



Product Life Cycle (Siklus Hidup Produk) pada Tanaman Anggrek di DD Orchid Nursery

Agnes Fikien^{1*}, Warter Agustim²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang

*Koresponden author: agnesfikien@gmail.com

Abstract

This fieldwork practice activity (PKL) was carried out by conducting research on Product Life Cycle (product life cycle) on orchid plants at DD Orchid Nursery, this activity aims to see how much influence Product Life Cycle (product life cycle) on the marketing of orchid plants at DD Orchid Nursery. Data collection is done by observation, interviews, and documentation. The results show the Product Life Cycle process. This Industry is still not optimal enough, which affects product sales in each period, so it is necessary to improve strategies to find out the quantity of Product Life Cycle (product life cycle) that will be successful and can estimate the type of Product Life Cycle (product life cycle). which will be able to compete in the market in the future, and increase the amount of production than usual so that stock remains available. So that customer demand is always met and does not reduce the number of products to be offered, and can meet sales targets.

Keywords: Product Life Cycle, Orchid Plant, Marketing Strategy,

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan penelitian tentang *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) pada tanaman anggrek di DD Orchid Nursery, kegiatan ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) terhadap pemasaran tanaman anggrek di DD Orchid Nursery. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa proses *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) pada industri ini masih belum cukup maksimal, yang berpengaruh terhadap penjualan produk di setiap periodenya, sehingga perlu adanya peningkatan strategi untuk mengetahui kuantitas *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) yang akan berhasil, dan dapat memperkirakan jenis *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) yang kiranya dapat bersaing di pasaran masa mendatang, serta menambah jumlah produksi dari biasanya agar *stock* tetap tersedia. Sehingga permintaan pelanggan selalu terpenuhi dan tidak mengurangi jumlah *product* yang akan ditawarkan, serta dapat memenuhi target penjualan.

Kata Kunci: *Siklus hidup produk, Tanaman Anggrek, Strategi Pemasaran*

PENDAHULUAN

Anggrek ialah jenis tanaman yang memiliki keanekaragaman cukup besar. tanaman anggrek mempunyai 25.000-30.000 spesies (Tuhuteru, 2012). Indonesia adalah negara yang menyimpan kekayaan plasma nutfah anggrek paling besar didunia, dan menjadi pusat keanekaragaman genetik beberapa jenis anggrek yang berpotensi sebagai penghasil varietas baru, salah satunya yaitu anggrek *Dendrobium* (Fandani, 2018). Spesies anggrek ini merupakan asal daya genetik Indonesia yang ditemui pada daerah bagian timur, seperti Papua dan Maluku. *Dendrobium* merupakan anggrek yang bersifat epifit, yang hidupnya melekat pada batang, dahan, atau ranting pohon yang telah mati akarnya sebagian menempel di medianya dan sebagian menjuntai bebas pada udara (Andalasari., 2014).

Dendrobium ialah salah satu jenis anggrek yang saat ini paling terkenal diperjual belikan karena bentuk dan warna bunganya bervariasi, serta memiliki keberagaman yang sangat besar, baik habitat, ukuran, juga daunnya. *Spectrum* penyebarannya luas, mulai berasal dari wilayah pantai sampai pegunungan. Bunganya yang indah dengan warna, bentuk dan corak yang beragam, serta dapat bertahan lama menyebabkan tanaman ini memiliki nilai estetika dan



ekonomis yang tinggi. Bunga yang telah mekar sempurna dapat bertahan 2–3 minggu. Pesona bunganya yang indah merupakan daya tarik yang paling memikat (Syukur et al., 2012). Keunggulan tanaman anggrek ditentukan oleh warna, ukuran, bentuk, susunan, jumlah kuntum bunga per tangkai, panjang tangkai dan daya tahan kesegaran bunga.

Di Indonesia, anggrek merupakan tanaman yang mempunyai nilai ekonomis tinggi, baik untuk bunga potong maupun untuk bunga pot (Kasutjianingati, 2013). Peminatan anggrek di pasaran yang tidak sebanding dengan ketersediaannya menjadi salah satu permasalahan dalam budidaya tanaman ini. Teknik kultur jaringan menjadi alternatif yang dapat menjawab permasalahan tersebut. Pada tahun 1920-an, Knudson menunjukkan bahwa perkecambahan biji anggrek dapat dilakukan dengan menanam biji anggrek pada media yang mengandung mineral dan gula sebagai sumber energi. Perkecambahan secara *in vitro* dapat membantu perkecambahan embrio anggrek yang belum berkembang atau belum matang sehingga memperpendek siklus pemuliaannya atau budidayanya (Arditti, 2010).

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang atau jasa, dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Kotler (2001) mengemukakan definisi pemasaran berarti bekerja dengan pasar sasaran untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci kesuksesan suatu perusahaan.

Salah satunya yaitu merencanakan target pasar atau *customer segment* di mana terjadinya proses analisis menentukan pasar, manakah pasar yang ditujukan atas usaha atau bisnis yang dijalankan suatu perusahaan. Dalam hal ini yang menjadi contoh objek analisis dalam permasalahan yang diamati adalah Tanaman Anggrek Di DD Orchid Nursery. Bisnis ini ialah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang pertanian, yang sudah didirikan sejak tahun 2007. Di mana pak Dedek Setia Santoso selaku *owner* tanaman anggrek di Desa Dadaprejo, Kota Batu, Jawa Timur. Dia pemilik DD Orchid Nursery, kebun sekaligus laboratorium kultur jaringan untuk pengembangan tanaman anggrek.

