

**Penyuluhan Kelayakan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tanaman Hias
Di Wilayah Pondok Gede**

Nurminingsih, Ani Nuraini, Sakti Brata Ismaya
Universitas Respati Indonesia
Email: nurminingsih@urindo.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini berjudul Penyuluhan Kelayakan Bisnis Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tanaman Hias Di Wilayah Pondok Gede. Tujuan dari Studi ini untuk menyelidiki faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan usaha kecil di wilayah Pondok Gede. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari pemilik usaha kecil dan pengelola berlokasi di Kabupaten Banyumas Jawa Tengah Indonesia. Statistik deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan UKM di wilayah Pondok Gede. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kendala yang paling umum menghambat UKM ' pertumbuhan adalah dukungan keuangan, sumber daya manusia yang lemah, dan akses pasar yang terbatas di antara faktor internal sedangkan eksternal terdiri dari iklim usaha, infrastruktur dan otonomi. Memahami faktor-faktor yang menghambat pertumbuhan UKM di wilayah Pondok Gede akan membantu pembuat kebijakan seperti pemerintah, sektor swasta, untuk merancang kebijakan dan program yang ditargetkan yang akan secara aktif merangsang inovasi, serta membantu para pembuat kebijakan untuk mendukung, mendorong dan mempromosikan UKM untuk pengentasan kemiskinan di Banyumas. Untuk UKM, penelitian ini menawarkan model alternatif untuk mengatasi masalah agunan dan masalah pinjaman. Strategis alternatif tentang bagaimana menangani masalah seperti manajemen yang buruk, infrastruktur yang buruk, dan korupsi dibahas.

Kata kunci: Usaha Kecil, tanaman hias, pondok gede.

ABSTRACT

This dedication activity is titled Extension of Feasibility of Small and Medium Enterprises (SMEs) of Ornamental Plants in the Pondok Gede Area. The purpose of this study is to investigate the factors that hinder the growth of small businesses in the Pondok Gede area. The survey method is used to collect data from small business owners and managers located in Banyumas Regency, Central Java, Indonesia. Descriptive statistics are used to identify factors that hinder the growth of SMEs in the Pondok Gede area. The results of the study revealed that the most common constraints to inhibiting SMEs' growth were financial support, weak human resources, and limited market access between internal factors while the external consisted of business climate, infrastructure and autonomy. Understanding the factors that inhibit the growth of SMEs in the Pondok Gede region will help policy makers such as the government, the private sector, to design targeted policies and programs that will actively stimulate innovation, and help policy makers to support, encourage and promote SMEs for alleviation poverty in Banyumas. For SMEs, this study offers an alternative model for dealing with collateral and loan problems. Strategic alternatives about how to deal with problems such as poor management, poor infrastructure, and discussed corruption.

Keywords: Small businesses, ornamental plants, big huts.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan tanaman hias semakin meningkat seiring pembangunan perumahan yang kian terus bertumbuh. Tidak hanya menjadi populer saja, tanaman hias juga telah merambat ke bidang arsitektur. Kini desain rumah telah banyak menempatkan taman sebagai nilai asri sebuah rumah, bahkan pola penempatan tanaman itu sendiri tidak sembarangan sehingga memiliki nilai seni yang tinggi.

Tanaman hias dimaksudkan untuk tujuan tertentu, bisa karena hobi, hiasan ruang, dan bahkan untuk kesehatan juga. Peluang usaha yang bagus ini dimanfaatkan oleh salah satu UKM tanaman hias yang berada di JL.Raya Pondok Gede Dirgantara III Halim perdanakusuma karena didukung oleh keputusan Pemerintah DKI Jakarta saat ini telah menggerakkan semua masyarakat dan instansi pemerintah serta UKM untuk melaksanakan penghijauan dan juga sesuai SK Komando Lanud Halim Peradanakusuma Nomor Skep/14/X/1988 tanggal 21 Oktober 1988 dan diperbaharui dengan SK Gubernur Nomor 338/2002 Pangkalan TNI AU Halim Perdanakusuma merupakan salah satu wilayah yang menjadi Jalur Hijau dan juga sebagai wahana penyangga lingkungan kedirgantaraan serta sebagai wahana koleksi pelestarian plasma nutfah dari berbagai macam jenis pepohonan.

