

**RANCANGAN USAHA TANAMAN HIAS MODEL  
TERRARIUM (STUDI KASUS DI UKM AGRIRIUM,  
KABUPATEN GORONTALO)**

**OLEH**

**MOH ZULKIFLI DJEPPU  
P2217009**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN  
RANCANGAN USAHA TANAMAN HIAS MODEL  
TERRARIUM DI KABUPATEN GORONTALO**

Oleh

MOH ZULKIFLI DJEPPU

P2217009

**SKRIPSI**

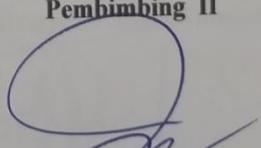
**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar sarjana dan  
telah disetujui oleh tim pembimbing pada tanggal**

**22 Maret 2021**

**Pembimbing I**

  
Dr. Zainal Abidin S.P., M.Si  
NIDN.0919116303

**Pembimbing II**

  
Zulham, Ph.D  
NIDN.0911108104

HALAMAN PERSETUJUAN

**RANCANGAN TANAMAN HIAS MODEL TERRARIUM  
DI KABUPATEN GORONTALO**

OLEH

**Moh Zulkifli Djepu**

**NIM: P2117009**

**Tim Penguji :**

1. **Darmiati Dahar, SP., M.Si**

( ..... )

2. **Ulfira Ashari, S.P., M.Si**

( ..... )

3. **M. Sudirman Akili, S.TP., M.Si**

( ..... )

4. **Dr. Zainal Abidin SP., M.Si**

( ..... )

5. **Zulham, Ph.D**

( ..... )

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Ichsan Gorontalo**



**Dr. Zainal Abidin SP., M.Si  
NIDN: 0919116403**

**Ketua Program Studi Agribisnis  
Universitas Ichsan Gorontalo**



**Darmiati Dahar, SP., M.Si  
NIDN: 0918088601**

## PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli sehingga belum pernah diajukan mendapatkan gelar akademik (Sarjana) di Universitas manapun.
2. Skripsi ini adalah hasil karya dan kerja keras saya sendiri.
3. Adapun bagain-bagian dalam penulisan yang saya kutip dari karya orang lain yang telah saya cantumkan sumbernya dengan jelas.
4. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguh-sungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Gorontalo, 07 April 2021

  
Moh Zulkifli Djepu

## **MOTTO DAN PERSEMPAHAN**

“Serahkanlah hidupmu kepada Tuhan dan berusalah kawan, hidupmu akan menjadi lebih indah dari sebelumnya”

Ucapan Terima Kasih secara tulus yang ingin saya sampai kepada kedua orang tua dan kakak-kakak saya yang telah membantu dari sejak saya lahir hingga lulus kuliah.

Ucapan Terima kasih juga saya ucapkan kepada Dr. Nathaniel Ward yang telah menemukan konsep Terrarium pertama di Dunia.

## ABSTRAK

**MOH ZULKIFLI DJEPU, P2217009. Rancangan Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo. Dibimbing oleh ZAINAL ABIDIN dan ZULHAM.**

Tanaman hias adalah tanaman yang ditanam dan ditempatkan dalam ruangan dan pekarangan rumah dengan pot sebagai wadahnya. Terrarium adalah konsep menanam dalam botol atau wadah kaca untuk meminimalisir penggunaan lahan pada umumnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha, tingkat selera konsumen dan strategi pemasaran yang akan dilakukan terhadap produk Terrarium di Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini menggunakan model studi kasus dengan metode pendekatan yang digunakan adalah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif, di mana kualitatif yang dominan. Data yang dikumpulkan melalui hasil dari wawancara, observasi, dan trial pembuatan Terrarium. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelayakan usaha Terrarium layak diusahakan, selera konsumen terhadap produk Terrarium adalah Terrarium yang memiliki nilai keindahan yang menarik, dan strategi pemasaran yang digunakan adalah SWOT, dengan keunggulan peluang, yaitu peluang karena minimnya saingan.

*Kata kunci : Model Terrarium, Tanaman Hias, Produk*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian ini dengan judul “Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo”, sesuai dengan yang direncanakan.

Usulan penelitian ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mengikuti ujian proposal. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, usulan penelitian ini tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

- Muh. Ichsan Gaffar, SE., M.Ak selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Ichsan Gorontalo.
- Dr. Abdul Gaffar Latjokke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
- Dr. Zainal Abidin, S.P.,M.Si, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo sekaligus sebagai Pembimbing I yang selalu memberikan arahan dalam penyusunan proposal ini.
- Darmiati Dahir S.P.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
- Zulham, S.TP., MoD.,Ph.D, selaku pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan proposal ini.
- Seluruh Dosen beserta Staf Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang telah membimbing dan memberikan bantuan kepada penulis selama

mengikuti perkuliahan, dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan proposal ini.

Akhirnya, saran dan kritik penulis harapakan dari dewan penguji dan semua pihak untuk penyempurnaan penulisan skripsi lebih lanjut. Semoga usulan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Gorontalo, Maret 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	iii
<b>PERNYATAAN.....</b>	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	v
<b>ABSTRAK .....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Tanaman Hias .....	5
2.2 Usaha Tanaman Hias .....	6
2.3 Pengelompokan Tanaman Hias .....	7
2.4 Terrarium .....	11
2.5 Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium.....	14
2.6 Analisis Pendapatan dan kelayakan Usaha Model Terrarium ...	17
2.7 Selera Konsumen.....	18
2.8 Strategi Pemasaran .....	18
2.9 Penelitian Terdahulu.....	23
2.10. Kerangka Pikir.....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Objek, dan Penedekatan Penelitian .....	29
3.2 Waktu dan tempat Penelitian.....	29

3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4 Informan Penelitian .....	30
3.5 Alur Penelitian.....	30
3.6 Teknik Pengumpulan data .....	31
3.7 Metode Analisis Data .....	31
3.8 Defenisi Operasional .....	32
<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.2 Analisis Kelayakan Usaha.....	37
4.3 Analisis Selera Konsumen.....	43
4.4 Strategi Pengembangan Usaha Terrarium .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran .....	54
<b>DAFTAR PUSTKA.....</b>	55
<b>LAMPIRAN.....</b>	59

## **DAFTAR TABEL**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.	Bill of Material Table Alat dan Bahan pembuatan Terrarium .....	16
Tabel 2.	Komponen Penyusutan Peralatan.....	37
Tabel 3.	Tabel Perbandingan Kelayakan Usaha Masing-Masing Terrarium .....	38
Tabel 4.	Tabel Perbandingan Kelayakan Usaha Masing-Masing Terrarium .....	44

## DAFTAR GRAFIK

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Grafik 1.	Status Responden.....	52
Grafik 2.	Pengetahuan Responden Mengenai Terrarium .....	52
Grafik 3.	Kesesuaian Warna Terrarium .....	53
Grafik 4.	Kesesuaian Ukuran Tanaman Terrarium .....	54
Grafik 5.	Jenis Tanaman Terrarium .....	54
Grafik 6.	Estetika atau Keindahan Terrarium .....	55
Grafik 7.	Harga Terrarium .....	56

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
	Gambar 1. Bill of Material Tree Alat dan Bahan Pembuatan Terrarium.....	15
	Gambar 2. Hasil Model Terrarium yang dibuat menggunakan perancangan rinci ..	17
	Gambar 3. Hasil Model Terrarium yang dibuat menggunakan perancangan rinci secara dekat .....	17
	Gambar 4. Lokasi Penelitian Usaha .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuisisioner Selera Konsumen.....	67
2. Kuisisioner Strategi Pemasaran SWOT .....	71

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Maraknya penjualan tanaman hias belakangan ini membuat setiap orang ingin mempunyai taman di rumah, utamanya ketika orang-orang bekerja dari rumah (*Work From Home*). Tanaman hias juga bisa menciptakan kesan keindahan, kecantikan, dan menciptakan daya tarik. Umumnya tanaman hias memiliki tujuan untuk dapat memberikan kesan keindahan untuk lingkungannya, baik tanaman hias daun, buah, atau daun, jika sebuah tanaman memiliki kesan keindahan dan daya tarik maka tanaman itu bisa dikategorikan tanaman hias.

Umumnya tanaman hias adalah tanaman yang ditanam ditempatkan di ruangan dengan pot sebagai wadahnya dan di pekarangan rumah. Selain itu, tanaman hias bisa ditanam dengan model Terrarium. Tanaman hias model Terrarium merupakan salah satu cara untuk masyarakat dalam penggunaan hiasan rumah tangga yang dapat membantu mengurangi tingkat stres.

Terrarium adalah bentuk baru dari cara penanaman tanaman hias yang lebih efisien dalam wadah kaca yang transparan sehingga dapat ditata layaknya taman. Pada tahun 1892 Nathaniel Ward secara tidak sengaja menemukan Terrarium yang dihuni oleh ngengat raksasa yang berevolusi menjadi kupu-kupu pada toples kaca. Pada tahun 1945, Bangsawan Indonesia yang berada dekat dengan perumahan

petinggi Belanda, mulai mengenal terrarium dengan nama *bottle garden*. Botol-botol minuman keras yang berbentuk unik dan mempunyai ukuran yang besar telah dikoleksi untuk menjadi wadah terrarium. Tanaman dalam *bottle garden* juga dapat tumbuh subur dengan perawatan yang sangat minim atau sangat sedikit serta dapat bertahan hidup sampai puluhan tahun (Anie Kristiani, 2008: 3).

Berdasarkan dari jenis wadah, terrarium dapat dibagi menjadi tiga jenis, pertama terrarium terbuka (*open air terrarium*), terrarium jenis ini memiliki wadah yang tidak memiliki *penutup* atau sisi. Yang kedua adalah terrarium tertutup(*self-contained terrarium*), jenis terrarium ini mempunyai wadah yang benar-benar tertutup. Jenis ini sangat unik karena dapat mengasah kemampuan tangan dalam membuatnya, serta perawatannya juga unik. Yang ketiga adalah terrarium hewan(*an animal terrarium*), jenis ini mengikutsertakan fauna atau hewan dalam wadahnya, contohnya seperti *paludarium*, *insectariums*, *dan formicarium* . Sedangkan berdasarkan isinya, terrarium dapat dibagi menjadi dua jenis, terrarium kering dan terrarium basah. Terrarium kering (*dry terrarium*) adalah terrarium yang memiliki tanaman yang dapat bertahan lama dan tidak terlalu menggunakan banyak air. Terrarium basah (*wet terrarium*) adalah terrarium yang membutuhkan banyak air untuk perawatannya, serta harus menggunakan tanaman yang hidup di lingkungan lembab. (Meina, 2012)

Tujuan untuk dibuatnya terrarium adalah agar tanaman dapat diberi kesempatan hidup dalam sebuah *atmosfer* atau iklim yang dapat dikontrol oleh

manusia. Cara kerja terrarium sebagai sarana penyiraman sendiri adalah air menjadi uap, lalu uap menjadi air (siklus pengulangan), karena ini terrarium merupakan biosfer buatan yang alami dikarenakan fungsi biologis pada terrarium sama seperti di alam. Terrarium juga bias menjadi labotarium biologi mini.

Seiring dengan perkembangan, Tanaman hias bias menjadi faktor penting yang tidak bisa diabaikan. Beragam bentuk, warna, dan jenis, mulai dari yang populer hingga kurang populerpun sudah mulai menghiasi suatu ruangan untuk dijadikan Terrarium. Meski begitu, usaha Terrarium belum begitu banyak dilakukan dan diusahakan utamanya oleh masyarakat di Kabupaten Gorontalo.

Berdasarkan latar belakang tersebut serta dapat menarik minat masyarakat untuk melakukan usaha Terrarium, untuk itu penting untuk melakukan kajian mengenai kelayakan usaha Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah kelayakan usaha Tanaman Hias Model Terrarium yang dikembangkan oleh UKM Agririum?
2. Bagaimanakah tingkat selera konsumen terhadap produk Tanaman Hias Model Terrarium yang dikembangkan oleh UKM Agririum?

3. Bagaimanakah strategi pemasaran usaha Tanaman Hias Model Terrarium yang dikembangkan oleh UKM Agririum?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dapat diambil adalah :

1. Mengetahui pendapatan dan kelayakan usaha Terrarium yang dikembangkan oleh UKM Agririum.
2. Mengidentifikasi selera konsumen terhadap usaha Tanaman Hias Model Terrarium yang dikembangkan oleh UKM Agririum
3. Mendesain strategi pemasaran usaha Tanaman Hias Model Terrarium yang dikembangkan oleh Agririum.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diambil dari uraian di atas :

1. Menjadi sumber informasi untuk masyarakat tentang usaha Tanaman Hias Model Terrarium
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini dapat dijadikan literature/panutan bagi peneliti selanjutnya mengenai Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Pengertian Tanaman Hias**

Tanaman Hias masuk dalam kategori tanaman hortikultura serta memiliki nilai jual yang cukup tinggi, sehingga peluang untuk bisnis ini sangat menjanjikan, baik dari harga jual yang cukup tinggi dan dari permintaan konsumenpun cukup diminati. Banyak aspek yang bisa dikembangkan oleh bisnis ini, terutama dalam negeri, seperti keindahan lingkungan, pendapatan, pembangunan industry pariwisata, serta pembangunan perkantoran, perumahan, dan perhotelan.( Mutakabbir, dan Dukaju 2019)

Tanaman hias adalah sebuah konsep yang terjadi karena tanaman yang ditata sedemikian rupa agar membentuk keindahan dari tanaman itu sendiri. Tanaman hias yang dimaksud bukan hanya menunjukkan keindahan bunga, tapi seluruh aspek yang ditampilkan dari keindahan tanaman hias. Tanaman hias merupakan tanaman yang umumnya ditanam di halaman rumah atau ditempatkan dalam ruangan menggunakan pot sebagai tempatnya. Selain itu, tanaman hias bisa ditanam dengan model terrarium. Tanaman hias model Terrarium merupakan salah satu cara untuk masyarakat dalam penggunaan hiasan rumah tangga yang dapat membantu mengurangi tingkat stres.

