

PERENCANAAN POLA E-MITRA UNTUK PENGEMBANGAN AGRIBISNIS TANAMAN ANGGREK

Dwi Astuti
STMIK Bina Patria Magelang

ABSTRAK

Belum adanya standar penentuan harga jual tanaman anggrek menyebabkan persaingan bisnis antar petani menjadi tidak sehat. Keterbatasan modal, sarana dan pengetahuan menjadi hambatan untuk mengembangkan usaha dibidang agribisnis tanaman anggrek. Penelitian ini membahas pola e-mitra untuk mengakomodasi para petani anggrek, penjual anggrek dan pihak-pihak lain dalam upaya mengembangkan usahanya. Perusahaan mitra menyediakan bimbingan teknis, pembiayaan bibit anggrek botol, vitamin, pupuk hingga pemasaran hasil panen ke distributor tanaman hias, sedangkan mitra menyediakan tenaga dan bahan selama perawatan hingga panen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data secara observasi dan kuesioner. E-mitra yang dirancang berupa rekomendasi Perancangan Pola E-mitra untuk Pengembangan Agribisnis Tanaman Anggrek. Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan mampu untuk memfasilitasi pembeli, penjual dan pembudidaya anggrek untuk bisa mendapatkan harga yang wajar serta menambah ilmu dan jaringan pecinta anggrek.

Kata kunci: e-mitra, agribisnis, anggrek

PENDAHULUAN

Penjualan tanaman anggrek menjadi sangat pesat seiring dengan budaya masyarakat modern “say it with flower”. Permintaan melonjak ketika event lebaran, natal, pameran florist. Permintaan lain datang dari Instansi pemerintah maupun swasta dengan merental rangkaian bunga meja berupa tanaman anggrek pot untuk mempercantik ruangan, selain tahan lama berbagai macam corak dan warna semakin menambah nilai plus tanaman anggrek.

Meningkatnya jumlah permintaan baik berupa bibit, tanaman remaja maupun bunga potong mendorong para petani untuk eksplorasi usaha budidaya tanaman anggrek, namun beberapa kendala yang ditemukan yaitu keterbatasan pengetahuan perawatan, modal dan sarana prasarana.

Oleh karena itu perlu dirancang sistem informasi e-mitra untuk mengakomodasi para petani anggrek. E-mitra disebut sebagai usaha bersama yang bertujuan memberikan keuntungan secara periodik dan berkelanjutan antar pelaku bisnis. Pelaku bisnis di sini yaitu petani, perusahaan rekanan dan pihak distributor.

E-mitra memanfaatkan system informasi sebagai perantara komunikasi antar mitra. Dimana sistem informasi sendiri adalah suatu sistem yang memadukan kebutuhan pengelolaan transaksi harian, bersifat manajerial, mendukung operasi, dan kegiatan strategis dari sebuah organisasi dan pihak luar dengan laporan-laporan yang dikeluarkan (Hartono, 2005). E-mitra juga menggunakan konsep e-commerce yang

mengakomodasi penjual dan pembeli dalam satu lingkup bisnis online.

Rancangan e-mitra adalah suatu wadah yang mengumpulkan pecinta anggrek dari berbagai bidang pekerjaan, seperti penjual anggrek, petani anggrek, reseller anggrek ataupun hanya pengkoleksi anggrek. Rancangan e-mitra ini hampir serupa dengan konsep pasar-online namun mempunyai sisi keunggulan yaitu mempunyai konsep bisnis yang berbeda dari pasar online pada umumnya yang hanya melaksanakan transaksi jual beli. Konsep bisnis yang digunakan dalam rancangan e-mitra ini seperti pertukaran tanaman anggrek, persilangan anggrek, adanya event bimbingan teknis terkait dengan perawatan maupun pembibitan anggrek dari mitra ke mitra. Pasar-online adalah sarana pertemuan penjual dan pembeli layaknya pasar tradisional namun menggunakan internet melalui website. Penjual layaknya memiliki toko di pasar namun secara online yang dapat dikunjungi pembeli dan menampilkan barang dagangannya.

