

**MANAJEMEN RANTAI NILAI KOMODITAS ANGGREK DI PT ANUGERAH
ANGGREK NUSANTARA KABUPATEN KEDIRI**

***ORCHID COMMODITY VALUE CHAIN MANAGEMENT AT PT ANUGERAH
ANGGREK NUSANTARA, KEDIRI REGENCY***

Vina Yunita Ria*, Brian Nurmahadi, Shafira Salsabilla

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember
Jl. Kalimantan Tegal Boto No. 37, Sumber Sari, Kabupaten Jember, 68121,

*Email: vinayunitariaaa@gmail.com

(Diterima 06-06-2023; Disetujui 11-07-2023)

ABSTRAK

Rantai nilai pengembangan komoditas anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara terdapat beberapa kendala, yaitu agroklimat yang tidak mendukung budidaya anggrek, inovasi teknologi yang rendah, dan ketersediaan stok yang terbatas sehingga permintaan konsumen tidak dapat terpenuhi secara maksimal. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Agustus sampai dengan Desember tahun 2022 di PT Anugerah Anggrek Nusantara Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Sumber data yang digunakan, yaitu data primer melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder melalui studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan manajemen rantai nilai di PT Anugerah Anggrek Nusantara dilakukan dengan beberapa kegiatan antara lain, pengadaan *input* bahan baku, proses produksi, dan pemasaran. Pengadaan input produksi bergantung dalam kegiatan tahapan produksi yang diperoleh dari toko *offline* dan *online*. Kegiatan produksi di PT Anugerah Anggrek Nusantara terdiri dari penyerbukan, kultur jaringan, aklimatisasi, *repotting*, perawatan, pemanenan, dan pemasaran. Kegiatan pemasaran di perusahaan ini menerapkan strategi pemasaran bauran pemasaran 7P, yakni *product, price, promotion, place, people, process*, dan *physical evidence*.

Kata kunci: Manajemen rantai nilai, Komoditas anggrek

RETRACTED

ABSTRACT

The value chain for the development of orchid commodities at PT Anugerah Anggrek Nusantara has several obstacles, namely the agro-climate that does not support orchid cultivation, low technological innovation, and limited stock availability so that consumer demand cannot be fulfilled optimally. This research was conducted from August to December 2022 at PT Anugerah Anggrek Nusantara Kediri Regency, East Java. Sources of data used, namely primary data through observation, interviews, and documentation, while secondary data through literature studies. The results of the study show that value chain management at PT Anugerah Anggrek Nusantara is carried out with several activities including, procurement of raw material inputs, production processes, and marketing. Procurement of production inputs depends on the activities of the production stages obtained from offline and online stores. Production activities at PT Anugerah Anggrek Nusantara consist of pollination, tissue culture, acclimatization, repotting, maintenance, harvesting and marketing. Marketing activities at this company apply the marketing strategy of the 7P marketing mix, namely product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence.

Keywords: Value chain management, Orchid commodity

PENDAHULUAN

Menurut Wahyudie (2020), kegiatan ekonomi yang berbasis pada

subsektor hortikultura merupakan kegiatan yang sangat potensial di Indonesia, karena selain menyerap tenaga

kerja yang banyak, komoditas hortikultura juga memiliki permintaan pasar yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut, komoditas hortikultura banyak diusahakan sebagai peluang bisnis yang mampu bersaing. Komoditas hortikultura yang masih dilirik masyarakat Indonesia, yaitu tanaman hias. Hal ini terjadi, karena dampak dari adanya PPKM waktu pandemi *Covid-19* yang menyebabkan masyarakat mencari kesibukan di rumah sehingga banyak dari mereka yang membudidayakan tanaman hias sebagai kegiatan untuk menghilangkan rasa bosan (Asnahwati, 2021). Tanaman hias yang banyak digemari oleh masyarakat, yaitu anggrek. Tanaman anggrek menjadi salah satu bunga nasional dengan julukan bunga puspa pesona, karena keindahan yang dimilikinya. Pada tahun 2020, sentra produksi tanaman anggrek yang menempati posisi pertama, yaitu Provinsi Jawa Timur dengan jumlah produksi sebanyak 4.250.283 tangkai, namun pada tahun 2021, Provinsi Jawa Timur mengalami penurunan jumlah produksi menjadi 629.197 tangkai (BPS, 2021).