Diperlukan analisa yang tepat sesuai dengan perencanaan untuk mendapatkan kelayakan suatu bisnis agar semua potensi dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dan permasalahan dalam usaha dapat teratasi.

1.2. MANFAAT TANAMAN HIAS

Tanaman Hias banyak sekali ragam nya dan jenis nya, dari mulai tanaman hias pot mini sampai ke tanaman hias yang yang berpot besar.Bahkan bukan hanya tanaman hias sekarang tanaman buah pun banyak di cari untuk di jadikan tanaman hias serta untuk penghijauan. Belakangan tanaman hias semakin menjadi sesuatu barang yang di cari untuk penghias rumah sert penghijauan, dan sebagai sarana penangkal efek rumah kaca .

Tanaman Hias sendiri sudah semakin banyak jenis nya dan berasal dari berbagai macam daerah di Indoneisa, untuk tanaman hias kebanyakan mengambil dari daerah Jawa Barat.yang memiliki cukup banyak jenis tanaman hias.

Potensi inilah yang mendorong Ibu Marni dan suami untuk membuka usaha Tanaman Hias yang di beri nama EKA FLORIST di ambil dari nama anak pertama mereka, awal nya usaha ini di jalankan secara otodidak hanya berdasarkan akan ilmu yang di miliki oleh bu Marni dan

suami. Kios yang terletak di pinggir jalan Raya Pondok Gede Dirgantara AURI III ini cukup ramai karena lokasi yang strategis, Selain itu Kios ini pun tergabung kedalam Koperasi HIPETA yang didirikan oleh bapak Koewatto. Kios ini pun mengalami perkembangan yang cukup pesat, tetapi usaha ini masih tergantung akan keinginan konsumen.

Kios Eka Florist yang bergerak dibidang Tanaman dengan produk Tanaman Hias (multi) pertama kali didirikan tahun 2005 dan langsung tergabung kedalam himpunan koperasi HIPETA.

Karena bergerak di bidang Tanaman kios EKA FLORIST harus bisa bersaing dengan parah penjual Tanaman yang berada di sekitar nya, terutama di bidang harga dan ketersediaan jenis tanaman yang di jual.

Pada tahun 2005 kios ini hanya menjual tanaman saja tapi semakin kesini pemilik kios yaitu Ibu Marni dan suami mulai menjual perlengkapan tanaman juga seperti pupuk, obat tanaman dan pot tanaman berlokasi di Raya Pondok Gede Dirgantara AURI III menjadikan Eka Florist menjadi salah satu tempat dalam mencari berbagai keperluan dalam hal tanaman. Hingga saat inikios ini mampu menjual lebih dari 20 jenis tanaman hias dan buah serta berbagai perlengkapan tanaman. Kapasitas penjualan bisa mencapai lebih dari 35 tanaman dan perlengkapan tanaman hias per hari jika sedang rame dengan cakupan pemasaran meliputi wilayah Pondok Gede dan sekitar nya.

Namun sayangnya usaha ini belum berbadan hukum karena belum terdaftar di Kemenkumham dan Dirjen Pajak, akan tetapi karena Eka Florist tergabung menjadi anggota dari koperasi HIPETA yang sudah di akui secara hukum dan sah oleh Walikota Jakarta Timur. Maka secara tidak langsung Eka Florist juga di akui akan tetapi dalam bentuk koperasi bukan sebagai tempat usaha.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Eka Florist adalah suatu kios usaha yang bergerak dibidang penjualan tanaman hias dan berbagai perlengkapan bertanam. Usha ini bertujuan sebagai mata pencaharian sang pemilik untuk memenuhi kebutuhan hidup, selain itu usaha ini juga bertujuan untuk menyadaran masyarakat dalam hal penghijauan.