## **2.2. Usaha Tanaman Hias**

Usaha tanaman hias juga memiliki manfaat sebagai mata pencarian pedagang tanaman hias maupun petani tanaman hias, serta membuka lapangan kerja. Salah satu manfaat dari tanaman hias adalah menciptakan kesejukan, kesegaran, kesehatan lingkungan, dan keindahan. Tanaman hias juga memiliki nilai estetika yang berupa bentuk, kerangka tanaman, dan warna bunga. Tanaman hias juga bisa menghasilkan oksigen bagi kehidupan manusia. Selain itu, tanaman yang ditata dan jenis yang tepat akan menghasilkan nilai estetika yang tinggi. (Aritonang, 2009).

Tanaman hias adalah Komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan sebagai sumber penghasilan, menyediakan lapangan kerja, serta penggerak ekonomi di suatu daerah. Gorontalo adalah salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki potensi pengembangan tanaman hias. Usaha tanaman hias berkembang dibanyak tempat dan pelosok Gorontalo dengan melibatkan anggota keluarga dan pengusaha di Gorontalo. Pengembangan usaha tanaman hias di Gorontalo perlu didorong agar memberikan kontribusi yang besar bagi perekonomian daerah. Untuk mewujudkan industry tanaman hias yang berkualitas dan berdaya saing, kinerja antara subsistem hulu dan hilir perlu diintegrasikan, antara lain sarana produksi, proses produksi, pemasaran, rantai pemasaran, jasa kelembagaan dan penunjang. Dalam kondisi persaingan yang ketat di era pasar dunia, sangat memungkinkan untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan menerapkan teknologi tepat guna untuk memperoleh efisiensi dan

nilai tambah, sehingga diperoleh kepuasan pelanggan yang selalu membutuhkan produk tanaman hias yang berkualitas.

### **2.3. Pengelompokan Tanaman Hias**

Ada beberapa kriteria yang bisa dijadikan sebagai dasar pengelompokan tanaman hias, namun secara umumnya klasifikasi tanaman hias adalah sebagai berikut (Zulkarnain, 2009).

#### **2.3.1. Tanaman Hias berdasarkan Tanaman yang dinikmati**

Berdasarkan Tanaman Hias yang dinikmatinya, kelompok ini terdiri dari beberapa bagian yaitu antara lain :

##### **1. Tanaman Hias Daun**

Dari pengklasifikasikan tanaman hias salah satunya adalah tanaman hias daun. Tanaman hias daun merupakan salah satu kelompok tanaman hias yang terlihat dari keindahan daunnya. Bentuk dan warna daun tanaman hias ini sama. Berikut beberapa contoh tanaman hias dedaunan yang cantik dan menawan. Tanaman hias daun kuping gajah, tanaman hias mertua, daun talas merah, tanaman hias daun laba-laba, tanaman hias daun buah tinggi, tanaman hias daun erfen, tanaman hias daun cattail, tanaman daun sirih gading dan masih banyak lagi tanaman-tanaman lainnya.

##### **2. Tanaman Hias Bunga**

Tanaman hias bunga merupakan salah satu kelompok tanaman hias yang keindahan bunganya dapat dilihat dari segi warna dan bentuknya. Kelompok tanaman hias ini merupakan kelompok tanaman hias yang paling banyak dicari oleh para

pecinta tanaman hias. Karena indahnya bunga yang dibawa oleh tanaman hias ini, akan merasa rileks setelah bekerja. Berikut beberapa contoh tanaman hias bunga cantik yang bisa ditanam di rumah. Bunga hias kembang sepatu, tanaman hias bunga alam, bunga anyelir, hiasan bunga, tanaman hias anggrek krisanmo, tanaman hias anggrek, tanaman hias dahlia, tanaman hias tulip, tanaman hias mawar bugenvil, tanaman hias melati, dll.

### 3. Tanaman Hias Buah

Tanaman Hias Buah sebenarnya bukan merupakan tanaman hias biasa ditanam manusia untuk hiasan, akan tetapi orang biasanya menanam tanaman hias ini hanya untuk panen buahnya. Tetap saja, bisa menggunakan tanaman berbuah untuk melengkapi taman. Selain buahnya yang bisa dimakan, tanaman ini juga cantik saat berbuah. Tanaman hias tomat, tanaman hias jeruk, tanaman hias buah pisang, tanaman hias cabai, tanaman buah hias kedondong, tanaman hias buah klengkeng dan lain-lain

### 4. Tanaman Hias Batang

Secara umum tanaman hias batang merupakan tanaman hias yang memiliki daya tarik lebih dengan batang. Dengan atraksi ini, batang tanaman hias juga banyak diminati oleh para pecinta tanaman hias. Berikut beberapa contoh tanaman batang yang indah untuk ditanam di depan rumah. Batang bamboo hias air, tanaman hias bamboo kuning, tanaman kamboja, tanaman hias kaktus, tanaman hias palem bambu, dan masih banyak lagi batang hias lainnya.

### **2.3.2. Tanaman Hias berdasarkan Tujuan Budidaya**

Berdasarkan dari tujuan budidaya tanaman hias dapat dikelompokkan menjadi tanaman hias bunga potong, bunga dalam pot, dan untuk taman.

1. Tanaman hias untuk bunga dalam pot adalah tanaman yang ditanam di dalam pot dengan berbagai bentuk, ukuran dan pola yang unik. Selain itu, estetika wadahnya yang digunakan juga memiliki keindahan yang unik yang bisa menambah pesona tanaman hias di dalamnya. Panci bekas, kaleng gantung (keranjang gantung), atau bisa diletakkan di atas lantai. Umumnya tanaman hias yang ditanam dalam pot adalah yang punya ukuran kecil hingga sedang (tinggi rata-rata kurang dari dua meter).
2. Tanaman hias untuk bunga potong umumnya dibudidayakan di taman, keduanya di dalam pola overlay atau bolak-balik atau kombinasi dari beberapa jenis bunga dengan tujuan efisiensi spot. Tujuan membudidayakan tanaman bunga potong hias adalah menghasilkan tangkai atau bunga-bunga dan dipasarkan dalam bentuk bunga, tangkai, atau dalam bentuk karangan bunga. Bisa dikatakan hampir semua tanaman hias merupakan bunga potong merupakan tanaman hias yang dihargai estetikanya menurut ukuran, warna, dan bentuk bunga, seperti anggrek, gladiol, mawar, lili, krisan, anyelir dll.
3. Tanaman hias untuk taman bisa berbagai jenis tanaman, seperti rumput, tanaman, pohon. Penataan yang rapih dan memperhatikan prinsip desain, hadirnya banyak jenis tanaman hias dengan berbagai corak bentuk, warna dan ukurannya akan membuat lingkungan taman menjadi nyaman.

### **2.3.3. Tanaman Hias berdasarkan Sifat Pertumbuhan**

Jika dilihat dari sifat pertumbuhannya, tanaman hias bisa dikelompokkan menjadi rumput hias, tanaman rambat hias, semak hias, tumbuhan perdu, dan pohon hias.

1. Tanaman hias dari kelompok rumput termasuk semua jenis rumput (Poaceae) yang tidak dikatakan sebagai gulma. Banyak rumput digunakan untuk taman tidak membutuhkan perawatan secara berkala seperti pemangkasan terlalu sering dan kebal terhadap kekeringan. Contoh yang paling umum adalah rumput pait (*Axonopuscompressus*), Rerumputan pait merupakan jenis rumput yang mudah dirawat dan relative tahan melawan kekeringan. Sedangkan rumput Jepang (*Agrostis palustris*) dan rumput manila (*Zoysia matrella*) yang daunnya lebih halus lebih sulit dipelihara karena sering kali pertumbuhannya disertai dengan jenis rumput lainnya diklasifikasikan sebagai gulma. Biasanya kehadiran halaman rumput di taman memiliki nilai estetika. Ini penting karena taman tidak hanya dinikmati oleh mata saja seluruh tubuh manusia, misalnya berlari, duduk serta mengobrol, dll. Bahkan lapangan rumput juga bisa menjadi sarana olah raga seperti golf, sepak bola, atau sekedar jogging.
2. Tanaman merambat hias terdiri dari tanaman yang tumbuh merambat, baik di atas tanah, merambat pada tumbuhan atau tumbuhan merambat lain pada benda mati di sekitarnya seperti dinding, tiang, atau patung kayu dan batu. Padahal jenis tanaman hias ini bisa merambat pada tanaman lainnya, namun bukan berarti

tumbuhan ini merupakan parasit. Beberapa tipe tanaman merambat hias seperti sutra Bombay (*Portulaca grandiflora*), ivy, dan sirih gading.

3. Semak hias biasanya dikelompokkan menjadi semak rendah (tinggi hingga satu meter), semak sedang (tinggi hingga dua meter), dan semak tinggi (tingginya hingga tiga meter). Beberapa jenis tanaman hias yang tergolong semak seperti alamanda (*Allamanda chatartica*), bunga burung merak, kembang sepatu, piring gelas, soka (*Ixora* sp.), dan sebagainya. Tanaman semak hias umumnya digunakan sebagai pembatas pagar, baik di taman maupun di pekarangan rumah atau kantor.
4. Tanaman hias herba merupakan tanaman hias dengan batang atau batang basah banyak air. Pada umumnya tanaman hias termasuk dalam kelompok ini tumbuh di tempat (habitat) yang basah dan lembab, tetapi tidak tergenang air (becek). Beberapa jenis tanaman hias termasuk di dalamnya kelompok herba seperti pisang-pisangan (*Heliconia* sp.), *Aloe vera* (*Alloe* sp.) manik-manik bunga (*Canna* sp.) dan berbagai jenis talas.

## **2.4. Terrarium**

### **2.4.1. Pengertian Terrarium**

Terarium merupakan salah satu jenis penanaman tanaman hias unik. Banyak orang begitu tidak mengetahui tentang terrarium meskipun Terrarium saat ini sering menjadi salah satu pilihan aksesoris di beberapa acara (seperti festival kota, ideahive, Workshop, Maubelajarapa dan lain-lain). “Terarium adalah taman mini dalam wadah

kaca seperti gelas, toples, botol, akuarium, dan seterusnya. Jenis Terrarium sendiri terbagi menjadi terrarium tertutup, terrarium luar ruangan dan terrarium untuk hewan. Ekosistem mereka dapat disajikan di Terrarium, misalnya di gurun, di ekosistem darat, tropis dan sebagainya. Selain keindahan mini view yang bisa didapat dan dinikmati, terrarium juga memiliki beberapa keunggulan. Manfaat tersebut antara lain penyerapan *polutan* yang ada di udara di dalam ruangan, memiliki efek anti bakteri, mengurangi gelombang elektromagnetik di *gadget* dan juga mengurangi stres dan bisa merileks pemilik. (Ariyanti, 2010).

Dalam proses produksinya, terrarium bisa menjadi sarana untuk melatih kreatifitas sang pembuat. Kreativitas terkait dengan kemampuan: a) membuat kombinasi baru berdasarkan data / informasi yang ada (dalam hal ini desain interior di terarium, penataan tanaman di terarium), b) mencari peluang tanggapan berdasarkan data atau informasi tersedia, c) mencerminkan kemahiran dalam berpikir, fleksibilitas pemikiran (kemampuan untuk menghasilkan jawaban yang berbeda dalam pemecahan masalah) dan orisinalitas berpikir (kemampuan untuk melakukan ide / ide /kombinasi unik dari berbagai elemen) kemampuan untuk mengembangkan ide (kemampuan untuk mengembangkan dan menambah detail objek) (Gufron, 2010)

#### **2.4.2. Usaha Terrarium**

Dengan keadaan yang semakin menyusutnya lahan terbuka membuat masyarakat harus mencari solusi untuk menghijaukan lingkungan. Maka dari itu, lahirlah sebuah konsep untuk menanam dalam media transparan yang disebut

Terrarium. Terrarium juga menawarkan alternative tanaman hias yang berbeda. Terrarium merupakan seni menanam di dalam media yang terbuat dari kaca atau plastic transparan. Keunikannya terletak pada fungsinya sebagai taman mini, ukurannya pun bisa disesuaikan dengan tempatnya.

Bagi pecinta tanaman hias di luar negeri, Terrarium sangat popular, bahkan dijadikan hobi yang sangat digemari. Selain itu, harga jual Terrarium juga tinggi. Untuk membuat sebuah Terrarium tidak harus memiliki bakat dan modal besar, hal ini dikarenakan alat dan bahan-bahan Terrarium bukanlah hal yang mahal dan sulit dicari. Berikut ini ada beberapa hal yang perlu diperhatikan jika ingin memulai bisnis ini,yaitu pemilihan tanaman, penentuan wadah, dan target pasar.

Saat ini tersedia dua terrarium jenis yang sering dijual dalam bentuk hasil yang lengkap sehingga penggemar tidak perlu khawatir tentang itu dan dapat membeli dan menjualnya dengan mudah berupa bahan yang dijual untuk terrarium terpisah. Usaha Pemula Terrarium yang ingin mempelajari cara melakukan ini membuat terrarium. Usaha terrarium bisa mengikuti workshop yang dipersiapkan oleh pengusaha terrarium yang telah professional. Usaha terrarium pemula terkadang kesulitan mencari bahan karena minimnya layanan yang memfasilitasi kebutuhan alat untuk terrarium lengkap dan praktis serta tidak ada media untuk menjelajahi terrarium dengan lebih baik mudah dan menyenangkan. Desain Starter Kit Terrarium ini dimaksudkan menjawab permasalahan pemula dalam hobi terrarium yang mendalam mencari peralatan untuk membuat terrarium dan belajar terrarium secara mudah, praktis dan sangat menyenangkan. Desain kemasan untuk *starter kit* terrarium dibuat

dengan pendukung promosi. *Starter kit* ini bisa digunakan oleh pemula baru mencoba menekuni hobi dan terrarium yang telah lama berkecimpung dalam terrarium. Semua peralatan untuk membuat material yang bagus untuk terrarium serta alat, gambar mini yang terkait dengan topic terrarium, cara membuat, info tentang terrarium baik jenis, manfaat, perawatan, dan lainnya dikemas sepenuhnya dalam *starter kit*. Media pendukung yang digunakan di Desain ini adalah *situs web* dan *info grafis*.

