliner, handycraft, tanaman hias dan fashion. Potensi-potensi tersebut saat ini sedang digali dan dikembangkan serta dipasarkan. Jumlah UMKM KBB menjamur dengan keunggulan produknya. Berdasarkan catatan Dinas Koperasi dan UMKM KBB, jumlahnya mencapai ribuan. Diantaranya banyak pelaku UMKM yang produknya sudah go nasional dan internasional.

Pada tabel berikut dijelaskan kegiatan rantai nilai bunga potong sebagai berikut :

Tabel 1.1. Kegiatan NMM Florist Dalam Rantai Nilai Bunga Potong Di Kab.Bandung Barat

NMM Florist	Kegiatan
Petani	Kepemilikan lahan, Penanaman, Pemanenan, Pengolahan Pendistribusian
Pemasok/Pedagang	Kepemilikan lahan Penanaman Pemanenan Pengolahan (bunga potong) Pendistribusian (pedagang/toko kios)
Pendekor	Kepemilikan lahan Penanaman Pemanenan Pengolahan (bunga potong menjadi karangan bunga)) Pendistribusian (individu/perusahaan)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat peran kegiatan yang dilakukan oleh NMM Florist., yaitu sebagai petani, pemasok/distributor, serta pendekor. Berdasarkan hasil penelitian pada NMM Florist terkait Rantai Nilai bunga potong, diperoleh hasil analisis penelitian sebagai berikut:

## 1. Aktivitas Utama,

### 1.1. Logistik Ke Dalam (*Inbound Logistic*)

- 1.1.1. **Pelanggan** NMM Florist adalah masyarakat baik individu maupun Perusahaan untuk karangan bunga, sedangkan pelanggan bukan karangan bunga (satuan/bouquet) adalah pedagang/toko kios.
- 1.1.2. **Hasil Produk** adalah bunga potong (mawar, lili, gerbera, krisan, lavender, aster dan lain-lain). Produk tersebut digunakan untuk produk karangan bunga maupun buket bunga.
- 1.1.3. **Penjualan produk**, dilakukan **masih terbatas** melalui media social seperti WhatApps dan konvensional (mulut ke mulut). Selain itu produk bunga potong dijual ke berbagai tempat/toko kios yang ada di wilayah Jakarta Selatan dan sekitarnya.
- 1.1.4. **Kompetitor**, berada di wilayah terdekat (Parongpong) sebanyak 6 (enam) pesaing, sedangkan pesaing wilayah lain seperti Tebet, Cikini, Pondok Indah, Kertanegara, Ahmad Dahlan (Jakarta) belum ada pesaing, untuk wilayah Jakarta sebanyak 30 toko/kios bunga dipasok dari NMM Florist.
- 1.1.5. **Harga jual produk kompetitor**, Pesaing rata-rata menjual **produk yang berbeda** dengan NMM Florist, meliputi bunga yang ditempel pada karangan

bunga lebih sedikit, sedangkan untuk **harga produk pesaing dijual lebih murah (beda).**

