

DAFTAR PUSTAKA

- Andryana, T. S., Daryanto, H. K., dan Maulana, A. 2019. Strategi pengembangan bisnis tanaman hias PT Monfori Nusantara dengan pendekatan model bisnis kanvas. *J. Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*. 5(1): 47-58. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.1.47>
- Arifudin, O., Tanjung, R., dan Sofyan, Y. 2021. *Manajemen strategik teori dan implementasi*. CV. Pena Persada: Banyumas.
- Arum, D. S., Retnowati, E., Masnawati, E., Mardikaningsih, R., Zakki, M., Darmawan, D., dan Saktiawan, P. 2024. Penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam meningkatkan umkm pengrajin tas di Tanggulangin Sidoarjo. *Economic Xenization Abdi Masyarakat*. 2(2): 13-20.
- Ayesha, I. 2017. Analisis rantai pasokan komoditas florikultura sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat di Kabupaten Bandung Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 1(2): 133-138. <https://dx.doi.org/10.25157/ma.v1i2.55>
- Bank Indonesia. 2024. Data Inflasi. <https://www.bi.go.id/id/statistik/indikator/data-inflasi.aspx> (Diakses 26 Januari 2025).
- BPS. 2021. *Produksi Tanaman Florikultura (Hias), 2021-2023*. Badan Pusat Statistik: Jakarta. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjQjMg==/produksi-tanaman-florikultura-hias-.html> (Diakses tanggal: 9 September 2024).
- BPS. 2022. *Produksi Tanaman Florikultura (Hias) Tahun 2022*. <https://www.bps.go.id/indicator/55/64/1/produksi-tanaman-florikulturhias.html> (Diakses tanggal 8 September 2024).
- BPS. 2024. *Laju Pertumbuhan Produk domestik Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Konstan Menurut lapangan Usaha (Persen), 2022-2023*. <https://tangselskota.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODEjMg==/laju-pertumbuhan-produk-domestik-bruto-pdrb-atas-dasar-harga-konstan-menurut-lapangan-usaha.html> (Diakses tanggal 26 Januari 2025).
- BPS. 2024. *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan (Orang), 2024*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/Njc0IzI=/pengangguran-terbuka-menurut-pendidikan-tertinggi-yang-ditamatkan.html> (Diakses tanggal 5 Februari 2025).
- David, F. 2017. *Manajemen Strategik*. Salemba Empat: Jakarta.

