

ANALISIS SUBSISTEM AGRIBISNIS PADA USAHA BUNGA HIAS TOKO TAMAN 99 DI MEDAN

Hendra Syahputra¹

hensap@unimed.ac.id

Arditha Chayani Purba²

ardthchynprb@gmail.com

Fatimah Azzahra Saragih³

fatimaima602@gmail.com

Shakila Zain Siregar⁴

shakilasiregar22@gmail.com

Tantri Putrida⁵

putritantri015@gmail.com

Zazira Safwa Syahfitri Bangun⁶

zazirabangun28@gmail.com

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

This research aims to analyse managerial problems and formulate business development strategies at Taman 99 Store managed by Mr. Abdi in Medan City. This business is engaged in the sale of ornamental plants and micro-scale agribusiness products. The research method used is a qualitative descriptive approach through observation and direct interviews with business owners. The research results show that Toko Taman 99 has a fairly large market potential because it is supported by a strategic location and stable plant demand, especially at the moment of the big day. However, this business faces several main obstacles, namely limited capital, financial management that is not optimal, the risk of losing goods, not the maximum utilisation of marketing digitalisation, and limited labour. Based on the results of the analysis, the recommended business strengthening strategy includes improving the financial recording system, stock control and business security, safe re-implementation of digital marketing, product diversification through bundling and pre-order systems, as well as operational efficiency with seasonal assistants. The strategy is considered realistic and in accordance with the characteristics of micro businesses. This research is expected to provide a practical contribution to MSMEs, especially in increasing the competitiveness and sustainability of small-scale agribusinesses.

Keywords: MSME, Business Management, Digitalisation, Risk Management, Agribusiness.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan manajerial serta merumuskan strategi pengembangan usaha pada Toko Taman 99 yang dikelola oleh

Bapak Abdi di Kota Medan. Usaha ini bergerak di bidang penjualan tanaman hias dan produk agribisnis skala mikro. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Taman 99 memiliki potensi pasar yang cukup besar karena didukung oleh lokasi strategis dan permintaan tanaman yang stabil, terutama pada momen hari besar. Namun demikian, usaha ini menghadapi beberapa kendala utama, yaitu keterbatasan modal, manajemen keuangan yang belum optimal, risiko kehilangan barang, belum maksimalnya pemanfaatan digitalisasi pemasaran, serta keterbatasan tenaga kerja. Berdasarkan hasil analisis, strategi penguatan usaha yang direkomendasikan meliputi perbaikan sistem pencatatan keuangan, pengendalian stok dan keamanan usaha, penerapan kembali digital marketing secara aman, diversifikasi produk melalui sistem bundling dan pre-order, serta efisiensi operasional dengan tenaga bantu musiman. Strategi tersebut dinilai realistis dan sesuai dengan karakteristik usaha mikro. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM, khususnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha agribisnis skala kecil.

Kata Kunci: UMKM, Manajemen Usaha, Digitalisasi, Manajemen Risiko, Agribisnis.

PENDAHULUAN

Sektor agribisnis memiliki peranan penting dalam mendukung perekonomian nasional, terutama melalui pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di bidang pertanian dan hortikultura. Usaha kecil di sektor pertanian tidak hanya berkontribusi terhadap penyediaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam menjaga ketahanan ekonomi masyarakat lokal (Tohiroh et al., 2024). Namun, dalam praktiknya, keberlangsungan usaha agribisnis skala kecil sering menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, fluktuasi pasar, risiko kehilangan produk, serta keterbatasan akses pemasaran.

Dalam sistem agribisnis, kegiatan usaha tidak berdiri sendiri, melainkan

terdiri atas beberapa subsistem yang saling berkaitan, yaitu subsistem pengadaan sarana produksi, subsistem produksi, subsistem pemasaran, dan subsistem penunjang atau kelembagaan. Subsistem pengadaan sarana produksi menjadi fondasi awal karena berkaitan dengan ketersediaan input seperti benih, pupuk, pestisida, dan sarana pendukung lainnya yang memengaruhi kualitas serta kuantitas hasil usaha (Jurnal Subsistem Pengadaan Sarana Produksi, 2023). Ketersediaan dan akses terhadap sarana produksi yang memadai sangat menentukan efisiensi dan keberlanjutan usaha agribisnis.

Selanjutnya, subsistem pemasaran memiliki peranan penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Strategi

pemasaran yang tepat, termasuk pemanfaatan teknologi digital dan media sosial, dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha (Jurnal Pemasaran, 2023). Namun, perubahan tren pemasaran dan gangguan teknologi seperti peretasan akun media sosial dapat menjadi hambatan dalam menjaga stabilitas penjualan.

Selain itu, usaha agribisnis juga tidak terlepas dari berbagai risiko, baik risiko produksi, risiko pasar, maupun risiko kehilangan aset. Pengelolaan risiko yang sistematis diperlukan untuk meminimalkan kerugian dan menjaga keberlanjutan usaha (Jurnal Risiko, 2022). Risiko pada usaha pertanian dan hortikultura dapat berupa kerusakan produk, fluktuasi permintaan, hingga faktor keamanan lingkungan usaha.

