

---

## **Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan Model Bisnis Canvas (Studi Kasus Pada UMKM Tanaman Hias CV Kebun Bunga Urban)**

Sharfina Puteri Amima<sup>1\*</sup>, Rizka Mulida Anggraini<sup>2</sup>, Rizky Mega Arini<sup>3</sup>, Hurulaini Sekar Azzahra<sup>4</sup>, and Muhammad Helmy Abdillah<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Program studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat

<sup>2</sup> Program studi Manajemen, Universitas Achmad Yani Banjarmasin

<sup>3</sup> Program studi Akuntansi, Politeknik Negeri Tanah Laut

<sup>4</sup> Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Hasnur

<sup>5</sup> Program Studi Budidaya Tanaman Perkebunan, Politeknik Hasnur

---

### **ABSTRACT**

---

Agar menjadi usaha besar, usaha skala mikro hendak terus didorong. Untuk pengembangan usaha, maka diperlukan model bisnis yang cocok salah satunya dengan model bisnis kanvas. Model bisnis disusun dalam kondisi internal dan eksternal usaha melalui tampilan dengan sembilan elemen bisnis. Pendekatan ini digunakan untuk pengembangan kios tanaman hias Tanduk Rusa UMKM CV Kebun Bunga Urban Kota Banjarmasin. Tujuan penelitian ini adalah (1) Melakukan identifikasi model bisnis yang dijalankan kios tanaman hias Tanduk Rusa; (2) Menganalisis faktor kekuatan dan kelemahan yang memengaruhi model bisnis kanvas; (3) Merancang model bisnis kanvas pengembangan bisnis di masa depan. Metode yang digunakan adalah model bisnis kanvas dan SWOT.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dibutuhkan pengembangan di 9 (Sembilan) elemen model bisnis kanvas. Berfokus pada kegiatan kreatifitas penambahan variasi tanaman hias dan pemasaran digital mulai dari menambah koleksi tanaman hias, varian baru, vertical garden, penjualan souvenir, memiliki database pelanggan, bermitra dengan tim IT, membentuk tim marketing online dan administrasi, membuat sistem informasi penjualan berbasis digital yang akan mempengaruhi elemen elemen lainnya sehingga mampum membentuk brand bagi kios tanaman hias Tanduk Rusa yang pada gilirannya akan meningkatkan aliran pendapatan. Saran manajemen usaha kios tanaman hias Tanduk Rusa agar melakukan peningkatan pada elemen value proposition, channels, dan key partnership untuk pengembangan model bisnis yang sudah ada

*Kata kunci: UMKM; Ekspor; tanaman hias; model bisnis kanvas; analisis swot*

---

✉ Corresponding author :

Email Address : email koresponden@gmail.com ( alamat, koresponden )

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

1. Introduction

1.2. Salah satu faktor pendongkrak perekonomian Indonesia adalah meningkatnya ekspor komoditas pertanian. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) pada Selasa 15 Juli 2023, nilai ekspor Indonesia meningkat sebesar 1,36 persen menjadi USD 20,88 miliar pada Juli 2023 dibandingkan bulan sebelumnya. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan data sebagai berikut.

Tabel 1.1 Data Rilis Badan Pusat Statistik (BPS) Ekspor Bulanan Tahun 2023

Bulan	Nilai Ekspor (US \$)	%
Juni	20.601.314.985,36	-
Juli	20.862.226.018,70	1,26%
Agustus	21.997.979.908,98	5,44%

Data diolah kembali, Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023

Dari data diatas setiap bulannya terjadi peningkatan dan terjadi signifikan pada bulan Agustus 2023 yaitu sebesar 5,44%. Peningkatan secara bulanan ditopang oleh sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan, serta industri pengolahan. Sektor pertanian sejauh ini mampu membuktikan diri sebagai penopang perekonomian di masa pandemi Covid-19 dan menyediakan komoditas baik domestik maupun ekspor. Hasilnya, industri pertanian sangat kuat dan paling cocok untuk mempertahankan ekspansi makroekonomi. Hortikultura merupakan salah satu industri pertanian yang penting. Bagi banyak negara berkembang, produk hortikultura menjadi sumber pendapatan ekspor yang lebih besar. Statistik BPS 2023 tentang Nilai Ekspor Indonesia Berdasarkan Sektor pada Januari–Februari 2023 berikut mendukung hal tersebut:

Tabel 1.2 Nilai Ekspor Indonesia Menurut Sektor, Januari–Februari 2023

Uraian	Nilai FOB (juta US\$)				Perubahan (%)	
	Jan-Feb 2022	Jan-23	Feb-23	Jan-Feb 2023	Feb 23 thd Jan 23 (m to m)	Jan-Feb 23 thd Jan-Feb 22 (c to c)
Total Ekspor	39.646,6	22.323,8	21.396,9	43.720,7	-4,15	10,3
Migas	1.896,0	1.487,9	1.186,5	2.674,4	20,3	41,1
Nonmigas	37.750,6	20.835,9	20.210,4	41.046,3	-3	8,7
-Pertanian, kehutanan dan perikanan	726,2	374,0	338,1	712,1	9,6	2,0
-Industri pengolahan	31.254,7	15.654,5	15.519,7	31.174,2	-0,86	-0,26
-Pertambangan dan lainnya	5.769,7	4.807,4	4.352,6	9.160,0	-9,46	58,8