DD Orchid Nursery adalah salah satu sentra pembudidayaan anggrek paling besar di Jawa Timur. Lebih istimewa lagi, kebun Dedek adalah 'induk' dari seratus lebih kebun anggrek yang ada di sekitar Dadaprejo. Selain itu DD Orchid Nursery ini merupakan tempat wisata edukasi. Tanaman Anggrek Di DD Orchid Nursery ini sudah memiliki 101 plasma induk yang bekerja sama dengan petani sekitar yang tersebar di sekitar dadaprejo kota batu dan untuk cabang pertamanya yang menjadi fokus pengamatan adalah plasma inti utama, yang berlokasi tepat di jalan martorejo RT.03 RW 03 Kel. Dadaprejo, Batu (*city*).

Seperti kebanyakan usaha-usaha lainnya, DD Orchid Nursery ini juga memiliki beberapa kendala, seperti kendala dalam perihal dalam memasarkan produk dan perkembangan zaman yang berpengaruh terhadap pemasaran tanaman anggrek itu tersebut. Permasalahan yang timbul itu membuat usaha ini meluncurkan akun sosial media mereka seperti *website* atau *blog*, shopee, tokopedia, facebook, whatsapp group *reseller*, dan instagram dengan maksud mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan dari penggunaan media sosial tersebut atas kunjungan pelanggan. Selain itu DD Orchid Nursery juga bisa dikunjungi secara langsung. Dan menggunakan



sistem *life cycle* sebagai strategi untuk tetap *eksis* di pasaran sehingga diharapkan dapat menarik pangsa pasarnya sendiri.

Permasalahan yang timbul di DD Orchid Nursery, penulis mengambil judul *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) Pada Tanaman Anggrek Di DD Orchid Nursery Sebagai Strategi Terhadap Kunjungan Pelanggan dengan penelitian pada *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) pada tanaman anggrek itu sendiri. *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) telah direkomendasikan sebagai dasar untuk perencanaan dan pengendalian produk (Schultz dan Rao, 1986). Menurut Lancaster dan Wesenlund (1984) posisi penjualan produk diperkirakan akan berubah seiring waktu seperti profitabilitas dan siklus hidupnya, dari mempelajari siklus hidup produk adalah salah satu usaha untuk mengenali tahapan yang berbeda dari riwayat penjualan suatu produk. Dengan demikian apabila tidak sesuai dengan pola PLC maka organisasi atau perusahaan hendaknya melakukan tindakan agar produknya dapat bersaing di pasaran. Cunningham (1969) pada penelitian nya menemukan jika PLC dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mengatur strategi dan aktivitas perencanaan produksi.

Rink dan Swan (1979) menyebutkan sebuah konsep siklus hidup produk yang digunakan sebagai cara di mana menampilkan grafis nilai kontribusi produk dari waktu ke waktu. Siklus hidup produk biasanya memiliki lima tahap yakni development (pengembangan), growth (pertumbuhan), maturity (kedewasaan), saturation (kejenuhan) dan decline (penurunan). Azhar dan Leung (1993) melakukan penelitian pada studi kasus perusahaan XYZ dengan produk X. Penelitian ini berfokus pada pendekatan siklus hidup untuk 5 multi atribut produk pada pengambilan keputusan. Kurangnya investasi teknologi pada manufaktur dapat menghambat daya saing jangka panjang sebuah perusahaan. Masalah pada penelitian ini diformulasikan dengan menggunakan model system-with-feedback (SWF). Cara ini sesuai dengan kasus permodelan elemen yang dinamis.

Milichovsky (2015) *marketing activity* merupakan kegiatan pemasaran yang menghubungkan konsumen dengan departemen pemasaran perusahaan melalui informasi yang digunakan untuk mendeteksi dan mengidentifikasi peluang dan ancaman untuk pengembangan, perbaikan dan evaluasi kegiatan pemasaran. *Marketing activity* merupakan sub elemen dari proses *marketing*. Kotler et al. (2007) menyebutkan ada empat bagian dalam proses *marketing*, antara lain: *Analysis of marketing opportunities*, *Selection of target markets*, *Creation of marketing mix*, dan *Management of marketing efforts*.

Anggrek termasuk keluarga besar dari kelompok (subdivisi) tanaman berbunga atau berbiji tertutup (angiospermae), kelas tanaman berbiji tunggal (monocotyledone), ordo Orchidales, dan famili Orchidaceae (anggrek-anggrekan). Anggrek memiliki bunga yang indah dengan warna, bentuk dan corak yang beragam, serta dapat bertahan lama menyebabkan tanaman ini memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Pesona bunganya yang indah merupakan daya tarik yang paling memikat (Syukur et al., 2012). Bagian-bagian tubuh anggrek terdiri dari akar, batang, daun, bunga, dan buah (Yusuf, 2012). Pada umumnya anggrek memiliki tipe tumbuh yang berbeda-beda, diantaranya terestrial, epifit dan saprofit. Di samping itu apabila dilihat dari aspek cara tumbuhnya dibagi menjadi dua, yaitu simpodial dan monopodial. Beberapa genus yang termasuk ke dalam Famili Orchidaceae, yaitu Genus Dendrobium, Genus Vanda, Genus Phalaenopsis, Genus Arachnis, Genus Spathoglottis, Genus Paphiopedilum, dan sebagainya.