- 1.1.6. Partner/rekan kerja**, yaitu petani bunga, dimana petani tersebut akan memasok kebutuhan bunga bagi NMM Florist ketika ada pesanan khusus bunga potong (anggrek dll) yang tidak ditanam oleh NMM Florist. Jumlah mitra sebanyak tiga puluh yang berada di wilayah Parongpong
- 1.1.7. penanganan material/bahan baku** bunga, selalu tersedia serta mudah diperoleh dari lahan sendiri, dan petani lain/mitra.
- 1.1.8. Masa panen bunga potong**, dilakukan seminggu dua kali yaitu setiap hari Selasa dan Kamis) atau saat pengiriman bunga potong ke wilayah Jakarta Selatan
- 1.1.9. Produk yang dihasilkan**, sebagian besar dari lahan sendiri, walaupun keadaan lahan tidak terpusat pada satu tempat (tersebar). Luas lahan dari beberapa titik sebanyak +/- 5.000m<sup>2</sup>. Selain lahan sendiri, penyiraman menjadi faktor penting dan harus diperhatikan jumlah penyiraman, pemupukan diberikan setiap 2 (dua) minggu, mendapat cahaya cukup (outdoor), kelembaban juga diperhatikan termasuk curah hujan sangat mempengaruhi kualitas bunga, pembersihan yang rutin untuk daun/rumput yang tidak sehat/mengganggu serta memangkas tanaman secara teratur.
- 1.1.10. Pasca Panen**, Hasil panen bunga potong langsung di bawa ke gudang untuk di pilih/di pilah (bagus/tidak), kemudian dikelompokkan sesuai jenis, selanjutnya dimasukkan ke dalam baskom yang berisi air, kemudian pengelompokkan bunga dibungkus dengan kertas serta diikat dengan karet/tali, selanjutnya siap dikirim pada jam 01.00 (dinihari) agar pada saat pagi hari sampai di tujuan pengiriman, produk masih dalam keadaan segar. Jika ada order/pesanan untuk karangan bunga, maka dipisaahkan terlebih dulu jenis bunga, selanjutnya dikerjakan oleh pegawai yang bertugas merangkai bunga sampai pengiriman.
- 1.1.11. Proses dari panen sampai distribusi**, Panen dilakukan dua kali dalam seminggu (selasa dan kamis) sesuai jadwal pengiriman ke wilayah luar Bandung. Bunga yang sudah dipanen segera dimasukkan ke gudang untuk dilakukan proses pemilihan/pengelompokkan jenis bunga, selanjutnya masing-masing kelompok bunga potong tersebut dimasukkan ke wadah baskom berisi air agar kesegaran bunga tetap terjaga (tanpa pengawet), pengikatan masing-masing kelompok jenis bunga menggunakan tali atau karet, pembungkusan tangkai bunga potong menggunakan kertas, serta pengiriman dilakukan pada dini hari, di tengah perjalanan dilakukan penyemprotan pada setiap buket bunga menggunakan sprayer dengan maksud tetap terjaga kesegarannya ketika tiba di tujuan pengiriman pada pagi hari
- 1.1.12. Gudang penyimpanan produk**, Karena sifat produk (bunga potong) yang tidak tahan lama, maka penyimpanan produk dari mulai panen sampai masuk ke gudang membutuhkan waktu sebentar, karena produk harus segera dikirimkan ke wilayah lain. Gudang yang dimiliki **masih terbatas** yaitu sebanyak dua gudang, satu gudang dipergunakan saat transit pasca panen, serta saat

pembuatan karangan bunga (showroom). Satu gudang lagi digunakan untuk tempat transit penyimpanan produk karangan bunga sampai pengiriman.

- 1.1.13. Pengendalian persediaan** produk, saat dibutuhkan baik untuk proses pembuatan karangan bunga, maupun untuk distribusi ke wilayah luar Bandung, persediaan bunga potong selalu tersedia dan mencukupi, hal ini karena disesuaikan dengan jadwal masa panen yang dilakukan sebanyak dua kali dalam seminggu. Persediaan produk diperoleh dari lahan milik sendiri maupun bermitra dengan petani lain untuk kebutuhan bunga tertentu (khusus).
- 1.1.14. Penjadwalan pengiriman produk**, NMM Florist memiliki kendaraan operasional yang digunakan untuk mengirimkan produk bunga potong maupun karangan bunga ke berbagai tempat/wilayah. Kendaraan tersebut adalah jenis mobil box yang dapat di buka/tutup baody atapnya. Pengiriman produk ke berbagai wilyah luar Bandung seperti Tebet, Cikini, Pondok Indah, Kertanegara, dan Ahmad Dahlan.
- 1.1.15. Peran pemasok usaha**, Kegiatan usaha yang dilakukan oleh NMM Florist mulai tahun 1997 awalnya hanya sebagai petani bunga potong, kemudian berkembang menjadi pedagang, pendeekor, maupun sebagai pemasok bunga potong segar bagi pihak lain (kios bunga di Jakarta sebanyak empat puluh kios).