Data diolah kembali BPS,2023

Berdasarkan data sektor di atas, ekspor nonmigas dari industri pengolahan mengalami penurunan sebesar 0,26 persen antara bulan Januari dan Februari 2023 dan periode yang sama tahun 2022. Demikian pula, ekspor produk-produk terkait pertanian, kehutanan, dan perikanan mengalami penurunan sebesar 3,00 persen. , sedangkan ekspor pertambangan dan produk lainnya meningkat sebesar 41,1 persen dan Badan Karantina Pertanian, Kementerian Pertanian Statistik dari IQFAST (Sistem Otomasi Penuh Karantina Indonesia) menunjukkan bahwa pada semester pertama tahun 2022, ekspor pertanian berjumlah Rp658,18 triliun, naik 6,79 persen dari periode yang sama tahun sebelumnya. Selain itu, ekspor pertanian diperkirakan akan meningkat pada tahun ini. Jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat mengingat realisasi ekspor pertanian dilaporkan mencapai Rp260,33 triliun pada periode Januari–Juni 2023 sejumlah 677 tanaman hias diekspor dari Banjarmasin. Dari hasil wawancara Drh Nur Hartanto, Kepala Karantina Pertanian Kelas I Banjarmasin “Frekuensinya sampai 12 kali ekspor dengan total nilai Rp87 juta,” . Hal in didukung dari data Ekspor Hasil Pertanian 2013-2020 BPS, dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1.3 Ekspor Hasil Pertanian 2015-2020

<b>Tahun</b>	<b>Berat Bersih (Ribu Ton)</b>	<b>Nilai (Jutaan US\$)</b>	<b>% Perubahan Nilai</b>
2016	3.453,0	3.354,8	-
2017	4.177,6	3.671,0	20,9
2018	4.345,4	3.431,0	4,01
2019	4.981,7	3.612,4	14,6
2020	5.677,9	4.119,0	13,9

Data diolah kembali, Dokumen PEB dan non-PEB BPS, 2023

Perkembangan ekspor produk pertanian dari waktu ke waktu mempunyai kecenderungan meningkat, menurut statistik BPS tahun 2023. Nilai ekspor produk pertanian juga mengalami peningkatan dari tahun 2016 hingga tahun 2020. Menarik untuk dilihat bahwa meskipun terjadi epidemi COVID-19, ekspor produk pertanian meningkat sebesar 13,9% pada tahun 2020. Sebenarnya, selama delapan tahun terakhir, jumlah tersebut adalah sebesar tercatat sebagai pertumbuhan tertinggi.

Hal serupa diungkapkan pada saat Wakil Presiden RI KH Ma'ruf Amin mengumumkan ekspor komoditas pertanian ke 176 negara dengan nilai transaksi Rp 12,45 triliun. Selama di Kawasan Terminal Peti Kemas, Koja, Pelabuhan Tanjung Priuk, Jakarta Utara, dalam rangka program Kebebasan Ekspor Kementerian Pertanian (Kementan) (Hasil wawancara 28 Agustus 2023. Indonesia.go.id.2023)

Karena adanya wabah Covid 19, tanaman hias saat ini cukup populer di kalangan masyarakat perkotaan. Selain menjadi penambah keindahan rumah, tanaman hias kini

muncul sebagai hobi baru yang populer. Namun, pelaku industri tanaman hias mempunyai peluang besar untuk meningkatkan penjualan guna mendongkrak pendapatannya. Selama pandemi, penjualan tanaman hias meningkat karena konsumen dari berbagai latar belakang dan lokasi berbeda mencari hiburan dari kebosanan di rumah, meningkatkan mood, dan mengembangkan berbagai jenis tanaman menarik dengan harga berbeda (Faradella & Putri, 2021).

Data Bank EXIM menunjukkan, pada Januari hingga September 2021, ekspor tanaman hias Indonesia meningkat signifikan hingga mencapai 69,7% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Mayoritas masyarakat Indonesia dan belahan dunia lainnya memandang tanaman hias sebagai salah satu sarana pelepas stres sehingga menyebabkan peningkatan permintaan pasar terhadap barang-barang tanaman hidup, termasuk bunga potong dan tanaman hias. Indonesia adalah negara yang menanam dan menjual tanaman hias; Pada bulan Januari hingga September 2021, nilai ekspor tanaman tersebut meningkat sebesar 69,73% year on year (yoy) sebesar USD10,77 juta. Produk bunga potong segar dan kuncup bunga menyumbang mayoritas ekspor tanaman hias Indonesia dengan pangsa sebesar 26,92%. Lumut dan lumut kerak menduduki peringkat kedua dengan pangsa 22,54%, sedangkan varietas tanaman hias lainnya menyumbang 50,53% (Artikel EXIMbank, Jakarta, 28 Desember 2021).

Berdasarkan pasal Karantina Pertanian Banjarmasin, sertifikasi ekspor tanaman hias khususnya platycerium yang ditujukan ke Amerika Serikat dilakukan melalui wilayah operasi Bandara Internasional Syamsudin Noor. Menurut Hartanto, ketika personelnnya diharuskan melakukan pemeriksaan kesehatan terhadap tanaman hias yang akan diekspor, mereka melakukannya dengan cepat, tepat, dan tepat sasaran. Perlu diingat bahwa barang hortikultura memiliki salah satu ciri umur pendek. Demikian pula sebelas batang tanaman platycerium yang menarik diperiksa kali ini. Pabrik harus segera sampai ke negara target, sehingga pelayanan harus dilakukan dengan cepat. Menurut Hartanto, pemeriksaan platycerium perlu dilakukan secara hati-hati karena daun dan pucuknya rentan mengalami luka. Faktanya, hal inilah yang menjadikannya idola. Dengan adanya pelatihan dan bimbingan teknis dalam mempercepat ekspor tanaman hias, Pusat Karantina Banjarmasin di Kalimantan Selatan mendukung dan membantu para petani tanaman hias untuk mengekspor ke berbagai negara. Kepala Karantina Pertanian Banjarmasin Nur Hartanto di Banjarmasin, Kamis mengatakan Kalimantan Selatan mempunyai potensi untuk pengembangan tanaman hias. Data program IQFast Badan Karantina Pertanian menunjukkan, pada tahun 2021 Banjarmasin mengekspor sebanyak 14 kali tanaman hias sebanyak 432 batang, antara lain alocasia, anthurium, philodendron, scindapsus, dan syngonium. Dengan estimasi nilai ekonomi sebesar

Rp 52,9 juta, Polandia, Kanada, dan Jepang menjadi beberapa negara tujuan ekspor tanaman hias tersebut. Karena adanya wabah Covid 19, tanaman hias cukup populer di wilayah metropolitan saat ini (artikel pertanian.go.id., 21 September 2022).