Manfaat e-mitra adalah terjadi sinergi pada setiap mitra sehingga mendapat keuntungan lebih, proses kerja dan hasil yang didapatkan lebih cepat karena informasi yang memadai, perusahaan lebih fleksibel, adanya pembagian risiko, mengurangi kebutuhan akan kapital karena perusahaan

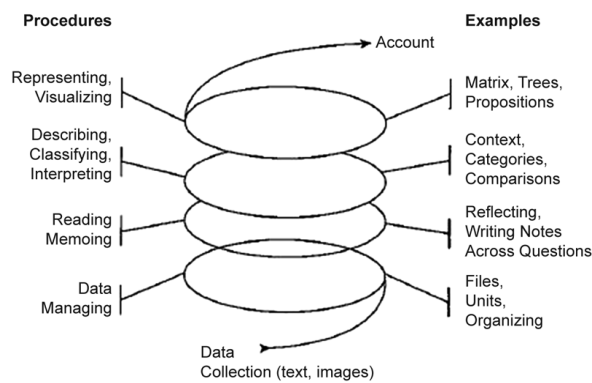
berkonsentrasi pada kompetensi inti efektif, kemampuan usaha setiap mitra akan meningkat karena dengan adanya informasi yang sama dapat memperoleh manfaat dan keunggulan tambahan dari mitra, tercapainya efisiensi dan efektivitas.

LANDASAN TEORI

Pada penelitian (Hani Atun:2017) penulis menjelaskan bahwa dengan memanfaatkan teknologi e-commerce memenuhi strategi pemasaran produk yang dapat berdampak pada peningkatan pendapatan. Hal ini dilihat dari peningkatan hasil sebanyak 15% pemasaran produk Kopma Antik STT. Proses pembuatan pada penelitian (Hani Atun:2017) ini menggunakan model pengembangan waterfall yang dimulai dari analisis data dan kebutuhan sistem, desain sistem, pembuatan perangkat lunak, dan pengujian sistem. Selain itu kelebihan dari penelitian (Hani Atun:2017) pada sistem pembayaran yang sudah menerapkan teknologi paypal. Pemilihan teknologi paypal dikarenakan sudah hampir 30% pemasaran hasil industri kulit terjadi di pasar internasional.

Pada penelitian (Shabur Miftah:2015), dijelaskan bahwa penggunaan e-commerce membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan, menyampaikan informasi secara cepat, serta mempermudah transaksi jual beli. Metode

penelitian yang digunakan pada penelitian (Shabur Miftah:2015) ini adalah penelitian deskriptif dan metode kualitatif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, instrumen penelitian, peneliti sendiri, catatan lapangan dan pedoman wawancara. Data tersebut dianalisis menggunakan Data Analysis Spiral pada Gambar 1. berikut.



Gambar.1 Data Analysis Spiral

Dari data analisis tersebut didapatkan hasil yaitu sistem lama yang berjalan tidak efektif dan efisien karena membutuhkan biaya dan waktu yang cukup lama bagi pelanggan untuk memproses transaksi. Selain menyampaikan informasi secara detail kepada konsumen, implementasi e-commerce membantu menurunkan biaya yang dikeluarkan. Namun, kelemahan dari implementasi e-commerce ini adalah minimnya sumber daya manusia yang memahami penggunaan e-commerce dan masih banyaknya

konsumen yang kurang percaya akan keamanan belanja online.

Pada penelitian (Noni Rahmawati:2016), disampaikan bahwa dengan menggunakan pemasaran online dapat menghemat waktu (pemasaran 24 jam) dan mengurangi biaya sehingga dapat menambah omset pendapatan. Selain itu juga dengan menggunakan teknologi informasi, pengolahan data tidak lagi dilakukan secara manual, sehingga alur keluar masuk produk dapat dilihat secara jelas. Pada penelitian (Noni Rahmawati:2016), sistem lama yang sudah berjalan membuktikan bahwa lambatnya informasi yang diterima oleh konsumen akibat dari pemasaran yang masih manual, penyebaran informasi dilakukan secara mulut ke mulut, terbatasnya jangkauan wilayah promosi, penjualan produk yang kurang optimal, dan penanganan yang lambat terhadap penjualan.

Pada penelitian (Himawan:2014), website e-commerce sebagai media pemasaran, memberikan kemudahan pemilik toko memberikan pelayanan secara optimal terhadap konsumen dan memberikan informasi 24 jam serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Apabila toko offline tutup maka pemesanan masih bisa dilakukan melalui online, serta keamanan website yang dirancang sudah menggunakan SSL (Secure Socket Layer) dan algoritma enkripsi untuk

mengoptimalkan keamanan dalam transaksi sistem e-commerce.

Pada penelitian (Uswatun:2013), dipaparkan bahwa dengan adanya perancangan system informasi, yang diaplikasikan pada system informasi penjualan akan memperluas area promosi maupun area pemasaran. Dengan adanya penelitian (Uswatun:2013) diharapkan mampu memberikan inspirasi terhadap pembaca untuk mencoba bisnis online sehingga dapat membuka lapangan kerja baru serta menghasilkan pendapatan tambahan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan dengan beberapa tahap. Dalam penelitian ini tahapan-tahapan yang dilakukan adalah:

Studi Pustaka

Tahapan dalam studi pustaka adalah mencari dan me-review beberapa jurnal yang memiliki kesamaan dalam studi kasus atau pembahasan sebagai referensi.