## **1.2. Operasi (*Operation*)**

- 1.2.1. Mesin pendukung usaha**, Mesin yang digunakan dalam usaha lahan pertanian bunga adalah mesin penyemprot, dimana fungsinya untuk menyemprot hama, memberantas tunas yg menganggau tanaman bunga, dan lain-lain. Alat penyemprot bunga dan pestisida yang dimiliki **masih sederhana (manual)**, yaitu hands sprayer. Peralatan penunjang lain seperti cangkul, gunting, singkup, hand sprayer dan lain-lain.
- 1.2.2. Jumlah peralatan/mesin dan pemeliharaan**, Jumlah peralatan **masih terbatas**, alat penyemprot hand sprayer kapasitas 14 liter sebanyak 10 unit dipergunakan untuk satu hari dengan kapasitas 50-100 liter.padaa luas lahan lebih dari 4.900m<sup>2</sup>. Pemeliharaan hand sprayer sudah dilakukan oleh NMM Florist setiap satu bulan sekali di cek keadaan alatnya. Jika ada yang mulai trouble saat digunakan, maka segera dibetulkan oleh pihak yg mengerti.
- 1.2.3. Kemasan**, Pengemasan buket bunga potong dilakukan dengan menggunakan kertas putih serta saat hasil panen masuk ke gudang. Kemasan bunga karangan
- 1.2.4.** dilakukan sesuai keinginan konsumen baik warna maupun jenis bunga. Untuk kematian warna yang digunakan putih, kuning, dan biru. Untuk kebahagiaan digunakan warna merah, pink, dan kuning.
- 1.2.5. Pengerjaan (perakitan) produk**, Perakitan atas pesanan konsumen (individu/perusahaan/kios) dilakukan NMM Florist dengan cara mengikat 1 (satu) kodi berisi 20 (dua puluh) tangkai bunga berbagai jenis untuk kebutuhan karangan bunga maupun buket. Proses perakitan produk membutuhkan waktu sekitar 2-3 jam. NMM menerima jasa dekorasi karangan bunga untuk ucapan keagamaan, kematian, serta kebahagiaan. Karangan bunga dilakukan oleh NMM Florist sebagai nilai tambah dari produk yang dihasilkan (bunga potong).

- 1.2.6. Pengujian akhir produk,** NMM Florist sebagai petani dan pemasok memastikan hasil bunga yang dipanen dalam kondisi segar. Jika ada yang gagal (layu, patah tangkai, bentuk bunga tidak utuh dll), maka dilakukan reject (penolakan) dengan cara dibuang. NMM Florist sebagai pendekor melakukan pengujian atas produk akhir dengan langkah-langkah meliputi : (1) membuat konsep papan dan karangan bunga, (2) memperhatikan ukuran dan bentuk, (3) menyediakan bahan-bahan untuk membuat papan bunga, (4) menggunakan bunga yang sesuai, (5) memilih bunga segar, (6) memperhatikan tata letak bunga, (7) menambahkan pita/hiasan, (8) menggunakan teks yang jelas, (9) memberi ruang untuk teks, (10) mengemas dengan rapi. Selanjutnya produk karangan bunga didokumentasikan dulu ke konsumen, jika konsumen setuju, produk segera dikirim. Jika konsumen ada komplain, maka di perbaiki/dilengkapi.
- 1.2.7. Komponen lain (pencetakan)** pembuatan produk, Produk karangan bunga potong sudah ada standar pembuatan mulai dari rangka kayu, rangka besi, maupun vas. Komponen lain yang digunakan adalah huruf yang terbuat dari Styrofoam yang dapat dibeli di pasaran maupun dibuat sendiri. Saat ini sudah tersedia mesin computer melalui aplikasi untuk desain suatu karangan bunga mulai huruf, teks, warna maupun jenis bunga, tetapi harganya cukup mahal (27 juta).
- 1.2.8. Fasilitas pembuatan produk,** Fasilitas produk karangan bunga meliputi rangka kayu/besi maupun vas, adalah bunga segar, gabus, spon, huruf Styrofoam dimana fasilitas tersebut dibeli secara baru maupun bekas dari pengepul. Kemudian gunting, triplek, gergaji, jarum kecil, karpet, perekat, tali, selotape, serta hands sprayer.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa kegiatan usaha tanaman hias ini, terdapat beberapa pesaing (competitor), dimana competitor berasal dari wilayah terdekat maupun kios atau toko yang tersebar di luar Kabupaten Bandung Barat. Berikut tabel nama toko/kios, serta jenis pesanan, maupun selisih harga antara pemasok dan took/kios sebagai berikut:

Tabel distributor/pemilik toko, jenis pesanan, harga satuan & harga toko di wilayah Jakarta

No	Nama	Jenis Pesanan Bunga	Harga Satuan	Harga Toko
1	Romi	Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
2	Ririn	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
3	Truly	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
4	Sabilla	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000