Salah satu perusahaan yang memproduksi komoditas anggrek mulai dari hulu hingga hilir, yaitu PT Anugerah Anggrek Nusantara. Perusahaan ini berlokasi di Dusun Sumber Petung, Desa

Sempu, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Produksi komoditas anggrek dilakukan PT Anugerah Anggrek Nusantara untuk memenuhi permintaan pasar lokal. Dalam mendukung usaha tersebut, PT Anugerah Anggrek Nusantara melakukan pengembangan usaha, berupa agrowisata “Kampoeng Anggrek” sebagai wisata berbasis edukasi komoditas anggrek dengan komoditas unggulannya, yaitu *Dendrobium nobile* dan *Phalaenopsis amabilis*. Permasalahan utama yang dihadapi oleh perusahaan dalam rantai nilai pengembangan komoditas anggrek, yaitu terkait agroklimat yang tidak mendukung budidaya anggrek, inovasi teknologi yang rendah, dan ketersediaan stok yang terbatas sehingga permintaan konsumen tidak dapat terpenuhi secara maksimal. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan bentuk perbaikan dalam rantai nilai guna mencapai keseimbangan manfaat yang diterima oleh setiap pelakunya. Adapun tujuan penelitian ini, yaitu menganalisis manajemen rantai nilai komoditas anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT Anugerah Anggrek Nusantara pada bulan

Agustus s.d. Desember 2022 yang berlokasi di Dusun Sumberpetung, Desa Sempu, Kecamatan Ngancar, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif analitis, karena mendeskripsikan fakta yang ada untuk dapat dianalisis (Amane & Laali, 2022).

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, baik situs *offline* maupun *online*. Sampel yang digunakan diambil dengan cara *purposive sampling* (pengambilan sampel secara sengaja dengan berdasar pada pertimbangan tertentu). Adapun sampel pada penelitian ini, yaitu pimpinan perusahaan dan pekerja yang ada di PT Anugerah Anggrek Nusantara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Anugerah Anggrek Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang agribisnis, mulai dari hulu hingga hilir dengan berfokus pada tanaman anggrek sebagai komoditas unggulan. Usaha pengembangan komoditas anggrek perlu manajemen rantai nilai untuk mengidentifikasi

peluang bisnis dari persaingan pasar yang semakin ketat. Manajemen tersebut dapat dilakukan pada kegiatan usaha, baik aktivitas primer maupun pendukung. Adapun rinciannya sebagai berikut.

Pengadaan *Input* Produksi

Bahan baku utama yang digunakan dalam produksi anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara bergantung pada tahapan kegiatan yang dilakukan.

1. Tahapan Penyerbukan

Tahapan ini memerlukan bahan baku utama berupa induk tanaman anggrek yang telah memenuhi syarat untuk dilakukan penyerbukan. Perusahaan memperoleh indukan anggrek dari hasil kegiatan budidaya sendiri. Selain bahan utama penyerbukan juga memerlukan alat penunjang berupa tusuk gigi, mika label, kawat, dan spidol. Alat-alat tersebut diperoleh dari pembelian secara *online* melalui *marketplace shopee*.

2. Tahapan Kultur Jaringan

Tahapan kultur jaringan terdiri atas beberapa kegiatan, mulai dari penyiapan alat dan bahan, pembuatan media tanam, proses penyemaian, dan proses pindah tanam.

a. Penyiapan Alat dan Bahan

Penyiapan alat dan bahan dilakukan untuk kegiatan pembuatan media tanam, proses perkecambahan dan pindah tanam. Alat utama yang digunakan, yaitu berupa botol kaca, tutup botol, pinset, dan pengait. Berbagai alat tersebut didapatkan dari pemasok input yang berbeda-beda, untuk botol kaca dan tutup botol perusahaan memperoleh dari pengepul barang bekas, sedangkan untuk peralatan yang lain diperoleh secara *online* melalui *market place shopee*. Penggunaan botol bekas dilakukan perusahaan untuk menekan biaya produksi dan memanfaatkan kembali limbah botol kaca.