Perencanaan

Dari jurnal yang telah dicari, langkah selanjutnya adalah merencanakan ide penelitian berdasarkan hasil review jurnal yang dijadikan sebagai referensi. Mengambil kekurangan dari jurnal yang sudah ada lalu membuat inovasi baru dari penelitian-penelitian tersebut,

Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang hasil temuannya tidak diperoleh dari prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya, penelitian tersebut berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaktif tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri, dilakukan dalam situasi yang wajar (natural setting), metode kualitatif berdasarkan sifat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (verstehen) (Gunawan:2018). Metode penelitian kualitatif biasanya menghasilkan data yang bersifat kualitatif (Uswatun:2013). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan kuesioner. Data toko online anggrek didapatkan melalui internet (Instagram, facebook, tokopedia, dll). Setelah data toko online didapatkan selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner pada masing-masing toko online. Kuesioner ini di sebarakan melalui form Google form karena lebih mudah dalam penyebarannya. Selain itu, dilakukan observasi dilakukan dengan cara mengamati alur kerja pada beberapa toko anggrek baik Online maupun offline. Selain mengamati alur kerja, juga mengamati cara perawatan mulai dari proses pembibitan, peremajaan dan perawatan anggrek dengan memberikan nutrisi yang dibutuhkan dalam hal ini pupuk dan vitamin, serta pemasaran dan

pendistribusian ke distributor tanaman hias. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk merancang prototipe E-Mitra Agribisnis Anggrek.

Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data dan didapatkan data yang diinginkan, data selanjutnya dianalisis menjadi suatu informasi yang tersirat (L Moelong:2007). Berdasarkan analisis datanya, penelitian kualitatif senantiasa melibatkan proses induktif, yakni data hasil pengamatan dipergunakan sebagai dasar penemuan pola dan tema penelitian (Sosiologis:2017). Prosesnya dimulai dari pengamatan dan eksplorasi fenomena, kemudian meneruskan informasi temuan dipandu dengan prinsip analisis yang fleksibel. Temuan dari penelitian kualitatif melekat dengan konteks historis dan sosial, sehingga peneliti sangat terbuka pada kemungkinan perubahan temuan apabila konteks di lapangan berubah-ubah (Sosiologis:2017).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan uraian di atas, didapatkan hasil seperti berikut:

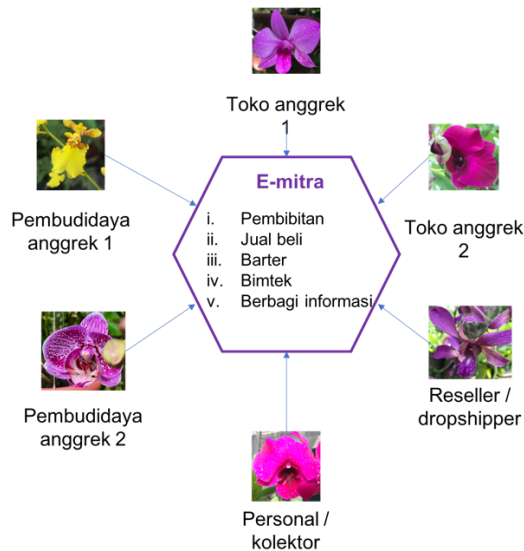
1. Banyaknya penjual anggrek yang menjual anggreknya melalui media online maupun offline.
2. Adanya perbedaan harga antar penjual satu dengan penjual yang lain yang

mengakibatkan persaingan harga antar penjual.

3. Penjual anggrek online umumnya tidak mencantumkan harga pada anggrek jualannya.
4. Penjual anggrek online umumnya mengambil tanaman anggrek dari pihak distributor yang mana mempunyai banyak stok dengan harga lebih murah.
5. Pembeli cenderung memilih membeli anggrek dengan harga paling murah namun harus bertanya satu demi satu toko untuk mendapatkan harga termurah.
6. Bimbingan teknis hanya sering dilakukan pada toko offline yang menjual anggrek dan membudidayakannya.
7. Budidaya anggrek cenderung susah-susah gampang sehingga diperlukan

Gambaran umum E-mitra adalah sebagai wadah atau pasar-online yang memfasilitasi para penjual anggrek yang saat ini lebih banyak berjualan secara mandiri melalui social media seperti facebook atau Instagram. Kejadian yang sering terjadi adalah perbedaan harga antara satu penjual dengan penjual yang lain. Hal ini menyebabkan persaingan harga yang cukup berpengaruh terhadap calon pembeli. Pembeli cenderung memilih penjual yang menjual anggrek dengan harga yang lebih murah. Selain itu juga terkadang pembeli hanya menanyakan harga anggrek yang dijual tanpa membeli.