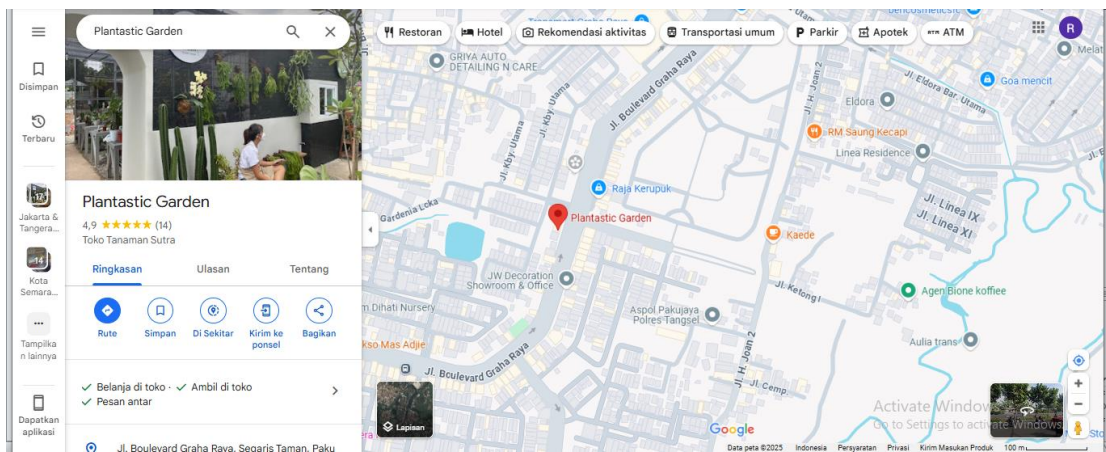
- David, F. R. 2004. *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep*, Edisi Kesembilan. PT Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta.
- Devi, S. N., Widiyantono, D., dan Utami, D. P. 2024. Strategi pengembangan usaha bunga krisan di five florist berbasis *Business Model Canvas*. *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. 13(1): 159-179.
- Fatimah, F.N.D. 2020. *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia: Yogyakarta.
- Hardikly, M. I., Nova, D. K., Rahmadewi, A., dan Kustiningsih, N. 2021. Optimalisasi *digital payment* sebagai solusi pembayaran UMKM roti Kasur. *J. Riset Entrepreneurship*. 4(1): 44-48. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2193>
- Hizqiyah, I. Y. N., Suteja, J., Toharudin, U., Ibrahim, Y., Cartono, C., Darto, D., dan Harmaen, D. 2022. Pemberdayaan masyarakat non produktif kecamatan baleendah kabupaten bandung melalui budidaya tanaman hias. *J. Indonesia Mengabdi*. 4(2): 30-35. <https://doi.org/10.30599/jimi.v4i2.1657>
- Jumriani, J., dan Yusuf, M. K. 2024. Analisis cashflow terhadap perkembangan umkm di kota parepare. *DECISION: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 5(2): 366-379. <https://doi.org/10.31850/decision.v5i2.3294>
- Kemarauwana, M. dan D. Darmawan. 2020. Perceived ease of use contribution to behavioral intention in digital payment. *Journal of Science, Technology and Society*. 1(1): 1-4.
- Lestari, Y., Noor, C. M., Fauzzia, W., dan Anissa, R. N. 2024. Strategi penentuan harga jual tanaman hias di UMKM Tanaman Hias Cihideung. *J. Sosmas & Abdimas*. 6(2): 107-114. <https://doi.org/10.51977/jsa.v6i2.1831>
- Luthan, M. Z., Winandi, R., dan Rifin, A. 2019. Analisis pengembangan model bisnis kanvas perusahaan hortikultura PT. XYZ. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*. 9(2): 185-199.
- Maftahah, R., Wijayantini, B., dan Setianingsih, W. E. 2022. Strategi pengembangan usaha budidaya jamur dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). *Inovator*. 11(1): 300-310. <https://doi.org/10.32832/inovator.v11i2.7186>
- Martoyo, A., Hendrawan, S. A., dan Hesnananda, R. 2022. Perencanaan strategi pemasaran tanaman hias taman anggrek ragunan di masa pandemi covid-19. *J. Sekretari dan Manajemen*. 6(2): 114-122. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12379>
- Maulidah, S. 2012. *Pengantar Manajemen Agribisnis*. UBPress: Malang.

- Osterwalder, A., dan Pigneur, Y. 2017. *Business Model Generation*. Elex Media Komputindo: Jakarta.
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., dan Indrawati, A. 2020. *Digital marketing*. PT. Litendo Berkah Karya: Malang
- Putra, F. C. K., Indriani, Y., dan Riantini, M. 2021. Sistem agribisnis tanaman hias bunga (adenium, anggrek, dan mawar) di Kota Bandar Lampung. *J. Ilmu-Ilmu Agribisnis*. 9(2): 191-197. <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v9i2.5075>
- Rangkuti, F. 2016. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Sally, N.D., dan Indriyani, R. 2015. Analisa pengembangan usaha pada UD. Budi Veneer (Studi Kasus pada Aspek Pemasaran). *J. Agora*. 3(1): 385-390.
- Satoto, H. F., dan Norhabiba, F. 2021. Perencanaan strategi pengembangan usaha dengan metode quantitative strategic planning matriks. *J. Tiarsie*. 18(4): 109-114. <https://doi.org/10.32816/tiarsie.v18i4.120>
- Saunders, M., Lewis, P., dan Thornhill, A. 2016. *Research Methods for Business Students (7th Edition)*. Pearson Education
- Setyawan, D. 2022. Tinjauan peningkatan penjualan tanaman hias di masa pandemi dengan Life Cycle Assesment (LCA). *National Multidisciplinary Sciences*. 1(2): 185-193. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i2.54>
- Sholihah, B., Prasetyo, E., dan Nurfadillah, S. 2022. Strategi pemulihan usaha dengan pendekatan business model canvas di griya coklat nglanggeran. *Jambura Agribusiness Journal*. 3(2): 95-108. <https://doi.org/10.37046/jaj.v3i2.14243>
- Sholikhah, V. 2021. Manajemen strategi ekonomi agribisnis dalam konteks ilmu ekonomi mikro. *LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah*. 2(2): 113-129. <https://doi.org/10.53515/lantabur.2021.2.2.113-129>
- Sinambela, E. A. dan D. Darmawan. 2022. Advantages and disadvantages of using electronic money as a substitute for cash. *Journal of Social Science Studies*. 2(2): 56-61.
- Syuja'Hakim, M. A., Baga, L. M., dan Tinaprilla, N. 2024. Strategi pengembangan usaha pelatihan hidroponik di kota bogor. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*. 14(1): 8-17. <https://doi.org/10.29244/fagb.14.1.8-17>
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