b. Pembuatan Media Tanam

Bahan yang diperlukan dalam pembuatan media tanam, yaitu kentang, pisang, kecambah, arang aktif, air kelapa, agar-agar, gula, air, pupuk racikan sendiri, dan beberapa bahan kimia untuk mengatur pH larutan. Berbagai bahan tersebut diperoleh dari petani, Toko Bu Yuli dan *market place (shopee)*.

c. Proses Penyemaian

Proses ini membutuhkan bahan utama berupa biji anggrek dan

media tanam. Selain itu, terdapat bahan pendukung yang digunakan seperti cairan pemutih dan alkohol. Biji anggrek didapatkan dari *greenhouse* indukan anggrek yang telah diproduksi oleh PT Anugerah Anggrek Nusantara secara mandiri. Proses pindah tanam. Proses pindah tanam merupakan tahapan lanjutan dari penyemaian yang bertujuan untuk penjarangan bibit anggrek guna menunjang pertumbuhan bibit yang optimal. Pada proses ini memerlukan bahan berupa bibit hasil penyemaian, media tanam, alkohol, dan cairan pemutih. Pihak pemasok bahan baku dari tahapan ini diperoleh dari koperasi dan *marketplace*.

3. Tahapan Aklimatisasi

Bahan utama yang diperlukan dalam kegiatan aklimatisasi, yaitu bibit anggrek hasil kutur jaringan dan media tanam. Media tanam ini diproduksi secara langsung oleh perusahaan dengan menggunakan bahan baku berupa akar kadaka, sabut kelapa, dan obat bakteri serta jamur. Pemasok input akar kadaka dan sabut kelapa diperoleh dari petani, sedangkan obat jamur dan fungi diperoleh dari Toko

Sahabat Tani. Pembuatan media tanam dilakukan dengan jumlah besar sehingga dapat digunakan untuk beberapa hari produksi.

4. Tahapan *Repotting*

Tahapan ini memerlukan bahan utama berupa *single pot (soft pot)* dan media tanam yang digunakan untuk memindahkan bibit anggrek dari bak aklimatisasi. *Repotting* ini terdiri dari tiga tahap, yaitu *repotting 1* menggunakan *single pot* dengan ukuran 1,5 inch, *repotting 2* menggunakan *single pot* dengan ukuran 2,5 inch, dan *repotting 3* menggunakan *single pot* dengan ukuran 3,5 inch. *Single pot (soft pot)* yang digunakan untuk penanaman anggrek diperoleh dari pembelian melalui *shopee*.

5. Tahapan Perawatan Anggrek Remaja dan Dewasa

Perawatan yang dilakukan meliputi pengkondisian intensitas cahaya melalui pembangunan *green house*, penyiraman, pemupukan, dan pengendalian OPT. PT Anugerah Anggrek Nusantara menggunakan pupuk racikan sendiri untuk menunjang pertumbuhan dan pembungaan tanaman anggrek. Kemudian, pengendalian OPT dilakukan dengan cara penyemprotan menggunakan insektisida, akarisisida,

fungisida, bakterisida, penebaran siputok, pembuatan perangkap alat (lem), dan sanitasi. Berbagai bahan yang diperlukan untuk proses pengendalian hama dan penyakit diperoleh dari Toko Sahabat Tani

6. Tahapan Pemanenan dan Pemasaran

Pada pemanenan dan pemasaran tanaman anggrek membutuhkan alat dan bahan berupa media tanam, kawat, pot, solatip, dan tiang pengait. Berbagai alat dan bahan tersebut dipasok oleh petani, Kampung Gerabah Bitar dan *market place shopee*.

Proses Produksi

1. Tahapan Penyerbukan

Teknik penyerbukan yang dilakukan, yaitu menyilangkan berbagai jenis tanaman anggrek untuk menghasilkan bunga yang lebih bervariasi, mulai dari warna, bentuk, dan ukuran. Hal ini, didukung dengan pemilihan tenaga kerja ahli dalam bidang penyerbukan guna menghasilkan buah anggrek sesuai dengan yang diharapkan.