Dalam konteks keberlanjutan, strategi diversifikasi usaha, efisiensi pengelolaan sumber daya, serta akses terhadap pembiayaan menjadi faktor penting dalam mempertahankan kelangsungan usaha kecil di sektor pertanian (Tohiroh et al., 2024). Keberlanjutan tidak hanya dilihat dari sisi ekonomi, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan dan pasar.

Toko Taman 99 yang berlokasi di Jl. Selamat Ketaren, Bandar Selamat, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, merupakan salah satu usaha agribisnis yang bergerak di bidang penjualan bunga hias serta produk

hortikultura lainnya. Usaha ini menghadapi berbagai dinamika yang berkaitan dengan pengadaan sarana produksi, sistem pemasaran, risiko usaha, serta strategi keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam berdasarkan pendekatan subsistem agribisnis untuk memahami bagaimana setiap komponen tersebut saling berinteraksi dalam mendukung keberlangsungan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis subsistem agribisnis pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan guna mengetahui kondisi aktual serta strategi yang diterapkan dalam mempertahankan usahanya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi subsistem pengadaan sarana produksi pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan?
2. Bagaimana pelaksanaan subsistem pemasaran pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan?
3. Bagaimana bentuk risiko usaha yang dihadapi serta strategi pengelolaannya pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan?
4. Bagaimana strategi keberlanjutan usaha yang diterapkan oleh Toko Taman 99 dalam mempertahankan usahanya?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis subsistem pengadaan sarana produksi pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan.
2. Untuk menganalisis pelaksanaan subsistem pemasaran pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan.
3. Untuk mengidentifikasi risiko usaha serta strategi pengelolaannya pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99 di Medan.
4. Untuk menganalisis strategi keberlanjutan usaha yang diterapkan oleh Toko Taman 99.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai sistem agribisnis, khususnya dalam analisis subsistem pengadaan sarana produksi, pemasaran, risiko, dan keberlanjutan usaha pada sektor hortikultura. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan teori agribisnis berbasis usaha kecil sebagaimana dibahas dalam literatur keberlanjutan dan manajemen risiko agribisnis (Tohiroh et al., 2024).

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi pemilik usaha Toko Taman 99, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam

meningkatkan efektivitas pengelolaan sarana produksi, pemasaran, serta strategi keberlanjutan usaha.

- b) Bagi mahasiswa dan peneliti, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam melakukan kajian serupa mengenai analisis subsistem agribisnis pada usaha skala kecil.
- c) Bagi pihak lain yang berkepentingan, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi pengembangan usaha agribisnis di wilayah perkotaan.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Sistem Agribisnis

Sistem agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, mulai dari penyediaan sarana produksi hingga pemasaran hasil pertanian. Pendekatan sistem agribisnis menekankan bahwa keberhasilan suatu usaha pertanian tidak hanya ditentukan oleh proses produksi, tetapi juga oleh pengelolaan input, distribusi, pemasaran, serta dukungan kelembagaan dan pembiayaan.

Usaha kecil di sektor pertanian memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat serta menjaga ketahanan pangan. Namun demikian, keberlanjutan usaha agribisnis skala kecil sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola seluruh subsistem agribisnis secara terpadu (Tohiroh et al., 2024). Oleh

karena itu, analisis subsistem agribisnis diperlukan untuk memahami kekuatan dan kelemahan usaha secara menyeluruh.

2. Subsistem Pengadaan Sarana Produksi

Subsistem pengadaan sarana produksi merupakan tahap awal dalam sistem agribisnis yang mencakup penyediaan input seperti benih atau bibit, pupuk, pestisida, serta sarana pendukung lainnya. Ketersediaan dan kualitas sarana produksi sangat menentukan keberhasilan proses produksi dan kualitas produk yang dihasilkan (Jurnal Subsistem Pengadaan Sarana Produksi, 2023).

Akses terhadap sarana produksi yang memadai sering menjadi tantangan bagi usaha kecil. Keterbatasan modal dan ketergantungan pada pemasok tertentu dapat memengaruhi stabilitas produksi. Selain itu, penggunaan pupuk dan pestisida yang tepat juga menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas tanaman serta keberlanjutan usaha. Pengelolaan sarana produksi yang efisien akan meningkatkan produktivitas dan mengurangi pemborosan biaya.

3. Subsistem Pemasaran

Subsistem pemasaran dalam agribisnis mencakup kegiatan distribusi, promosi, penentuan harga, serta strategi untuk menjangkau konsumen. Keberhasilan pemasaran sangat menentukan tingkat pendapatan dan kelangsungan usaha. Perkembangan teknologi digital telah memberikan

peluang baru bagi usaha kecil untuk memperluas pasar melalui media sosial dan platform digital (Jurnal Pemasaran, 2023). Pemanfaatan pemasaran digital dinilai mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperluas jaringan konsumen. Namun, perubahan teknologi dan dinamika pasar juga menuntut pelaku usaha untuk terus beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif.

Strategi pemasaran yang tepat, termasuk penentuan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dan karakteristik produk, menjadi faktor penting dalam meningkatkan volume penjualan serta mempertahankan loyalitas pelanggan.

4. Risiko dalam Usaha Agribisnis

Usaha agribisnis tidak terlepas dari berbagai risiko, baik risiko produksi, risiko pasar, maupun risiko operasional. Risiko produksi dapat berupa kerusakan tanaman, perubahan kualitas produk, atau faktor lingkungan. Risiko pasar meliputi fluktuasi harga dan perubahan permintaan konsumen. Sementara itu, risiko operasional dapat berupa kehilangan aset atau gangguan dalam proses distribusi.