Berdasarkan kajian di atas, dapat disimpulkan bahwa kesembilan aspek model bisnis Canvas perlu dikembangkan. Selain itu, dengan berpartisipasi dalam pelatihan pengembangan bisnis, mempekerjakan lebih banyak staf, membuka cabang baru, dan memperluas jangkauan pasar melalui komponen saluran, pemilik bisnis dapat memanfaatkan solusi ini untuk bersaing dengan pesaing sebanding (sumber daya penting). Pembangunan kesadaran dan kesiapsiagaan industri ekspor tanaman dengan menggunakan pengetahuan khususnya prosedur analisis SWOT dan BMC menjadi penutup kegiatan. Hal ini akan memungkinkan UMKM Tanaman Hias Perkotaan CV Kebun Bunga dapat berkembang dengan sukses dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Salah satu bisnis kecil mikro di Kota Banjarmasin yang menjalan kanusaha tanaman hias adalah CV Kebun Bunga Urban memulai usahanya 2010 yang berada di di jalan Melati VI, kelurahan Sungai Lulut, Banjarmasin, Kalimantan Selatan, di masa COVID-19 yang membuat Pak Hertin selaku owner dari CV Kebun Bunga Urban berbeda merasa sedikit kewalahan dalam ekonominya. Berawal dari kesenangan sang istri lah yang membuat beliau berfikir untuk membudidayakan tanaman tersebut dengan belajar secara otodidak, yang mana sebelumnya beliau tidak ada pengalaman sedikitpun di bidang pertanian. Beliau tidak pernah membuka lapak untuk usaha di bidang tanaman ini, beliau hanya menjualnya melalui online. Target pasar pertamanya adalah Jakarta, sedangkan konsumen pertama beliau yang berada di luar negeri berasal dari Korea Selatan.

Strategi marketing untuk memasarkan produk beliau adalah dengan menjualnya melalui sosial media terutama facebook sebanyak 80% dari pembelian, beliau mengatakan bahwa buyer selalu menggunakan fake account untuk membeli produknya. Beliau juga membeberkan bahwa berbisnis ekspor-impor hanya perlu bergabung ke dalam group chat di aplikasi facebook, "jangan pernah picky untuk melayani dan menjawab semua pertanyaan dari calon buyer tersebut karena kebanyakan dari mereka, yang banyak tanya itu akan menjadi pelanggan setia" ujar beliau. (hasil wawancara, owner, 11 Oktober 2023).

Dan menurut hasil wawancara dengan pak Hertien selaku owner CV Kebun Bunga Urban mempertahankan agar konsumen tidak berpindah ke suplier lain yaitu dengan pelajari karakter dan kultur konsumen, lakukan pendekatan dengan cara menjaga komunikasi dan edukasi. Dari wawancara tersebut beliau mengungkapkan bahwa tanaman yang dia jual nyatanya mahal apalagi ketika diekspor ke beberapa negara dengan harga yang bervariasi tergantung tanaman apa yang diekspor. Keuntungan dari usaha tanaman ini cukup

menjanjikan karena ketika tanaman diekspor ke luar negeri maka harga tanaman naik berkali-kali lipat. (hasil wawancara, owner, 11 Oktober 2023)

Usaha ekspor-impor tanaman cukup menguntungkan, salah satu bukti nyata yaitu UMKM CV Kebun Bunga Urban. Perawatan dan budidaya yang mudah adalah salah satu sisi positif dari usaha UMKM di bidang tanaman ini, yang perlu dipikirkan lebih lanjut adalah bagaimana cara agar tanaman itu bisa sampai ke negara tujuan dengan aman tanpa ada kerusakan terutama agar tidak ditahan pihak pajak karena kurangnya dokumen atau karena tanaman yang tidak sesuai dengan peraturan negara tujuan, menurut pak Hertien owner CV Kebun Bunga Urban caranya adalah dengan menjaga komunikasi dengan konsumen. Selain dapat menambah jalur penjualan untuk mengurangi risiko, CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa memiliki tiga bidang tanah yang cukup luas, tepatnya di pekarangan rumah. Namun sumber daya manusia UMKM saat ini belum memiliki tenaga tetap pada bagian pengemasan dan pemasaran, serta belum memiliki strategi pengembangan usaha.

Karena banyak pesaingnya yang memiliki tanaman hias sejenis, maka pemilik merasa perlu memaksimalkan perusahaannya agar mampu mempromosikan dirinya kepada konsumen dan menjadikan CV Kebun Bunga Urban dengan tanaman hias Tanduk Rusa lebih dikenal oleh mereka dibandingkan pesaingnya. Setelah perusahaan dioptimalkan, pendapatan diantisipasi akan meningkat. Selain untuk kesejahteraan, pendapatan ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan modal kerja dan mendukung inisiatif pengembangan perusahaan yang inovatif.

Hal-hal tersebut di atas menjadi landasan mendasar bagi strategi pertumbuhan tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban yang meliputi pemetaan model bisnis. Karena kesembilan komponen Business Model Canvas memberikan gambaran yang lebih rinci tentang operasi bisnis perusahaan, maka teknik ini dianggap cocok untuk membuat perencanaan model bisnis. CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa akan mampu membuat program rencana strategis yang sesuai untuk memanfaatkan kemungkinan dan mengatasi kendala di masa depan dengan memetakan dan mengembangkan model bisnisnya.

Latar belakang informasi di atas menguraikan tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut: (1) menggunakan pendekatan model bisnis kanvas untuk mengidentifikasi model bisnis yang digunakan oleh UMKM Tanaman Hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban; (2) melakukan analisis SWOT untuk mengetahui faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi model bisnis Tanaman Hias Tanduk Rusa di CV Kebun Bunga Urban; dan (3) merancang model bisnis kanvas untuk pengembangan perusahaan di masa depan.