2. Kultur Jaringan

a. Penyiapan Alat dan Bahan

Pada penyiapan alat dan bahan yang digunakan untuk kultur jaringan komoditas anggrek dalam

laboratorium PT Anugerah Anggrek Nusantara dilakukan sterilisasi alat dan bahan. Alat yang disterilisasi, seperti botol kaca, tutup botol, pinset, dan pengail serta bahan yang disterilisasi, yaitu buah anggrek yang digunakan untuk perbanyak tanaman. Kegiatan ini bertujuan mengurangi terjadinya kontaminasi baik pada media tanam maupun bibit anggrek yang dihasilkan.

b. Pembuatan Media Tanam

Pembuatan media tanam di PT Anugerah Anggrek Nusantara dilakukan dengan memperhatikan takaran pada bahan yang digunakan sesuai dengan porsi yang telah berhasil diuji coba. Kegiatan ini sangat memperhatikan pH guna mendukung pertumbuhan eksplan anggrek sampai dengan menjadi tanaman baru yang berkualitas. Penentuan pH yang digunakan, yaitu berada pada titik 5-6. Apabila $pH < 5$ maka ditambahkan larutan KOH, sedangkan jika $pH > 6$ maka ditambahkan HCL. Dengan demikian, pertumbuhan eskplan dan plantet yang ditanam dapat tumbuh secara optimal.

c. Penyemaian

Penyemaian benih anggrek (eksplan) di PT Anugerah Anggrek Nusantara menggunakan benih pilihan yang memiliki ciri-ciri bewarna kuning dan/atau coklat muda. Kegiatan penyemaian harus dipastikan dalam kondisi yang steril agar benih yang ditanam tidak mengalami kontaminasi baik jamur, bakteri, maupun virus.

d. Pindah Tanam

PT Anugerah Anggrek Nusantara sangat memperhatikan pertumbuhan eksplan anggrek untuk tetap mendapatkan nutrisi yang optimal dengan pertumbuhan yang sama. Hal ini, dilakukan pada kegiatan pindah tanam dari eksplan annggrek yang tumbuh banyak dalam satu botol kedalam media tanam baru dengan menyamakan ukuran eksplan dalam satu botol yang terisi kurang lebih 21 tanaman.

e. Pemanenan

Pemanenan hasil kultur jaringan dilakukan oleh PT Anugerah Anggrek Nusantara, yaitu ketika bibit anggrek dalam botol telah berusia kurang lebih 3 bulan dengan ciri bagian tumbuhan yang lengkap. Pada kegiatan ini botol

yang berisi perakaran bibit anggrek di semprot dengan alkohol dan dibaluti oleh wrap kembali untuk melindungi bibit anggrek dari bakteri dan jamur, karena hasil panen tersebut akan dikeluarkan dari lab ke ruang penyimpanan sebelum proses aklimatisasi. Penyimpanan ini dilakukan di *greenhouse* dengan tujuan menyesuaikan kondisi bibit dari lingkungan terkendali ke lingkungan tidak terkendali dalam waktu kurang lebih 2 minggu sehingga, nantinya bibit anggrek akan mampu beradaptasi dengan lingkungan luar.

3. Aklimatisasi

PT Anugerah Anggrek Nusantara terdapat perlakuan dengan menambahkan *bactocyn* (obat fungsida dan bakterisida) yang digunakan untuk merendam bibit anggrek yang baru dikeluarkan dari botol agar dapat terhindar dari fungi, jamur dan bakteri. Perendaman ini dilakukan selama 4-5 menit, kemudian ditiriskan agar bibit tidak cepat membusuk. Selain itu, penanaman pada bak aklimatisasi juga diperhatikan dengan menanam sebanyak 6-7 bibit per deret dan dalam

satu bak kurang lebih terdapat 42 bibit yang ditanam. Hal ini bertujuan agar akar bibit mendapatkan nutrisi yang cukup sehingga bibit akan tumbuh secara optimal.

4. *Repotting*

Repotting pada PT Anugerah Anggrek Nusantara dilakukan sebanyak 3 kali. Kegiatan ini bertujuan untuk menyesuaikan kelembaban guna mendukung pertumbuhan bibit.

5. Perawatan

Perawatan ini terdiri dari atas kegiatan penyiraman, pemberian pupuk, pengenalan OPT dan pemindahan budidaya di daerah yang agroklimatnya mendukung pertumbuhan tanaman anggrek. Penyiraman tanaman anggrek dilakukan sesuai dengan kondisi media tanam, apabila media tanam sudah terasa kering maka segera dilakukan penyiraman dengan hanya menyiram bagian media tanamnya saja agar tanaman anggrek tidak cepat membusuk.