Kios Eka Florist awalnya di pasarkan kepada orang sekitar daerah Pondok Gede Jakarta timur, tetapi lambat laun makin banyak orang dari jauh yang mengetahuinya, selain itu juga mengandalkan dari konsumen yang melintas di dekat daerah situ.

1. Kegiatan Usaha

Kegiatan usaha kios EKA FLORIST adalah memasarkan dan menjual berbagai Tanaman Hias dan Tanaman Buah serta berbagai kebutuhan bertanam, untuk Tanaman di ambil dari petani yang berada di Jawa Barat seperti Subang, Kuningan, Purwakarta dll. Sedangkan Untuk peratan di ambil dari pedagang sekitar dan dari luar kota.

Jenis Tanaman Hias dan Buah yang di jual pun bermacam macam mulai dari Tanaman pot kecil berdiameter 5cm sampai tanaman pot besar yang berdiameter 70cm, tanaman yan di jual pun berbagai jenis nya. Kios ini buka setiap hari mulai dari jam 08:00 – 16:00.

2. Struktur Organisasi

UKM Eka Florist dalam pelaksanaan kegiatan nya memiliki struktur organisasi yang masih sangat sederhana yaitu pemilik menjadi pimpinan langsung dalam organisasi sehingga tidak bersifat administratif tetapi hanya pengetahuan lisan. Dalam melaksanakan kegiatan usaha nya pun Ibu Marni hanya di bantu oleh sang suami dan anak laki laki nya

3. Data dan Pembahasan Deskripsi Tentang Usaha

Berikut ini merupakan nama Tanaman Hias, dan perlengkapannya , yaitu:

3.1 Tanaman Hias

Ada beberapa jenis tanaman hias yang penjualannya mengikuti trend atau jenis tanaman yang sedang diminati oleh konsumen. Untuk tanaman hias yang sedang trend, harga jualnya dapat sangat mahal. Untuk mengurangi kerugian jika tanaman tertentu sudah lewat masa trend-nya, maka sebaiknya pengusaha menyediakan jenis tanaman yang beragam atau diversifikasi tanaman.

Standar mutu tanaman hias pada kajian ini berasal dari informasi pengusaha dan standar yang diterima secara umum. Mutu tanaman hias yang baik adalah yang berwarna cerah, segar, tidak kering dan tidak berpenyakit. Pengusaha tanaman hias selalu menjaga agar kualitas tanaman yang dihasilkan dan dijualnya berada dalam keadaan baik. Dengan demikian konsumen akan merasa puas dan tidak dirugikan.

3.2 Tanaman Buah Buah

Di Eka Flora tidak hanya menyediakan tanaman hias tetapi ada pula tanaman buah seperti pohon mangga, pohon jambu biji, pohon kelengkeng, pohon durian, pohon jeruk. Mayoritas saat ini konsumen lebih banyak memilih pohon mangga karena dalam proses pembuahannya tidak terlalu lama dan untuk perawatannya pun cukup mudah, beda halnya dengan pohon durian yang membutuhkan waktu yang cukup lama sekitar 1 tahun baru bisa berbuah sehingga memakan waktu cukup lama untuk pembuahannya, dengan begitu peminat pohon durian tidak begitu banyak karena konsumen lebih banyak memilih pohon mangga.

3.3 Pupuk Tanaman

Untuk pupuk tanaman di Eka Flora didapatkan atau dikirim dari Sukabumi, Cakung, dan untuk harga pupuknya pun berbeda-beda ada yang Rp. 10.000,- , Rp. 12.500 dan ada yang Rp. 15.000,- sedangkan untuk kualitasnya semua bagus tergantung cocoknya pupuk tanaman karena beda tanaman dipastikan beda jenis pupuk pula. Misalkan pupuk sekam khusus untuk tanaman yang tidak bisa terkena panas seperti antarium, kamboja,

3.4 Pot Tanaman

Pot tanaman yang terbuat dari tanah paling murah Rp. 10.000,- dan yang paling mahal Rp. 75.000,- sedangkan pot plastic paling murah Rp. 1.500,- dan yang paling mahal Rp. 80.000,- tergantung diameter pot itu sendiri.