- Warnaningtyas, H. 2020. Desain bisnis model canvas (bmc) pada usaha batik kota madiun. JURNAL EKOMAKS Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. 9(2): 52-65. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i2.62>
- Wiraatmaja, I. W. 2016. Bahan Ajar Teknologi Budidaya Tanaman Hias. Denpasar: Fakultas Pertanian UNUD.
- Wulandari, N. A. 2022. Strategi pengembangan usaha cv vanana jaya sinergi menggunakan metode business model canvas (bmc), swot dan quantitative strategic planning matrix (QSPM). J. Agroindustri Berkelanjutan. 1(2): 271-282. <http://dx.doi.org/10.23960/jab.v1i2.6377>
- Wulandari, D. A., dan Hastuti. (2022). Analisis daya saing bunga krisan di pasar Jepang: *Analysis of the Competitiveness of Chrysanthemum Flowers in the Japanese Market*. Bekasi Development Innovation Journal. 1(2): 88-101. <https://doi.org/10.1234/bdijournal.v1i2.57>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Denah dan Lokasi Penelitian Plantastic Garden



Lampiran 2. Kuesioner

1. Kuesioner Profil General Perusahaan

Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan :
4. Pendidikan Terakhir :

Daftar Pertanyaan

1. Perusahaan ini didirikan tahun berapa dan bulan apa?
2. Bagaimana awal terbentuknya perusahaan ini?
3. Berapa banyak karyawan yang bekerja di Plantastic Garden?
4. Mengapa penjualan domestik menjadi target penjualan utama pada perusahaan ini?
5. Bagaimana rencana bisnis Plantastic Garden untuk kedepannya?
6. Apakah Plantastic Garden sudah menerapkan kultur jaringan dalam perbanyakkan tanamannya?

2. Kuesioner Identifikasi BMC (Internal)

Customer Segment

1. Siapa saja yang menjadi target konsumen Plantastic Garden?
2. Siapa saja yang menjadi konsumen Plantastic Garden saat ini?
3. Segmen konsumen yang seperti apa yang terpenting bagi Plantastic Garden?

Value Propotions

1. Nilai apa yang dimiliki perusahaan dan diberikan kepada para konsumen?
2. Produk apa saja yang ditawarkan kepada segmen konsumen?

3. Apakah terdapat kendala dalam menyalurkan nilai tersebut? Jika iya, disebabkan karena apa?

Channels

1. Saluran mana saja yang digunakan perusahaan dalam menjangkau konsumen?
2. Bagaimana Plantastic Garden membentuk saluran tersebut?
3. Saluran mana sajakah yang paling efektif dan efisien?
4. Apa saja kendala dalam menggunakan saluran tersebut?

Customer Relationship

1. Bagaimana perusahaan membangun sebuah hubungan dengan konsumen?
2. Hubungan apa yang diharapkan oleh masing-masing segmen konsumen yang dibangun dan dipertahankan oleh Plantastic Garden?
3. Bagaimana hubungan konsumen tersebut mempengaruhi model bisnis yang dijalankan?

Revenue Streams

1. Sistem pembayaran seperti apa yang diterapkan oleh Plantastic Garden? Pembayaran seperti apa yang lebih disukai oleh konsumen?
2. Apa saja sumber pendapatan yang dimiliki oleh Plantastic Garden?
3. Seberapa besar pengaruh arus pendapatan Plantastic Garden terhadap pendapatan secara keseluruhan?