5	Rozana	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
6	Acil	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
7	Mance	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
8	Rosalia	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Krisdoren	Rp. 5.000	Rp. 8.000
9	Lexza	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
10	Flamboyan	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
11	Arif	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
12	Mian	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
13	Cikini Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
14	Abas Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
15	Ria	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
			Rp. 1.500	Rp. 3.000
16	CH	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
17	Rehan Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
18	Ricky	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
19	Salwa	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000

		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
20	Olif	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Pakis	Rp. 6.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
21	Alam	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
22	Nailla	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
23	Harum Sari	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
24	Sebunga	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
25	Rumah Bunga	Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
26	Natalia	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
27	Wulan Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
28	Ahya	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
29	Bocor Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
30	Senu Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000

### 1.3. Logistik ke Luar (Outbound Logistic)

**1.3.1. Pengumpulan, penyimpanan, dan mendistribusikan** produk, Proses pengumpulan, penyimpanan, dan distribusi produk sama seperti yang dilakukan pada tahap Logistik ke Dalam (Inbound Logistic). Pembeda hanya dalam pengiriman ke luar Bandung menggunakan mobil box, sedangkan sebagian besar karangan bunga dikirim melalui jasa ojek online untuk wilayah terdekat.

**1.3.2. Gudang** penyimpan produk, Penyimpanan bunga segar yang akan dikirim ke wilayah Jakarta dikumpulkan serta disimpan sementara di gudang sekaligus showroom/galeri.

**1.3.3. Penanganan material/bahan baku**, Bahan baku (bunga potong) yang tersedia sebelum dikirim dilakukan tahap-tahap terkait, bentuk bunga, tangkai bunga, kesegaran bunga serta kemasan bunga serta pengecekan kendaraan operasional serta pengecekan kesegaran bunga ditengah perjalanan dengan melakukan penyemprotan kembali menggunakan hands sprayer. Pengiriman dilakukan saat tengah malam agar ketika sampai di tempat tujuan pagi hari masih dalam keadaan segar.

**1.3.4. Kendaraan operasional pengiriman** produk, Kendaraan operasional yang dimiliki NMM Florist sebanyak satu unit. Kendaraan tersebut digunakan untuk pengiriman bunga potong jarak jauh. Untuk pengiriman terdekat produk karangan bunga menggunakan jasa ojek online dan jika memungkinkan menggunakan kendaraan sendiri.

**1.3.5. Proses pemesanan produk**, dilakukan saat ada permintaan (order) konsumen. Untuk pemesanan buket bunga menyesuaikan masa panen seminggu dua kali.

#### **1.4. Pemasaran dan Penjualan**

**1.4.1. Iklan Produk**, Produk NMM Florist di informasikan ke konsumen melalui media social. Penanganan promosi dilakukan pemilik dan **menggunakan WA (chat/telepon) saja**, padahal hal tersebut sangat terbatas karena komunikasi melalui WA hanya kepada orang yang dikenal (save nomor), walau pemilik sangat rajin update status dalam kegiatan mulai pembuatan produk sampai ke tempat pengiriman.

**1.4.2. Promosi Medsos**, Media social yang digunakan adalah WA dan IG. Media social seperti IG (Onez Florist) **sudah dilakukan tetapi jarang digunakan** karena keterbatasan SDM terhadap teknologi. Sebagian besar promosi karangan bunga/buket dilakukan secara konvensional (mulut ke mulut).

**1.4.3. Tenaga Penjualan**, Pegawai tetap pada NMM Florist pada saat pengantaran produk sekaligus sebagai tenaga penjualan, mampu menguasai dan menjelaskan kepada konsumen detail produk yang dihasilkan baik karangan bunga maupun buket bunga kepada konsumen individu/perusahaan/pedagang kios (knowledge product). Tenaga penjualan tersebut sebanyak dua orang untuk pendistribusian ke Jakarta.

**1.4.4. Pilihan Saluran Produk**, Terdapat dua saluran produk, pertama produk karangan bunga mulai dari order (pesan), pembuatan sampai pengiriman (**untuk karangan bunga dari NMM Florist ke konsumen individu/perusahaan**), kedua produk potongan bunga mulai dari panen, pengelompokkan, pengikatan, penyegaran sampai pengiriman (**untuk bunga potong dari NMM Florist ke konsumen (pedagang/toko kios)**). Channel/jalur produk karangan bunga untuk wilayah Jakarta dikerjakan oleh NMM Florist.