Rink dan Swan (1979) menyebutkan sebuah konsep siklus hidup produk yang digunakan sebagai cara di mana menampilkan grafis nilai kontribusi produk dari waktu ke waktu. Siklus



hidup produk biasanya memiliki lima tahap yakni development (pengembangan), growth (pertumbuhan), maturity (kedewasaan), saturation (kejenuhan) dan decline (penurunan). Selanjutnya Rink dan Swan (1979) juga menambahkan terdapat banyak variasi berkaitan.

Banyak konsep mengenai *product life cycle* berkembang seiring berjalannya waktu salah satunya oleh Shahmarichatghieh dkk (2015) yang mengatakan setiap fenomena memiliki siklus hidup yang tak terbatas yang bisa dipertimbangkan dari berbagai aspek dan bisa diklasifikasikan menurut kategori yang berbeda. Siklus hidup yang paling sederhana pada bidang industri adalah *product life cycle* (Shahmarichatghieh dkk, 2015). Menurut Cox (1967) *product life cycle* adalah fluktuasi penjualan produk dari awal penciptaannya sampai pada akhir terjadi penurunan. Hal yang tidak jauh berbeda ditemukan Klepper (1997) *product life cycle* fenomena umum yang didasarkan pada perubahan pasar selama keberadaan produk tersebut. Menurut Sharma (2016) *product life cycle* menyangkut sebuah produk di pasar berkenaan dengan bisnis atau biaya komersial serta ukuran penjualan. Lancaster dan Wesenlund (1984) pada penelitian ini menunjukkan integrasi yang berkembang untuk menggambarkan PLC dalam lingkup internasional dan menerapkannya pada industri tekstil.

Perdagangan sendiri cukup penting terutama bagi negara berkembang serta bagaimana negara berkembang memperdagangkan berbagai komoditas dengan melihat kondisi pasar. Namun masalah yang muncul di mana kemampuan produsen beradaptasi terhadap lingkungan. Hal tersebut telah menciptakan ketegangan besar antara dan di dalam negara-negara di dunia tahapan PLC, ada yang mengatakan PLC terdiri dari empat, lima ataupun enam tahapan. Cunningham (1969) pada penelitian nya menemukan jika PLC dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mengatur strategi dan aktivitas perencanaan produksi. Perhatian manajemen harus selalu dilakukan dan difokuskan pada monitoring keuntungan tiap produk sehingga rencana yang relevan dan strategi pemasaran dapat dirumuskan dan variasi produk dapat dioptimalkan, sehingga mencerminkan tujuan perusahaan secara menyeluruh Meenaghan dan Turnbull (1981) pada penelitian nya ingin mencari tahu faktor-faktor apa saja yang dapat menyebabkan suatu industri musik mengalami kegagalan ataupun kesuksesan. Serta mengetahui penerapan *life cycle* ke industri musik yang sedang populer. Nantinya faktor-faktor hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan oleh pelaku industri musik dalam menentukan launching suatu album musik. Sehingga keuntungan yang didapat dapat diperoleh secara maksimal. Metode yang digunakan dengan mempelajari data historis dan track record dari suatu album beserta melihat data penjualannya juga, sehingga nantinya akan tercipta pola kurva PLC tertentu.

METODE PENELITIAN

Dalam melaksanakan penelitian pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan beberapa cara, diantaranya yaitu observasi adalah sebuah metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang konkret pada subyek pengamatan dengan disertai pencatatan terhadap pihak maupun objek sasaran pada sebuah gejala-gejala yang di amati, dalam metode observasi biasanya dilakukan pengamatan. Menurut Saebani (2008:186) metode observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dimana pemeriksa melihat dan mengamati secara visual sehingga validitas data sangat tergantung pada kemampuan observasi. Dalam kesempatan ini peneliti melakukan pengamatan pada industri tanaman anggrek di DD Orchid Nursery, dengan mengamati proses produksi kultur jaringan hingga *seedling*, pemeliharaan dan perawatan hingga pada sistem pemasaran tanaman anggrek itu sendiri.



Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada narasumber atau proses tanya jawab secara lisan antara dua orang atau lebih yang berhadap-hadapan secara fisik. Menurut Muri Yusuf (2013: 152) secara sederhana dikatakan bahwa wawancara (interview) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (narasumber) melalui komunikasi langsung. Menurut Fandi Rosi (2016:1) metode wawancara merupakan salah satu cara dalam pengumpulan data maupun informasi yang ingin diketahui. Metode wawancara digunakan untuk menangkap aksi dan reaksi dari proses tanya jawab. Dalam metode ini peneliti memanfaatkan kesempatan untuk mencari data melalui wawancara secara santai dengan karyawan di bagian admin, bagian packing, serta bagian penjaga kebun, selain itu peneliti juga mewawancarai sesama rekan magang yang kiranya sudah memahami proses dan kinerja yang ada di industri tersebut. dan pada akhir kesempatan peneliti juga diberikan kesempatan untuk mewawancarai penanggungjawab anak magang beserta owner DD Orchid Itu sendiri.