Key Resources

1. Sumber daya utama apa saja yang diperlukan dan dimiliki oleh Plantastic Garden?
2. Sumber daya apa yang kurang mendukung saat keberjalanan operasional perusahaan dan perlu dikembangkan di Plantastic Garden?
3. Sumber daya apa yang paling efektif di Plantastic Garden?

Key Activities

1. Aktivitas kunci atau utama apa saja yang dilakukan oleh Plantastic Garden untuk menunjang proporsi nilai, saluran distribusi, hubungan konsumen, dan arus pendapatan?
2. Apakah aktivitas tersebut sudah berjalan dengan baik dalam kegiatan operasional perusahaan?

Key Partnership

1. Siapa saja yang menjalin kerja sama atau bermitra dengan Plantastic Garden?
2. Apakah Plantastic Garden mendapatkan sumber daya dari mitra tersebut? Sumber daya tersebut dalam bentuk apa?
3. Kegiatan apa saja yang dilakukan oleh mitra tersebut?

Cost Structure

1. Biaya apa saja yang menjadi penting dalam usaha tanaman hias Plantastic Garden?
2. Sumber daya apa saja yang memerlukan biaya paling banyak untuk menjalankan usaha Plantastic Garden?
3. Apakah terdapat aktivitas kunci yang memerlukan biaya tinggi dalam menjalankan usaha Plantastic Garden?

3. Kuesioner Lingkungan Model Bisnis (Eksternal)**Kekuatan Pasar**

1. Bagaimana Anda melihat posisi Plantastic Garden di pasar tanaman hias dan layanan *landscaping* saat ini?
2. Apa yang menurut Anda menjadi daya tarik utama bagi pelanggan yang memilih menggunakan produk dan layanan dari Plantastic Garden?

3. Menurut Anda, apa yang menjadi tantangan terbesar dalam menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada?

Kekuatan Industri

1. Bagaimana Anda melihat dinamika industri tanaman hias dan landscaping dalam beberapa tahun terakhir? Apakah ada perubahan signifikan dalam permintaan atau tren di industri ini yang memengaruhi perusahaan ini?
2. Apa yang Anda anggap sebagai faktor pembeda yang dapat membawa keunggulan kompetitif bagi Plantastic Garden di pasar yang semakin kompetitif ini?
3. Apa saja yang perlu dilakukan oleh Plantastic Garden untuk menjaga atau meningkatkan posisinya dalam industri ini?

Tren Kunci

1. Adakah peran dan regulasi pemerintah yang dapat membantu usaha pertanian, khususnya usaha tanaman hias?

Kekuatan Ekonomi Makro

1. Bagaimana kondisi ekonomi tersebut mempengaruhi daya beli konsumen terhadap tanaman hias?
2. Apakah Anda melihat faktor ekonomi makro sebagai hambatan atau peluang bagi perusahaan dalam beberapa tahun ke depan?
3. Bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan strategi atau operasionalnya untuk menghadapinya?

4. Kuesioner *Customer Profile* (Eksternal)

A. Identitas Konsumen

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan :
4. Domisili :
5. Layanan apa yang pernah Anda gunakan di Plantastic Garden? (Bisa memilih lebih dari satu)
 - a. Pembelian Tanaman Hias
 - b. Jasa Rental Tanaman Hias
 - c. Jasa *Landscaping*
6. Seberapa sering Anda membeli tanaman hias/menggunakan jasa *landscaping*/rental tanaman hias dalam satu tahun terakhir?
 - a. 1 kali
 - b. > 1 kali

B. Kuesioner *Customer Jobs*

1. Apa tujuan utama Anda membeli tanaman hias/menggunakan jasa *landscaping*/rental tanaman hias? (Bisa memilih lebih dari satu)
 - a. Mempercantik atau menghidupkan ruangan
 - b. Menciptakan suasana yang lebih nyaman
 - c. Hobi atau koleksi
 - d. Hadiah
2. Apa yang Anda harapkan dari tanaman hias/jasa *landscaping*/rental tanaman hias yang Anda beli/gunakan?
3. Menurut Anda, faktor apa saja yang paling penting dalam memilih tanaman hias/jasa *landscaping*/rental tanaman hias?