3.5 Obat Tanaman

“ Eka Flora” menyediakan obat anti hama yaitu obat tanaman dengan berbagai macam merk dan mampu menjadikan tanaman hias ini menjadi subur dan bebas hama . obat tanaman ini terdiri dari :

Sidamethrin 25 , Decis , Roundup dengan teknologi bisoorp adalah herbisida tumbuh sistemik pada tanaman segkeh , kakao , karet , kelapa , kelapa sawit , kopi , teh , akasia jagung tanpa olah tanah , kedelai tanpa olah tanah dan padi gogo tanpa olah tanah serta memicu kemasakan dan meningkatkan kualitas nira pada tanaman tebu .Dan gramoxone adalah herbisida purna tumbuh yang bersifat kontak , berbentuk ,larutan air berwarna hijau tua untuk mengendalikan anakan sawit liar , gulma berdaun lebar dan

sempit serta teki dilahan tanpa tanaman , hutan tanaman industry (HTI) . Untuk obat tanaman sendiri harga nya berkisar dari Rp. 15.000 sampai dengan Rp 30.000 tergantung dari obat tanaman apa yang di cari.

4. Ruang Lingkup Bisnis

Bisnis adalah semua aspek kegiatan untuk menyalurkan barang-barang melalui saluran yang produktif dari membeli barang ,emtah, sampai menjadi barang jadi. Menurut Kismono (2001) bisnis merupakan proses sosial yang dilakukan oleh setiap individu atau kelompok melalui proses penciptaan dan pertukaran kebutuhan dan keinginan akan suatu produk tertentu yang memiliki nilai atau memperoleh manfaat atau keuntungan.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu dan sekelompok orang atau organisasi yang menciptakan nilai (create value) melalui penciptaan barang dan jasa (create of good and service) untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui transaksi.

Kegiatan bisnis sebagai sebuah organisasi :

- a Keuangan
kegiatan mencari dana yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan dagang.
- b Pemasaran
Kegiatan untuk menginformasikan barang dan jasa, mengidentifikasi keinginan konsumen.
- c Pengelolaan sumber daya manusia (SDM)
Menambah informasi sesuai kebutuhan dan meningkatkan kemampuannya.

Usaha bisnis Eka Florist walaupun hanya berbentuk kios biasa tapi sudah banyak di kenal masyrakat sebagai salah satu kios tanaman hias (multi) yang ada di daerah Pondok Gede. Produk yang di jual dan di pasarkan pun cukup banyak dan beraneka ragam, seperti Tananam Hias pot kecil, Tanaman Hias pot besar, Tanaman Buah, Berbagai macam Pupuk, Berbagai macam pot tanaman, obat tanaman serta berbagai peralatan untuk berkebun.

5. Personalia dan Perlengkapan

Kios Eka Florist Tidak Akan Bisa berkembang sampai saat ini jika tidak di dukung oleh SDM yang menghuni, Eka Florist sendiri walaupun tidak memiliki tenaga kerja tapi

mampu berkembang sampai saat ini. Usaha ini hanya di kelola oleh Ibu Marni dan suami serta di bantu oleh anak lelaki nya, kemampuan Ibu Marni yang mampu memasarkan dan menjual produk di kombinasi dengan kemampuan suami nya yang paham akan tanaman menjadi kunci nya walaupun itu semua mereka dapat secara otodidak, Ibu Marni dan suami pun hanya lulusan SD tapi mereka mampu mendalami ilmu Pertanian dan Pemasaran dengan cukup baik. Ilmu Pertanian sendiri mereka dapat dengan cara bertanya kepada orang yang lebih memahami tanaman dan dari konsumen yang kemudian mereka implementasikan ke dalam usaha mereka. Perlengkapan yang digunakan yang di gunakan untuk menjalankan usaha ini sama seperti perlengkapan biasa seperti bercocok tanam yg masih sederhana, mereka tidak menggunakan peralatan yang besar karna untuk mengefisiensikan biaya dan karna keterbatasan tempat serta dana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Persaingan dan Peluang Pasar