## 2. Metode Penelitian

Dengan menggunakan metodologi studi kasus, penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Mengamati kejadian-kejadian pada objek penelitian kemudian memberikan penjelasan melalui pengembangan ide dan pencarian fakta dari objek tersebut merupakan tujuan penelitian kualitatif. Responden dan informan sebagai peserta penelitian. Penelitian ini fokus pada CV Kebun Bunga Urban, sebuah kios tanaman hias yang terletak di Jalan Melati VI di Kecamatan Sungai Lulut Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Perusahaan dibuka untuk beroperasi pada tahun 2010. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih partisipan penelitian. Dari tanggal 11 Oktober 2023 hingga 18 November 2023, satu bulan didedikasikan untuk melakukan penelitian. Data primer dan sekunder adalah dua kategori data. Untuk mendapatkan informasi langsung atau melakukan wawancara kepada Bapak Hertein, Manajer CV Kebun Bunga Urban sekaligus informan penerapan model bisnis kanvas pada perusahaannya, digunakan data primer. Data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan oleh pihak lain, seperti dalam jurnal, surat kabar resmi pemerintah, atau publikasi lainnya, disebut sebagai data sekunder. Para peneliti menggunakan data sekunder ini untuk melengkapi dan mendukung informasi yang mereka peroleh dari wawancara langsung dengan manajer CV Kebun Bunga Urban. Analisis SWOT dan teknik Business Model Canvas (BMC) sembilan elemen yang diadaptasi dari Osterwalder dan Pigneur (2012) Nine Blocks Building of Business Model Canvas digunakan dalam penelitian ini. Sembilan elemen—kelompok klien, proposisi nilai, koneksi pelanggan, saluran, aktivitas utama, sumber daya utama, kemitraan utama, aliran pendapatan, dan struktur biaya—dapat digunakan untuk memetakan keadaan perusahaan menggunakan kanvas model bisnis.

1. Customer Segment: pada CV Kebun Bunga Urban, mengidentifikasi kategori klien sasaran pembuatan tanaman tanduk rusa
2. Value Proposition: yaitu penentuan permintaan pelanggan berdasarkan segmentasi pelanggan
3. Customer Relationship: Hubungan antara perusahaan dan konsumennya, atau hubungan pelanggan
4. Channel: Saluran, atau sarana untuk menghubungi pelanggan,
5. Revenue Stream: Aliran pendapatan, yang menggambarkan jalur pengumpulan dana dari setiap kategori konsumen,
6. Key Resource: Sumber daya utama adalah sumber utama yang menjelaskan komponen terpenting yang diperlukan untuk mengembangkan model perusahaan.
7. Key Activities: Tugas pokok adalah tugas pokok.
8. Key Partners: Mitra penting, yaitu mitra yang memberikan konteks pada jaringan mitra dan pemasok,

**Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan.....**

9. Cost Structure: Struktur biaya adalah gambaran seluruh biaya yang dikeluarkan. Analisis SWOT melibatkan pemeriksaan peluang, ancaman, kelemahan, dan faktor internal dan eksternal model bisnis sambil membuat rencana perbaikan berdasarkan model bisnis kanvas. Penelitian ini dibatasi pada tahap perencanaan rencana bisnis potensial usaha tanaman hias tanduk rusa CV Kebun Bunga Urban.

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **Identifikasi Model Bisnis tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban Saat Ini**

Dari Model Bisnis Kanvas tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban saat penelitian berlangsung, maka akan memberikan penjelasan dan gambaran model bisnis saat ini dari hasil identifikasi antar sembilan elemen. Dapat dilihat pada gambar 1 pemetaan model bisnis kanvas saat ini.

#### **1. Customer Segment**

Pemilik usaha tanaman hias kios tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban berusaha agar selalu memenuhi keinginan konsumen. Sehingga tersedianya beberapa koleksi tanaman hias, agar konsumen tidak pergi untuk mendapatkan tanaman yang mereka butuhkan. Segmen pasar tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban antara lain, konsumen rumah tangga, penggemar tanaman hias, pemilik bisnis hortikultura serta pelanggan ekspor.

#### **2. Value Proposition**

Tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban memberikan banyak nilai kepada pelanggan oleh. Sejak bertahun-tahun lamanya nilai proposisi sudah ditanamkan. Tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban menumbuhkan nilai pelayanan yaitu (1) Pengetahuan mengenai perawatan tanaman hias, artinya pembeli akan mendapatkan edukasi dari Pak Hertien mengenai jenis-jenis tanaman hias, seperti mempersiapkan media tanam, dan perawatannya serta penempatan lokasi tanaman (2) Penyemprotan hama tanaman perlu dilakukan secara rutin agar menjaga kualitas tanaman yang harus bersih dari penyakit (3) Menjaga kejujuran terhadap konsumen mengenai kondisi tanaman hias. (4) Tanaman hias yang langka dan eksklusif (5) Packaging tanaman aman selama pengiriman online agar aman pengiriman jarak jauh maupun dekat.

#### **3. Channels**

Dalam menyampaikan penawaran atau promosi kepada konsumen.ada beberapa upaya yaitu pemasaran dilakukan melalui komunikasi whatsapp dan melalui saluran online.Memajang tanaman dihalaman rumah dan marketplace agar menarik perhatian masyarakat, artinya melakukan komunikasi dengan pelanggan rumah dan marketplace dengan cara memajang dagangan. Melakukan posting tiap hari koleksi tanaman hias di facebook dan melalui

#### **Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan.....**

whatsapp kepada pelanggan. Serta aktif dalam menjadi peserta pameran tanaman hias yang diselenggarakan instansi pemerintah maupun komunitas pecinta tanaman.