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data-data dari catatan, gambar dokumen serta administrasi yang sesuai dengan masalah yang diamati. Menurut Ditha (2018:17) dokumentasi adalah sebuah cara dalam bentuk media guna menyediakan informasi yang relevan. Selain menggunakan metode observasi dan wawancara peneliti juga menggunakan metode dokumentari untuk mengumpulkan data dan sebagai acuan dari penulisan laporan. Dokumentasi yang didapatkan pada kesempatan ini yakni dokumentasi proses persilangan, proses produksi di kultur jaringan, proses pemeliharaan, hingga proses pemasarannya.

PEMBAHASAN

DD Orchid Nursery merupakan salah satu *home* industri yang bergerak dalam bidang pembibitan anggrek. Usaha pembibitan anggrek Di DD Orchid telah dilakukan sejak tahun 2005. Pemilik usaha ini yaitu Dedek Setia Santosa, S. Sos. Usaha DD Orchid Nursery awalnya hanya dibangun dengan modal sebesar Rp. 25.000. DD Orchid Nursery berlokasi di Dadaprejo, Kec. Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur, Kode Pos 65233.

Tanaman anggrek yang dibudidayakan di DD Orchid Nursery merupakan anggrek silangan. Persilangan yang dilakukan di DD Orchid Nursery dengan berbagai indukan anggrek yang berkualitas. Anggrek yang disilangkan tersebut berasal dari berbagai macam negara diantaranya Madagaskar, Malaysia, Brazil, Papua Newgini, Australia, Thailand, dan masih banyak lagi lainnya. Anggrek yang berkualitas tersebut disilangkan sendiri oleh pemilik DD Orchid Nursery dengan bibit anggrek lokal sehingga mampu menghasilkan jenis anggrek baru. Hasil dari persilangan tersebut menjadikan DD Orchid Nursery mampu memproduksi anggrek dengan kualitas internasional sehingga dapat dipasarkan keluar negeri, seperti Malaysia, Singapura, Thailand hingga Spanyol. Persilangan anggrek yang telah dilakukan di DD Orchid Nursery, lebih dari 90% yaitu anggrek dari jenis *Dendrobium*.

Variable yang akan digunakan peneliti dalam pengamatan ini adalah beberapa hasil silangan di DD Orchid Nursery yang sudah diregister oleh *owner* DD Orchid Nursery, adapun hasil persilangan yang menjadi variabel dalam pengamatan ini sebagai berikut.

1) *Dendrobium Black Mamba*

Dendrobium Black Mamba adalah silangan antara Jaguar x *Dendrobium Ly*. Anggrek *hybrid* ini memiliki warna batang dan bunga yang merah gelap. Anggrek ini merupakan salah satu jenis anggrek terfavorit dan menjadi incaran kolektor, *Dendrobium Black Mamba* ini telah di register oleh Dedek Setia Santoso pada tahun 2019.

Taksom tanaman anggrek:

- *Subfamily* : Epidendroieae
- *Tribe* : Dendrobieae
- *Subtribe* : Dendrobiinae
- *Genus* : *Dendrobium*
- *Species* : *Black Mamba*



Gambar: 3.9 *Dendrobium Black mamba*.

Sumber: Orchid Roots

2) *Dendrobium Naga Hitam*

Dendrobium naga hitam adalah silangan antara *dendrobium black mamba* x *dendrobium danish "black panther"* yang di register oleh owner DD Orchid Nursery yakni Dedek Setia Santoso pada tahun 2022.

Taksom tanaman anggrek:

- *Subfamily* : Epidendroieae
- *Tribe* : Dendrobieae
- *Subtribe* : Dendrobiinae
- *Genus* : *Dendrobium*
- *Species* : *Naga Hitam*



Gambar: 3.10 *Dendrobium Naga Hitam*

Sumber: Orchid Roots

3) *Dendrobium Roro Ireng*

Dendrobium roro ireng merupakan silangan antara *dendrobium husmadi* x *dendrobium yip sow yen*. *Dendrobium roro ireng* ini merupakan anggrek *hybrid* dan memiliki warna yang sangat menawan. Anggrek jenis ini telah di register oleh owner DD Orchid Nursery yakni Dedek Setia Santoso pada tahun 2019.

Taksom tanaman anggrek:

- *Subfamily* : Epidendroieae
- *Tribe* : Dendrobieae
- *Subtribe* : Dendrobiinae
- *Genus* : *Dendrobium*
- *Species* : *Roro Ireng*



Gambar: 3.11 *Dendrobium Roro Ireng*



Sumber: Orchid Roots

4) *Dendrobium Black Dragon*

Dendrobium black dragon merupakan anggrek *hybrid* antara *Dendrobium Anand Satyanand* × *Dendrobium Ly*. Anggrek jenis ini telah di register oleh *owner* DD Orchid Nursery yakni Dedek Setia Santoso pada tahun 2020.

Taksom tanaman anggrek:

- *Subfamily*: Epidendroieae
- *Tribe*: Dendrobieae
- *Subtribe*: Dendrobiinae
- *Genus*: *Dendrobium*
- *Species*: *Black Dragon*



Gambar: 3.12 *Dendrobium Black Dragon*

Sumber: Orchid Roots

5) *Dendrobium Black Jack*

Dendrobium black jack merupakan anggrek *hybrid* antara *Dendrobium Danish* × *Dendrobium Lim Loong Keng*. Anggrek *black jack* memiliki warna merah kehitaman, namun terlihat seperti ungu pekat jika dilihat dari dekat. Tampilan anggrek ini tetap anggun walaupun memiliki warna yang gelap. Anggrek jenis ini telah di register oleh *owner* DD Orchid Nursery yakni Dedek Setia Santoso pada tahun 2022.