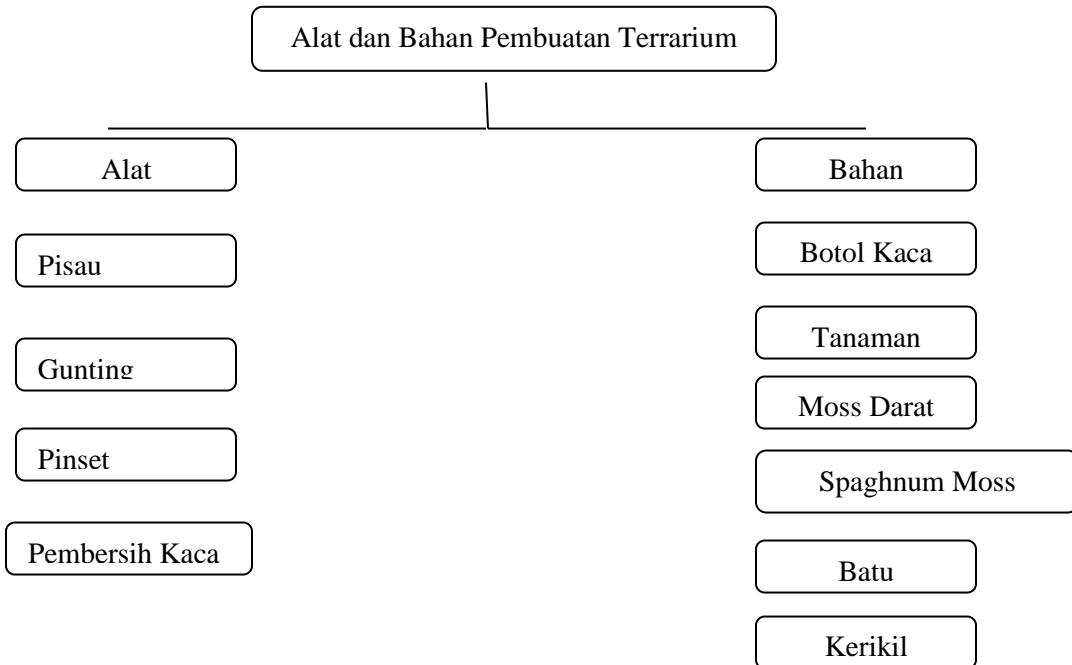
## **2.5. Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium**

### **2.5.1 Perancangan Tingkat Sistem**

Perancangan tingkat sistem merupakan fase satu dalam perencanaan serta pengembangan produk. Fase ini menguraikan susunan yang dalam Terrarium. Susunan Terrarium terdiri dari Tanaman, Moss, Batu, Soil, Spaghnum Moss, Pasir, Kerikil. Soil yang digunakan adalah Frog Soil sesuai dengan media tanam Terrarium.

### **2.5.2 Perancangan Rinci**

Perancangan Rinci adalah detail dari susunan yang ada dalam Terrarium. Perekanaan Rinci meliputi detail dari bahan dan alat untuk menyusun susunan Terrarium. Selain itu juga dilakukan penentuan bahan-bahan yang dibutuhkan. Kebutuhan bahan dicari atau beli. Perencanaan Rinci bahan dan alat penyusunan Terrarium ditunjukkan melalui *Bill of Material* (BoM) di bawah ini.



Gambar 1. Bill of Material Tree Alat dan Bahan Pembuatan Terrarium

Tabel 1. Bill of Material Table Alat dan Bahan pembuatan Terrarium.

No	Nama	Bahan/Alat	Jumlah	Keterangan	Dimensi
1	Pisau	Alat	1	Beli	Sedang
2	Gunting	Alat	1	Beli	Sedang
3	Pinset	Alat	1	Beli	Kecil
4	Pembersih Kaca	Alat	1	Beli	Sesuai kebutuhan
5	Botol Kaca	Bahan	1	Beli	15 x 15 cm
6	Tanaman Hias	Bahan	1	Beli	Sesuai kebutuhan
7	Lumut Darat( <i>Moss Darat</i> )	Bahan	1	Beli	Sesuai Kebutuhan
8	<i>Spaghnum Moss</i>	Bahan	1	Beli	Disesuaikan ukuran media

9	Batu	Bahan	2	Tersedia	2
10	Kerikil	Bahan	1Kg	Tersedia	1Kg
11	Turly stone	Bahan	1/4kg	Beli	Disesuaikan ukuran media
12	Pasir	Bahan	1/4kg	Tersedia	Disesuaikan ukuran media
13	Frog Soil	Bahan	1/4kg	Beli	Disesuaikan ukuran media

*Bill of Material (BOM) table*

pada tabel 1 di atas menjelaskan secara rinci bahan dan alat dari Pembuatan Terrarium.

### 2.5.3 Hasil Model Terrarium

Proses pemasaran akan dilakukan pada prototype yang telah dihasilkan. Masyarakat atau Responden juga diminta untuk memilih tipe Terrarium yang diinginkan untuk menilai Terrarium seperti apa yang paling banyak diminati, agar nantinya peneliti bisa membuat Terrarium sesuai dengan kebutuhan pasar.

#### a. Terrarium Box

Terrarium Box adalah Terrarium yang wadahnya sudah memiliki lampu di bagian penutupnya. Terrarium Box merupakan produk unggulan dari UKM Agririum.



Gambar 2. Terrarium Box

*b. Terrarium Forest*

Terrarium Forest adalah produk sampingan yang dibuat oleh UKM Agririum dengan menggunakan sisa bahan dari Terrarium Box.



Gambar 3. Terrarium Forest

*c. Terrarium Mini*

Terrarium Mini adalah produk sampingan juga yang telah dibuat oleh UKM Agririum dari sis-sisa bahan Terrarium Box dan Terrarium Forest



Gambar 3. Terrarium Mini

Susunan Terrarium di atas dimulai dari susunan paling bawah adalah batu kerikil sebagai media penghambat jalannya air, Frog Soil sebagai media tanam, Spaghnum Moss sebagai media tanam dengan intensitas air yang tinggi untuk melembabkan Moss. Moss dan Tanaman sebagai hiasan permukaan pada Terrarium.

## **2.6. Analisis Pendapatan dan kelayakan Usaha Model Terrarium**

Analisis pendapatan usaha dimaksudkan untuk mencari keuntungan yang didapat oleh suatu kegiatan usaha. Persamaan analisis usaha dapat dilakukan dengan cara :  $\pi=TR-TC$ . Keterangan :  $\pi$  adalah keuntungan, TR adalah total penerimaan, TC adalah total biaya. Penentuan kriteria dikatakan jika TR lebih besar TC, usaha dapat dikatakan untung. Apabila TR lebih kecil TC, usaha tidak dapat dikatakan untung. Usaha seimbang apabila TR sama dengan TC.

Kelayakan usaha adalah kegiatan untuk mengetes layak tidaknya sebuah usaha, kegiatan, atau bisnis yang akan dijalankan. Apakah usaha terrarium yang dijalankan akan memberikan manfaat atau memberikan keuntungan.Untuk menentukan layak atau tidaknya usaha tanaman hias model terrarium dapat digunakan rumus sebagai berikut:

### 1. Analisis Benefit Cost Ratio (BCR)

*Benefit Cost Ratio* adalah cara untuk mengevaluasi usaha dengan membandingkan seluruh hasil yang didapat dari suatu usaha dengan seluruh pengeluaran usaha. Kriteria Benefit Cost Ratio adalah apabila BCR lebih besar 1, usaha tersebut dikatakan layak dan untung. Jika BCR kurang dari 1, usaha tersebut tidak layak untuk

diteruskan. Dan jika BCR sama dengan 1, usaha tersebut seimbang (tidak rugi atau untung). (Riyanto, 1998)

## 2. Analisis Break Even Point

Break Even Point adalah sebuah titik impas pada suatu usaha, artinya total pendapatan (TR) = total pengeluaran (TC). Jika sebuah perusahaan selalu mencapai titik impas, perusahaan tersebut rugi karena keuntungan yang didapat masih menutupi biaya pengeluaran. (Riyanto, 1998)

## 2.7. Selera Konsumen

Selera adalah kegiatan untuk memilih suatu barang atau jasa. Pada umumnya, selera konsumen selalu berubah. Dengan meningkatnya selera seseorang terhadap barang tertentu akan menaikkan permintaan dari barang tersebut. Begitu pula dengan selera konsumen yang menurun terhadap suatu barang akan berakibat pada permintaan dari barang tersebut menurun. Jika selera konsumen tinggi terhadap suatu barang dan jasa, maka keputusan konsumen untuk membeli suatu barang dan jasa akan meningkat. Dalam pemilihan Terrarium selera konsumen bias dinilai dari aspek warna, jenis, ukuran, estetika, dan harga. Selera adalah ketertarikan emosi yang dirangsang melalui evaluasi konsumen, jika positif, maka perilaku tersebut mengarah ke positif (Chen, 2015)

Menurut Aizen (1991) Selera ditentukan oleh gabungan keyakinan individu tentang konsekuensi positif atau negatif dari tindakan suatu perilaku dengan nilai subyektif individu terhadap konsekuensi perilaku tersebut.

(Purwanto, 2007)

## **2.8. Strategi Pemasaran**

### **2.8.1. Strategi Pemasaran**

Pada dasarnya, strategi pemasaran adalah rangkaian tujuan dan tujuan, kebijakan, dan prinsip yang memandu bisnis untuk menghadapi lingkungan dan persaingan yang tidak tetap. Definisi dari Strategi Pemasaran harus didasari analisis lingkungan dan internal perusahaan dengan melakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta melakukan analisis terhadap peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dan lingkungan (Rambu, 2012). Strategi Pemasaran yang ditetapkan perlu dilakukan penilaian kembali apakah keadaan/kondisi masih sesuai. Evaluasi atau penilaian ini akan digunakan sebagai dasar apakah perubahan strategi kedepannya perlu diubah atau tidak, yang juga menjadi dasar untuk persiapan atau penentuan strategi untuk diterapkan di masa depan. (Dyah Ayu Retno Inten, 2017).

Menurut Kotler tahun 1997 (Sulaiman, 2018), strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dimana perusahaan akan mencapai tujuannya. Strategi pemasaran terdiri dari keputusan penggantian mengenai biaya pemasaran perusahaan, campuran tugas pemasaran dan pemasaran. Strategi pemasaran adalah alat dasar-dasar yang

direncanakan untuk mencapai tujuan perusahaan menggunakan mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar dan program pemasaran untuk melayani pasar tujuan ini. Strategi pemasaran terdiri dari lima elemen yang saling terkait sebagai berikut :

1. Pilihan Pasar, yaitu pilihan untuk memilih target pasar sebagai sasaran produk perusahaan
2. Perencanaan produk, yaitu proses pembuatan termasuk produk yang akan dipasarkan, merek dagang, kemasan, ukuran, layanan, dan asuransi produk
3. Harga, yaitu nilai jual sebuah produk untuk mencerminkan nilai kualitas dari suatu produk
4. Sistem distribusi, yaitu jalur penjualan produk sampai ke konsumen
5. Komunikasi pemasaran (promosi), yaitu sarana untuk mengenalkan produk ke konsumen

### **2.8.2. AnalisisSWOT**

SWOT merupakan metode analisis data dengan membandingkan produk yang dipilih dengan produk lainnya dalam hal competitor. Menganalisa kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), Threat (ancaman) dari produk yang dimiliki dengan produk pesaing. (Nuryanti, 2016)

1. Strength untuk mengetahui kekuatan atau kelebihan jasa & produk yang kita miliki disbanding dengan pesaing lainnya. Dapat dikatakan sebagai keuntungan perusahaan.
2. Weakness untuk mengetahui kekurangan atau kelemahan jasa & produk dari perusahaan kita sendiri. Dapat dikatakan sebagai kekurangan perusahaan.

3. Opportunity untuk mengetahui hadirnya sebuah peluang atau kesempatan yang jika tidak diambil bias merugikan perusahaan.
4. Threat untuk mengetahui ancaman dan hambatan apa saja yang menanti terhadap jasa & produk yang ditawarkan oleh produsen pesaing.

Sebagai kerangka kerja, analisis SWOT sangat dipuji karena kesederhanaan dan nilainya dalam memusatkan perhatian pada masalah-masalah utama yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan bisnis. oleh karena itu berpotensi menjadi alat yang signifikan untuk mengidentifikasi faktor yang paling mungkin mempengaruhi strategi dan keberhasilan perusahaan. Namun kesederhanaannya dapat menjadi kehancurannya. Bisnis mencari kelangsungan hidup, peningkatan, dan kesuksesan. Untuk memenuhi hasil tersebut, perencanaan manajemen dan pengambilan keputusan memerlukan informasi tentang operasi bisnis dan keadaan di sekitarnya. Informasi serupa adalah dasar di mana keputusan bisnis dapat dibuat. Dengan memantau lingkungan bisnis, dimungkinkan untuk mendapatkan gambaran pasar dan posisi kompositif bisnis. Jika tidak ada aktivitas semacam itu yang dilakukan, bisnis meningkatkan risiko mereka ke titik di mana kelangsungan hidup bisnis mereka mungkin dalam bahaya(David W. Pickton dan Sheila Wright, 1998).

Analisis SWOT melibatkan pengumpulan dan penggambaran informasi tentang faktor internal dan eksternal yang memiliki, atau mungkin, berdampak pada bisnis (Thoriq, 2018). SWOT sering kali digambarkan sebagai matriks 2x2 dan dalam bentuk ini memang tidak lebih dari sebuah daftar atau pengkategorian faktor

lingkungan di bawah judul Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman. Kekuatan dan Kelemahan berkaitan dengan faktor internal perusahaan dan peluang serta ancaman berkaitan dengan faktor eksternal. Gambar satu mengilustrasikan analisis SWOT yang dihasilkan untuk rumah publik firkin dan minat pembuatan bir. Untuk pujiannya, analisis SWOT sangat sederhana dan, mungkin, keuntungan terbesarnya adalah bahwa penggunaannya memungkinkan manajemen untuk memusatkan perhatiannya pada isu-isu utama yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan bisnis.