- a. Kualitas Tanaman
- b. Harga
- c. Desain/Estetika
- d. Pelayanan

B. Kuesioner *Customer Pains*

1. Apakah ada kesulitan atau masalah yang Anda hadapi saat membeli tanaman hias/menggunakan jasa *landscaping*/rental tanaman hias dari Plantastic Garden? (Bisa memilih lebih dari satu)
 - a. Kualitas tanaman tidak sesuai harapan
 - b. Harga terlalu mahal
 - c. Pilihan tanaman terbatas
 - d. Proses pembelian/pemesanan rumit
 - e. Pelayanan kurang memuaskan
 - f. Kurangnya informasi/panduan perawatan

C. Kuesioner *Customer Gains*

1. Apa manfaat yang Anda rasakan setelah membeli tanaman hias/menggunakan jasa *landscaping*/rental tanaman hias dari Plantastic Garden? (Bisa memilih lebih dari satu)
 - a. Ruangan menjadi lebih indah/nyaman
 - b. Mendapatkan tanaman hias yang berkualitas
 - c. Proses penanaman/perawatan yang mudah
 - d. Desain taman yang sesuai dengan keinginan
 - e. Pelayanan yang ramah dan profesional
 - f. Harga yang sesuai
2. Apakah Plantastic Garden telah memenuhi harapan Anda? Jelaskan

Lampiran 3. Kuesioner Identifikasi SWOT dalam Komponen BMC

Melakukan identifikasi komponen Kekuatan (*Strenght*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*), dan Tantangan (*Threats*) berdasarkan model bisnis kanvas aktual pada Plantastic Garden.

- a. Faktor Internal merupakan faktor kekuatan yang dapat dimanfaatkan secara maksimal dan faktor kelemahan yang perlu diatasi sesuai dengan proses bisnis Plantastic Garden.
- b. Faktor Eksternal merupakan faktor peluang yang dapat dimanfaatkan secara maksimal dan faktor tantangan yang perlu diatasi sesuai dengan proses bisnis Plantastic Garden.

Petunjuk Pengisian Faktor Internal

Tentukan faktor-faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Plantastic Garden dan berpotensi mempengaruhi aktivitas bisnis pada setiap elemen *Business Model Canvas*.

Petunjuk Pengisian Faktor Eksternal

Tentukan faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dimiliki Plantastic Garden dan berpotensi mempengaruhi aktivitas bisnis pada setiap elemen *Business Model Canvas*.

Lampiran 3. (Lanjutan)

Elemen BMC		Identifikasi SWOT		
		Strenghts (S)	Weakness (W)	Opportunity (O) Threats (T)
1	Customer Segments (CS)			
2	Value Proportion (VP)			
3	Channels (CH)			
4	Customer Relationship (CR)			
5	Key Resources (KR)			
6	Key Activities (KA)			
7	Key Partnership (KP)			
8	Revenue Streams (R\$)			
9	Cost Structure (C\$)			

Lampiran 4. Jenis Tanaman Hias Variegata dan Non-Variegata di Plantastic Garden

No	Jenis Tanaman	Nama Tanaman
1	Aglaonema	Aglaonema Lady Valentine Aglaonema Emerald Aglaonema Pink Sunset
2	Anthurium	Anthurium Andreanum Anthurium Black Beauty Anthurium Mickey
3	Dracaena	Dracaena Tricolor Dracaena Compacta Dracaena Fragrans
4	Ficus	Ficus Burgundy Ficus Lyrata Ficus Tienneke Dracaena Spiral
5	Monstera	Monstera Mint Variegated Monstera Deliciosa Monstera Thai Constellation Monstera Yellow Star
6	Philodendron	Philodendron Pink Princess Galaxy Philodendron Marble Philodendron Marble Var. Philodendron Auriculatum Philodendron Weeks Red Philodendron Golden Saw
7	Sansevieria	Sansevieria Trifasciata
8	Strelitzia	Strelitzia Nicolai (Birds of Paradise)
9	Palem	Phoenix Palm

Lampiran 5. Daftar Nama Usaha Pesaing Plantastic Garden di Sekitar Graha Raya Bintaro dan Segaris Taman