4. Customer Relationship

Tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban senantiasa menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan dengan cara pendekatan personal (1), Selalu memberikan diskon atau bonus seperti bunga atau media tanam jika ada pembelian baik skala kecil maupun besar (2). Senantiasa menangani keluhan konsumen dengan, ramah dan cepat serta responsive jika ada konsumen yang bertanya tentang kendala yang dihadapi untuk pemeliharaan tanam hias atau info tanaman. (3) Selalu terbuka dalam negosiasi pembelian kontrak maupun secara lisan (4) Siap menyediakan garansi ketika konsumen meminta untuk pertukaran tanaman hias atau perbaikan (5) Komunikasi pasca pembelian

5. Revenue Stream

Ada tiga jenis pemasukan yang diperoleh Tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban berasal dari, (1) Penjualan media dan tanaman hias,(2) Penjualan ekspor (3) Layanan perawatan dan konsultasi

6. Key Resources

Sumberdaya kunci kios Tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban terdiri atas, Tanaman Hias Tanduk Rusa beserta variasi lainnya, serta akun maupun situs media social. Untuk sumber daya manusia, tidak memiliki tim promos artinya semua dikelola oleh owner, menurut kami sangat perlu tenaga untuk membuat system data pelanggan maupun pekerjaan administrasi seperti arsip dokumen ekspor lainnya

7. Key Activities

Dalam menyampaikan nilai usaha memiliki kunci aktivitas yaitu budidaya, perawatan, dan pemeliharaan tanaman tanduk rusa, aktif mengikuti pameran tanaman hias yang diselenggarakan di tingkat Kota Banjarmasin. Menjaga kualitas tanaman hias dengan selalu melakukan perawatan tanaman hias. Aktif melakukan pemasaran menggunakan media sosial facebook setiap harinya karena ini merupakan kunci untuk peningkatan penjualan. Senantiasa memberikan jasa konsultasi gratis secara offline maupun online terkait perawatan tanaman.

8. Key Partnership

Mitra yang terjalin kerjasama dengan tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban yaitu, penyuplai dan pemasok pupuk dan bahan baku tanaman hias yang lain terjalin dengan baik. Bersama dengan agen-agen besar tanaman hias dari pulau Jawa untuk pemasok tanaman hias agar kebutuhan tanaman hias melakukan kerjasama. Lalu, toko-toko hortikultura local sebagai supplier kedua serta kolaborasi dengan pameran dan acara hortikultura. Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban seharusnya melakukan kerjasama agar memiliki stok benih tanaman

hias berlimpah dengan melakukan kunjungan dengan ibu-ibu rumah tangga agar bisa mendapatkan dengan harga yang terjangkau.

9. Cost Structure

Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban memiliki struktur biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Untuk biaya variabel dibagi menjadi dua, yaitu biaya temporer dan biaya rutin. Biaya rutin seperti modal untuk stok tanaman hias yang akan dijual, biaya listrik dan biaya kuota bulanan bulanan untuk biaya pemasaran dan promosi. Biaya budidaya dan perawatan tanaman seperti pemeliharaan tanaman secara berkala agar terhindar dari hama penyakit tanaman.

Key Partnership	Key Activities	Value proposition	Customer relationship	Customer segment
(1)Pemasok bahan baku tanaman pupuk dan penyuplai lainnya (2)agen-agen besar tanaman hias dari pulau Jawa untuk pemasok tanaman hias (3)toko-toko hortikultura local	(1)Posting foto menarik setiap hari di sosial media (2)Memberikan layanan konsultasi cepat tanggap (3)Mengikuti pameran tanaman hias di Banjarmasin (4)Menjaga penyiraman, pemupukan, perawatan dan pelestarian tanaman hias (5)untuk mendapatkan tanaman yang berkualitas	(1)Memberikan edukasi tentang perawatan tanaman (2)Jujur kepada konsumen (3)Menjaga kualitas tanaman hias bersih dari hama (4)Memiliki berbagai macam ragam tanaman langka dan eksklusif (5)Packaging tanaman aman	(1)Melayani konsumen dengan cepat dan membangun hubungan konsumen (2)Pemberian bonus jika pembelian dalam kuota banyak (3)Respon cepat jika ada keluhan pelanggan (4)Menerapkan prinsip terbuka dalam pembelian seperti negosiasi untuk pembelian rutin (5)Komunikasi pasca pembelian	(1)Konsumen rumah tangga (2)Penggemar tanaman hias (3) Dan pemilik bisnis hortikultura. 4) Pelanggan Ekspor

Key Resource	Channel
(1)Akun Sosmed (FB, LinkedIn, Instagram,etsy dll) (2)Akun WA Business	(1)Melakukan hubungan langsung dengan konsumen dengan memajukan

tanaman hias  
 dengan  
 indah dirumah  
 (2)aktif  
 komunikasi  
 melalui  
 Status whatsapp  
 dan  
 (3)  
 Aktif dalam  
 posting  
 koleksi tanaman  
 hias di  
 facebook  
 (4)Mengikuti  
 pameran  
 tanaman hias

Cost structure		Revenue stream		
(1)Biaya rutin: modal tanaman, biaya kuota bulanan untuk biaya pemasaran dan promosi serta Biaya budidaya dan perawatan tanaman penyemprotan tanaman		(1) Penjualan tanaman hias, (2) Layanan perawatan dan konsultasi. (3) Penjualan Ekspor		

Gambar 3.1 Pemetaan model bisnis kanvas saat ini

**Analisis SWOT Model Bisnis Kanvas Tanaman Hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban**

Langkah selanjutnya yaitu melakukan analisis SWOT pada elemen bisnis model canvas yang ada. Berikut adalah hasil analisis SWOT bisnis model kanvas CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa dapat dilihat pada Tabel 3.1