Pada tingkat ini dapat digambarkan sebagai bentuk analisis yang naif karena biasanya terdiri dari sedikit lebih dari daftar faktor yang telah dihasilkan secara intuitif oleh satu atau lebih perusahaan. Bagan yang dihasilkan harus memberikan gambaran umum yang masuk akal tentang masalah-masalah utama yang dapat diperhitungkan ketika selanjutnya menyusun rencana strategis untuk bisnis tetapi sering didasarkan pada pandangan satu manajer (atau beberapa berdasarkan) yang semuanya berkontribusi pada kenaikan analisis yang dihasilkan. Analisis yang lebih canggih seringkali tidak dilakukan meskipun proses analisis SWOT tentu saja tidak menutup peluang.

## **2.9. Penelitian Terdahulu**

Penelitian Analisis Kelayakan pada Tanaman Hias di Kota Palu yang dilakukan oleh Sulmi, Made Antara, dan Sulaiman Miru pada tahun 2015, cukup sederhana, hanya mencakup beberapa hal saja. Bisnis ini juga adalah bisnis yang bisa

menjanjikan untuk kedepannya, serta tidak membutuhkan modal yang sangat besar. Biaya Produksi dalam bisnis ini juga tidak terlalu besar, cukup dengan lahan 6000m<sup>2</sup> sudah dapat memulai bisnis ini. Biaya Operasional juga tidak terlalu besar, seperti membeli pestisida seharga 50rb, pupuk 50rb, sabuk kelapa 10rb, trasnportasi 300rb. Sedangkan untuk pendapatan setiap bulan, untuk menjual 45 ikat bunga dengan harga 60rb per ikat bunga, maka  $45 \text{ (ikat bunga)} \times 60.000(\text{harga}) = 2.700.000 \text{ /bulan}$ . Kemudian untuk biaya bersih yang diterima tiap bulannya akan dikurangi dengan biaya operasional sebesar Rp.410.000, maka  $\text{Rp. } 2.700.000 - \text{Rp. } 410.000 = \text{Rp. } 2.290.000$ . Hasil dan Pembahasan penelitian pada Tanaman Hias di Kota Palu hasilnya adalah peningkatan harga pestisida, bibit, pupuk meningkat sebesar 50%, Nilai NPV (Net Presen Value) Rp 75.232.126,5, IRR (Internal Rate of Return) 49,4%, Net B/C (Net Benefit Cost Ratio) 1,53, dan PP (Payback Period) 2,5. Dari hasil tersebut, Tanaman Hias di Kota Palu masih layak untuk dijadikan potensi bisnis usaha.

Analisis SWOT yang digunakan dalam penelitian Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Pembudidayaan Tanaman Hias di Kompleks Perumahan Bekasi (Kasus Usaha Tanaman Hias Adenium pada Lahan Terbatas) pada tahun 2010, Kekuatan dan Kelemahan dikelompokkan menjadi faktor internal perusahaan, karena dua faktor tersebut merupakan faktor yang bisa perusahaan kendalikan. Peluang dan Ancaman dikelompokkan menjadi faktor eksternal perusahaan, karena dua faktor tersebut merupakan faktor yang tidak bisa dikendalikan perusahaan. Faktor Strategi tersebut selanjutnya dianalisa dengan menggunakan matriks analisis SWOT,

sehingga menghasilkan 4 strategi. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dari Usaha Tanaman Hias Adenium secara deskriptif, tidak menggunakan pendekatan rating (skor) dan bobot yang menampilkan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), dikarenakan informasi dan data bersumber dari Kuisioner Terbuka yang ditujukan kepada responden terbatas atau bersifat kualitatif, dan juga hasil perhitungan kelayakan financialnya yang diperoleh dari pekebun tanaman hias Adenium tetap diperhatikan. Dilihat dari analisis kelayakan ditemukan bahwa Usaha Adenium memiliki peluang yang menjanjikan. Namun, setiap penjual Adenium bisa menentukan strategi seperti apa yang akan digunakan, sesuai yang kepentingannya.

Penelitian Analisa Preferensi Konsumen terhadap Tanaman Hias pada Toko Bunga Nurseri Krismalin di Kota Palu tahun 2013 adalah Preferensi Konsumen mengenai pernyataan suka atau tidak terhadap suatu produk dan merupakan salah satu dari faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk pembelian produk. Analisa Preferensi konsumen pada tanaman hias hanya dilakukan pada tujuh aspek, yaitu harga, warna, ketahanan tanaman, banyaknya kuntum, wadah tanaman/pot, ukuran tanaman, dan jenis tanaman. Menurut beberapa orang, pemilihan warna merupakan pemilihan yang sangat sensitive, selera dan kepribadian juga dapat ditentukan oleh warna. Rata-rata konsumen took bunga Nurseri Krismalin adalah Wiraswasta dan PNS dengan persentasi 37% dan 30% berusia produktif (berumur 19-30 tahun) dan sampai jenjang Sarjana. Preferensi konsumen yang dipengaruhi oleh attribute (harga, ketahanan tanaman, ukuran tanaman, wadah/pot, kuntum bunga, dan warna), hal ini

dapat ditunjukkan oleh nilai Xhitung>Xtabel masing-masing : ketahanan pangan (35,87>7,81), ukuran tanaman (24,67>7,81), harga (23,06>7,81), wadah/pot (14,26>7,81), warna (11,33>7,81), dan kuntum bunga (9,73>7,81). Sementara itu, jenis tanaman (7,6<7,81) tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi konsumen yang ditampilkan dari Xhitung 7,60 lebih kecil dari 7,81 Xtabel (Xhitung Xtabel). Perhitungan koefisien yang bersyarat (contingency coefficient) attribute yang memiliki pengaruh adalah ketahanan tanaman dengan nilai koefisien 0,73.

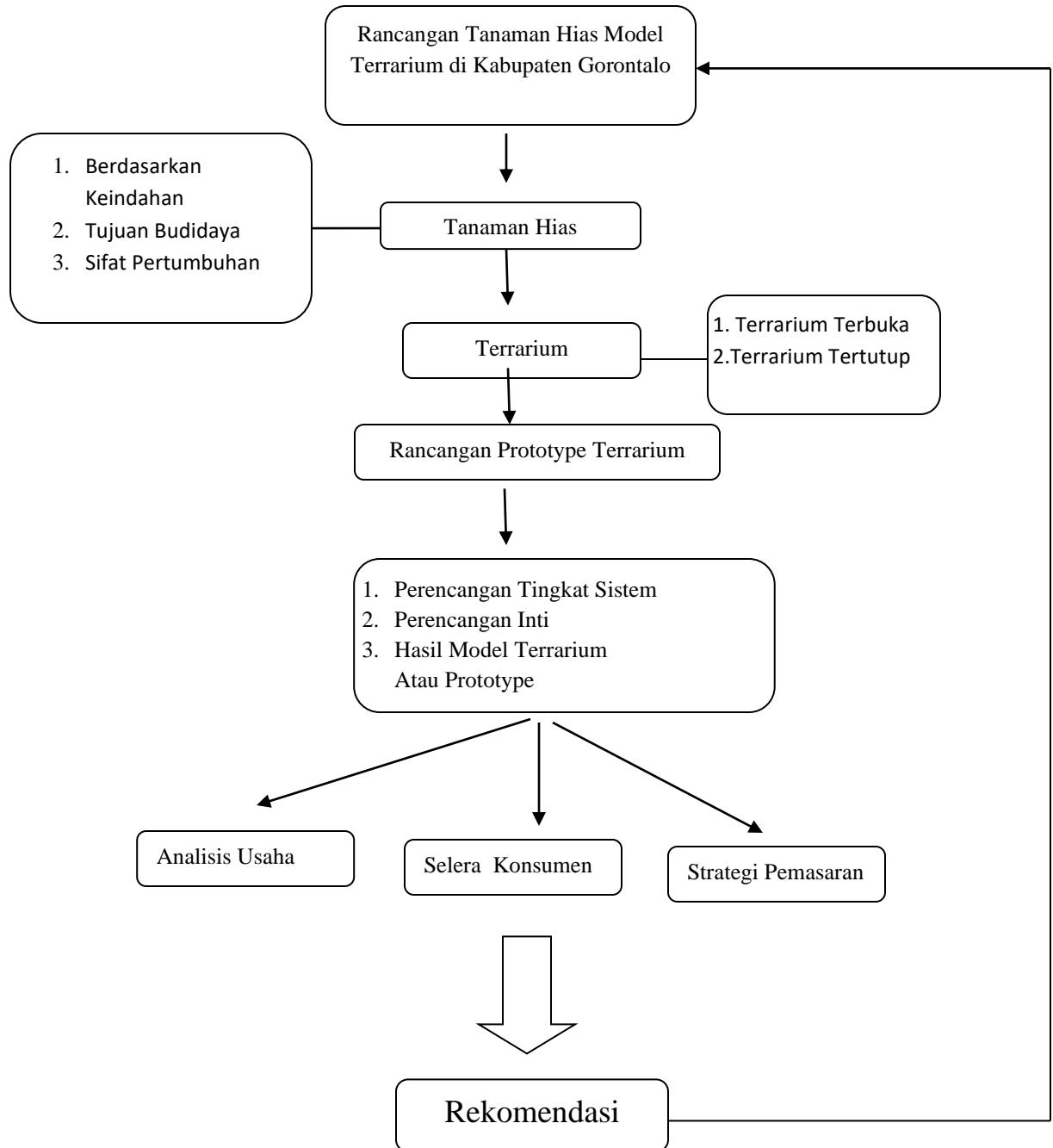
## **2.10. Kerangka Pikir**

Penelitian Rancangan Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo yang dimulai dari Pembuatan Terrarium untuk dilakukannya. Tanaman hias merupakan salah satu tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi, sehingga prospeknya sangat cerah untuk dijadikan bisnis atau memiliki peluang usaha yang menjanjikan, Tanaman hias dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian yaitu tanaman hias berdasarkan keindahan yang dinikmati, berdasarkan tujuan budidaya dan tanaman hias berdasarkan sifat pertumbuhan. Tanaman hias dapat ditanam pada berbagai media termasuk model Terrarium. Terrarium merupakan salah satu jenis penanaman tanaman hias unik. Terrarium adalah taman mini dalam wadah kaca seperti gelas, toples, botol, akuarium, dan seterusnya, (Ariyanti, 2010: par2). Jenis Terrarium sendiri terbagi menjadi terrarium tertutup, terrarium luar ruangan dan terrarium untuk hewan. Keunikan dari Terrarium terletak

pada bahan yang digunakan dan fungsinya sebagai taman mini. Selain itu, ukurannya pun bisa disesuaikan dengan ketersediaan tempat.

Rancangan Usaha Tanaman Hias Model Terrarium pada penelitian ini dimulai dari perancangan tingkat sistem sampai kepada perancangan rinci untuk mendapatkan model Terrarium yang unik. Perancangan tingkat sistem merupakan fase dua dalam perencanaan serta pengembangan produk. Fase ini menguraikan susunan yang dalam Terrarium. Susunan Terrarium terdiri dari Tanaman, Moss, Batu, Soil, Spaghnum Moss, Pasir, Kerikil. Soil yang digunakan adalah Frog Soil sesuai dengan standar media tanam Terrarium. Sementara perancangan rinci adalah detail dari susunan yang ada dalam Terrarium. Perencanaan Rinci meliputi detail dari bahan dan alat untuk menyusun susunan Terrarium. Selain itu juga dilakukan penentuan bahan-bahan yang dibutuhkan. Kebutuhan bahan teredia atau beli. Hasil perancangan model Terrarium yang telah dibuat kemudian dilanjutkan proses pemasaran. Proses pemasaran akan dilakukan pada *prototype* yang telah dihasilkan. Masyarakat atau Responden juga diminta untuk memilih *prototype* Terrarium yang diinginkan untuk menilai Terrarium seperti apa yang paling banyak diminati, agar nantinya peneliti bisa membuat Terrarium sesuai dengan kebutuhan pasar atau selera konsumen. Namun setiap usaha memerlukan studi kelayakan usaha agar tidak mengalami kerugian kedepannya. Untuk mendukung keberlanjutan usaha Terrarium, diperlukan suatu strategi termasuk strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah rangkaian tujuan, kebijakan, dan prinsip yang memandu bisnis untuk menghadapi lingkungan dan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran didasarkan pada analisis

lingkungan dan internal usah dengan menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta analisis peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan dan lingkungan.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek dan Pendekatan Penelitian**

Objek penelitian ini adalah Usaha Terrarium yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini yaitu menggunakan model studi kasus dengan metode pendekatan gabungan kualitatif dan kuantitatif dimana kualitatif yang lebih dominan.

#### **3.2. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksakan pada bulan Desember 2020 hingga Februari 2021 di Kecamatan Limboto, Kabupaten Gorontalo.

#### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

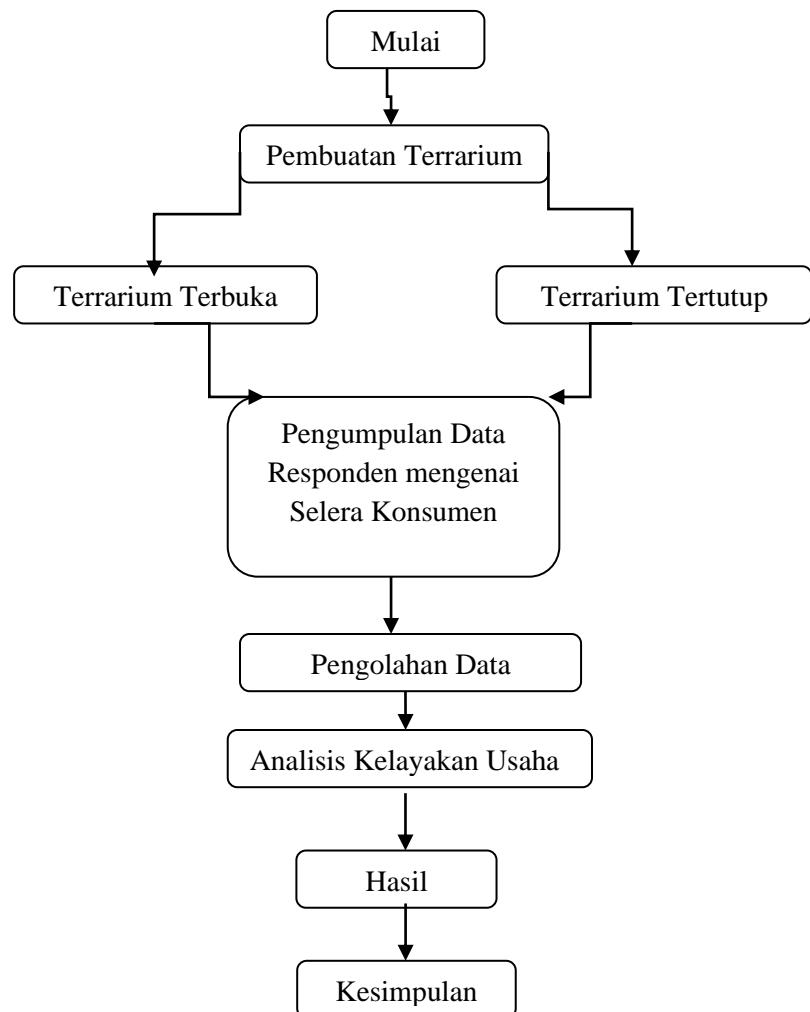
1. Data primer adalah data yang didapat langsung dari *hasil trial*, observasi maupun hasil wawancara langsung dengan responden. Adapun data primer responden berasal dari sumber individual merupakan konsumen ataupun calon konsumen produk Terrarium.
2. Data sekunder adalah data yang didapatkan dengan cara tidak langsung. Dalam penelitian ini sumber data sekunder adalah jurnal, buku, serta situs di internet yang diperlukan peneliti.

### 3.4. Informan Penelitian

Informan penelitian ini adalah peneliti sebagai pelaku trial, pelaku usaha tempat pembelian barang untuk produksi Terrarium, serta masyarakat umum yang merupakan konsumen terrarium. Berdasarkan pertimbangan dana dan waktu, peneliti menetapkan 30 responden untuk diwawancara sebagai sumber informasi.

### 3.5. Alur Penelitian

Alur penelitian penulisan proposal ini dapat dilihat pada skema di bawah ini



### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini terdapat beberapa kegiatan pengumpulan data yaitu:

#### ***1. Trial pembuatan Terrarium***

Trial dalam penelitian ini yaitu peneliti membuat sendiri produk Terrarium dengan membuat tiga desain yaitu desain kuil, taman, dan botol. Selama melakukan trial, peneliti mencatat setiap kegiatan dalam Log Book kegiatan serta pengeluaran yang akan digunakan dalam analisis usaha. Produk hasil dari trial pembuatan produk Terrarium tersebut kemudian digunakan untuk pengumpulan data di konsumen.

#### ***2. Wawancara mendalam (In-depth Interview)***

Wawancara dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan informan untuk mendapatkan data yang diinginkan oleh peneliti, utamanya dalam melakukan penilaian tentang selera konsumen terhadap tiga produk Terrarium. Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara.

#### ***3. Observasi***

Observasi merupakan suatu kegiatan penelitian untuk mencari dan mengumpulkan data yang ada kaitannya dengan masalah penelitian dengan dilakukannya pengamatan langsung di lapangan. Observasi adalah sebuah metode atau cara pengumpulan data dimana peneliti harus menuliskan informasi yang ditemui di lapangan selama kegiatan penelitian.

### 3.7. Metode Analisis Data

#### a. Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha dilakukan untuk memberikan penilaian mengenai keuntungan yang diperoleh dalam melakukan usaha Terrarium yang meliputi:

Analisis Benefit Cost Ratio BCR =  $\frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$  dan Analisis Break Even Point

$$\text{BEPproduksi} = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Harga Penjualan}}$$

$$\text{BEPHarg}a = \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}}$$

#### b. Analisis Selera Konsumen secara Kualitatif dan Kuantitatif

Analisis selera konsumen Teknik untuk pemberian nilai pada kuisioner penelitian ini adalah teknik skala Likert. Menurut Sugiyono (2013:132) penggunaan skala Likert “penggunaan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian-kejadian di masyarakat”.

#### c. Analisis SWOT

Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama perusahaan yang disajikan dalam point-point yang lebih sederhana. Strengths (kekuatan) dan Weakness (kelemahan) merupakan masalah internal perusahaan. Strengths dan Weakness adalah hal yang dapat dikontrol dan diubah. Misalnya siapa saja yang bias dimasukkan dalam tim perusahaan dan lokasi perusahaan. Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) merupakan masalah eksternal perusahaan. Opportunities dan Threats adalah hal yang bisa dimanfaatkan,

tetapi tidak bisa dikontrol dan diubah. Misalnya pesaing dan harga bahan baku. Teknik ini ditemukan Albert Humphrey, sebagai pimpinan proyek riset yang dilakukan Universitas Stanford pada tahun 1960-an dan 1970-an dengan bantuan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

### **3.8. Defenisi Operasional**

1. Tanaman hias adalah sebuah konsep yang terjadi karena tanaman yang ditata sedemikian rupa agar membentuk keindahan dari tanaman itu sendiri. Tanaman hias yang dimaksud bukan hanya menunjukkan keindahan bunga, tapi seluruh aspek yang ditampilkan dari keindahan tanaman hias.
2. Terrarium adalah konsep menanam dalam media kaca atau plastic transparan dengan memaksimalkan kurangnya lahan untuk dapat menanam atau membuat sebuah taman mini dalam media tersebut.
3. Moss Darat adalah Tumbuhan lumut/moss yang membutuhkan area lembab untuk tumbuh. Habitat Moss Darat biasanya pada tembok atau pohon yang jarang terkena sinar matahari serta lembab.
4. *Spaghnum Moss* adalah Moss/lumut yang dikeringkan sebagai media tanam yang memiliki intensitas penyimpanan air yang tinggi. Hal ini dimaksudkan agar media tanam ini tetap lembab untuk tanaman tetap dapat tumbuh dengan baik.
5. Botol kaca adalah alat yang digunakan dalam Terrarium harus memiliki bentuk yang unik atau cocok digunakan dalam pembuatan Terrarium

6. Selera konsumen adalah tingkat kesukaan yang dimiliki oleh konsumen agar dapat menentukan pilihan terhadap barang/produk sesuai dengan mood konsumen.
7. Strategi pemasaran adalah serangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal ini.
8. *Frog Soil* adalah media tanam yang digunakan dalam Terrarium
9. *Turlystone* adalah batu yang memiliki corak indah dan cocok diaplikasikan pada Terrarium
10. *Prototype Terrarium* adalah sebuah bentuk dasar yang terbentuk dari sebuah produk desain Terrarium yang unik.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **1. Peta Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Limboto, kecamatan ini merupakan Ibu Kota Kabupaten Gorontalo. Kecamatan Limboto merupakan salah satu dari 17 kecamatan yang terletak pada Kabupaten Gorontalo. Adapun lokasi penelitian tercantum pada gambar 4 di bawah ini :



Gambar 4. Peta Lokasi Limboto

###### **2. Keadaaan Geografis**

Kecamatan Limboto merupakan salah satu dari 17 Kecamatan yang ada di Kabupaten Gorontalo, Kecamatan ini merupakan Ibukota Kabupaten Gorontalo. Kecamatan terletak : 0,300 LU, 1,00 LS, 121 o BT, 123,3 o BB.

Kecamatan dengan luas wilayah 127,92 km<sup>2</sup> ini berbatasan dengan Kabupaten Gorontalo Utara di sebelah utara, Kecamatan Telaga Biru di sebelah timur, Batudaa di sebelah selatan serta Kecamatan Limboto Barat di sebelah barat. Kecamatan Limboto terdiri dari 14 kelurahan yaitu : Tenilo, Bolihuangga, Hunggaluwa, Kayubulan, Hepuhulawa, Dutulanaa, Hutuo, Bulota, Malahu, Biyonga, Polohungo, Bongohulawa, Kayumerah dan Tilihuwa dengan ibukota Kecamatan terletak di Kelurahan Kayubulan. Jumlah Lingkungan yang ada di Kecamatan Limboto sebanyak 56 lokasi.

### 3. Keadaan Iklim

Kecamatan Limboto merupakan daerah tropis yang terdapat 2 musim yaitu musim penghujan yang berlangsung dari bulan Desember sampai bulan Maret dan musim kemarau yang berlangsung dari bulan Juni sampai bulan September, iklim ini bergantian dalam keadaan normal setiap 6 bulan. Suhu rata-rata 28 o-32 o Celcius dengan curah hujan rata-rata 128,75 mm dan rata-rata hari hujan 187 hari hujan per tahun dan kelembaban rata-rata 70% - 90 %.

### 4. Kependudukan

Berdasarkan hasil verifikasi pendataan KK Miskin diperoleh jumlah penduduk Kecamatan Limboto pada tahun 2019 sebanyak 45.252 jiwa, dengan jumlah KK sebanyak 12.042 KK. Laki-laki : 22.284 ( 49.2 %), Perempuan : 22.968 (50.8 %). Jumlah penduduk miskin berdasarkan data BPS sebanyak 14.198 Jiwa (31.3 %) . Kepadatan penduduk Kecamatan Limboto 2019 sebesar 9.402

jiwa per km2. Kelurahan yang paling padat penduduknya adalah Dutulanaa 1.893 jiwa/ km2, sedangkan yang terendah adalah Malahu 45 jiwa /per km2. Selain suku asli terdapat suku lain yang yang telah lama menetap, diantaranya suku Jawa, Bugis, Bali, Minahasa dan suku keturunan diantaranya Cina dan Arab. Mata Pencaharian terperinci atas: 59% petani, nelayan, peternak ; 24 % dibidang jasa ; 16,1 % pedagang ; 0,34 % industri dan 0.34 % lain-lain. Kecamatan Limboto merupakan salah satu daerah adat yang memiliki satu kesatuan adat yang dikenal dengan “ *Uduluwo Lou Limo Lo Pohala* ” dengan falsafah adat bersendi syara, syara bersendi kitabullah.

#### 4.2 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 2. Komponen Penyusutan Peralatan pembuatan Terrarium

No	Nama Unit (Alat)	Jumlah Unit	Umur Ekonom is (Tahun)	Harga per Unit (Rp.)	Total Harga per Unit (Rp.)	Biaya Penyusutan per Bulan (Rp.)
1	Gunting	1	1	12.500	12.500	1.041
2	Pisau	1	1	15.000	15.000	1.250
3	Hand Sprayer	1	1	7.500	7.500	625
4	Pembersih Kaca	1	1	10.000	10.000	833
5	Pinset	1	1	35.000	35.000	2.916
<b>Total</b>				<b>80.000</b>	<b>80.000</b>	<b>6.665</b>

Sumber Data Primer setelah diolah 2021.

Penyusutan merupakan penurunan biaya alat yang digunakan untuk melakukan usaha selama masa umur manfaat alat yang terpaakai (Asnidar, 2017). Berdasarkan hasil yang didapat dari perhitungan penggunaan biaya tetap, dapat diketahui Total Harga per Unit sebesar Rp. 80.000 dengan harga per unit Gunting Rp. 12.500, Pisau

Rp. 15.000, Hand Sprayer Rp. 7.500, Pembersih Kaca Rp. 10.000, Pinset Rp. 35.000, bahwa biaya penyusutan sebesar Rp. 6.665 per bulannya.

**Tabel 3. Analisis Keuntungan masing- masing Terrarium.**

No	Uraian	B.Bahan Baku (Rp.)	B. Produksi (Rp.)	Penerimaan (Rp.)	Keuntungan (Rp.)
1	Terrarium Box	845.000	1.057.665	1.800.000	742.335
2	Terrarium Forest	80.000	147.665	250.000	132.335
3	Terrarium Mini	90.000	195.665	750.000	554.335
	<b>Total</b>	<b>1.015.000</b>	<b>1.400.995</b>	<b>2.800.000</b>	<b>1.429.005</b>

Sumber Data Primer setelah diolah 2021.

Berdasarkan hasil di atas, dapat diketahui total biaya bahan baku sebesar Rp. 1.015.000, total biaya produksi sebesar Rp. 1.400.995, total penerimaan sebesar Rp. 2.800.000, dan total keuntungan sebesar Rp. 1.429.000. Biaya bahan baku adalah biaya bahan yang hanya sekali pakai. Biaya produksi adalah seluruh pengeluaran dana secara ekonomis yang dilakukan untuk pembuatan suatu barang. (Asnidar, 2017). Biaya Produksi meliputi biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap merupakan rangkaian biaya yang besarnya tidak dipengaruhi oleh jumlah produksi (Cahyaningsih, 2017), sedangkan biaya variable adalah biaya yang jumlahnya dapat berubah sesuai banyaknya jumlah bisnis (Hanafi, 2019). Biaya Penerimaan adalah biaya yang diterima dari hasil penjualan Terrarium. Dan biaya keuntungan adalah biaya produksi dikurang dengan penerimaan.

## **Analisis Kelayakan Usaha Terrarium Box :**

### **1. Revenue Cost (R/C) (Total Penerimaan)**

Revenue Cost merupakan perbandingan Total Biaya dengan Total Penerimaan.

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus R/C ratio adalah sebagai berikut :

$$RC = \frac{1.800.000}{1.057.665} = 1,70$$

Menurut Soekartawi (2002), jika nilai R/C ratio di atas angka 1, maka usaha tersebut layak. Berdasarkan hasil R/C ratio  $1,7 > 1$ , maka usaha Terrarium Box layak dijalankan. Rasio 1,7 menunjukkan setiap pengeluaran Rp. 1, akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp. 1,7

### **2. Benefit Cost (B/C) (Total Pendapatan)**

Benefit Cost merupakan perbandingan seluruh total penjualan dengan total biaya pada suatu usaha (Sururi, 2020). Hasil rumus B/C ratio sebagai berikut :

$$BC = \frac{742.335}{1.057.665} = 0,70$$

Berdasarkan hasil B/C ratio, setiap keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 100 akan mengeluarkan dana sebesar Rp. 70, dapat dikatakan usaha ini layak untuk diusahakan.