No	Nama Usaha Pesaing
	Graha Raya Bintaro
1	Gaya florist
2	Sanggar hijau daun
3	Selo karya alam
4	Sahabat florist
5	Original plant 19
6	Fadhilah orchid
7	Lestari alam indah
8	Gibran flora
9	Flora mutiara indah
10	Flora mart bintaro
11	Uniquepot express bintaro
12	Syahid gallery
13	Bintang flora
14	Kios bunga aulia
15	Jaya bila
16	Elkirana flora
17	Rose's orchid
18	Ayra nursery
19	akmal bunga store
20	R3 flora mandiri
21	Gogreen plants
22	Darih pisang
23	Ratu flora
24	Albarokah flora jaya
25	Eva nursery
26	Botanical garden
27	Zoe flower
28	City flora
29	Ezzahra florist
30	Sanggar wisteria landscape
31	Graha floris landscape
32	Cahaya florist
33	Amel taman
34	Ruang tanam jakarta
35	Potland indonesia

No	Nama Usaha Pesaing
36	Aziz aglaonema nursery
37	Kios bunga fitri wulandari
38	Raja flora
39	Hani flora
40	Ipva Jaya Florist
41	Sumber rezeki
42	Zahra flora 89
43	Naidi flora
44	Yayu nursery
45	Dhauina florist
46	Taman zakya
Segaris Taman	
1	Tanam dihati nursery
2	Fahrel senior
3	Sumber pohon buah
4	Hamsya flora
5	Aglaonema mart
6	Gemini flora
7	Glow taman
8	A.N.N flower
9	Adira flower
10	Halim nursery
11	Redleaf garden
12	Lakanza florist
13	Radewa flora
14	Kios hijau landscape
14	Terrace plantshop
16	Alfa flora nursery
17	Moonhoya nursery
18	Luncur barokah
19	Angel nursery
20	Saga nursery graha raya
21	Jakarta flora
22	Berkah mandiri
23	Ririn flower
24	Orchid addict
25	Adelia flora
26	Purnama florist

Lampiran 6. Hasil Perhitungan Matriks IFE

IFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	Gardener 1 (Sabar)	Gardener 2 (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Strenghts								
Memiliki target konsumen perorangan dan perusahaan	4	4	4	4	16	0,050	4	0,2
Produk tanaman hias yang beragam	4	4	4	3	15	0,047	3,8	0,17
Mengutamakan penampilan dan <i>styling</i> tanaman	4	4	4	4	16	0,050	4	0,2
Harga produk yang dapat bersaing dan sesuai dengan kualitas <i>Direct Selling</i> melalui <i>Greenhouse</i> , platform media sosial, WhatsApp, dan pameran tanaman hias	4	3	4	3	14	0,043	3,5	0,15
Melakukan hubungan dua arah dengan konsumen atau <i>client</i> .	4	4	4	3	15	0,047	3,8	0,17
Penerapan CRM	4	3	3	3	13	0,040	3,3	0,13
PG memiliki staff kebun yang memiliki pemahaman tentang tanaman hias	4	3	3	3	13	0,040	3,3	0,13
	3	4	4	3	14	0,043	3,5	0,15

[illegible]

Lampiran 6. (Lanjutan)

IFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	Gardener 1 (Sabar)	Gardener 2 (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Weakness								
Kesulitan dalam menghadapi konsumen dari segi <i>product knowledge</i> dan penentuan harga.	4	4	4	3	15	0,047	3,8	0,17
<i>E-commerce</i> belum optimal dan maksimal	4	3	3	3	13	0,040	3,3	0,13
Pemberian informasi oleh <i>frontline staff</i> kepada konsumen belum optimal.	4	3	4	3	14	0,043	3,5	0,15
Masih memerlukan keterlibatan <i>owner</i> dalam melakukan suatu transaksi	4	4	4	4	16	0,050	4	0,2
Kurangnya SDM yang berkompeten untuk menangani aspek krusial dalam bisnis (keuangan dan pemasaran)	3	4	4	3	14	0,043	3,5	0,15
Tidak ada SOP	3	4	4	3	14	0,043	3,5	0,15
Belum ada <i>stock opnam</i>	3	4	4	3	14	0,043	3,5	0,15

Lampiran 6. (Lanjutan)

IFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	<i>Gardener</i> 1 (Sabar)	<i>Gardener 2</i> (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
tanaman hias tidak bisa dibuat standar	4	3	4	4	15	0,047	3,8	0,17
tidak ada perjanjian atau kerja sama tertulis dengan petani	2	3	3	2	10	0,031	2,5	0,08
manajemen biaya	3	3	3	3	12	0,037	3	0,11
ketidakseimbangan antar lini bisnis	2	3	3	3	11	0,034	2,8	0,09
Subtotal					148			1,57
Total					322	1,000		3,54

Lampiran 7. Hasil Perhitungan Matriks EFE

EFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	<i>Gardener 1</i> (Sabar)	<i>Gardener 2</i> (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Opportunity								
Daya beli konsumen tinggi	4	4	3	3	14	0,037	3,5	0,13
Permintaan tanaman hias yang meningkat	4	4	3	3	14	0,037	3,5	0,13
Perkembangan teknologi dan media sosial untuk pemasaran (marketplace, situs web)	4	4	4	4	16	0,042	4	0,17
Pemanfaatan e-commerce yang berpotensi produk lebih dikenal oleh konsumen baru	3	4	4	3	14	0,037	3,5	0,13
Kolaborasi dengan pihak ketiga (seller livesale untuk produk variegata)	4	4	4	3	15	0,040	3,8	0,15
Perkembangan teknologi digital untuk pemasaran	4	4	3	3	14	0,037	3,5	0,13
Pemasaran berbasis konten	4	4	3	4	15	0,040	3,8	0,15

Lampiran 7. (Lanjutan)

EFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	<i>Gardener</i> 1 (Sabar)	<i>Gardener</i> 2 (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Tingginya angka fresh graduate	4	3	4	3	14	0,037	3,5	0,13
Peningkatan keterampilan staff dengan pelatihan	3	3	3	4	13	0,034	3,3	0,11
Memperluas kerja sama dengan arsitek dan kontraktor baru	3	2	2	3	10	0,026	2,5	0,07
Meningkatnya tren belanja online	4	3	3	3	13	0,034	3,3	0,11
Adaptasi dengan tren pasar	4	3	3	2	12	0,032	3	0,1
Perluasan lini bisnis (<i>workshop</i>)	3	4	4	3	14	0,037	3,5	0,13
Efisiensi biaya melalui prioritas lini bisnis	3	3	2	2	10	0,026	2,5	0,07
Peningkatan keterampilan staff dengan pelatihan	3	3	3	4	13	0,034	3,3	0,11
Subtotal					188	0,497		1,7

Lampiran 7. (Lanjutan)

EFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	<i>Gardener 1</i> (Sabar)	<i>Gardener 2</i> (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Threats								
Persaingan usaha florist dan landscaping design yang serupa	4	4	3	4	15	0,040	3,8	0,15
Karakter konsumen pada setiap segmen yang kompleks	4	4	4	4	16	0,042	4	0,17
Harga produk atau jasa kompetitor yang lebih murah	2	2	3	3	10	0,026	2,5	0,07
Produk pengganti berupa tanaman hias sintetis	2	2	3	2	9	0,024	2,3	0,05
Perubahan tren pasar (untuk tanaman variegata)	3	2	2	2	9	0,024	2,3	0,05
Portofolio landscaping kompetitor yang lebih baik	3	4	3	3	13	0,034	3,3	0,11
Kerusakan produk saat produk dikirim	4	3	3	3	13	0,034	3,3	0,11
Produk gagal terkirim	4	4	3	3	14	0,037	3,5	0,13

Lampiran 7. (Lanjutan)

EFE	Owner (Ella)	Admin (Dea)	<i>Gardener 1</i> (Sabar)	<i>Gardener 2</i> (Aman)	jumlah	bobot	Rating	skor
Pesaing menawarkan jasa yang lebih menarik	3	3	2	2	10	0,026	2,5	0,07
Minimnya SDM yang memiliki keahlian baik secara manajemen bisnis maupun pengetahuan tentang tanaman hias	3	4	3	3	13	0,034	3,3	0,11
Keterbatasan stok tanaman hias	3	3	4	3	13	0,034	3,3	0,11
Petani tidak ingin melakukan kerjasama tertulis	2	3	3	3	11	0,029	2,8	0,08
Kemungkinan arsitek dan kontraktor beralih ke pesaing	2	3	2	2	9	0,024	2,3	0,05
Tingginya harga tanaman dari petani lokal	3	3	3	3	12	0,032	3	0,1
Biaya tambahan dalam membeli tanaman impor	3	2	2	2	9	0,024	2,3	0,05
Subtotal					190			1,55
Total					378	1,000		3,24