Taksom tanaman anggrek:

- *Subfamily*: Epidendroieae
- *Tribe*: Dendrobieae
- *Subtribe*: Dendrobiinae
- *Genus*: *Dendrobium*
- *Species*: *Black Jack*



Gambar: 3.13 *Dendrobium Black Jack*

Sumber: Orchid Roots

Dari berbagai jenis anggrek yang ada di DD Orchid Nursery, *product* yang diambil peneliti untuk diamati adalah jenis silangan yang menghasilkan bunga berwarna hitam. Hal ini dikarenakan hasil persilangan ini banyak diminati oleh kolektor karena keunikan, keindahan dan keeleganannya. Serta harga jualnya yang lebih tinggi dari jenis lainnya, yang mengakibatkan jenis silangan *dendrobium* ini menarik untuk diamati dalam konsep *product life cycle*.

Strategi Marketing

Pemasaran (marketing) dimaknai sebagai aktivitas sosial yang melibatkan hubungan antara produsen dan konsumen. Menurut (Wahyono, 2011) pemasaran diartikan sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individual maupun kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui suatu proses penciptaan dan pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain. Guna memperluas pola distribusi dan jaringan pemasaran,



DD Orchid Nursery mampu mencapai pasar baik *online* maupun *offline*. Menurut (Muhfiatun & Rudi Nugroho, 2018) pemasaran *online* bisa dilakukan dalam bentuk *website* daerah secara terpusat dengan mencantumkan produk dan profil pengusaha lengkap atau juga bisa melalui pemanfaatan media sosial yang berkembang. DD Orchid Nursery melakukan penjualan atau promosi *online* dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp grup, Instagram, Facebook, Shopee hingga Tokopedia. DD Orchid Nursery memilih menggunakan media tersebut karena dianggap dapat memenuhi target pemasaran, dapat menjangkau pelanggan hingga ke pelosok negeri hingga ke mancanegara.

Selain itu DD Orchid Nursery menggunakan strategi *life cycle* sebagai strategi pemasarannya dimana strategi ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan hal baru agar tidak terkesan membosankan. Strategi ini dijalankan dengan melakukan persilangan antar spesies atau pun sesama spesies, dengan tujuan menciptakan jenis spesies yang terbaru.

DD Orchid Nursery sering melakukan persilangan berbagai indukan anggrek yang berkualitas di kebunnya. Indukan anggrek yang berkualitas di dapatkan dari daerah Indonesia bagian timur Papua Newgini, NTT, NTB dan daerah lainnya. Selain itu indukan anggrek juga di dapat dari negara tetangga, seperti Thailand, China, Vietnam, Brazil dan masih banyak lagi. Indukan anggrek yang berkualitas tadi di silangkan sehingga mampu menghasilkan jenis anggrek baru dan juga bisa memperbanyak jenis-jenis anggrek yang unggul, menjadikan DD Orchid Nursery mampu memproduksi anggrek yang berkualitas dan mempunyai nilai jual yang tinggi.

Strategi ini dianggap berhasil hingga saat ini di DD Orchid Nursery sudah melakukan hingga 3000 – 5000 persilangan. DD Orchid Nursery memiliki target persilangan dalam setiap bulanannya. Dimana DD Orchid Nursery akan menciptakan anggrek dengan kode baru sebanyak 150 – 200 perbulannya.

Tahapan *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk)

Siklus hidup suatu produk dikaitkan dengan keputusan pemasaran dan manajemen dalam bisnis, dan semua produk melalui lima tahap utama yakni : pengembangan, pengenalan, pertumbuhan, kematangan, dan penurunan. Setiap tahap memiliki biaya, peluang, dan risikonya, dan masing-masing produk berbeda dalam berapa lama mereka bertahan di setiap tahap siklus hidup.

1. Pengembangan

Tahap pengembangan produk sering disebut sebagai “lembah kematian”. Pada tahap ini, biaya terakumulasi tanpa pendapatan yang sesuai. Beberapa produk membutuhkan waktu bertahun-tahun dan investasi modal yang besar untuk mengembangkan dan kemudian menguji efektivitasnya. Karena risikonya tinggi, sumber pendanaan dari luar menjadi terbatas. Sementara perusahaan yang ada sering mendanai penelitian dan pengembangan dari pendapatan yang dihasilkan oleh produk saat ini. Dalam bisnis rintisan, tahap ini biasanya didanai oleh wirausahawan dari sumber daya pribadi mereka sendiri.

2. Pengenalan

Tahap pengenalan adalah tentang mengembangkan pasar untuk produk dan membangun kesadaran produk. Biaya pemasaran tinggi pada tahap ini, karena perlu menjangkau pelanggan potensial. Perlindungan hak kekayaan intelektual diperoleh Penetapan harga



produk mungkin tinggi untuk memulihkan biaya yang terkait dengan tahap pengembangan siklus hidup produk, dan pendanaan untuk tahap ini biasanya melalui investor atau pemberi pinjaman.