Pemupukan dilakukan dengan menggunakan 2 jenis pupuk dari hasil racikan bapak Zaenudin selaku manajer perusahaan yang terdiri atas pupuk pertumbuhan dan pupuk bunga. Pemupukan ini dilakukan dengan tujuan untuk mempercepat

pertumbuhan tanaman anggrek sehingga tanaman akan cepat memasuki pada fase pembungaan. Untuk mendukung pengoptimalan pertumbuhan tanaman anggrek PT Anugerah Anggrek Nusantara juga memberikan krim penumbuh tunas anggrek dan tangkai bunga agar tanaman yang dihasilkan memiliki daya tarik.

Organisme Pengganggu Tanaman (OPT) yang kerap menyerang tanaman anggrek, yaitu lalat buah dan trips. Adapun pengendaliannya, dilakukan dengan pemasangan perangkap lalat buah dan penyemprotan pestisida sebanyak 3 kali dalam seminggu secara rutin dan teratur serta pemotongan bagian tanaman yang telah terserang OPT, baik daun maupun tangkai bunga untuk meminimalisir penyebaran kerusakan pada bagian tanaman yang lain. Penyesuaian agroklimat dilakukan dilahan sewa yang berada di daerah Jember untuk pertumbuhan anggrek dan Gunung Kawi untuk pembungaan anggrek. Hal ini dilakukan karena, agroklimat di Kabupaten Kediri kurang cocok untuk budidaya anggrek sehingga pertumbuhan anggrek terhambat.

Pemasaran

Pemasaran merupakan faktor yang penting dalam menjaga keberlanjutan usaha guna menghadapi persaingan pasar. Penerapan strategi yang tepat dan baik akan membuat para *customer* lebih tertarik dengan produk yang dipasarkan dibandingkan dengan strategi pemasaran yang umum digunakan oleh banyak perusahaan lainnya (Zulfanita et al., 2021). Pola saluran pemasaran yang terbentuk di PT Anugerah Anggrek Nusantara ada dua, yaitu:

1. Pola saluran I: PT Anugerah Anggrek Nusantara – Pedagang Pengecer – Konsumen akhir.
2. Pola saluran II: PT Anugerah Anggrek Nusantara – Konsumen.

Menurut Muharromah & Nugroho (2022) salah satu strategi pemasaran ialah strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran Anggrek pada PT Anugerah Anggrek Nusantara dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Product

PT Anugerah Anggrek Nusantara menerapkan strategi produk dengan menyediakan produk anggrek yang memiliki kualitas unggulan. Keunggulan komoditas anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara

MANAJEMEN RANTAI NILAI KOMODITAS ANGGREK DI PT
ANUGERAH ANGGREK NUSANTARA KABUPATEN KEDIRI
Vina Yunita Ria, Brian Nurmahadi, Shafira Salsabilla

dibandingkan dengan perusahaan lain, yakni sebagai berikut.

- a. Komoditas Anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara merupakan anggrek hibrida yang memiliki beragam varietas dengan corak warna yang berbeda.
- b. Komoditas anggrek (bibit maupun anggrek dewasa) dalam kondisi sehat dan tidak terserang hama atau penyakit.
- c. Bibit dan anggrek dewasa tidak terdapat kecacatan

Harga merupakan salah satu aspek yang krusial dalam pemasaran karena sebagai penentu keuntungan dan keberlanjutan usaha. Penentuan harga anggrek di PT Anugerah Anggrek Nusantara dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kondisi fisik tanaman dan jenis tanaman. Kondisi fisik tanaman meliputi, tinggi tanaman, warna bunga, jumlah knop, corak atau warna bunga, dan bentuk mahkota bunga. Adapun rincian harga jual di PT Anugerah Anggrek Nusantara sebagai berikut (Tabel 1).