### **3. BEP (Break Even Point) Terrarium Box**

Break Even Point atau BEP merupakan suatu analisis untuk mencari titik impas sebuah usaha (Asnidar, 2017). Rumus BEP sebagai berikut :

$$\text{BEP Produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga jual}}$$

Ketentuan BEP Produksi :

- a. Jika BEP Produksi < Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi menguntungkan.
- b. Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Produksi > Jumlah Produksi maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Ketentuan BEP Harga :

- a. Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang menguntungkan.
- b. Jika BEP Harga = Harga Jual, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Harga > Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Hasil Rumus BEP sebagai berikut :

$$\text{BEP Produksi} = \frac{1.057.665}{450.000} = 2,35 = 2 \text{ unit}$$

Artinya, usaha ini telah mendapat keuntungan jika menjual 2 unit atau lebih.

$$\text{BEP Harga} = \frac{1.057.665}{4} = \text{Rp. } 264.416,25$$

Artinya, usaha akan mendapatkan keuntungan jika dijual diatas dari harga Rp. 261.916,25

### **Analisis Kelayakan Usaha Terrarium Forest :**

#### **1. Revenue Cost (R/C) (Total Penerimaan)**

Revenue Cost merupakan perbandingan Total Biaya dengan Total Penerimaan (Asnidar, 2017). Hasil rumus R/C ratio sebagai berikut :

$$R/C = \frac{250.000}{147.665} = 1,693$$

Berdasarkan hasil R/C ratio  $1,693 > 1$ , maka usaha ini layak dilanjutkan.

#### **2. Benefit Cost (B/C) (Total Pendapatan)**

Benefit Cost merupakan perbandingan seluruh total penjualan dengan total biaya pada suatu usaha (Sururi, 2020). Hasil rumus B/C ratio sebagai berikut :

$$B/C = \frac{132.335}{147.665} = 0,693$$

Berdasarkan hasil B/C ratio  $0,693 > 0$ , yang berarti usaha ini layak diusahakan.

#### **3. BEP (Break Even Point) Terrarium Forest**

Break Even Point atau BEP merupakan suatu analisis untuk mencari titik impas sebuah usaha (Asnidar, 2017). Rumus BEP sebagai berikut :

$$BEP \text{ Produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga jual}}$$

Ketentuan BEP Produksi :

- a. Jika BEP Produksi  $<$  Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi menguntungkan.

- b. Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Produksi > Jumlah Produksi maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

$$\text{BEP Harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Ketentuan BEP Harga :

- a. Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang menguntungkan.
- b. Jika BEP Harga = Harga Jual, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Harga > Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Hasil Rumus BEP sebagai berikut :

$$\text{BEP Produksi} = \frac{147.665}{250.000} = 0,59 \text{ unit}$$

Artinya, setiap penjualan Terrarium Forest akan mendapatkan keuntungan

$$\text{BEP Harga} = \frac{147.665}{2} = \text{Rp. } 73.832,5$$

Artinya, jika penjualan dilakukan diatas harga Rp. 73.832,5 akan mendapatkan keuntungan.

**Analisis Kelayakan Usaha Terrarium Mini :**

#### **1. Revenue Cost (R/C) (Total Penerimaan)**

Revenue Cost merupakan perbandingan Total Biaya dengan Total Penerimaan (Asnidar, 2017). Hasil rumus R/C ratio sebagai berikut :

$$R/C = \frac{750.000}{195.665} = 3,833 = 3,8$$

Berdasarkan hasil R/C ratio  $3,8 > 1$ , maka usaha ini layak dijalankan.

## 2. Benefit Cost (B/C) (Total Pendapatan)

Benefit Cost merupakan perbandingan seluruh total penjualan dengan total biaya pada suatu usaha (Sururi, 2020). Hasil rumus B/C ratio sebagai berikut :

$$B/C = \frac{554.335}{195.665} = 2,833 = 2,8$$

Berdasarkan B/C ratio  $2,8 > 1$ , maka usaha ini layak dijalankan.

## 3. BEP (Break Even Point) Terrarium Mini

Break Even Point atau BEP merupakan suatu analisis untuk mencari titik impas sebuah usaha (Asnidar, 2017). Rumus BEP sebagai berikut :

$$BEP \text{ Produksi} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Harga jual}}$$

Ketentuan BEP Produksi :

- a. Jika BEP Produksi  $<$  Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi menguntungkan.
- b. Jika BEP Produksi = Jumlah Produksi, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Produksi  $>$  Jumlah Produksi maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

$$BEP \text{ Harga} = \frac{\text{Total biaya}}{\text{Jumlah Produksi}}$$

Ketentuan BEP Harga :

- a. Jika BEP Harga < Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang menguntungkan.
- b. Jika BEP Harga = Harga Jual, maka usaha berada pada posisi titik impas atau tidak laba/tidak rugi.
- c. Jika BEP Harga > Harga Jual, maka usaha berada pada posisi yang tidak menguntungkan.

Hasil Rumus BEP sebagai berikut :

$$\text{BEP Produksi} = \frac{195.665}{750.000} = 0,26 = 0,3 \text{ unit}$$

Artinya, setiap penjualan 1 unit Terrarium Mini sudah mendapatkan keuntungan

$$\text{BEP Harga} = \frac{195.665}{10} = \text{Rp. } 19.566,5$$

Artinya, jika harga yang dijual diatas Rp. 19.566,5 akan mendapatkan keuntungan.

Tabel 4. Perbandingan Kelayakan Usaha masing-masing Terrarium

No	Uraian	BEP			
		Revenue	Benefit	Unit	Harga (Rp)
		Cost	Cost		
1	Terrarium Box	1,7	0,7	2	264.416,25
2	Terrarium Forest	1,693	0,693	0,59	73.832,5
3	Terrarium Mini	3,8	2,8	0,3	19.566,5

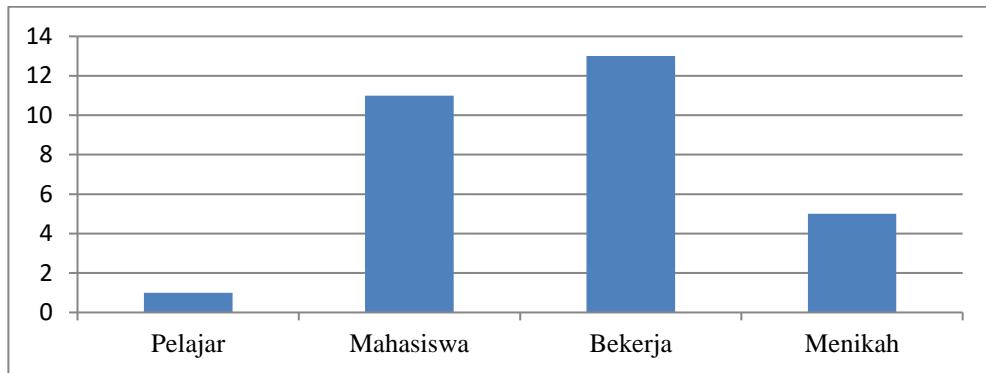
Sumber Data Primer setelah diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, R/C Terrarium Box sebesar 1,7 dan B/C Terrarium Box sebesar 0,7, serta memiliki BEP Unit sebesar 2 unit dan BEP Harga Rp. 264.416,25. Sedangkan Terrarium Forest memiliki R/C sebesar 1,693 dan B/C Terrarium Forest 0,693, serta memiliki keuntungan BEP Unit sebesar 0,59 unit dan

BEP Harga Rp. 73.832,5. Dan, R/C Terrarium Mini sebesar 3,8 dan B/C Terrarium Mini sebesar 2,8, serta memiliki BEP Unit sebesar 0,3 unit dan BEP Harga Rp. 19.566,5.

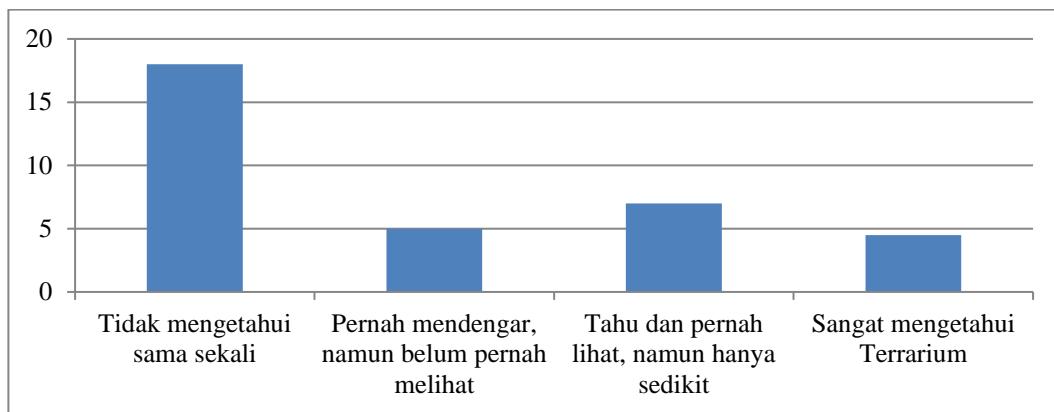
#### **4.3 Analisis Selera Konsumen**

Analisis Selera Konsumen dilakukan dengan melakukan survey kepada 30 responden dan merangkum respon tingkat selera/kesukaan responden terhadap produk Terrarium.



Grafik 1. Sumber data setelah diolah 2021

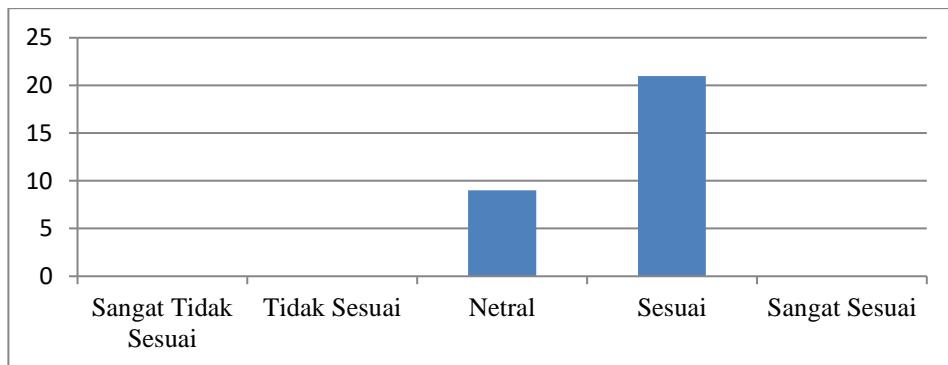
Hasil pengambilan data terhadap responden mengenai status responden adalah di mana sebanyak 1 (3%) orang merupakan status pelajar, sebanyak 11 (37%) orang merupakan mahasiswa, sebanyak 13 (44%) bekerja, dan sebanyak 5 (16%) merupakan mahasiswa. Data tersebut menunjukkan status responden yang terbanyak adalah bekerja.



Grafik 2. Sumber data setelah diolah 2021

Respon mengenai pengetahuan responden tentang Terrarium ditunjukkan pada grafik 2, di mana sebanyak 18 orang (60%) menjawab tidak mengetahui sama sekali. Hasil tersebut menunjukkan kebanyakan orang masih belum terlalu mengenal Terrarium.

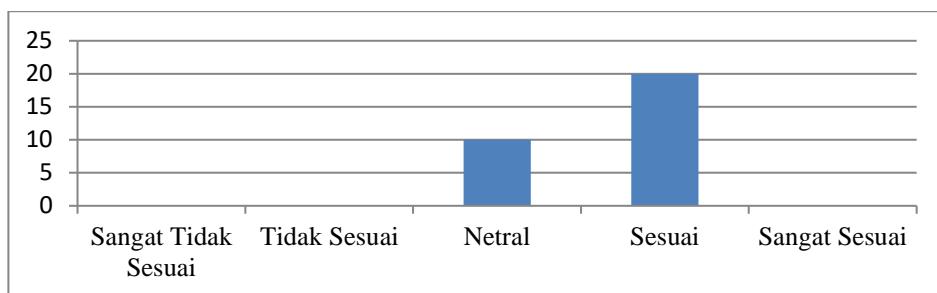
#### 4.3.1 Kesesuaian Warna Terrarium



Grafik 3. Sumber data setelah diolah 2021

Respon mengenai Kesesuaian Warna Terrarium sebanyak 9 (30%) orang memilih jawaban netral dan sebanyak 21 (70%) orang memilih jawaban sesuai. Hasil ini menunjukkan bahwa responden sebagai konsumen cukup menyukai warna Terrarium yang dibuat dalam penelitian ini.

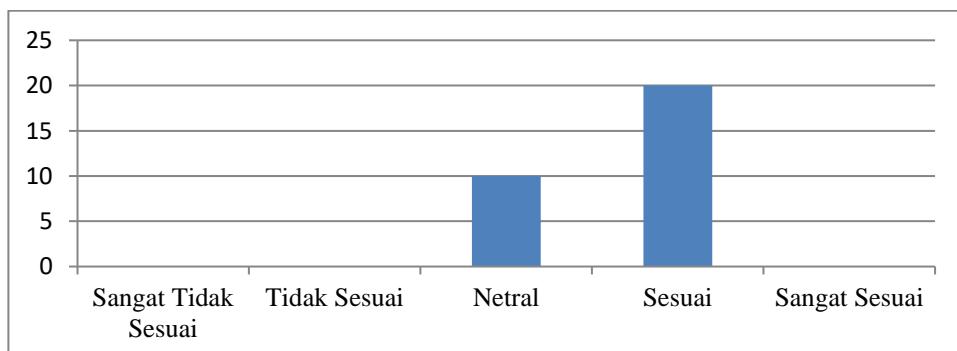
#### 4.3.2 Kesesuaian Ukuran Tanaman Terrarium



Grafik 4. Sumber data setelah diolah 2021

Pandangan responden mengenai Kesesuaian Ukuran Tanaman Terrarium sebanyak 10 (33%) orang menjawab netral dan sebanyak 20 (67%) orang menjawab sesuai. ini menunjukkan bahwa konsumen cukup menyukai ukuran tanaman Terrarium yang disajikan.