3. Pertumbuhan

Dalam tahap pertumbuhan, produk telah diterima oleh pelanggan, dan perusahaan berupaya untuk meningkatkan pangsa pasar. Untuk produk inovatif, persaingan terbatas pada tahap ini, sehingga harga dapat tetap berada pada level yang lebih tinggi. Permintaan dan keuntungan produk meningkat, dan pemasaran ditujukan untuk khalayak luas. Pendanaan untuk tahap ini umumnya masih melalui lender, atau melalui peningkatan pendapatan penjualan.

4. Kematangan

Pada tahap yang matang, penjualan akan mendatar. Persaingan meningkat, sehingga *fitur* produk mungkin perlu ditingkatkan untuk mempertahankan pangsa pasar. Meskipun penjualan unit berada pada titik tertinggi pada tahap ini, harga cenderung turun untuk tetap kompetitif. Biaya produksi juga cenderung menurun pada tahap ini karena lebih efisien dalam proses pembuatannya. Perusahaan biasanya tidak membutuhkan dana tambahan pada tahap ini.

5. Penurunan

Tahap penurunan siklus hidup produk dikaitkan dengan penurunan pendapatan karena kejenuhan pasar, persaingan yang tinggi, dan perubahan kebutuhan pelanggan. Perusahaan pada tahap ini memiliki beberapa opsi: Mereka dapat memilih untuk menghentikan produk, menjual hak produksi ke bisnis lain yang dapat lebih bersaing atau mempertahankan produk dengan menambahkan *fitur* baru, menemukan kegunaan baru untuk produk, atau memasuki pasar baru melalui ekspor.

Permasalahan Yang Dihadapi.

Pengamatan dan data yang dikumpulkan selama melakukan praktek kerja lapangan (PKL). Adapun permasalahan yang dihadapi DD Orchid Nursery sebagai berikut:

1. Tidak dapat meramalkan (*forecasting*) kuantitas *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) *hybrid* yang akan berhasil.
2. Tidak dapat memprediksi *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) *hybrid* yang akan laris dipasar pada masa mendatang.
3. Kurangnya *stock product* karena permintaan pasar yang tinggi pada *product hybrid* yang produksinya terbatas.

Kuantitas *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) Tidak Dapat Diramalkan (*Forecasting*)

Forecasting atau peramalan merupakan metode untuk memperkirakan informasi yang bersifat prediktif dalam menentukan arah di masa depan dengan menggunakan data historis sebagai acuan. William Stevenson dalam bukunya *Operation Management* (2009) menjelaskan *forecasting* adalah dasar dalam menentukan arah keputusan perusahaan di masa depan. Lanjutnya, *forecasting* mampu memberikan informasi terkait permintaan di masa depan yang bertujuan untuk menentukan kapasitas produksi, persediaan, *budgeting*, pengadaan barang dan jasa hingga rantai pasok.



Pada *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) tanaman anggrek *hybrid*, proses *forecasting* tidak dapat digunakan dengan maksimal, hal ini dikarenakan proses pertumbuhan tanaman *hybrid* ini diambang kepastian berhasil dan tidak berhasil. Hal ini dipengaruhi oleh proses persilangan kultur jaringan dan perawatan yang tidak selalu berhasil.

Laris Tidaknya *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) Tidak Dapat Diprediksi.

Pada perjalanan *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) yang menjadi sorotan utama adalah ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan. Produk ini tidak akan laris ketika tidak luasnya jangkauan pasar. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas produk yang ditawarkan serta elastisitas harga tahap siklus hidup juga bervariasi pada setiap tahap pengembangan. Dengan meningkatnya persaingan di setiap tahap, menjadikan merek sebagai prioritas utama bagi konsumen menjadi bagian yang paling menantang. Keberhasilan ini bergantung pada *trend* yang beracuan pada kualitas produk, strategi pemasaran dan harga yang ditawarkan seiring perkembangan zaman dimasa mendatang.

Permintaan Pasar Yang Tinggi Pada *Product Hybrid* Yang Produksinya Terbatas.

Target pasar yang terlalu lebar dapat menyebabkan permintaan pasar yang tinggi dari pada hasil produksinya. Bahkan jumlah pemasok bahan baku yang tidak mencukupi juga dapat mengakibatkan jumlah produksi tidak sesuai target. Kegagalan *product hybrid* dapat mempengaruhi permintaan pasar, hal ini terjadi karena banyaknya permintaan akan produk tetapi produk tersebut tidak tersedia, dalam artian produk yang dihasilkan mengalami kerusakan sehingga banyak produk yang akhirnya dibuang dan tidak dapat dipasarkan. Selain itu sumber daya manusia yang mengelola produk dan merawat produk menjadi patokan keberhasilan dan kegagalan produk yang berakhir pada ketersediaan *stock* produk di DD Orchid Nursery. Di DD Orchid Nursery pada proses kultur jaringan dan proses aklimatisasi hingga pada perawatan *seedling* sering sekali terjadinya kontaminasi, hal tersebut diakibatkan oleh kesalahan teknis pada saat proses kulturisasi dan proses aklimatisasi hingga kesalahan perawatan pada *seedling* yang dilakukan oleh anak magang.

Solusi Yang Ditawarkan.