2. Price

Tabel 1. Harga Penjualan Komoditas Anggrek pada PT Anugerah Anggrek Nusantara

Jenis	Harga
Perakaran Bibit dalam Botol	
<i>Dendrobium nobile</i>	Rp60.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i>	Rp85.000
<i>Sleeding</i>	
<i>Dendrobium nobile</i> (kecil)	Rp10.000
<i>Dendrobium nobile</i> (remaja)	Rp35.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i> (kecil)	Rp10.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i> (sedang)	Rp25.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i> (remaja muda)	Rp30.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i> (remaja tua)	Rp50.000
<i>Cattleya</i>	Rp20.000
<i>Vanda</i> (kecil)	Rp20.000
<i>Vanda</i> (sedang)	Rp35.000
<i>Vanda</i> (besar)	Rp40.000
Anggrek Berbunga	
<i>Dendrobium nobile</i> (reguler)	Rp40.000 – Rp55.000
<i>Dendrobium nobile</i> (premium)	>Rp100.000
<i>Phalaenopsis amabilis</i>	Rp75.000 – Rp95.000
<i>Cattleya</i>	> Rp150.000
<i>Vanda</i>	>Rp175.000
<i>Grammatophyllum</i>	>Rp275.000

Sumber: PT Anugerah Anggrek Nusantara, 2022

PT Anugerah Anggrek Nusantara memiliki ketetapan dalam menentukan harga bagi *reseller*. Untuk *reseller*, pembelian anggrek *dendrobium* di atas 30

akan mendapatkan potongan sebesar Rp8.000,-/tanaman. sedangkan untuk pembelian di bawah 30 akan mendapatkan *discount* sebesar 10%.

Pembelian seedling anggrek bulan untuk konsumen biasa akan mendapatkan diskon 10% dengan minimal pembelian sebanyak 10 pcs.

3. *Place*

Perusahaan diharuskan untuk memposisikan dan mendistribusikan produk yang mudah diakses oleh *potential customer*. Lokasi PT Augerah Anggrek Nusantara cukup strategis, karena berada di desa wisata. Selain itu, akses jalan untuk menuju lokasi juga cukup mudah.

4. *Promotion*

Promosi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual kepada konsumen atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Promosi yang dilakukan oleh PT Augerah Anggrek Nusantara dalam penjualan anggrek ialah:

a. Periklanan

PT Augerah Anggrek Nusantara melakukan kegiatan periklanan dengan menggunakan brosur, periklanan pada media sosial pribadi agrowisata Kampoeng (*Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Website*) radio lokal kediri, pemasangan banner secara berderet di beberapa tempat seperti Tuban,

Lamongan, Gresik, Mojokerto, Malang, Blitar, Tuunganggung, Madiun, Nganjuk, serta *direct promotion* oleh Dinas Pariwisata.

b. Promosi

Promosi penjualan anggrek dilakukan dengan strategi *buy ten get one free* untuk jenis *seedling dendrobium* serta melakukan obral murah angrek yang sudah berbunga untuk menarik para konsumen. Selain itu, PT Anugerah Anggrek Nusantara juga aktif mengikuti kegiatan pameran-pameran anggrek untuk menarik mangsa pasar yang lebih luas.

c. Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat dengan PT Augerah Anggrek Nusantara terjalin dengan baik. PT Augerah Anggrek Nusantara memberikan tempat untuk masyarakat sekitar melakukan kegiatan jual beli secara gratis. Hal ini merupakan salah satu bentuk program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Selain itu, PT Anugerah Anggrek Nusantara juga membuka kesempatan kepada masyarakat yang akan menitipkan tanaman hiasnya untuk dijual di Swalayan Kampoeng Anggrek.

d. *Event sponsorship*

Event sponsorship merupakan salah satu bagian dari strategi komunikasi bisnis yang sangat berguna dalam membangun dan meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat pada *brand* perusahaan. PT Anugerah Anggrek Nusantara sebagai perusahaan yang berfokus pada budidaya anggrek dan agrowisata berkesempatan menjadi *sponsor* dari event pemilihan duta wisata Kabupaten Kediri dan juga kegiatan-kegiatan sekolah.

e. Penjualan langsung

Pada PT Anugerah Anggrek Nusantara penjualan Anggrek secara langsung dilaksanakan di swalayan Anggrek Kampoeng Anggrek. Selain itu, penjualan juga dilakukan pada pameran – pameran yang dihadiri oleh PT Anugerah Anggrek Nusantara.