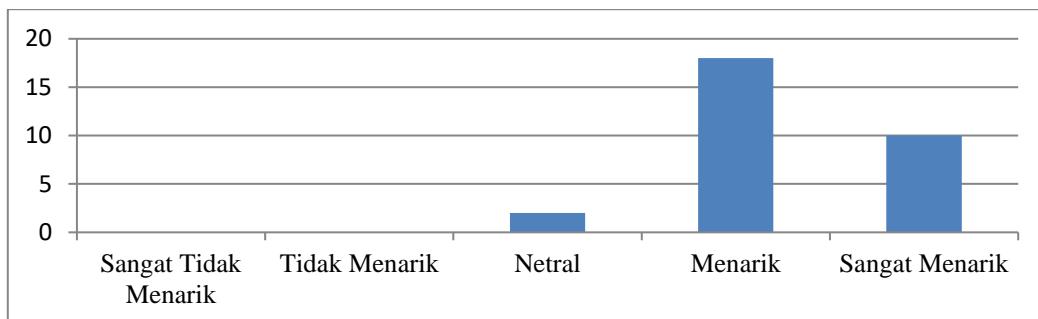
#### 4.3.3 Jenis Tanaman Terrarium



Grafik 5. Sumber data setelah diolah 2021

Persepsi responden mengenai Jenis Tanaman Terrarium sebanyak 10 (33%) orang menjawab netral dan sebanyak 20 (67%) orang menjawab sesuai. ini menunjukkan bahwa responden sebagai konsumen cukup menyukai jenis tanaman yang terdapat Terrarium.

#### 4.3.4 Estetika atau Keindahan Terrarium



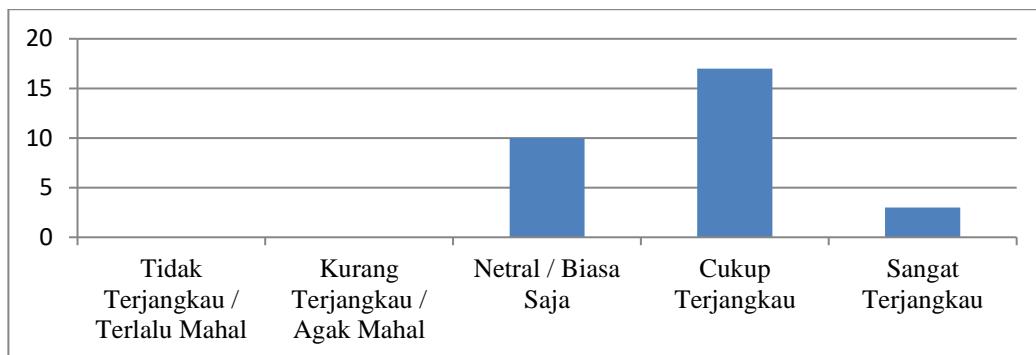
Grafik 6. Sumber data setelah diolah 2021

Persepsi responden mengenai Estetika atau Keindahan Terrarium adalah sebanyak 2 (6%) orang menjawab netral, sebanyak 18 (60%) orang menjawab menarik, dan sebanyak 10 (34%) orang menjawab sangat menarik. Hal ini menunjukkan konsumen menyukai keindahan atau estetika dalam Terrarium yang sudah dibuat dalam penelitian ini. Melalui hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Gorontalo sangat menilai tinggi aspek estetika atau keindahan dari Terrarium yang telah dibuat. Pemilihan wadah yang bernilai estetika tinggi sangat perlu diperhatikan, seperti hasil Workshop PPM Potometrium Kota Makassar untuk menggunakan Pot Geometris sebagai wadah Terrarium yang memiliki nilai estetika tinggi, sebagaimana dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil Workshop PPM Potometrium Kota Makassar

#### 4.3.5 Harga Terrarium



Grafik 7. Sumber data setelah diolah 2021

Persepsi responden terhadap Harga Terrarium adalah sebanyak 10 (33%) orang menjawab netral/biasa saja, sebanyak 17 (57%) orang menjawab cukup terjangkau, dan sebanyak 3 (10%) orang menjawab sangat terjangkau. Hal ini menunjukkan Selera Konsumen mengenai Harga Terrarium adalah Cukup Terjangkau.

#### 4.4 Strategi Pengembangan Usaha Terrarium

Kajian strategi pengembangan usaha Terrarium dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, yang merupakan suatu analisis yang banyak digunakan untuk menemukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan bahkan ancaman dari suatu perusahaan atau usaha yang dilakukan atau dijalankan. Untuk factor kekuatan dan kelemahan merupakan factor merupakan factor internal yang dimiliki perusahaan, yang berarti factor ini dalam jangkauan perusahaan. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan factor eksternal yang dimiliki oleh perusahaan, yang berarti factor ini berada di luar jangkauan perusahaan.

Analisis dapat memaksimalkan Strenght (Kekuatan) dan Weakness (Kelemahan), namun disaat yang bersamaan dapat juga meminimalkan

Opportunity (Peluang) dan Threat (Ancaman). (Astuti, 2020). Hasil Analisis SWOT usaha Terrarium yang dihadapi dapat dilihat pada Matrik SWOT di bawah ini :

Tabel 21. Matrik SWOT

Faktor Internal	<p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi yang strategis</li> <li>2. Produk yang berkualitas dan unik</li> <li>3. Mempunyai beberapa akun untuk pemasaran online</li> <li>4. Cara perawatan yang mudah</li> <li>5. Mempunyai berbagai macam jenis Terrarium</li> </ol>	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Terrarium yang tergolong tidak ekonomis</li> <li>2. Dana yang sangat terbatas</li> <li>3. Produk Terrarium belum terlalu dikenal luas</li> <li>4. Bahan sulit ditemukan di lokasi penelitian</li> </ol>
<p>Faktor Eksternal Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki peluang usaha di lokasi penelitian</li> <li>2. Kurangnya pesaing terhadap produk Terrarium</li> </ol>	<p>Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisa menjadi satu-satunya produsen Terrarium di lokasi penelitian</li> </ol>	<p>Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menerima pesanan dengan menggunakan wadah konsumen agar biaya tergolong murah</li> </ol>
<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan bahan baku yang dapat habis sewaktu-waktu</li> <li>2. Peniruan produk yang sama persis terhadap produk Terrarium (Plagialisme)</li> <li>3. Wilayah distribusi masih terbatas</li> <li>4. Keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah</li> </ol>	<p>Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempunyai berbagai macam produk membuat usaha Terrarium tidak cemas untuk peniruan produk</li> </ol>	<p>Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memesan barang secara online menjadi solusi untuk menemukan bahan baku secara mudah</li> </ol>

Sumber data setelah diolah 2021.

#### **4.4.1 Strategi S-O**

Strategi S-O merupakan strategi yang menggabungkan faktor internal Strength (Kekuatan) dan faktor eksternal Opportunities (Peluang). Hasil Strategi S-O dapat disimpulkan sebagai berikut :

Menjadi satu-satunya pemasok produk Terrarium di Kabupaten Gorontalo tanpa adanya saingan. Hal ini tentu saja bisa menjadi alasan yang sangat memungkinkan agar usaha ini tetap dijalankan.

#### **4.4.2 Strategi S-T**

Strategi S-T merupakan strategi yang menggabungkan faktor internal Strength (Kekuatan) dan faktor eksternal Threat (Ancaman) untuk menjadikan sebuah keuntungan untuk usaha Terrarium. Hasil Strategi S-T dapat disimpulkan sebagai berikut :

Memiliki berbagai macam produk agar tidak adanya rasa khawatir jika produk ditiru (plagialisme) oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, serta membuat konsumen juga bisa memilih dari beberapa konsep yang ada, agar tidak adanya rasa bosan akibat dari produk-produk Terrarium yang bersifat itu-itu saja.

#### **4.4.3 Strategi W-O**

Strategi W-O merupakan strategi yang menggabungkan faktor internal Weakness (Kelemahan) dan faktor eksternal Opportunities (Peluang) untuk menjadikan sebuah keuntungan untuk usaha Terrarium. Hasil Strategi W-O dapat disimpulkan sebagai berikut :

Menerima pesanan desain Terrarium dengan wadah milik konsumen untuk menekan biaya pembuatan Terrarium, cara ini tergolong efektif, mengingat wadah-wadah yang berbentuk unik untuk memberikan imajinasi terhadap desain yang akan dibuat lumayan sulit untuk ditemukan. Maka dari itu, menerima pesanan dengan wadah milik konsumen bisa memudahkan usaha Terrarium.

#### **4.4.4 Strategi W-O**

Strategi W-O merupakan strategi yang menggabungkan factor internal Weakness (Kelemahan) dan factor eksternal Threat (Ancaman) untuk menjadikan sebuah keuntungan untuk usaha Terrarium. Hasil Strategi W-O dapat disimpulkan sebagai berikut :

Karena keadaan iklim daerah Gorontalo yang tergolong panas, sangat sulit mencari lokasi atau spot untuk bahan baku seperti lumut atau tanaman hutan lainnya. Untuk itu, lahirlah sebuah solusi untuk memesan bahan baku secara online, selain menghemat biaya, memesan bahan baku secara online juga menghemat tenaga.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian Rancangan Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo, telah didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

##### **1. Pendapatan dan Kelayakan Usaha Terrarium**

Usaha Terrarium memiliki 3 konsep, konsep yang pertama yaitu konsep Terrarium Box, Terrarium Forest, dan Terrarium Mini. Untuk Penjualan yang memiliki pendapatan dan kelayakan terbesar adalah Terrarium Box, kemudian Terrarium Forest, dan Terrarium Mini. Untuk Terrarium Mini sendiri dibuat dari sisa-sisa bahan dari Terrarium Box dan Terrarium Forest. Dengan hasil pendapatan dan kelayakan usaha dari ketiga Terrarium di atas, dapat disimpulkan bahwa ketiga usaha Terrarium tersebut layak untuk diusahakan dan dijalankan.

##### **2. Selera Konsumen terhadap Usaha Terrarium.**

Selera Konsumen terhadap Usaha Terrarium memiliki 5 aspek penilaian, untuk 5 aspek tersebut adalah Warna, Ukuran Tanaman, Jenis Tanaman, Estetika atau Keindahan Tanaman, dan Harga Terrarium. Berdasarkan hasil kuisioner mengenai Selera Konsumen terhadap Terrarium adalah positif, artinya adalah selera konsumen mengenai Terrarium di Kabupaten Gorontalo sangat diapresiasi dan dianggap sangat menarik.

### 3. Strategi Pemasaran Usaha Terrarium

Strategi yang digunakan dalam Pemasaran Usaha Terrarium adalah analisis SWOT. Strategi yang diterapkan adalah dengan meningkatkan mutu produk Terrarium yang berkualitas tinggi sehingga menarik minat dan daya beli konsumen atau pembeli.

## 5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian terhadap Rancangan Tanaman Hias Model Terrarium di Kabupaten Gorontalo, maka penulis akan memberikan saran, berupa :

1. Dengan adanya Usaha Terrarium diharapkan akan menjadi Usaha yang akan menunjang pemasukan ekonomi daerah
2. Pemerintah juga diharapkan untuk menaruh perhatian pada usaha Terrarium ini, agar usaha ini lebih berkembang dan dapat bersaing dengan produk-produk Terrarium Dalam Negeri maupun Luar Negeri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aritonang. 2009. Peramalan Bisnis. Ghalia, Jakarta.
- Asnidar. (2017). ANALISIS KELAYAKAN USAHA HOME INDUSTRY KERUPUK OPAK DI DESA. *Jurnal S. Pertanian 1 , I*, 39-47.
- Astuti, A. M. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen , XVII*, 60.
- Atmojo, A. D. (2019). Analisis Usaha Pembuatan Terrarium Berbahan Sukulen Sebagai Usaha Kreatif. *Laporan Tugas Akhir ,* 1-38.
- Brian Steven Susilo, B. S. (2013). Perancangan Media Promosi “Roseveelt Florist” Surabaya. 121-131.
- Cahyaningsih, R. (2017). Analisis Alokasi Biaya Tetap Pada Penetapan Harga Pokok Unit Hunian di Tower 2 dan Tower 3 Apartemen Tamansari Prospero, Sidoarjo, Jawa Timur. *JURNAL TEKNIK ITS , VI*, 126.
- Chen, H. (2015). Koleksi Resep Chinesee Food. Jakarta Kawan Pustaka , Jakarta, Indonesia.
- Dyah Ayu Retno Inten, S. M. (2017). Analisis Manajemen Laba Kaitannya Dengan Nilai Perusahaan Sebelum Dan Sesudah Ipo Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Krisnadwipayana, 4.*
- Gufron. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Hanafi, M. A. (2019). ANALISIS PENENTUAN BIAYA TETAP DAN BIAYA VARIABEL DALAM MENINGKATKAN LABA PADA OUTLET THECOFFEE

- BEAN & TEA LEAF GRAND INDONESIA DI KOTA MAKASSAR. *PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan*, I, 110.
- I Gusti Putu Endra Suantara, M. A. (2014). Pengaruh Selera Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kabupaten Buleleng. *Vol: 4 No: 1 Tahun: 2014*, 4.
- Ingwarni, S. (2019, Maret 09). *Penelitian Eksperimen*. Retrieved From Sulistiya Ingwarni Blog: <Http://Sulistiyaingwarni.Blogspot.Com/2015/03/Penelitian-Eksperimen.Html>
- Meina, H. M. (2012). *Kreasi Terrarium Populer*. Dunia Kreasi.
- Mia Berlia, I. G. (2017). Analisis Usaha Dan Nilai Tambah. *Jurnal Perikanan Dan Kelautan* Vol. Viii No. 2 /Desember 2017 (118-125), Viii, 118-125.
- Mutakabbir, A.E; Dukaju, N.N (2019) : Analisi Kelayakan Finansial Tanaman Hias Di Kota Samarinda Jakp (J. Agribisnis. Komun. Pertan.) P-Issn 2622-5050 Vol. 2, Nomor 1, April 2019 O-Issn 2622-6456 Halaman: 25-34.
- Nuryanti, S. (2016). Peluang Dan Ancaman Perdagangan Produk Pertanian Dan Kebijakan Untuk Mengatasinya: Studi Kasus Indonesia Dengan Australien Dan Selandia Baru. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 8 (3), 221.
- Priharto, S. (2019, Mei 9). *Apa Itu Analisis Swot? Berikut Pengertian, Metode Analisis, Dan Contohnya*. Retrieved From Cpssoft: <Https://Cpssoft.Com/Blog/Bisnis/Pengertian-Analisis-Swot/>
- Purwanto, P. (2007). Pengaruh Konsekuensi Perilaku Dan Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13 (69), 1025.