Pengelolaan risiko yang sistematis diperlukan untuk meminimalkan dampak kerugian serta menjaga stabilitas usaha (Jurnal Risiko, 2022). Identifikasi risiko sejak awal memungkinkan pelaku usaha untuk menyusun strategi mitigasi yang tepat, seperti diversifikasi produk atau penguatan sistem pengawasan.

Kemampuan dalam mengelola risiko menjadi salah satu indikator penting dalam menilai ketahanan usaha kecil di sektor pertanian.

5. Strategi Keberlanjutan Usaha Agribisnis

Keberlanjutan usaha agribisnis tidak hanya dilihat dari keuntungan jangka pendek, tetapi juga dari kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Strategi keberlanjutan mencakup diversifikasi produk, efisiensi pengelolaan sumber daya, penguatan akses pasar, serta dukungan pembiayaan (Tohiroh et al., 2024).

Diversifikasi produk dinilai efektif dalam mengurangi ketergantungan terhadap satu jenis komoditas dan meminimalkan risiko kerugian. Selain itu, pengelolaan sumber daya yang efisien dan dukungan kebijakan maupun pembiayaan juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha kecil di sektor pertanian.

Dengan mengintegrasikan seluruh subsistem agribisnis secara optimal, usaha kecil dapat meningkatkan daya saing serta memperkuat ketahanan usahanya di tengah dinamika pasar.

METODE PENELITIAN

1) Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam kondisi aktual

subsistem agribisnis pada Usaha Bunga Hias Toko Taman 99.

Pendekatan deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan secara sistematis dan faktual sesuai dengan kondisi nyata (Tohiroh et al., 2024). Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis subsistem agribisnis yang meliputi pengadaan sarana produksi, pemasaran, risiko usaha, dan strategi keberlanjutan berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung.

2) Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Taman 99, yang beralamat di:

Jl. Selamat Ketaren, Bandar Selamat, Kecamatan Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara.

Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Toko Taman 99 merupakan usaha bunga hias yang berada di sekitar kawasan kampus dan menjadi salah satu penjual tanaman hias terdekat di wilayah tersebut.

Penelitian dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 18 Februari 2026.

3) Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer : Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik usaha Toko Taman 99, yaitu Bapak Abdi Lubis, serta

melalui observasi langsung di lokasi usaha.

2. Data Sekunder : Data sekunder diperoleh dari literatur dan jurnal ilmiah yang relevan dengan sistem agribisnis, khususnya terkait subsistem pengadaan sarana produksi, pemasaran, risiko, dan keberlanjutan usaha (Tohiroh et al., 2024; Jurnal Pemasaran, 2023; Jurnal Risiko, 2022; Jurnal Subsistem Pengadaan Sarana Produksi, 2023).

4) Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Wawancara
Wawancara dilakukan secara langsung kepada pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai sistem pengadaan sarana produksi, strategi pemasaran, risiko yang dihadapi, serta strategi keberlanjutan usaha.
2. Observasi
Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi fisik usaha, sistem penataan produk, serta aktivitas operasional Toko Taman 99.
3. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan dengan mengkaji jurnal-jurnal ilmiah yang relevan sebagai dasar teori dan pembanding dalam menganalisis hasil penelitian.

5) Teknik Analisis data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dianalisis dengan cara:

1. Mengelompokkan data berdasarkan subsistem agribisnis (pengadaan sarana produksi, pemasaran, risiko, dan keberlanjutan).
2. Mendeskripsikan kondisi aktual usaha berdasarkan hasil penelitian lapangan.
3. Membandingkan hasil temuan lapangan dengan teori yang terdapat dalam jurnal-jurnal terkait (Tohiroh et al., 2024; Jurnal Risiko, 2022).

Analisis dilakukan secara sistematis untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai bagaimana setiap subsistem agribisnis dijalankan pada Toko Taman 99.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Permasalahan Usaha Toko Taman 99

Berdasarkan hasil observasi langsung di lokasi usaha serta wawancara mendalam dengan Bapak Abdi selaku pemilik dan pengelola Toko Taman 99, diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi aktual usaha yang dijalankan. Dari hasil pengumpulan data tersebut, teridentifikasi beberapa permasalahan utama yang berpotensi memengaruhi stabilitas dan keberlanjutan usaha dalam

jangka panjang. Permasalahan pertama berkaitan dengan keterbatasan modal usaha. Modal yang terbatas menyebabkan ruang gerak usaha menjadi sempit, terutama dalam hal penambahan variasi stok, pembelian tanaman dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga lebih murah dari pemasok, serta pengembangan fasilitas pendukung usaha. Kondisi ini berdampak pada kemampuan usaha untuk melakukan ekspansi maupun meningkatkan daya saing.

Selain itu, risiko kehilangan tanaman juga menjadi persoalan yang cukup signifikan. Mengingat lokasi usaha berada di pinggir jalan raya tanpa bangunan permanen atau sistem pengamanan yang memadai, potensi kehilangan barang menjadi lebih tinggi. Tanaman hias yang dipajang di ruang terbuka relatif mudah diakses oleh siapa saja, sehingga pengawasan yang sepenuhnya bergantung pada pemilik menjadi tantangan tersendiri. Risiko ini tidak hanya menimbulkan kerugian secara finansial, tetapi juga dapat memengaruhi stabilitas stok dan perputaran barang.