Lampiran 8. Foto Dokumentasi



8.1. Kondisi dalam *Greenhouse*



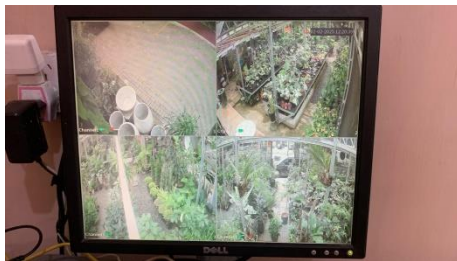
8.2. Tanaman untuk rental dan *landscape*



8.3. Kondisi depan *Greenhouse*



8.4. Observasi terhadap konsumen



8.5. Monitoring *Greenhouse*



8.6. Pengiriman dengan Lalamove



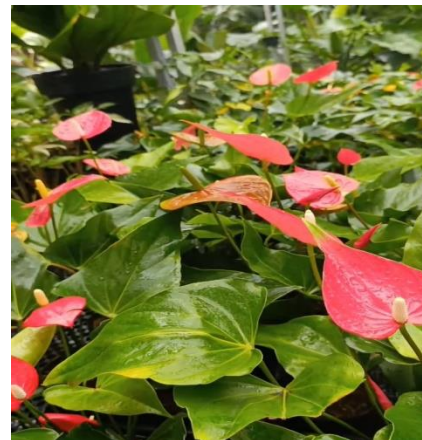
8.7. Wawancara dengan owner dan 2 staff kebun



8.8. Wawancara dengan admin



8.9. *Monstera Mint variegated*



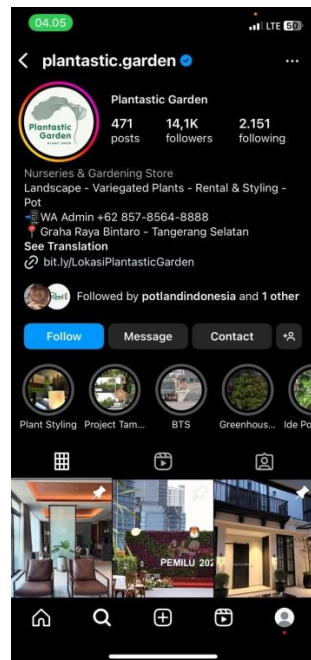
8.10. *Anthurium Adreanum*



8.11. *Draceana Tricolor*



8.12. *Packing Pesanan*



8.13. Instagram @Plantastic.garden



8.14. Plantastic Garden pada expo FLOII 2024

8.15. Portofolio *Landscaping* Plantastic Garden

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Raditya Nurhandayani, lahir di Pontianak, 5 Juli 2003. Penulis biasa dipanggil Radit maupun Ditya. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Iwan Nuryanto dan Ibu Restiantari Bayu Kartika. Penulis bertempat tinggal di Bintaro, Kota Tangerang Selatan.

Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SDN Pondok Kacang Timur 2 (2009-2015), sekolah menengah pertama di SMP 14 Kota Tangerang Selatan (2015-2018), sekolah menengah atas di SMAN 07 Kota Tangerang Selatan (2018-2021). Selama menempuh perkuliahan di Agribisnis penulis mempunyai pengalaman organisasi di KMB Semarang sebagai sekretaris selama 2 periode (2022-2024). Adapun pengalaman magang mandiri penulis di beberapa perusahaan dan kementerian, diantaranya PT. Tani Murni Indonesia Yogyakarta, Direktorat Jendral Hortikultura Kementerian Pertanian, dan PT. Berkah Melano Indonesia. Penulis berhasil mempertahankan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “Penerapan Manajemen Persediaan Bahan Baku Bibit Anthurium Impor Di Pt. Berkah Melano Indonesia Kabupaten Bandung Barat” yang telah disidangkan pada tanggal 19 Juli 2024.