Persaingan usaha yang terjadi pada industri tanaman hias dapat dikatakan cukup tinggi khususnya di sentra-sentra tanaman hias. Hal ini tercermin dari jumlah pengusaha tanaman hias yang cukup banyak tetapi cenderung mengelompok (membentuk sentra tanaman hias). Tetapi jumlah pengusaha yang cukup banyak tersebut tidak menyebabkan persaingan yang terlalu ketat. Persaingan yang terjadi bersifat sehat dan saling melengkapi. Artinya antar pengusaha saling membangun jaringan, contohnya jika pengusaha tidak memiliki jenis tanaman yang diminta konsumen, maka dapat mencarinya ke pengusaha yang lain. Antar pengusaha juga saling menginformasikan jika ada pesanan tanaman tertentu.

Usaha tanaman hias masih memiliki prospek yang cukup menjanjikan, khususnya di daerah-daerah yang belum terdapat sentra tanaman hias. Selama masih ada perumahan, perkantoran, dan acara-acara khusus, permintaan akan tanaman hias akan tetap ada. Apalagi kondisi udara saat ini yang relatif berpolusi membuat kebutuhan akan tanaman hias akan tinggi. Selain menjual tanaman hias, pengusaha dapat menjual produk lain seperti pupuk dan pot. Hal ini dapat menjadi peluang karena dapat memberikan potensi pendapatan tambahan.

3.2. Aspek Pemasaran

2.1 Harga

Banyak pengusaha yang lebih mementingkan perputaran penjualan dan harga yang murah. Walaupun margin keuntungan per unitnya kecil tetapi volume tanaman yang terjual

banyak. Harga jual untuk tanaman kecil bervariasi dari mulai Rp 5.000 – Rp 10.000 per polybag. Tetapi harga rata-rata atau harga yang paling banyak untuk tanaman kecil adalah Rp 5.000 per polybag. Harga untuk tanaman besar juga bervariasi, tergantung dari jenis tanaman, usia tanaman, langka atau tidak di pasaran, serta sedang trend atau tidak. Variasi harga untuk tanaman besar adalah antara Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000 per pohon. Sedangkan untuk tanaman besar yang masih kecil (usianya masih muda) dinamakan tanaman sedang, variasi harganya adalah Rp 250.000 – Rp 500.000 per pohon.

Price List Harga Tanaman

NO	NAMA PRODUK	HARGA JUAL TAHUN 2016
1	Pakis	Rp20.000
2	Mawar Putih	Rp15.000
3	Mawar Kuning	Rp15.000
4	Mawar Baby	Rp15.000
5	Bunga Kancing	Rp15.000
6	Asoka	Rp15.000
7	Bonsai Siangto	Rp15.000
8	Brokoli Kuning	Rp10.000
9	Gardenia	Rp125.000
10	Cemara Tretos	Rp150.000
11	Panda Pela	Rp35.000
12	Agaave	Rp25.000
13	Mangga	Rp30.000
14	Kamboja	Rp400.000
15	Walisongo Paligata	Rp30.000
16	Miranti Tri Canter	Rp15.000
17	Studa	Rp15.000
18	Sri Gading	Rp15.000
19	Jemani	Rp1.000.000
20	Bambu Air	Rp20.000
21	Krokot	Rp2.500
22	Zodiak	Rp10.000
23	Gelombang Cinta	Rp2.500.000

Sumber : Wawancara Pemilik UKM .