Prototype yang dirancang ini diilustrasikan seperti pada Gambar 1. berikut.



Gambar 2. Ilustrasi E-Mitra

Ilustrasi mekanisme e-mitra yaitu perusahaan rekanan/mitra menyediakan bimbingan teknis perawatan, pembibitan anggrek baik berupa seedling maupun anggrek botol, vitamin dan pupuk hingga pemasaran dan pendistribusian ke distributor tanaman hias. Sedangkan mitra menyediakan tenaga dan lahan selama proses perawatan hingga panen, penanganan pasca panen, penyiapan lahan untuk penanaman periode berikutnya. Hasil panen terbagi menjadi 3 kategori yaitu plant remaja, dewasa siap bunga dan bunga potong. Harga jual masing-masing kategori ditentukan oleh perusahaan rekanan dengan memperhatikan berbagai aspek pasar.

Untuk menjadi anggota e-mitra, diadakan kesepakatan yang telah dilegalisasikan dengan surat perjanjian

hitam di atas putih, sedangkan pengelolaan informasi didampingi aplikasi e-mitra yang tengah dirancang. Hal ini dilakukan untuk mengikat perjanjian antara mitra dengan mitra sehingga tidak saling merugikan satu sama lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Dengan adanya e-mitra, para penjual anggrek akan mempunyai wadah tersendiri untuk berbisnis online secara aman dengan standar harga yang stabil, sehingga tidak ada persaingan harga antar penjual.

Perubahan harga anggrek ditentukan dari tingkat ketersediaan anggrek dari pembudidaya dan penjual yang ada. Apabila anggrek tertentu mengalami kelangkaan maka harga akan naik.

Tersampainya informasi dari mitra ke mitra secara cepat dan efisien.

Adanya bimbingan teknis akan menyebabkan meningkatnya varietas anggrek yang dibudidayakan.

Jika hal itu terjadi maka akan meningkatkan penghasilan antar mitra karena saling terhubung dalam jaringan e-mitra.

Saran

Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengembangkan konsep e-mitra

untuk berbagai pihak seperti perusahaan pupuk, perikanan, dan bidang lain. Selain itu untuk perusahaan software-house diharapkan untuk menyempurnakan aplikasi sesuai kebutuhan user dan dapat membuat aplikasi yang dapat diakses multi-platform.

Harapan lain dari penelitian ini adalah adanya investasi yang masuk untuk mengembangkan pola e-mitra menjadi jaringan yang lebih luas sehingga dapat dikenal di berbagai daerah. Investor yang datang juga diharapkan mampu memberikan modal dengan tujuan memperbesar usaha para pecinta anggrek sehingga usaha penjualan anggrek melalui e-mitra dapat menjadi lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Hartono, Jogyanto/ (2005) *Analisis & Desain*. Yogyakarta : Andi Offset
- L.Moelong (2007). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosadakarya
- Shabur Miftah Maulana, Heru Susilo, Riyadi (2015). Implementasi E-Commerce sebagai media penjualan online (Studi Kasus pada Toko Pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol 29, no1, pp. 1-9.
- Hani Atun Mumtahana, Sekreningsih Nita, Adzinta Winerawan Tito (2017). Pemanfaatan Web E-Commerce untuk meningkatkan strategi pemasaran, *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, vol 3, no.1, pp.6-15.
- Noni Rahmawati, Herry Mulyono (2016). Analisis dan perancangan system informasi pemasaran berbasis web pada Toko Billy”. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, vol.1, no.2, pp. 104-116.
- Himawan, Asep Saefullah & Sugeng Santoso (2014). Analisa dan perancangan system informasi penjualan online (e-commerce) pada CV selaras batik menggunakan analisis deskriptif. *Scientific Journal of Informatics*. Vol.1, no.1, pp. 53-64.
- S. Uswatun Hasanah (2013). Perancangan system informasi penjualan online pada Toko Kreatif Suncom Pacitan. *IJNS-Indonesian Journal on Networking and Security*. November.
- I. Gunawan . Metode Penelitian Kualitatif. Diakses tanggal 22 September 2019 dari http://fip.um.ac.id/wp-content/uploads/2015/12/3_Metpen-Kualitatif.pdf
- Sosiologis.com (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Diakses tanggal 22 September 2019 dari <http://sosiologis.com/metode-penelitian-kualitatif>
- Kompasiana.com (2011), Pasar online vs pasar tradisional. Diakses tanggal 28 September 2019 dari <https://www.kompasiana.com/www.tokomainanonline.com/5500ac80a333110d1750f982/pasar-online-vs-pasar-tradisional-was-zamannya-pasar-online>