Permasalahan berikutnya adalah tidak adanya tenaga kerja tambahan. Seluruh kegiatan operasional, mulai dari pengadaan barang, penataan display, pelayanan konsumen, hingga pengelolaan keuangan, dilakukan secara mandiri oleh Bapak Abdi. Ketergantungan penuh pada satu orang pengelola meningkatkan risiko operasional, terutama apabila terjadi

kondisi yang mengharuskan pemilik untuk tidak berada di lokasi usaha. Situasi ini dapat menghambat pelayanan kepada konsumen dan berpotensi menurunkan tingkat penjualan.

Di sisi lain, pemanfaatan digitalisasi pemasaran juga belum berjalan secara optimal. Meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar, khususnya di lingkungan kampus yang didominasi oleh pengguna aktif media digital, namun strategi pemasaran online belum dikelola secara konsisten dan terstruktur. Keterbatasan dalam pengelolaan akun media sosial sebelumnya turut menjadi hambatan dalam membangun branding dan loyalitas pelanggan. Padahal, di era ekonomi digital saat ini, kehadiran usaha di platform online menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing.

Selain faktor manajerial dan pemasaran, karakteristik produk yang dijual juga menghadirkan tantangan tersendiri. Tanaman hias merupakan komoditas yang memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap perubahan cuaca, kesalahan perawatan, maupun keterlambatan penjualan. Tanaman yang terlalu lama tidak terjual berisiko mengalami penurunan kualitas bahkan kematian, sehingga menimbulkan kerugian langsung bagi pelaku usaha. Oleh karena itu, pengelolaan stok dan perputaran barang menjadi aspek krusial dalam menjaga efisiensi usaha.

Secara umum, Toko Taman 99 memiliki potensi pasar yang cukup baik.

Lokasinya yang berada di kawasan strategis, dekat dengan kampus dan permukiman masyarakat, memberikan peluang konsumen yang relatif stabil. Permintaan terhadap tanaman hias juga cenderung meningkat pada momen tertentu seperti hari raya keagamaan, acara wisuda, maupun kebutuhan dekoratif rumah tangga. Namun demikian, potensi pasar tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara maksimal karena masih terdapat kelemahan dalam sistem manajemen internal usaha.

Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak semata-mata ditentukan oleh lokasi yang strategis atau tingginya permintaan pasar, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan usaha secara menyeluruh. Tanpa adanya sistem manajemen yang terintegrasi, potensi pasar yang besar dapat terhambat oleh kendala internal. Oleh sebab itu, diperlukan pendekatan manajemen usaha kecil yang komprehensif dan berkelanjutan, meliputi penguatan aspek keuangan, pengendalian risiko, optimalisasi pemasaran digital, serta peningkatan efisiensi operasional. Dengan penerapan strategi yang terencana dan konsisten, Toko Taman 99 memiliki peluang untuk berkembang menjadi usaha agribisnis skala mikro yang lebih stabil, adaptif, dan berdaya saing di lingkungan Kota Medan.

B. Rekomendasi Strategi Penguatan Modal dan Manajemen Keuangan

Keterbatasan modal merupakan salah satu kendala paling mendasar dalam pengembangan usaha Toko Taman 99. Modal yang terbatas tidak hanya membatasi kemampuan penambahan stok, tetapi juga menghambat peluang untuk melakukan inovasi produk, perbaikan fasilitas usaha, serta pengembangan strategi pemasaran yang lebih luas. Dalam konteks usaha mikro, permasalahan modal seringkali bukan semata-mata disebabkan oleh kurangnya sumber dana, tetapi juga oleh belum optimalnya pengelolaan keuangan internal. Oleh karena itu, sebelum mempertimbangkan langkah ekspansi atau penambahan pembiayaan eksternal, perbaikan sistem manajemen keuangan internal menjadi prioritas utama yang perlu dilakukan.

Langkah pertama yang direkomendasikan adalah pemisahan yang tegas antara keuangan usaha dan keuangan pribadi. Penggunaan rekening khusus usaha menjadi solusi yang sederhana namun sangat penting untuk menciptakan transparansi arus kas. Pemisahan ini memungkinkan pemilik usaha untuk mengetahui secara pasti berapa jumlah pemasukan dan pengeluaran usaha setiap periode, sehingga keuntungan bersih dapat dihitung secara lebih akurat. Tanpa pemisahan tersebut, seringkali terjadi pencampuran dana yang menyebabkan kesulitan dalam mengevaluasi kinerja usaha secara objektif.

Langkah kedua adalah penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana

secara harian. Meskipun usaha berskala mikro, pencatatan tetap menjadi fondasi penting dalam pengambilan keputusan bisnis. Pencatatan minimal sebaiknya mencakup: jumlah stok yang masuk dan keluar, daftar barang yang terjual setiap hari, pengeluaran operasional seperti pembelian pupuk atau biaya transportasi, serta total penerimaan harian. Dengan sistem pencatatan yang konsisten, pemilik usaha dapat melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja penjualan dan efisiensi biaya.