**1.4.5. Hubungan Saluran**, Sejak usaha dijalankan (1997), NMM Florist membangun hubungan dasar **kepercayaan** dengan mitra (petani), pelanggan tetap, maupun dengan pedagang/toko kios. Kepercayaan tersebut juga terjadi pada proses pembayaran dengan sistem termin pada pedagang/toko kios di Jakarta.

**1.4.6. Harga Produk, Harga dasar** yang ditawarkan NMM Florist bervariasi mulai dari Rp. 40.000-Rp. 45.000 (untuk 1 kodi=20 tangkai), Rp. 150.000-Rp. 350.000 (vas bunga), Rp. 500.000-Rp. 750.000 (karangan bunga). **Harga yang ditawarkan/dijual kembali** oleh setiap toko kios (40 kios) adalah **berbeda-beda** (sesuai permintaan), untuk masing-masing 10 (sepuluh) ikat bunga potong.

#### **1.5. Pelayanan (Service)**

- 1.5.1. Instalasi Produk,** Instalasi yang digunakan adalah rangka kayu, rangka besi, maupun vas, dan kendaraan. Layanan yang diberikan pada nilai tambah produk yang berkualitas (bunga segar, harga terjangkau serta pengiriman tepat waktu. Ada dokumentasi produk akhir disampaikan kepada konsumen sebelum dikirimkan.
- 1.5.2. Perbaikan Produk,** Perbaikan produk dilakukan ketika ada complain konsumen (ketidaksiesuaian jenis bunga, huruf, teks/ucapan, maupun waktu pengiriman) baik produk karangan bunga (rusak) maupun bunga potong (reject)
- 1.5.3. Pelatihan Pemerintah/Perusahaan/Akademik,** Pelatihan yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah (kecamatan/desa), perusahaan yang ditunjuk, maupun pelatihan dari akademisi pernah dilakukan.
- 1.5.4. Pasokan Suku Cadang,** Karena penunjang/komponen untuk pembuatan produk karangan bunga sangat sederhana dan mudah ditemukan, maka tersedia pasokan suku cadangnya. Untuk kegiatan di lahan pertanian suku cadang seperti hands sprayer **tidak disediakan** (jika rusak membeli kembali (baru)).
- 1.5.5. Penyesuaian Produk,** Penyesuaian produk NMM Florist sangat bergantung kepada iklim/cuaca. Jika musim hujan, sangat berpengaruh terhadap hasil produk (cepat layu, rusak, tidak tahan lama).

## **1. AKTIVITAS PENDUKUNG/SEKUNDER**

### **1.2. Pengadaan**

- 1.2.1. Pembelian Input Produksi,** Input produksi NMM Florist sudah dilakukan meliputi ketersediaan bahan baku/material, penggunaan tenaga manusia, alat/peralatan yang dimiliki, memiliki lokasi/gudang, memiliki kendaraan operasional.

### **2.2. Pengembangan Teknologi**

- 2.2.1. Pengembangan Teknologi, Pengembangan teknologi** pada NMM Florist **belum dilakukan.** Contoh penggunaan aplikasi desain produk karangan bunga pada computer (3D). Kemudian penggunaan penyemprotan maupun penyiraman masih manual (tidak menggunakan drone)
- 2.2.2. Peningkatan Produk,** Penggunaan aplikasi desain produk karangan bunga pada computer (3D) sangat berpengaruh terhadap peningkatan produk, karena membantu peran SDM dalam proses pengerjaan produk karangan bunga. Penyemprotan maupun penyiraman jika menggunakan penyemprot kapasitas mesin besar dan jangkauan jauh atau penggunaan drone, sangat berpengaruh dalam peningkatan kapasitas produk, karena membantu peran SDM dari sisi kuantitas dan kualitas produk.
- 2.2.3. Peningkatan Proses,** Peningkatan proses pada NMM Florist **selalu diupayakan walau bertahap.** Contoh peningkatan proses SDM dalam menguasai usaha terkait lahan pertanian dan produk inti/turunannya. Peningkatan proses peralatan walau sederhana tetapi ada penggantian/penambahan.