- Qashiratuttarafi, Q. (2018). Analisis Nilai Tambah Pelaku Rantai Pasok Organisasi Jaringan Madu Hutan Sumbawa (Jmhs) Menggunakan Metode Hayami. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6, 133.
- Riyanto, B. (1998). *Dasar Dasar Pembelanjaan Perusahaan Edisi 4*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sa'idah, L. (2017). Perancangan Video Instruksional Tentang Olah-Kreasi. *Tugas Akhir Karya Desain*, 1-12.
- Sugiyarto, L. (2010, Juli 25). Struktur Dan Fungsi Terarium Sebagai. *Pengabdian Pada Masyarakat (Ppm Reguler)* .
- Sulaiman. (2018). Strategi Bauran Pemasaran Internet Di Pt. Indo Internet Jakarta Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1 (3).
- Sumitro. (2019, January 21). *Analisis Usaha Tanaman Hias Dengan Berbagai Macam Jenis*. Retrieved From Tonbr: <Https://Www.Tonbr.Com/Analisis-Usaha-Tanaman-Hias/>
- Suprajitno, D. (2018). Analisis Perhitungan Titik Impas (Break Even Point) Dengan Metode Margin Kontribusi Sebagai Alat Perencanaan Laba Pada Perusahaan Roti ÅŒbayu Sariâ€• Petahanan. *Fokus Bisnis : Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 14 (1), 66-88.
- Sururi, I. (2020). Studi Kelayakan Investasi Perumahan Menggunakan Metode Benefit Cost. *Jurnal Teknik*, XVIII, 54.

Thoriq, K. N. (2018). Faktor Internal dan Eksternal yang Memengaruhi Underpricing pada Saat IPO di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 19-31.

Wright, D. W. (1998). What's swot in strategic analysis? *Strat. Change* 7, 101-109 (1998), 101-109.

Zulkarnain, Z. (2009). *Kultur Jaringan Tanaman: Solusi Perbanyak Tanaman Budidaya*. Bumi Aksara.

## LAMPIRAN

### Kuisisioner Online Penelitian Selera Konsumen

**Kuisisioner Penelitian Selera Konsumen tentang Terrarium**

Penelitian ini dilakukan oleh Moh Zulkifli Djeppu

\* Wajib

Nama \*

Jawaban Anda

Pendidikan Terakhir \*

Opsi 1  
 SMP/SLTA  
 SMK/SMA  
 Perguruan Tinggi

Alamat saat ini \*

Jawaban Anda

Seberapa tahu anda tentang Terrarium? \*

Hanya sebatas pernah dengar  
 Belum pernah dengar sama sekali  
 Mengetahui tentang Terrarium  
 Pernah membuat Terrarium

Di bawah ini beberapa contoh Terrarium

Terrarium 1



Terrarium 2



Terrarium 3



Terrarium 3



Terrarium 4





Terrarium 5



Setelah melihat beberapa contoh Terrarium di atas, tolong deskripsikan atau gambarkan sedikit selera Terrarium anda.\*

Jawaban Anda

Setelah mengetahui tentang Terrarium, apa kesan anda?\*

- Menarik
- Biasa Saja
- Ingin membuatnya
- Tidak tertarik sama sekali

Terima kasih sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini, semoga anda selalu dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa, aamiin.

Untuk pertanyaan lainnya, bisa menghubungi saya dinomor 082292560705 (Whats App). Sekali lagi terima banyak!

Kirim

## ***Kuisisioner Responden Selera Konsumen Terhadap Usaha Terrarium***

1. Nama : .....

2. No. Handphone : .....

3. Alamat : .....

4. Status : .....

a. Pelajar

b. Mahasiswa

c. Bekerja

d. Menikah

5. Mengetahui tentang Terrarium :

a. Tidak mengetahui sama sekali

b. Pernah mendengar tentang Terrarium

c. Netral

d. Mengetahui Terrarium

e. Sangat mengetahui Terrarium

6. Warna yang digunakan dalam Terrarium :

a. Sangat tidak sesuai

b. Tidak sesuai

c. Netral

d. Sesuai

e. Sangat sesuai

7. Ukuran tanaman yang digunakan dalam Terrarium :

a. Sangat tidak sesuai

b. Tidak sesuai

c. Netral

d. Sesuai

e. Sangat sesuai

8. Harga Terrarium :

a. Sangat tidak sesuai

b. Tidak sesuai

c. Netral

d. Sesuai

e. Sangat sesuai

9. Jenis tanaman yang digunakan dalam Terrarium :

a. Sangat tidak menarik

b. Tidak menarik

c. Netral

d. Menarik

e. Sangat Menarik

10. Estika yang ditampilkan dalam Terrarium :

a. Sangat tidak menarik

b. Tidak menarik

c. Netral

d. Menarik

e. Sangat Menarik

11. Kesan dan Saran terhadap produk Terrarium dari Agririum

## **Kuisisioner Strategi Pemasaran (SWOT Deskriptif) :**

### ***Strength (Kekuatan) :***

1. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat penelitian sangat strategis?
2. Produk Terrarium yang dihasilkan adalah produk yang memiliki kualitas baik?
3. Mempunyai semua akun media sosial guna memperlancar kegiatan pemasaran?
4. Cara Perawatan Terrarium yang tergolong cukup mudah?
5. Memiliki beberapa macam tema atau variasi Terrarium?

### ***Weakness (Kelemahan) :***

1. Harga Terrarium yang tidak tergolong ekonomis?
2. Modal yang sangat Terbatas?
3. Terrarium belum dikenal secara luas oleh masyarakat?
4. Bahan yang sulit didapatkan di lokasi penelitian?

### ***Opportunities (Peluang) :***

1. Kabupaten Gorontalo memiliki peluang untuk usaha Terrarium?
2. Masyarakat yang ingin memiliki keinginan mendekorasi ruangan dengan menggunakan Terrarium?
3. Kurangnya pesaing terhadap usaha Terrarium di Kabupaten Gorontalo?
4. Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk Terrarium
5. Adanya Jasa Delivery untuk pelanggan atau konsumen?

### ***Threat (Ancaman) :***

1. Ketersediaan bahan baku yang bisa habis sewaktu-waktu?
2. Peniruan Produk Terrarium yang dilakukan oleh pesaing nanti?
3. Wilayah Distribusi masih terbatas untuk usaha Terrarium?
4. Selera konsumen yang sulit ditebak atau selalu berubah-ubah?

**Total Biaya Bahan Baku untuk satu periode pembuatan Terrarium Box**

No	Nama Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Jumlah per pembuatan (Rp.)
1	Wadah Terrarium	4	150.000	600.000	600.000
2	Frog Soil	1	60.000	60.000	60.000
3	Moss/Lumut Hutan	4	20.000	80.000	80.000
4	Spaghnum Moss	1	30.000	30.000	30.000
5	Kerikil	1	10.000	10.000	10.000
6	Batu Hias	1	15.000	15.000	15.000
7	Turly Stone	1	35.000	35.000	35.000
8	Pasir	1	15.000	15.000	15.000
<b>Total</b>			<b>335.000</b>	<b>845.000</b>	<b>845.000</b>

Hasil Perhitungan biaya bahan baku Terrarium Box yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Variabel Terrarium Box**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Biaya bahan baku	845.000
2	Biaya ongkos kirim bahan baku	120.000
3	Biaya lain-lain (Transportasi dan Listrik)	50.000
<b>Total</b>		<b>1.015.000</b>

Hasil Perhitungan biaya variable Terrarium Box yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Produksi Terrarium Box**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Total Biaya Tetap	42.665
2	Total Biaya Variabel	1.015.000
<b>Total</b>		<b>1.057.665</b>

Hasil Perhitungan biaya produksi Terrarium Box yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Bahan Baku untuk satu periode pembuatan Terrarium Forest**

No	Nama Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Jumlah per Pembuatan (Rp.)
1	Wadah Kaca	2	35.000	70.000	70.000
2	Moss/Lumut Hutan	1	5.000	5.000	5.000
3	Tanaman Hias	1	5.000	5.000	5.000
<b>Total</b>		<b>45.000</b>		<b>80.000</b>	<b>80.000</b>

Hasil Perhitungan biaya bahan baku Terrarium Forest yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Variabel Terrarium Forest**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Biaya bahan baku	80.000
2	Biaya ongkos kirim bahan Baku	25.000
<b>Total</b>		<b>105.000</b>

Hasil Perhitungan biaya variable Terrarium Forest yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Produksi Terrarium Forest**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Total biaya tetap	42.665
2	Total biaya variable	105.000
<b>Total</b>		<b>147.665</b>

Hasil Perhitungan biaya produksi Terrarium Forest yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Bahan Baku untuk satu periode pembuatan Terrarium Mini**

No	Nama Bahan	Jumlah	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)	Jumlah per Pembuatan (Rp.)
1	Wadah Gelas Kaca	10	6.500	65.000	65.000
2	Moss/Lumut Hutan	5	5.000	25.000	25.000
<b>Total</b>		<b>11.500</b>		<b>90.000</b>	<b>90.000</b>

Hasil Perhitungan biaya bahan baku Terrarium Mini yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Variabel Terrarium Mini**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Total biaya bahan baku	90.000
2	Total biaya ongkos kirim bahan baku	63.000
	<b>Total</b>	<b>153.000</b>

Hasil Perhitungan biaya produksi Terrarium Mini yang dilakukan oleh UKM Agririum.

**Total Biaya Produksi Terrarium Mini**

No	Uraian	Jumlah (Rp.)
1	Total biaya tetap	42.665
2	Total biaya variabel	153.000
	<b>Total</b>	<b>195.665</b>

Hasil Perhitungan biaya produksi Terrarium Mini yang dilakukan oleh UKM Agririum.



Hasil pembuatan Terrarium yang dibuat oleh UKM Agririum di Pameran Aquascape Gorontalo 2020



Hasil Pengumpulan data dengan cara wawancara



Produk Terrarium yang dibuat oleh UKM Agririum



Produk Terrarium yang dibuat oleh UKM Agririum



Produk Terrarium Box yang dibuat oleh UKM Agririum

## RIWAYAT HIDUP



**Moh Zulkifli Djepu** adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir di Gorontalo pada tanggal 26 April 1998. Penulis adalah anak ketiga dari Bapak Basri Djepu dengan Ibu Hasna Pasere (Almh). Penulis dibesarkan dengan sabar dan kasih sayang yang melimpah dari Keluarga maupun kerabat dekat keluarga. Penulis menempuh pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Bhayangkara, Tolitoli, Sulawesi Tengah pada tahun 2003. Lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar ke SD Negeri 10 Tolitoli pada tahun 2004, lalu saat penulis kelas 4 SD, penulis pindah ke SD Yayasan Pendidikan Kristen (YPK) Immanuel I Hamadi, Jayapura sampai lulus SD tahun 2010. Setelah lulus SD, penulis pindah lagi ke Tolitoli untuk menempuh pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Tolitoli pada tahun 2010. Ketika naik kelas 3 SMP, Penulis pindah lagi ke Gorontalo untuk melanjutkan pendidikan SMP di SMP Negeri 8 Gorontalo sampai lulus pada tahun 2013. Pada saat kelas 3 SMP juga, penulis sempat mengikuti pendidikan non-formal (kursus) Bahasa Inggris di *My Liberty English Course* selama 5-6 bulan. Selanjutnya penulis memasuki jenjang Sekolah Menengah Kejuruan pada tahun 2013 di SMK Negeri 3 Gorontalo, Penulis mengambil jurusan Tehnik Komputer dan Jaringan (TKJ) dan menyelesaikan pendidikan SMK pada tahun 2016. Setelah lulus dari SMK Negeri 3, Penulis memilih *Gap Year* (menunda kuliah). Lalu saat tahun 2017, Penulis memilih mendaftar di Universitas Ichsan Gorontalo dan mengambil Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian.

## ABSTRACT

### **MOH ZULKIFLI DJEPU. P2217009. DESIGN OF TERRARIUM ORNAMENTAL PLANT MODEL IN GORONTALO DISTRICT.**

*Ornamental plants are plants grown and put in a room or on a yard space by using pots or vases as homes. A terrarium is a concept of planting in a bottle or a glass vessel to minimize land uses. This study is aimed at finding feasibility, consumers' interest level, and marketing strategy best to fit with terrarium products in Gorontalo district. This study employs a case study model through the mixed method of qualitative and quantitative approach in which the qualitative approach is considered more dominant. The data collection applies interview, observation, and trial designing of terrarium. The result of the study illustrates that the terrarium business is feasible. Terrarium products are highly magnificent in case of consumers' interest level. The marketing strategy uses SWOT analysis, and it indicates an excellent opportunity identified, namely few competitors in number.*

*Keywords: terrarium model, ornamental plant, product, consumers' interest, model*



## ABSTRAK

### MOH ZULKIFLI DJEPU. P2217009. RANCANGAN TANAMAN HIAS MODEL TERRARIUM DI KABUPATEN GORONTALO

Tanaman hias adalah tanaman yang ditanam dan ditempatkan dalam ruangan dan pekarangan rumah dengan pot sebagai wadahnya. Terrarium adalah konsep menanam dalam botol atau wadah kaca untuk meminimalisir penggunaan lahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan usaha, tingkat selera konsumen dan strategi pemasaran yang akan dilakukan terhadap produk Terrarium di Kabupaten Gorontalo. Penelitian ini menggunakan model studi kasus dengan metode pendekatan yang digunakan adalah metode gabungan antara kualitatif dan kuantitatif, di mana kualitatif yang dominan. Data yang dikumpulkan melalui hasil dari wawancara, observasi, dan trial pembuatan Terrarium. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelayakan usaha Terrarium layak diusahakan, selera konsumen terhadap produk Terrarium adalah Terrarium yang memiliki nilai keindahan yang menarik, dan strategi pemasaran yang digunakan adalah SWOT, dengan keunggulan peluang, yaitu peluang karena minimnya saingan.

*Kata kunci: model terrarium, tanaman hias, produk, selera konsumen, model*