Melalui pencatatan tersebut, Bapak Abdi dapat mengidentifikasi produk dengan tingkat perputaran cepat (*fast moving products*), seperti tanaman pucuk merah yang memiliki permintaan relatif stabil. Informasi ini sangat penting untuk menentukan prioritas penggunaan modal. Modal dapat difokuskan pada produk dengan margin keuntungan yang baik dan volume penjualan tinggi, sehingga risiko penumpukan stok dapat diminimalkan. Sebaliknya, produk dengan perputaran lambat perlu dikelola dengan strategi berbeda, misalnya melalui sistem pre-order atau pembelian dalam jumlah terbatas.

Apabila setelah dilakukan perbaikan manajemen keuangan masih diperlukan tambahan modal untuk pengembangan usaha, maka sumber pembiayaan eksternal dapat dipertimbangkan secara selektif dan terukur. Beberapa alternatif yang direkomendasikan antara lain mengajukan Kredit Usaha Rakyat (KUR) skala mikro dengan bunga relatif rendah,

bergabung dalam koperasi lokal yang memberikan akses pembiayaan berbasis komunitas, atau menerapkan sistem pre-order untuk tanaman bernilai tinggi. Sistem pre-order ini memungkinkan pemilik usaha menerima pembayaran terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian ke pemasok, sehingga risiko modal mengendap pada stok dapat dikurangi.

Pendekatan ini dinilai lebih aman dan berkelanjutan dibandingkan melakukan ekspansi besar tanpa didukung oleh perhitungan arus kas yang jelas. Ekspansi yang tidak didasarkan pada data keuangan yang akurat berpotensi meningkatkan beban risiko dan menurunkan stabilitas usaha. Oleh karena itu, penguatan manajemen keuangan internal menjadi fondasi utama dalam membangun usaha yang sehat, adaptif, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

C. Strategi Pengelolaan Risiko dan Keamanan

Risiko yang dihadapi oleh Toko Taman 99 tidak hanya berkaitan dengan kerusakan produk akibat sifat alami tanaman hias yang mudah layu, tetapi juga mencakup risiko kehilangan barang yang berpotensi menimbulkan kerugian finansial secara langsung. Kondisi ini dipengaruhi oleh karakteristik lokasi usaha yang berada di pinggir jalan raya dengan konsep terbuka tanpa bangunan permanen atau sistem pengamanan yang memadai. Akses yang relatif mudah bagi masyarakat umum menyebabkan tingkat

kerentanan terhadap kehilangan tanaman menjadi lebih tinggi dibandingkan usaha yang memiliki sistem perlindungan fisik yang lebih tertutup.

Dalam konteks manajemen risiko, kondisi tersebut menunjukkan perlunya penerapan strategi preventif yang bertujuan untuk meminimalkan kemungkinan terjadinya kerugian. Oleh karena itu, beberapa langkah strategis direkomendasikan sebagai bentuk penguatan sistem keamanan usaha.

Pertama, pemasangan CCTV skala kecil dapat menjadi solusi preventif yang efektif. Keberadaan kamera pengawas tidak hanya berfungsi sebagai alat dokumentasi apabila terjadi kehilangan, tetapi juga memiliki efek psikologis pencegahan (*deterrent effect*) bagi pihak yang berniat melakukan tindakan tidak bertanggung jawab. Investasi pada perangkat CCTV saat ini relatif terjangkau dan dapat disesuaikan dengan kapasitas usaha mikro.

Kedua, penggunaan pagar portable atau sistem penutupan tambahan pada malam hari perlu dipertimbangkan sebagai bentuk pengamanan fisik. Mengingat usaha tidak memiliki bangunan permanen, pagar sementara atau sistem penutup sederhana dapat mengurangi risiko akses bebas terhadap tanaman di luar jam operasional. Langkah ini penting terutama pada malam hari ketika pengawasan langsung dari pemilik tidak memungkinkan.

Ketiga, penataan ulang display tanaman juga dapat menjadi bagian dari

strategi pengelolaan risiko. Tanaman dengan nilai jual lebih tinggi sebaiknya ditempatkan pada bagian tengah atau area yang lebih sulit dijangkau dari sisi jalan. Sementara itu, tanaman dengan harga relatif lebih rendah dapat ditempatkan di bagian depan. Strategi penataan ini tidak hanya meningkatkan keamanan, tetapi juga membantu pengelolaan stok berdasarkan kategori nilai ekonomis.

Selain pengamanan fisik, pengendalian internal melalui kontrol stok harian juga menjadi aspek penting dalam manajemen risiko. Pencatatan jumlah tanaman masuk dan keluar secara rutin, disertai dokumentasi foto sebelum usaha ditutup setiap hari, dapat membantu mendeteksi potensi kehilangan secara lebih cepat. Sistem pencatatan sederhana ini berfungsi sebagai alat monitoring yang memperkuat pengawasan internal serta meningkatkan kedisiplinan dalam pengelolaan inventaris.

Secara keseluruhan, strategi pengelolaan risiko dan keamanan yang direkomendasikan bersifat preventif dan realistis untuk diterapkan pada skala usaha mikro. Langkah-langkah tersebut tidak memerlukan investasi besar, namun mampu memberikan dampak signifikan dalam mengurangi potensi kerugian. Dengan penerapan sistem keamanan yang lebih terstruktur dan konsisten, Toko Taman 99 dapat meningkatkan stabilitas operasional serta menjaga keberlanjutan usahanya dalam jangka panjang.