### **2.3. Manajemen Sumber Daya Manusia (HRD)**

- 2.3.1. **Rekrutment**, Perekrutan sudah dilakukan oleh NMM Florist. Tenaga kerja tetap sebanyak 6 (enam) orang, 4 (empat) orang di bagian gudang/showroom, 2 (dua) orang di bagian merangkai bunga, mereka direkrut dari lingkungan terdekat (keluarga/orang lain). Tenaga kerja di lahan pertanian sebanyak 10 (sepuluh) orang dengan sistem menyewa/kontrak. Perekrutan tentative juga dilakukan pada saat pengerjaan produk sedang tinggi dari konsumen.
- 2.3.2. **Sewa Pegawai**, Saat banyak order (pesanan) pembuatan karangan bunga, NMM Florist menyewa tenaga/pegawai tambahan (laki2 maupun wanita). Order karangan bunga dilakukan di setiap hari Sabtu dan Minggu, rata-rata menghasilkan 2-3 karangan bunga. Perekrutan tenaga wanita diberikan tugas menyiangi (membersihkan rumput yang mengganggu lahan bunga)
- 2.3.3. **Pelatihan Pegawai**, Pelatihan dilakukan oleh kalangan akademik, perusahaan yang ditunjuk, maupun pemerintah setempat,
- 2.3.4. **Pengembangan Pegawai**, Pengembangan pegawai pada NMM Florist **masih kurang** dalam soft dan hard skill, sistem yang otodidak, serta tidak ada kaderisasi keluarga (usaha keluarga berbeda-beda)
- 2.3.5. **Kompensasi Pegawai**, Kompensasi (upah) bagi tenaga kerja tetap serta sistem borongan bagi tenaga kerja tidak tetap. Tenaga kerja tetap mendapatkan upah per hari sebesar Rp. 50.000-Rp. 75.000 (bersih). Bagi tenaga tidak tetap (mulai pengerjaan sd pengiriman) produk karangan bunga diberikan upah Rp. 100.000 untuk 1 (satu) papan

#### 2.4. **Infrastruktur Perusahaan**

- 2.4.1. **Manajemen Umum, Pengelolaan usaha masih sederhana.** Contoh aktivitas di 1 (satu) gudang masih satu tempat dengan showroom/galeri, pencatatan keuangan masih sederhana hanya menggunakan buku tulis, promosi masih terbatas (WA), tenaga kerja masih terbatas, sementara lahan luas (4.900 m2), teknologi yang menunjang pengerjaan produk karangan bunga masih sederhana (manual), pengelolaan produksi (panen) maupun pengerjaan order tidak setiap saat
- 2.4.2. **Perencanaan**, Perencanaan usaha meliputi aspek produksi, pemasaran, MSDM, keuangan dan akuntansi maupun sistem manajemen **belum dilakukan** oleh NMM Florist. Berbekal pengalaman awal usaha pada tahun 1997 kemudian mengalami jatuh bangun usaha, maka NMM Florist dengan kelemahan tersebut mencari berbagai peluang, mengantisipasi pesaing-pesaing, kemudian kekuatan yang dibangun (lama berdiri dan kepercayaan) membuat usaha masih bertahan sampai sekarang.
- 2.4.3. **Keuangan Akuntansi**, Sistem pencatatan keuangan di NMM Florist **masih sederhana** (dicatat pada buku tulis), pemilik berperan dalam tugas tersebut (one man show). Untuk menunjang kegiatan usaha, NMM Florist sudah diberikan pinjaman/kredit dari pihak Bank (pembiayaan Bank)
- 2.4.4. **Hukum**, NMM Florist **belum mendaftarkan perijinan usaha**. untuk NIB (No Induk Berusaha) sudah dilakukan.
- 2.4.5. **Urusan Pemerintah**, Pendampingan, pembinaan, pelatihan, fasilitasi dari pemerintahan **masih kurang** dan tidak setiap saat. Perhatian pemerintah

setempat berupa penawaran mobil terbuka dan bangunan. Dalam implementasinya penawaran bangunan (Green House, rumah kaca) yang seharusnya didanai Rp. 90.000.000 hanya diberikan setengahnya, sedangkan bangunan yg sudah tahap selesai, pendanaan setengahnya dihandle oleh NMM Florist.