**Tabel 3.1 Analisis SWOT Kios Tanaman Hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban**

**Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan.....**

Elemen	Kekuatan /Strengths (S)	Kelemahan/ Weaknesses(W)	Peluang /Opportunities (O)	Ancaman/ Threats (T)
Customer segments	Konsumen didominasi oleh (1)Konsumen rumah tangga (2)Penggemar tanaman hias (3) Dan pemilik bisnis hortikultura.	Perlu ada inovasi untuk menjangkau pasar dalam kota	Menjadi pelopor untuk brand beberapa tanaman tertentu,	Menjual jenis produk yang sama dengan tempat lain
Value Proposition	Menyediakan tanaman berkualitas dengan packaging aman sekaligus menjaga kepercayaan konsumen dengan membuka jasa konsultasi pemeliharaan tanaman	Minimnya Pengetahuan design taman serta luas lahan yang terbatas	Mengelola lahan dengan menggunakan model konsep landscape taman	Biaya jasa desain model konsep landscape taman
Channels	Segmen pelanggan sudah sesuai dengan saluran namun bisa ditambah dengan seiring waktu.	Waktu untuk memberikan edukasi kepada pelanggan, berbeda-beda, karena segmen pasar luar negeri	Menambah jaringan barub dengan melakukan advertising instagram maupun facebook serta website	jaringan pasar yang dapat dijangkau oleh pesaing
Customer relationship	Menjaga kecepatan pelayanan edukasi dan keluhan pelanggan terkait pengiriman tanaman hias serta	database pelanggan yang tidak direcord	Menciptakan sistem pelayanan administrasi atas konsultasi pelanggan	Belum tersedia tenaga administrasi tanaman hias yang standby di lokasi

	pemberian bonus			
Revenue streams	Telah memiliki pelanggan tetap diberbagai negara sehingga memberikan pendapatan setiap bulan	Perlu memperluas pangsa pasar, seperti local dengan inovasi packaging cantik seperti souvenir	Membuka cabang baru di wilayah perbatasan Kota guna mendapatkan pendapatan baru	Adanya pesaing dengan harga lebih murah
Key resources	Berbagai marketplace sudah ditekuni owner sebagai pengguna aktif	Jumlah sumber daya manusia yang masih sedikit	Selalu uptodate dengan perkembangan teknologi dan pengelolaan pengembangan usaha	Luas lahan yang terbatas sehingga kapasitas produksi juga terbatas
Key Activities	Untuk menjaga hubungan konsumen Layanan pelanggan sulit ditiru oleh pesaing	Pengelolaan system administrasi dan waktu kerja yang belum tertib	Investasi yang lebih pada pemasaran digital	Harus selalu bisa membaca trend setiap negara
Key Patnership	Menjaga hubungan mitra usaha dengan baik	Untuk memperluas jaringan dan proposisi nilai harus memaksimalkan media sosial	untuk menjangkau pasar lokal dapat memanfaatkan media sosial	Pesaing bisa mengambil pelanggan
Cost structure	Laba tergolong tinggi karena penjualan keluar negeri	Perlu memaksimalkan biaya promosi dan perlu membuat perencanaan keuangan	Efisiensi pada rekrut tenaga kerja yang bersifat temporer	Pesaing menyediakan tenaga penajga untuk administrasi packaging, perawatan maupun pelayanan offline

Dari hasil analisis SWOT terhadap sembilan elemen model bisnis kanvas, maka dapat dilakukan perbaikan untuk menjadi strategi dalam meningkatkan peluang serta keuntungan

**Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan.....**

usaha dalam tanaman hias. Adapun Model Perbaikan dari Bisnis Kanvas dari CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa pada Gambar 3.2.

#### 1. Customer Segment

Model bisnis yang telah diperbaiki pada elemen customer segment terdapat 4 (empat) segmentasi konsumen untuk pengembangan bisnis yaitu: (1) Konsumen rumah tangga (2) Penggemar tanaman hias (3) Dan pemilik bisnis hortikultura (4) Pelanggan ekspor. Pada segment pemilik hotel, cafe dan rumah sakit didukung bahwa tanaman hias pada hotel dan rumah sakit akan selalu memberikan suasana yang menenangkan dari stress serta mempercantik dekor ruangan kamar. CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa juga perlu mencari peluang konsumen pelanggan pembelian souvenir atau hadiah pernikahan melalui marketplace baik Tokopedia, shoppe dan serta media sosial seperti instagram. Melakukan penyimpanan data pelanggan secara digital juga seharusnya dilakukan agar pengelola bisa menjaga pelanggan agar tidak beralih kepesaing melalui promosi bonus ataupun diskon.

#### 2. Value Propositions

Guna menambah nilai bagi kios tanaman hias CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa, model bisnis dilakukan perbaikan melalui 2(dua) langkah yakni (1) Membuat inovasi dengan menghias pot dengan brokat dan packaging untuk kepuasan pelanggan local maupun internasional yang ingin memberikan hadiah, souvenir dan kado simple dan cantik serta dengan (2)menambah kartu terimakasih agar meningkatkan brand Awareness menarik untuk souvenir kado pernikahan/ulang tahun menjadi nilai tambah.

#### 3. Channels

Perbaikan model bisnis untuk elemen channels yaitu membuat sistem informasi sebagai penjualan online. Perubahan sistem manual penjualan tanaman hias menuju sistem aplikasi website online . Aplikasi website juga dapat digunakan sebagai katalog digital agar pelanggan dapat melihat list berbagai macam tanaman hias yang dijual , dan calon pembeli dapat mengakses aplikasi dari mana dan kapan saja (Arman & Saf'an, 2019).

#### 4. Customer Relationship

Owner CV Kebun Bunga Urban telah lama menjaga hubungan baik dengan pembeli dengan cara membangun komunikasi personal, untuk pembeli setia dimana perlu untuk (7) Perancangan data pembeli untuk mendata pembeli yang setia, agar pelanggan loyal bisa terinfo jika ada promo khusus dan produk baru, serta 6)Melaksanakan lomba foto dengan koleksi tanaman hias bagi para pelanggan local, yang akan dilaksanakan dikediaman owner, selain akan meningkatkan kreatifitas CV Kebun Bunga Urban akan lebih dikenal orang dari mulut ke mulut.