Karena adanya masalah-masalah yang dihadapi oleh DD Orchid Nursery, maka ada beberapa solusi yang ditawarkan untuk karyawan maupun pemilik usaha dalam menghadapi masalah dan mengembangkan usaha tersebut. Solusi dihadirkan karena memiliki peranan penting dalam memecahkan masalah yang dialami. Maka dari itu Solusi-solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan *forecasting* sebaik mungkin dengan mengaca pada tahun-tahun sebelumnya.
2. Menggandakan atau menambahkan kuantitas produksi pada tiap anggrek pilihan yang akan disilangkan.
3. Memperbanyak jumlah persilangan agar spesies di periode penjualan berikutnya terpenuhi.
4. Tetap melakukan persilangan pada spesies yang sudah pernah dilakukan namun dengan jumlah yang tidak banyak, demi mempertahankan spesies tersebut agar tidak punah.
5. Merekrut karyawan yang patuh dan paham tentang keberhasilan dalam kultur jaringan dan perawatan.
6. Lebih kreatif dan inovatif dalam memilih indukan sebelum melakukan persilangan.



7. Melakukan sterilisasi dengan benar pada media dan *softpot* yang akan digunakan untuk proses aklimatisasi agar produk yang akan dipasarkan selalu terpenuhi.
8. Memastikan durasi sebelum memindahkan media dari botol ke *softpot* agar tidak terjadi pengurangan pada produk yang akan ditawarkan dimasa mendatang.
9. Melakukan pemeliharaan yang tepat pada *seedling* agar kualitas produk yang akan ditawarkan tetap yang terbaik.
10. Memisahkan *seedling* yang sudah terkontaminasi agar tidak tertular *seedling* lainnya demi terjaganya kuantitas produk yang akan dipasarkan dimasa mendatang.
11. Menjaga intensitas cahaya agar tidak kekurangan / berlebihan.
12. Melakukan penyiraman dengan konsisten, tidak berlebihan ataupun kekurangan. sehingga anggrek yang ditawarkan tidak kekeringan dan busuk karena berlebihan pada proses penyiraman.
13. Melakukan pemupukan dengan konsisten, tidak berlebihan ataupun kekurangan.
14. Menjaga kepercayaan konsumen dengan tidak memberikan konsumen produk yang sudah terkontaminasi.

Strategi Pengembangan Usaha.

Berdasarkan permasalahan yang ada pada DD Orchid Nursery untuk keberlangsungan dalam jangka panjang maka perlu diterapkan beberapa strategi untuk mengembangkan industri ini, di antaranya yaitu:

1. Melakukan *forecasting* dengan benar untuk memperkirakan kuantitas yang kiranya laku di pasaran, dengan mengambil sampel dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini dilakukan agar perusahaan atau industri dapat mengetahui kuantitas perkiraan yang akan diproduksi agar permintaan pelanggan terhadap anggrek *hybrid* ini selalu terpenuhi oleh DD Orchid Nurseeri dengan tujuan agar pelanggan tidak pergi ke orchid lainnya.
2. Melakukan perawatan pada setiap alat penunjang proses produksi i serta menargetkan jangka penggunaannya agar tidak terjadi kegagalan dalam persilangan maupun perawatannya yang mengakibatkan target persilangan tidak tercapai, sehingga spesies terbaru untuk periode penjualan berikutnya terbatas.
3. Meningkatkan keterampilan pada proses aklimatisasi dengan melibatkan pemandu atau karyawan tetap yang fokus pada satu *Greenhouse* untuk mendampingi proses edukasi khususnya pada proses aklimatisasi dan pemeliharaan *seedling*, sehingga tidak mengakibatkan kerusakan / kontaminasi, yang berdampak pada jumlah produk yang akan ditawarkan serta menurunkan minat beli konsumen akan permintaan *seedling*.
4. Mendirikan *galery* atau studio anggrek yang menjadi kawasan edukasi dengan menerapkan sistem lelang anggrek legen atau terbaru setiap bulan / minggunya. Sehingga memicu daya tarik pengunjung dari setiap kalangan.
5. Memprediksi *Product Life Cycle* (Siklus hidup produk) *hybrid* yang akan laris di pasaran pada masa mendatang, dengan melihat perkembangan *hybrid* di daerah atau negara lain yang kiranya akan membawa pengaruh bagi masyarakat sekitar. Dengan itu ketika produk dengan silangan seperti yang sudah diduga-duga akan dicari oleh pelanggan sudah tersedia dan siap dipasarkan.
6. DD Orchid Nursery sudah melakukan *content marketing* ini, namun belum maksimal sehingga masih sangat sedikit pengguna shopee yang mengetahui toko DD Orchid Nursery. Konten yang dibuat oleh DD Orchid Nursery masih sangat sederhana. Perlu adanya peningkatan pada *background* foto produk dan pembuatan video produk yang menarik serta



unik. Adanya penjelasan deskripsi secara detail dan sesuai dengan kenyataan atas semua produk yang dipasarkan akan sangat menarik perhatian konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Rutin dalam mengupload konten pun akan bernilai lebih karena akan meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Kemudian selalu mengikuti hal-hal baru seperti adanya potongan harga, gratis ongkos kirim, dan diskon. Pengemasan produk pun menjadi salah satu daya tarik untuk menarik minat pembeli.