**2.4.6. Manajemen Mutu**, NMM Florist **tidak melakukan** uji mutu terhadap produk bunga potong, dengan pertimbangan terdapat cara lain untuk menjaga daya tahan produk dengan perendaman air pasca panen maupun penyemprotan di tengah perjalanan dengan hands sprayer. NMM Florist **tidak melakukan** pengawetan produk bunga potong dengan pertimbangan hal tersebut dilakukan jika dilakukan pengiriman ke luar negeri (ekspor bunga potong) seperti yang dilakukan salah satu pemilik usaha sejenis orientasi ekspor (ada tahapan-tahapan supaya Produk awet dan tahan lama). Riset pengembangan produk **belum dilakukan** karena harus ada pihak lain yang expert di bidang tanaman hias/bunga potong.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Aktivitas utama (primer) meliputi *logistic ke dalam (inbound logistic)*, Terdapat beberapa kegiatan yang *belum dilaksanakan* oleh NMM Florist adalah: *pergudangan, mesin & pemeliharaan peralatan, serta iklan.*
2. *Logistik keluar (outbound logistic)*, Terdapat beberapa kegiatan yang *belum dilaksanakan* oleh NMM Florist adalah *Iklan, dan promosi.*
3. Aktivitas pendukung, kegiatan yang *belum dilaksanakan* NMM Florist adalah: *pengembangan teknologi, manajemen umum, perencanaan, keuangan dan akuntansi, urusan pemerintahan, serta manajemen mutu.*

## DAFTAR PUSTAKA

- Adriyansya L, Hendra U, Abdul R. (2021). *Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung*. Volume 1, No.2, November 2021 ISSN 2798-026X (online) DOI .37905/jirev.1.2.94-103 JAMBURA Industrial Review.
- Armenia R, Pandi P, Gema WM. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong Di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal AGROSAINS dan TEKNOLOGI*. 2(1). 13-21.
- Detha Alfrian Fajri dan Aulia Luqman Azis. 2021. *Manajemen Strategis*. Universitas Brawijaya Press UB Press. Malang.
- Fauzi, Teddy H. 2020. *Manajemen Strategi Bisnis: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Yayasan Kharisma Venti Rahmawati

- Firlawanti Lestari Baguna, Fatmawati Kaddas. (2021). ANALISIS RANTAI NILAI DAN KONTRIBUSI PENDAPATAN TERHADAP PEMANFAATAN HHBK KAYU MANIS DI PULAU TIDORE. Vol.1 No.9 Februari 2021, 1787-1794, ISSN 2722-9475 (Cetak) ISSN 2722-9467 (Online). Fakultas Pertanian, Universitas Khairun. *JIP-Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Ivonne Ayesha. (2016). Analisis Rantai Pasok Komoditas Florikultura sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Bandung Barat. *Mimbar Agribisnis Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 1(2). 133-138.
- Juju. Undang. 2023. Manajemen Strategi. Cipta Media Nusantara. Surabaya
- K.Ayu Novita, I Ketut S, Dewa AAY. (2016). Rantai Nilai Bunga Potong Heliconia Caribaea Desa Kerta, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. *Jurnal REKAYASA DAN MANAJEMEN AGROINDUSTRI*. 4(1). 11-20
- Lawrence R.Jauch dan William F. Glueck. 1997. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan Edisi ketiga*. Erlangga. Jakarta
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3S, Jakarta.
- Nia AD, Diyah P, Ari SN. (2021). Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UD Ijen Batik Bondowoso). *Jurnal Asersi : Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis*. 1(1). 12-24
- Pangemanan, L., G. Kapantow, dan M. Watung. 2011. *Analisis Pendapatan Usaha tani Bunga Potong*. ASE, 7 (2) : 5 – 14.
- Rangga W, Muhammad F, Rina O. (2018). Daya Saing PT Pesona Daun Mas Asri Berdasarkan Aktivitas Rantai Nilai. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis* Vol.4.No.1, Januari 2018.
- Ratih MK, Anas MF, Achmad C. 2012. Daya Saing PT Benar Flora Utama Berdasarkan Aktivitas Rantai Nilai Florikultura. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 9(3): 146-153.
- Saladin. Djaslim. 2004. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Linda Karya. Bandung.
- Suryana Yoga Perdana. 2020. *Bisnis Digital. Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2016. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta. Bandung.
- Umar. Husen. *Strategic Management in Action. Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit* Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger. 2001. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- KOMPAS.com <http://buku.kompas.com>