5. Revenue Streams

Menambah inovasi dan varian baru dengan mempercantik pot tanaman hias yang ada, mengadakan lomba foto sebagai bentuk kreatifitas, pembuatan design vertical garden , memperluas jangkauan pasar marketplace, menggunakan endorsement influencer sesuai dengan target pasar serta bergabung dengan mitra lain, menambah segmentasi konsumen seperti kafe, rumah sakit, pemilik hotel, serta pembeli souvenir juga diharapkan mampu berdampak terhadap peningkatan pendapatan tanaman hias Tanduk Rusa.

6. Key Resources

Perbaiki model bisnis pada bagian key resources yaitu dengan penambahan tenaga kerja, dengan membentuk tim packaging, tim admin dan marketing online. Sebelum menambah tim, perlu untuk menghitung beban gaji dan pelaksanaan budgeting terlebih dahulu., Harus ada yang standby dikediaman owner dalam costumer segment. Begitu juga dengan Tim marketing online, design (untuk vertical garden) dan admin untuk pendataan pembeli dan pelayanan pembeli baru maupun pembeli lama, sebab pihak owner juga aktif melayani edukasi tanaman hias.

7. Key Activities

Untuk mengetahui sejauh mana kualitas tanaman hias dan jasa yang sudah diberikan serta menambah atau perbaikan inovasi produk maupun target market yang potensial, Selaku owner CV Kebun Bunga Urban tanaman hias Tanduk Rusa hendaknya melakukan riset pasar secara berkala, Volume penjualan cara harus tetap ditingkatkan dengan melakukan promosi dimarketplace digital (shopee,tokopedia, dan bukalapak), promosi juga dilakukan melalui video endorse dari influencer Kota Banjarmasin guna mempengaruhi persepsi calon pembeli agar tertarik membeli, Lalu untuk menarik pengunjung online perlu adanya pembuatan vertical garden dari tanaman hias yang sudah ada

8. Key Partnership

Agar dapat memperluas jangkauan penjualan online melalui marketplace, membuat website penjualan pribadi, dan media sosial seperti tiktok dan Instagram dengan menggunakan strategi marketing digital seperti membuat content plan harian, hastag dan berlangganan dengan iklan berbayar agar konsumen merasa tertarik dan kemudian berminat membeli, kemudian melakukan kerjasama dengan IT (information technology), menjadi anggota ASBINDO (Asosiasi Bunga Indonesia) dan melakukan janji temu untuk diskusi dengan sektor breeder untuk mengembangkan jenis varian tanaman hias yang baru.

9. Cost Structure

Untuk perbaikan pada bagian cost structure dapat dilakukan peningkatan akses pada permodalan. Perlu melakukan peningkatan modal dengan cara mencari investasi atau

pinjaman dalam pengembangan usaha (Asminar et al., 2020). Perlu adanya investasi tambahan seperti mesin penyemprot dan rak serta biaya kerja sama dengan IT, biaya riset untuk varian baru tanaman hias, tim design vertical garden, biaya tim admin dan marketing online serta pemanfaatan system komputerisasi seperti administrasi data pelanggan dan keuangan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat tentu perlu lebih meningkatkan kreatifitas bahkan membuat inovasi. Tentu akan menyesuaikan dengan biaya yang akan digunakan untuk pengembangan bisnis kegiatan promosi dan produk pada tanaman hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban. Dari keseluruhan blok model bisnis kanvas di atas dapat dilaksanakan dalam pengembangan bisnis (Slávik & Bednár, 2014). Pengembangan bisnis bertujuan untuk mendukung dan memfasilitasi pergantian dengan berfokus terhadap layanan dan produk agar dapat mempersiapkan suatu sistem produk-layanan dalam pengembangan (Amit & Zott, 2012).

**Tabel 3. Bisnis Model Kanvas Kios Tanaman Hias Tanduk Rusa CV Kebun Bunga Urban**

Key Partnership	Key Activities	Value proposition	Customer relationship	Customer segment
(1)Pemasok bahan baku tanaman pupuk dan penyuplai lainnya (2)agen-agen pemasok tanaman hias (3)toko-toko hortikultura local  <b>Tambahan:</b> (4) Kerjasama dengan IT (5)Join ASBINDO (Asosiasi Bunga Indonesia) (6) Untuk mengembangkan jenis baru dari tanaman yang sudah ada yaitu melakukan	(1)Posting foto menarik setiap hari di sosial media (2)Memberikan layanan konsultasi cepat tanggap (3)Mengikuti pameran tanaman hias di Banjarmasin (4)Menjaga penyiraman, pemupukan, perawatan dan pelestarian tanaman hias untuk mendapatkan tanaman yang berkualitas  <b>Tambahan:</b> (1)Riset pasar (2)Menggunakan marketplace Seperti Tokopedia, Shopee,dan Bukalapak (3) Melakukan	(1)Memberikan edukasi tentang perawatan tanaman (2)Jujur kepada konsumen (3)Menjaga kualitas tanaman hias bersih dari hama (4)Memiliki berbagai macam ragam tanaman langka dan eksklusif (5)Packaging tanaman aman  <b>Tambahan:</b> (6)Menghias pot dengan brokat dan packaging menarik untuk souvenir kado pernikahan/ulang tahun dan (7)Menambah kartu terimakasih agar	(1)Melayani konsumen dengan cepat dan membangun hubungan konsumen (2)Pemberian bonus jika pembelian dalam kuota banyak (3)Respon cepat jika ada keluhan pelanggan (4)Menerapkan prinsip terbuka dalam negosiasi pembelian secara lisan maupun pembelian untuk kontrak (5)Komunikasi pasca pembelian  <b>Tambahan:</b> (6)Melaksanakan lomba foto dengan koleksi tanaman hias bagi para pelanggan (7) Pembuatan data pelanggan untuk mendata pelanggan loyal	(1)Konsumen rumah tangga (2)Penggemar tanaman hias (3) Dan pemilik bisnis hortikultura 4) Pelanggan ekspor.  <b>Tambahan:</b> (5)Pegawai kantor (6)Hotel Developer untuk taman perumahan (7)Pelaku usaha rumah makan atau cafe (8) Pelanggan pembelian souvenir atau hadiah pernikahan

kerjasama dengan sektor breeder Endorsement dengan influencer Kota gunamempengaruhi persepsi konsumen agar tertarik membeli  
(3)Membuat design vertical garden meningkatkan brand Awarness