7. Memahami risiko, membuat perhitungan risiko yang tepat membuat pelaku usaha dapat meminimalisir hal – hal yang tidak diinginkan terjadi. Dengan memahami risiko yang mungkin terjadi maka pelaku usaha siap menghadapi situasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan selama melakukan penelitian di DD Orchid Nursery selama 1 bulan, maka dapat disimpulkan bahwa industri tersebut menggunakan sistem *life cycle* dengan menyilangkan spesies satu dengan spesies lainnya, dengan tujuan mengembangkan jumlah jenis dari spesies sehingga menjadi daya tarik baru bagi pelanggan, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan di periode berikutnya, namun ada beberapa sistem yang tampak kurang memadai dan kurang efisien sehingga diduga dapat mengurangi produktifitas dari tanaman anggrek tersebut. hal itu tampak pada terganggunya proses persilangan yang diakibatkan oleh angin yang berlebihan, terkontaminasinya *seedling* pada saat proses aklimatisasi, dan terkontaminasinya *seedling* akibat perawatan yang salah.

Dari pengamatan yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan jika sistem penyaringan angin dan SOP pada proses aklimatisasi dan perawatan pada *seedling* tersebut kedepannya dapat lebih diperhatikan dan dikembangkan secara maksimal, sehingga dapat menurunkan tingkat kegagalan pada proses pembibitan dan perawatan agar kualitas tanaman yang di tawarkan sangat berbobot, dan dapat meningkatkan penjualan disetiap periodenya. Dan untuk meningkatkan penjualan dan popularitas industri peneliti juga menawarkan untuk pembangunan galeri / studio anggrek yang berfokus pada proses edukasi dengan menerapkan sistem lelang anggrek legend atau terbarukan setiap bulan / minggunya.

DD Orchid Nursery perlu meningkatkan sistem penyaringan angin dan meningkatkan SOP Pada proses aklimatisasi dan perawatan *seedling* serta meningkatkan promosi penjualan produk baik di media sosial maupun *online shop*. Selain itu untuk meningkatkan penjualan dan popularitas industri, peneliti menyarankan untuk membangun galeri / studio lelang anggrek. Selain itu pelayanan yang baik kepada pelanggan juga sangat menunjang keberhasilan industri untuk mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, I.D, Alfian, F.N., dan Dewanti, P. 2021. “Respon Anggrek Dendrobium sp., Oncidium sp., dan Phalaenopsis sp. Terhadap Pemberian Empat Jenis Nutrisi Organik yang Berbeda pada Tahap Regenerasi Planlet”. Diunduh pada Jurnal Agrikultura. Vol. 32, No.1, Maret 2021. Universitas Jember. Halaman: 27-36.
<https://jurnal.unpad.ac.id/agrikultura/article/view/32366/15410> tanggal 24 Maret 2023
- Andalasari, T.D., Yafisham, s dan Nuraini. 2014. “Respon Pertumbuhan Anggrek Dendrobium Terhadap Jenis Media Tanam dan Pupuk Daun”. Diunduh pada Jurnal Penelitian Peranian Terapan. Vol 14, No.1, Januari 2014. Universitas Lampung. Halaman: 76-82.
<https://jurnal.polinela.ac.id/index.php/JPPT/article/download/145/115> tanggal 24 Maret 2023.



- Aziz, S. A., Sukma, D.Nazi. 2014. Protocorm Like Bodies (PLB) anggrek hasil silangan *Phalaenopsis gigantea* × *Phalaenopsis violacea* pada kombinasi media dan ZPT. *J. Hort. Indonesia*. 5(2):118-127.
- Gunawan, L. W. 1992. Teknik Kultur Jaringan. Laboratorium Kultur Jaringan Tanaman Pusat Antar Universitas Bioteknologi IPB. Bogor.
- Humas FapetUB. 2021. Masa Pandemi Perkumpulan DWP UB Belajar Budidaya Anggrek. Malang. <https://fapet.ub.ac.id/masa-pandemi-perkumpulan-dwp-ub-belajar-budidaya-anggrek/>
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Mubarok Falah. 2019. Cerita kesuksesan Dedek Sang Petani Anggrek dari Dadaprejo. Malang <https://www.mongabay.co.id/2019/05/26/cerita-kesuksesan-dedek-sang-petani-anggrek-dari-dadaprejo/>
- Putra, V.H. 2009. Budidaya dan Prospek Pemasaran Anggrek Bulan Lokal (*Phalaenopsis amabilis*) di Kebun Anggrek Widorokandang Yogyakarta. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Tugas Akhir. Temulawak di Lapangan. *Jurnal Littri*, 18(3):125-134. Tunas In Vitro, Produksi Rimpang, dan Kandungan Xanthothizol.
- Riduwan. 2004. Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Cetakan Pertama. Bandung: Alfabeta.
- Rizkiaditama. 2016. "Peremajaan dan Perawatan Anggrek di DD Orchid Nursery Batu.
- Syahid, Desi, Ariana. 2015. Penyilangan Anggrek. Purwokerto.
- Wijaya, Andesta, Harli. 2022. Dedek, Sang Pelestari Anggrek Negeri. Batu.
- Zaenab, Siti, Chamisijatin, Lise, Hindun, Iin. 2022. Magang Industri di DD Orchid Nursery Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Mahasiswa Menghadapi Dunia Kerja. Malang