D. Strategi Digitalisasi dan Pemasaran Modern

Digitalisasi merupakan salah satu faktor strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro di era ekonomi berbasis teknologi. Bagi Toko Taman 99, pemanfaatan media digital menjadi sangat relevan karena segmen pasarnya didominasi oleh mahasiswa dan ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana mencari informasi dan melakukan transaksi. Pola perilaku konsumen saat ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian seringkali dipengaruhi oleh eksposur visual dan informasi yang diperoleh melalui platform digital. Oleh karena itu, keberadaan usaha di media sosial bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan menjadi bagian penting dari strategi pemasaran.

Namun demikian, sebelumnya Toko Taman 99 mengalami kendala berupa peretasan akun media sosial yang menyebabkan aktivitas pemasaran digital terhenti. Peristiwa tersebut tidak hanya berdampak pada hilangnya akses promosi, tetapi juga berpotensi mengurangi kepercayaan konsumen. Kondisi ini menunjukkan pentingnya sistem keamanan digital dalam pengelolaan usaha modern. Oleh karena itu, langkah strategis yang direkomendasikan adalah membangun kembali sistem digital secara lebih terstruktur dan aman.

Langkah awal yang perlu dilakukan adalah membuat akun media sosial baru dengan menggunakan email khusus usaha yang terpisah dari email pribadi. Pemisahan ini bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme sekaligus mempermudah pengelolaan akun dalam jangka panjang. Selain itu, pengaktifan fitur verifikasi dua langkah (two-factor authentication) sangat dianjurkan guna meningkatkan keamanan akun dan meminimalkan risiko peretasan di masa mendatang.

Selanjutnya, penggunaan WhatsApp Business dapat menjadi sarana pendukung yang efektif. Fitur katalog produk dalam WhatsApp Business memungkinkan pemilik usaha menampilkan daftar tanaman lengkap dengan foto, harga, dan deskripsi singkat. Hal ini memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi tanpa harus datang langsung ke lokasi. Selain itu, fitur balasan otomatis juga dapat membantu meningkatkan responsivitas pelayanan kepada pelanggan.

Dalam hal strategi konten, konsistensi menjadi kunci utama. Unggahan stok terbaru minimal dua kali dalam seminggu dapat menjaga interaksi dengan pengikut dan memastikan konsumen mengetahui ketersediaan produk. Promosi menjelang hari besar seperti Idul Fitri, Tahun Baru, atau momen wisuda juga dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Selain konten promosi, edukasi singkat mengenai cara merawat tanaman hias dapat meningkatkan nilai

tambah serta membangun citra usaha sebagai penjual yang peduli terhadap keberhasilan pelanggan dalam merawat tanaman. Penyertaan testimoni pelanggan juga penting untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan kredibilitas usaha di mata calon konsumen.

Secara strategis, digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat perluasan pasar tanpa harus membuka cabang fisik. Dengan jangkauan media sosial yang luas, Toko Taman 99 berpotensi menjangkau konsumen di luar area sekitar kampus dan permukiman terdekat. Biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan pembukaan lokasi baru menjadikan digitalisasi sebagai pilihan strategi yang efisien dan adaptif bagi usaha mikro. Dengan pengelolaan yang konsisten dan aman, transformasi digital ini dapat menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di masa depan.

E. Strategi Efisiensi Operasional dan Tenaga Kerja

Kondisi usaha Toko Taman 99 yang sepenuhnya dikelola secara mandiri tanpa karyawan tetap menimbulkan risiko operasional yang cukup signifikan. Seluruh aktivitas usaha, mulai dari pengadaan tanaman, penataan display, pelayanan konsumen, hingga pencatatan keuangan dilakukan langsung oleh pemilik. Ketergantungan penuh terhadap satu individu menyebabkan

operasional usaha menjadi rentan apabila pemilik berhalangan hadir karena alasan kesehatan, keperluan pribadi, atau kondisi mendesak lainnya. Situasi tersebut berpotensi menghambat pelayanan kepada konsumen, menurunkan peluang penjualan, bahkan menyebabkan kehilangan pelanggan apabila pelayanan tidak berjalan optimal.

Dalam konteks manajemen usaha mikro, kondisi ini menunjukkan pentingnya perencanaan tenaga kerja meskipun dalam skala sederhana. Oleh karena itu, salah satu solusi yang direkomendasikan adalah penggunaan tenaga bantu harian pada periode tertentu yang memiliki tingkat permintaan tinggi, seperti menjelang hari raya atau momen khusus. Tenaga bantu harian dapat direkrut secara fleksibel sesuai kebutuhan, sehingga tidak menambah beban biaya tetap usaha. Strategi ini memungkinkan pemilik untuk tetap menjaga kualitas pelayanan saat volume penjualan meningkat.

Selain itu, pelibatan anggota keluarga sebagai tenaga musiman juga dapat menjadi alternatif yang realistis dan efisien. Dalam banyak usaha mikro, dukungan keluarga berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Keterlibatan anggota keluarga dapat membantu mengurangi beban kerja pemilik sekaligus memperkuat pengawasan terhadap operasional. Dengan adanya pembagian tugas sederhana, seperti melayani pelanggan atau membantu penyiraman tanaman,

operasional usaha dapat berjalan lebih lancar.