Price List Pupuk dan Perlengkapan Tanaman

NO	NAMA PRODUK	HARGA JUAL TAHUN 2016
1	Pupuk Kandang Kambing Kasar	Rp10.000
2	Pupuk Kandang Kambing Halus	Rp15.000
3	Pupuk Organik	Rp10.000
4	Pupuk Organik	Rp15.000
5	Gabah Mentah	Rp15.000
6	Gabah Kasar	Rp20.000
7	Pot Tanah Diameter 25cm	Rp25.000
8	Pot Tanah Diameter 35cm	Rp40.000
9	Pot Tanah Diameter 40cm	Rp70.000
10	Tempat Pot isi 7	Rp70.000
11	Tempat Pot isi 5	Rp75.000
12	Tempat Pot isi 10	Rp100.000
13	Tempat Susun 1	Rp90.000
14	Tempat Susun 2	Rp135.000
15	Pot Plastik Kecil	Rp10.000
16	Pot Plastik Sedang	Rp15.000
17	Pot Plastik Besar	Rp25.000
18	Obat Tanaman	Rp15.000
19	Obat Penyubur Tanaman	Rp25.000

Sumber : Wawancara Pemilik UKM

Dari data price list harga tanaman yang bervariasi bergantung pada besar kecil serta tinggi pendek nya tanaman

Usaha kios Eka Florist termasuk jenis usaha tanaman hias (multi) yang artinya beliau hanya sebagai penjual tanaman, produk produk yang di jual bukan hanya tanaman hias saja tapi juga berbagai tanaman buah untuk memberi variasi produk yang di jual nya.

Pentapan harga akan menentukan daya saing tanaman yang di jual di Eka Florist mampu bersaing dengan usaha tanaman yang dijual oleh kios lain nya.

3.3 Jalur Pemasaran Produk

Rantai tata niaga atau jalur pemasaran produk di “ Eka Florist “ dalam perdagangan tanaman hias cukup pendek yaitu melibatkan petani, pedagang, industri dan konsumen rumah tangga. Pengusaha tanaman hias mengambil bibit atau tanaman siap jual dari petani. Terdapat tiga jenis konsumen, yaitu konsumen individu/rumah tangga, konsumen industri/perusahaan dan konsumen pedagang. Konsumen Industri/perusahaan dapat membeli tanaman hias ataupun membuat taman. Demikian pula halnya dengan konsumen individu, walaupun pada umumnya konsumen individu hanya membeli tanaman hias saja. Selain itu ada juga konsumen pedagang walaupun jumlahnya tidak terlalu banyak.

Lokasi petani yang menjadi pemasok tidak terlalu jauh dari Bogor dan Jakarta, yaitu dari Sawangan, Parung, Ciapus, Puncak, Mega-mendung, Jakarta dan Bandung. Masing-masing lokasi tersebut menawarkan jenis tanaman yang berbeda-beda. Karena lokasinya tidak terlalu jauh, pengusaha tanaman hias dapat mengambil sendiri langsung dari petani sehingga dapat memilih jenis tanaman yang akan dibelinya, tetapi ada juga pembelian yang diantar oleh petani.

3.4 Kendala Pemasaran

Kendala pemasaran yang dihadapi oleh pengusaha tanaman hias adalah peningkatan harga jual tanaman hias yang tidak secepat peningkatan biaya produksi untuk budidaya tanaman. Misalnya peningkatan harga jual hanya 5-10%, tetapi peningkatan biaya produksi (media tanam) lebih besar dari peningkatan harga jual (bahkan dapat mencapai 50%). Untuk menyasati hal tersebut, pengusaha melakukan kombinasi usaha antara budidaya tanaman, pedagang tanaman dan mengerjakan proyek pembuatan taman. Kendala lain adalah adanya pencurian oleh masyarakat karena lokasinya yang terbuka walaupun hal ini jarang terjadi. Selain itu, pengusaha perlu memperhatikan mekanisme pembayaran dari konsumen. Sedapat mungkin konsumen membayar secara tunai, kalau pun ditunda perlu didukung dengan dokumen-dokumen yang terkait. Hal penting lain yang harus diperhatikan oleh pengusaha dalam memasarkan tanaman hias adalah pengetahuan akan tanaman yang berkualitas bagus, komitmen dan kepercayaan kepada petani dan penjual, serta komitmen dan pelayanan kepada konsumen.