5. *Physical Evidence*

Bukti fisik merupakan bukti yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditujukan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Secara fisik, PT Anugerah Anggrek Nusantara memiliki logo, brosur, akses untuk menghubungi customer service, serta website resmi.

6. *People*

Pada PT Anugerah Anggrek Nusantara wisatawan yang berkunjung ke Swalayan Kampoeng Anggrek akan disambut karyawan dengan ramah. Karyawan juga dapat menjelaskan dengan baik dan jelas apabila terdapat pengunjung yang merasa kebingungan terkait budidaya anggrek *dendrobium*.

7. *Process*

Pada PT Anugerah Anggrek Nusantara seluruh karyawan menerapkan senyum, sapa, dan salam kepada para pengunjung yang datang. Karyawan pada PT Anugerah Anggrek Nusantara juga terbilang sudah cekatan dalam melayani para pengunjung yang akan membeli anggrek di Swalayan Kampoeng Anggrek. Selain itu, PT Anugerah Anggrek Nusantara juga memberikan layanan konsultasi kepada konsumen yang mengalami kesulitan dalam budidaya anggrek. Konsultasi dapat dilakukan secara langsung dan melalui chat *WhatsApp*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengadaan *input* produksi komoditas anggrek disesuaikan pada kegiatan yang dilakukan dengan mengutamakan efisiensi biaya produksi.

Proses produksi komoditas anggrek terdiri atas kegiatan penyerbukan dan persilangan, kultur jaringan, aklimatisasi, *repotting*, serta perawatan. Semua kegiatan tersebut dilakukan untuk menghasilkan komoditas anggrek yang dapat memenuhi kepuasan konsumen. Pemasaran sebagai ujung tombak kegiatan agribisnis dilakukan PT Anugerah Anggrek Nusantara dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, meliputi *product, price, place, promotion, physical evidence, people*, dan *process*.

Saran

Saran yang dapat diberikan penulis, sebaiknya PT Anugerah Anggrek Nusantara segera menggunakan ID-catalog komoditas anggrek dari hasil penyerbukan guna memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, juga melakukan perbaikan agrowisata “Kampoeng Anggrek” agar lebih berdaya saing. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan akan mampu memaksimalkan kegiatan produksi dan meningkatkan nilai tambah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amane, A. P. O., & Laali, S. A. (2022). *Metode Penelitian*. Bandung: Insan Cendekia Mandiri.
- Andriyani, A. (2017). *Membuat Tanaman Anggrek Rajin Berbunga*. Jakarta: PT Agro Media Pusataka.
- Asnahwati. (2021). Prospek Bisnis Tanaman Hias di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Alhuda Bussines Communiti Pekanbaru). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(7): 307-313.
- Daryanto, A., Asikin, Z., & Oktariani, A. (2019). *Daya Saing dan Rantai Nilai Inklusif Industri Peternakan*. Malang: PT Penerbit IPB Press.
- Fandani, H. S., Mallomasang, S. N., & Nengahkorja, I. (2018). Keanekaragaman Jenis Anggrek pada Beberapa Penangkaran di Desa Ampera dan Desa Karunia Kecamatan Palolo Kabupaten Sigi. *Jurnal Warta Rimba*, 6(3): 14-20.
- Gerry, Y. F., Permatasari, & Dewi, R. K. (2020). *Keanekaragaman Anggrek di Taman Anggrek Badak LNG*. Surabaya: ITS Press.
- Muharromah, N. L., & Nugroho, D. A. (2022). Manajemen Segmenting, Targeting, Positioning, dan Marketing Mix Zeamie pada Kelompok Wanita Tani Bunga Anggrek di Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep. *Agriscience Journal*, 2(3): 601–609.
- Utomo, Y., & Najib, M. (2018). *Cara Cepat Buka Usaha di Desa : Panduan Praktis*. Bengkulu: Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi.
- Yunita, R. (2018). Saluran Pemasaran Usaha Tanaman Anggrek Bulan di Kelurahan Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. *Skripsi*. Makassar: Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Zulfanita, Gunawan, I., & Kusumaningrum, A. (2021). Strategi Pemasaran Bibit Anggrek di Kebun Anggrek Sidomulyo Orchid Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*, 10(2): 355–366.