Di samping aspek tenaga kerja, peningkatan efisiensi operasional juga menjadi langkah strategis untuk mengoptimalkan kinerja usaha. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah pengelompokan tanaman berdasarkan kategori harga atau jenis produk. Pengelompokan ini akan mempermudah konsumen dalam memilih tanaman sesuai dengan anggaran mereka, sekaligus mempercepat proses transaksi.

Pemberian label harga yang jelas pada setiap tanaman juga penting untuk meningkatkan transparansi dan kenyamanan konsumen. Label harga yang tertata rapi dapat mengurangi pertanyaan berulang terkait harga serta mempercepat pelayanan, terutama ketika kondisi usaha sedang ramai. Selain itu, penataan area khusus untuk tanaman premium atau bernilai tinggi dapat meningkatkan kesan eksklusif sekaligus mempermudah pengawasan terhadap produk dengan margin keuntungan lebih besar.

Secara keseluruhan, strategi pengelolaan tenaga kerja dan efisiensi operasional ini bertujuan untuk menciptakan sistem kerja yang lebih terstruktur dan adaptif. Meskipun usaha berskala mikro, penerapan pembagian tugas yang jelas dan penataan operasional yang baik dapat meningkatkan produktivitas serta mengurangi risiko gangguan operasional. Dengan manajemen tenaga kerja yang lebih fleksibel dan efisien,

Toko Taman 99 memiliki peluang untuk mempertahankan stabilitas usaha sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Langkah ini akan mempercepat pelayanan dan meningkatkan pengalaman konsumen.

F. Strategi Diversifikasi dan Peningkatan Nilai Tambah Produk

Karakteristik tanaman hias sebagai produk biologis yang hidup menjadikannya memiliki tingkat kerentanan yang relatif tinggi dibandingkan produk non-pertanian. Tanaman mudah mengalami penurunan kualitas akibat perubahan cuaca, keterlambatan perawatan, maupun lamanya waktu penyimpanan sebelum terjual. Apabila tidak dikelola dengan strategi yang tepat, kondisi ini dapat menimbulkan kerugian karena tanaman yang layu atau rusak tidak lagi memiliki nilai jual optimal. Oleh karena itu, diperlukan strategi diversifikasi produk sebagai upaya untuk meminimalkan potensi kerugian sekaligus meningkatkan nilai tambah usaha.

Salah satu strategi yang direkomendasikan adalah penerapan sistem penjualan paket bundling, yaitu menggabungkan tanaman dengan pot dan pupuk dalam satu paket penjualan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan nilai transaksi per pembelian, tetapi juga memberikan kemudahan bagi konsumen yang menginginkan solusi praktis dalam merawat tanaman. Bundling dapat dirancang dalam beberapa kategori harga, misalnya paket ekonomis dan

paket premium, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen konsumen. Selain itu, strategi ini membantu mempercepat perputaran stok karena konsumen cenderung membeli perlengkapan sekaligus dalam satu transaksi.

Strategi berikutnya adalah pemberian diskon secara selektif untuk tanaman yang mulai mengalami penurunan kualitas namun masih layak jual. Pendekatan ini lebih efektif dibandingkan membiarkan tanaman hingga benar-benar rusak dan tidak bernilai sama sekali. Diskon dapat diberikan dalam bentuk potongan harga ringan atau promo "harga khusus hari ini" guna menarik minat konsumen. Langkah ini membantu mengurangi kerugian sekaligus menjaga arus kas tetap berjalan.

Selain itu, pengembangan paket hadiah untuk momen tertentu juga dapat menjadi peluang peningkatan pendapatan. Tanaman hias memiliki nilai estetika dan simbolis yang tinggi, sehingga cocok dijadikan hadiah pada acara wisuda, ulang tahun, perayaan hari raya, maupun acara peresmian. Paket hadiah dapat dikemas lebih menarik dengan tambahan kartu ucapan atau dekorasi sederhana. Strategi ini tidak hanya meningkatkan nilai jual, tetapi juga memperluas fungsi produk dari sekadar tanaman hias menjadi produk bernilai emosional.

Secara keseluruhan, strategi diversifikasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan nilai ekonomis setiap

produk yang tersedia. Diversifikasi memungkinkan usaha memperoleh pendapatan tambahan tanpa harus melakukan investasi besar dalam bentuk pembukaan cabang atau penambahan fasilitas fisik. Dengan pengelolaan yang kreatif dan adaptif, karakteristik tanaman yang semula menjadi sumber risiko justru dapat diubah menjadi peluang untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing usaha. Pendekatan ini selaras dengan prinsip pengelolaan agribisnis skala mikro yang menekankan efisiensi, inovasi sederhana, dan optimalisasi sumber daya yang tersedia.

G. Implikasi Strategis bagi Keberlanjutan Usaha

Secara keseluruhan, penguatan Toko Taman 99 tidak harus diwujudkan melalui ekspansi besar-besaran seperti pembukaan cabang baru atau penambahan investasi dalam skala besar. Justru, strategi yang lebih relevan bagi karakteristik usaha mikro adalah memperkuat fondasi internal usaha terlebih dahulu. Penguatan tersebut mencakup perbaikan manajemen keuangan yang lebih tertib dan terstruktur, penerapan sistem pengelolaan risiko yang preventif, optimalisasi digitalisasi pemasaran, peningkatan efisiensi operasional, serta penerapan strategi diversifikasi produk yang mampu meningkatkan nilai tambah.