3.5 Kendala Produksi

Dalam melakukan proses budidaya dan perdagangan tanaman hias tidak ada kendala produksi yang berarti. Faktor penting yang perlu diperhatikan adalah ketersediaan air dan kualitas air, serta persyaratan tumbuh tanaman dan kecocokan dengan lingkungan. Faktor hama dan penyakit tanaman serta kekeringan juga dapat menyebabkan terjadinya kegagalan produksi. Tetapi dengan pengetahuan dan pengalaman yang cukup di bidang tanaman hias, resiko ini dapat teratasi.

Penerapan Analisis SWOT

1. Faktor Kekuatan

1.1 Jaminan Kualitas Produk

Dalam penjualan produk Tanaman UKM Eka Florist melakukan seleksi produk diantaranya tanaman hias yang paling laku. Tanaman yang daun nya memiliki kualitas baik, pupuk yang kualitas terbaik, tanaman dan perlengkapan yang harga nya terjangkau

1.2 Harga Bersaing

Ketika produk tidak terlalu memperhatikan banding, maka harga menjadi faktor sensitif bagi konsumen. Harga menjadi salah satu faktor penentu daya saing. Harga tanaman dijual oleh Ibu Marni hingga saat ini masih terjangkau oleh konsumen dan memiliki daya saing yang tinggi di pasar tanaman. Kadang harga yang di berikan pun kadang masih di tawar rendah oleh konsumen.

1.3 Pelayanan yang baik

Bila ada konsumen yang membeli tanaman dengan jumlah banyak maka akan di kirim langsung ke rumah konsumen langsung dari petani tanaman, dan bila tidak ada tanaman yang di cari makan akan di tawarkan tanaman yang kualitas dan harga yang sama.

1.4 Update Tanaman terbaru

Tanaman yang di jual terus di perbarui berdasarkan trend yang sedang di senangi dan paling laku konsumen.

1.5 Lokasi Kios strategis

Lokasi Kios Milik Ibu Marni ini berada persis di pinggir jalan sehingga mudah ditempuh dan jalan ini juga banyak di lalui oleh pengguna jalan sehingga mampu menjadi daya tarik bagi konsumen.

SIMPULAN

EKA FLORIST adalah kios usaha yang bergerak pada Tanaman hias dan buah. Tanaman Hias dan buah yang di jual pun berasal dari berbagai daerah Jawa Barat seperti Kuningan, Subang, Purwakarta. Eka Floris memulai usaha nya pertama kali pada tahun 2005 dari awal hanya tanaman hias kemudian merambah ke tanaman buah. Produk yang di jual dan di pasarkan di sini pun berbagai macam seperti Tanaman hias, tanaman buah, berbagai macam pupuk, berbagai pot tanaman, obat obatan tanaman, serta perlengkapan berkebun.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S., (2001), Regulasi dalam Revitalisasi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 5 April 2011.
- Ajzen, I, (1991), 'Theory of planned behavior' *Organisational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 170-211.
- Ariawati, 2005, Usaha Kecil dan Peluang Kerja, <http://jurnal.unikom.ac.id/vol4/art7.html>, diakses tanggal 3 maret 2005.
- Arinaitwe, J.K. (2006), "Factors constraining the growth and survival of small scale businesses: a developing countries analysis", *Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 8 No. 2, pp. 167-78.
- Awang, A., Khalid, S. A., Yusof, A. A., Mohamed Kassim, K., Ismail, M., Shekh Zain, R., & Sintha Madar, A.R. (2009). Entrepreneurial Orientation and Performance Relations of Malaysian Bumiputera SMEs: The Impact of Some Perceived Environmental Factors. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 84-96.
- Bagozzi, R., Baumgartner, H. and Yi, Y. (1989), 'An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship' *Journal of Economic Psychology*, 10 35-62.

- Bank Indonesia, 2004, Pola Pembiayaan Usaha Kecil Usaha Pengolahan Gula Kelapa.
- Purwokerto Berry, M.C., 2002, "Wajah Murung Ketenagakerjaan Kita", Kompas, 25 November.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21, 135-172.