Key Resource		Channel
(1)Akun Sosmed (FB, LinkedIn, Instagram,etsy dll) (2)Akun WA Business	<b>Tambahan:</b> (3) Karyawan bersifat temporer (4)Pemanfaatan mahasiswa/siswa PPL (5)Membentuk tim marketing online, design dan administrasi Data base Pelanggan	(1)Interaksi langsung dengan pelanggan (Saluran langsung) (2)Memajang tanaman dengan indah untuk media promosi distatus whatsapp atau mengunggah postingan di facebook (4)Mengikuti pameran tanaman hias <b>Tambahan:</b> Membuat sebuah website berbasis digital sebagai system informasi penjualan

Cost structure	Revenue stream	
(1)Biaya rutin: Biaya modal tanaman, biaya listrik dan kuota bulanan untuk biaya pemasaran dan promosi serta Biaya budidaya dan perawatan tanaman penyemprotan tanaman Tambahan:	<b>Tambahan:</b> (1)Pemanfaatan sistem komputerisasi seperti administrasi data pelanggan dan keuangan (2)serta biaya variabel yaitu biaya tenaga kerja freelance (admin, marketing dan design taman) (3) Mesin air penyemprot (4)Rak untuk pajangan barang dagangan, spanduk Pengelolaan secara perseorangan (6) Peningkatan pengetahuan	(1) Penjualan tanaman hias, (2) Hasil Penjualan ekspor (3) Layanan perawatan dan konsultasi <b>Tambahan:</b> (1)Penjualan souvenir atau hadiah tanaman

tentang  
pengembangbiakan  
tanaman.  
(7) Biaya kerja  
sama dengan IT

## **SIMPULAN**

Memetakan sembilan aspek model bisnis kanvas—segmen pelanggan, proposisi nilai, hubungan pelanggan, saluran, aktivitas utama, sumber daya utama, kemitraan utama, aliran pendapatan, dan struktur biaya—merupakan langkah pertama dalam mengidentifikasi model bisnis Tanaman Hias Tanduk Rusa di CV Kebun Bunga Perkotaan. Analisis SWOT telah digunakan untuk menyoroti setiap blok yang diidentifikasi.

Hal ini harus dikembangkan di masing-masing sembilan bagian kanvas model bisnis, menurut penelitian. Membangun database pelanggan, berkolaborasi dengan tim IT, membentuk tim pemasaran online, dan mengembangkan sistem informasi penjualan berbasis digital yang akan mempengaruhi elemen lain untuk membentuk brand tanaman hias, Tanduk Rusa, CV Kebun Bunga Urban adalah contohnya. kegiatan kreatif yang menjadi fokus pengembangan bisnis. Kegiatan tersebut juga meliputi penyelenggaraan lomba fotografi dan mempercantik kemasan pot untuk oleh-oleh. Pada akhirnya, upaya ini akan meningkatkan aliran pendapatan.

Rekomendasi peningkatan value proposition, saluran distribusi, dan komponen kemitraan penting untuk pengembangan model bisnis saat ini bagi manajemen CV Kebun Bunga Urban, perusahaan yang menjual tanaman hias bertanduk. Riset pasar harus dilakukan di masa depan karena para manajer tidak dapat meramalkan keadaan pasar di masa depan karena mereka tidak melakukannya secara tradisional berdasarkan situasi aktual sehari-hari.

## **Referensi :**

- Badan Pusat Statistik. (2023). Data Rilis Badan Pusat Statistik (BPS) Ekspor Bulanan Tahun 2023 - <https://www.bps.go.id/publication/>. 25 Oktober 2023
- Portal Informasi Indonesia. (2023). Ekspor Tanaman Hias. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/2818/genjot-ekspor-tanaman-bunga-indonesia> - 2 November 2023
- Indonesia Eximbank. (2023). Ekspor Tanaman Hias Indonesia Naik 69,7% Selama Pandemi. <https://www.indonesiaeximbank.go.id/news/detail/ekspor-tanaman-hias-indonesia-naik-69-7-selama-pandemi>. 12 Oktober 2023
- Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. (2023). Menko Perekonomian dan Mentan Lepas Ekspor Tanaman Hias di Bawah Guyuran Hujan.

**Analisis Pengembangan Bisnis Tanaman Hias Dengan Pendekatan.....**

<https://hortikultura.pertanian.go.id/menko-perekonomian-dan-mentan-lepas-eksportanaman-hias-di-bawah-guyuran-hujan/>. 21 September 2022

Faradella, B. F., & Putri, F. D. (2021). Pengaruh Covid-19 Terhadap Kenaikan Penjualan Tanaman Hias Kios Rachel Di Desa Rembang, Kabupaten Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 456–460.

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Arman, Elizamiharti, & Saf'an, M. (2019). Analisa dan Perancangan Aplikasi Penjualan Tanaman Hias Berbasis Online Sebagai Media Promosi Bagi Salman KS Flowers. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Digital Zone*, Volume 10 Nomor 1 Mei, 64-76.

Slávik, Š., & Bednár, R. (2014). Analysis of Business Models. *Journal of Competitiveness*, 6(4), 19–40. <https://doi.org/10.7441/joc.2014.04.02>

Amit, R. and Zott, C. (2012) Creating Value through Business Model Innovation. *MIT Slogan Management Review*, 53, 41-49.

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>