Pendekatan ini menekankan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya skala bisnis,

tetapi oleh kualitas sistem pengelolaan yang diterapkan. Dalam konteks usaha mikro seperti Toko Taman 99, stabilitas arus kas, pengendalian stok yang baik, keamanan produk, serta konsistensi promosi digital memiliki peran yang lebih penting dibandingkan ekspansi fisik yang berisiko tinggi. Dengan memperkuat aspek-aspek mendasar tersebut, usaha akan memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap fluktuasi permintaan maupun tantangan eksternal lainnya.

Pendekatan bertahap dan realistis dinilai lebih sesuai dengan kondisi sumber daya yang dimiliki. Strategi ini memungkinkan pemilik usaha untuk melakukan evaluasi secara berkala, memperbaiki kekurangan secara sistematis, serta mengurangi potensi risiko yang timbul akibat pengambilan keputusan yang terlalu agresif. Selain itu, penerapan strategi secara konsisten juga dapat meningkatkan profesionalisme pengelolaan usaha, meskipun dalam skala mikro.

Apabila seluruh rekomendasi yang telah diuraikan pada pembahasan sebelumnya diterapkan secara berkelanjutan, Toko Taman 99 memiliki potensi untuk berkembang menjadi usaha tanaman hias yang lebih stabil, kompetitif, dan adaptif terhadap perkembangan pasar. Dengan memanfaatkan lokasi strategis serta memperkuat sistem manajemen internal, usaha ini berpeluang mempertahankan eksistensinya sekaligus meningkatkan

kontribusinya terhadap perekonomian lokal di Kota Medan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap usaha Toko Taman 99 yang dikelola oleh Bapak Abdi, dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki potensi pasar yang cukup besar karena didukung oleh lokasi strategis di kawasan kampus dan permukiman. Produk yang dijual seperti pucuk merah, bunga hias, serta tanaman lainnya memiliki permintaan yang stabil, terutama menjelang hari-hari besar.

Namun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala utama yang memengaruhi keberlanjutan dan pengembangannya, yaitu keterbatasan modal, belum optimalnya manajemen keuangan, risiko kehilangan barang akibat sistem keamanan yang minim, belum maksimalnya pemanfaatan digitalisasi pemasaran, serta keterbatasan tenaga kerja karena usaha dikelola secara mandiri.

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa penguatan usaha tidak selalu harus dilakukan melalui ekspansi besar, melainkan melalui perbaikan sistem internal terlebih dahulu. Perbaikan tersebut meliputi penerapan pencatatan keuangan sederhana, pengendalian stok, peningkatan sistem keamanan, pemanfaatan kembali media sosial secara aman, serta diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah.

Apabila strategi-strategi tersebut diterapkan secara konsisten dan bertahap, maka Toko Taman 99 memiliki peluang untuk berkembang menjadi usaha tanaman yang lebih stabil, efisien, dan berdaya saing di Kota Medan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. **Bagi Pemilik Usaha (Bapak Abdi)**

Disarankan untuk mulai menerapkan sistem pencatatan keuangan harian dan pemisahan dana usaha dengan dana pribadi agar arus kas dapat terkontrol dengan baik. Selain itu, penguatan sistem keamanan sederhana seperti pemasangan CCTV dan kontrol stok harian perlu dilakukan untuk mengurangi risiko kehilangan. Pemanfaatan media sosial dan WhatsApp Business secara konsisten juga sangat dianjurkan guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

2. **Bagi Pengembangan Usaha ke Depan**

Diversifikasi produk melalui paket bundling dan sistem pre-order untuk tanaman bernilai tinggi dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan keuntungan tanpa menambah risiko modal secara signifikan. Penggunaan tenaga bantu musiman saat periode ramai

juga dapat meningkatkan efisiensi operasional.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini masih terbatas pada analisis manajemen usaha secara umum. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji aspek lain seperti analisis kelayakan finansial secara kuantitatif, analisis SWOT yang lebih mendalam, atau strategi branding UMKM berbasis digital.

Dengan adanya rekomendasi dan saran tersebut, diharapkan Toko Taman 99 dapat berkembang secara berkelanjutan serta mampu menghadapi tantangan persaingan usaha di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Z., & Hasanah, L. (2021). Strategi pemasaran UMKM berbasis digital dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 115–128.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2020). Digitalisasi pemasaran sebagai strategi peningkatan kinerja UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(1), 45–57.
- Kurniawati, D., & Setiawan, B. (2019). Pengaruh manajemen keuangan terhadap keberlanjutan usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 14(2), 87–99.
- Lestari, N., & Wibowo, S. (2022). Strategi pengelolaan risiko pada usaha

- agribisnis skala kecil. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 7(1), 60–72.
- Prabowo, A., & Nugroho, Y. (2020). Manajemen risiko dalam pengembangan usaha mikro agribisnis. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 5(3), 134–146.
- Rahmawati, I., & Sari, M. (2021). Optimalisasi media sosial dalam meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 210–223.
- Siregar, T., & Lubis, H. (2019). Peran pencatatan keuangan sederhana dalam meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), 33–44.