



Analysis of Agribusiness Management at Yunus Plant Shop in Increasing Competitiveness

Hendra Saputra^{1*}, Grestin Analia Togatorop², Luhut Manurung³, Nisa Artia Nababan⁴, Regita Cahyani Br Karo Sekali⁵, Rosana Vanessa Girsang⁶, Samuel Indra Sitorus⁷, Silvia Putriani Silitonga⁸, Stephen Malau⁹, Tamara Meilita Marpaung¹⁰

Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Hendra Saputra hensap@unimed.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Agribusiness, Marketing, Competitiveness

Received : 19, January

Revised : 21, February

Accepted: 23, March

©2025 Saputra, Togatorop, Manurung, Nababan, Sekali, Girsang, Sitorus, Silitonga, Malau, Marpaung:

This is an open-access article distributed under the terms of the

[Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Pak Yunus Plant Shop in Medan City is an example of a micro, small and medium enterprise (MSME) that has successfully implemented agribusiness management to improve competitiveness in the ornamental plant market. This study analyzes the agribusiness management practices implemented by the shop, focusing on efficient supply chain management, product quality maintenance, innovative marketing strategies, and personalized customer service. The results showed that key factors such as operational efficiency and market adaptation contributed significantly to the store's competitiveness. Nonetheless, the store faces challenges such as fluctuating raw material prices and the need for continuous innovation. Recommendations to improve competitiveness include updating marketing strategies to match current trends and expanding supplier networks.

Analisis Manajemen Agribisnis pada Toko Tanaman Yunus dalam Meningkatkan Daya Saing

Hendra Saputra^{1*}, Grestin Analia Togatorop², Luhut Manurung³, Nisa Artia Nababan⁴, Regita Cahyani Br Karo Sekali⁵, Rosana Vanessa Girsang⁶, Samuel Indra Sitorus⁷, Silvia Putriani Silitonga⁸, Stephen Malau⁹, Tamara Meilita Marpaung¹⁰

Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan

Corresponding Author: Hendra Saputra hensap@unimed.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Agribisnis, Pemasaran, Daya Saing

Received : 19, Januari

Revised : 21, Februari

Accepted: 23, Maret

©2025 Saputra, Togatorop, Manurung, Nababan, Sekali, Girsang, Sitorus, Silitonga, Malau, Marpaung:

This is an open-access article distributed under the terms of the

[Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Toko Tanaman Pak Yunus di Kota Medan merupakan contoh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berhasil menerapkan manajemen agribisnis untuk meningkatkan daya saing di pasar tanaman hias. Penelitian ini menganalisis praktik manajemen agribisnis yang diterapkan oleh toko tersebut, dengan fokus pada pengelolaan rantai pasok yang efisien, pemeliharaan kualitas produk, strategi pemasaran inovatif, dan layanan pelanggan yang personal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor kunci seperti efisiensi operasional dan adaptasi pasar berkontribusi signifikan terhadap daya saing toko. Meskipun demikian, toko ini menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga bahan baku dan kebutuhan untuk inovasi yang berkelanjutan. Rekomendasi untuk meningkatkan daya saing mencakup pembaruan strategi pemasaran agar sesuai dengan tren terkini dan perluasan jaringan pemasok.

PENDAHULUAN

Industri agribisnis di Indonesia, khususnya di wilayah metropolitan seperti Kota Medan, mengalami pertumbuhan eksponensial dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini dipicu oleh pergeseran gaya hidup masyarakat yang semakin peduli terhadap estetika ruang hidup, peningkatan kesadaran akan manfaat tanaman hias bagi kesehatan mental dan fisik, serta maraknya tren urban farming sebagai solusi alternatif untuk memenuhi kebutuhan pangan dan menciptakan lingkungan yang lebih hijau. Toko tanaman, sebagai pemain kunci dalam ekosistem ini, menghadapi tantangan dan peluang yang dinamis dalam upaya mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing.

Manajemen agribisnis pada toko tanaman tidak lagi sekadar tentang menjual tanaman. Lebih dari itu, ia melibatkan serangkaian kegiatan kompleks yang mencakup pengelolaan rantai pasok, pemeliharaan kualitas tanaman, strategi pemasaran yang inovatif, pelayanan pelanggan yang personal, dan pengelolaan keuangan yang cermat. Keberhasilan toko tanaman dalam menavigasi kompleksitas ini secara langsung berkorelasi dengan kemampuan mereka untuk membangun keunggulan kompetitif dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap praktik manajemen agribisnis yang diterapkan oleh toko tanaman Yunus di Kota Medan. Penelitian ini akan berfokus pada identifikasi dan evaluasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi daya saing mereka, seperti efisiensi operasional, inovasi produk dan layanan, adaptasi terhadap tren pasar, dan kemampuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang komprehensif tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri toko tanaman Yunus di Kota Medan, serta memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini berfokus pada penerapan manajemen agribisnis yang efektif guna meningkatkan daya saing usaha. Manajemen agribisnis mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan sumber daya, strategi produksi, pemasaran, hingga distribusi. Dengan memahami bagaimana elemen-elemen ini saling berkaitan, bisnis dapat mengoptimalkan daya saingnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Dalam kajian teori ini, berbagai literatur yang relevan akan dianalisis secara kritis untuk mengevaluasi sejauh mana penelitian sebelumnya dapat diaplikasikan dalam konteks Toko Tanaman Yunus. Selain itu, akan diidentifikasi celah penelitian yang dapat dijadikan dasar bagi studi ini untuk memberikan kontribusi baru dalam bidang manajemen agribisnis.

Manajemen agribisnis memainkan peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing suatu usaha. Tambunan et al. (2021) menekankan bahwa strategi pemasaran yang optimal dapat berdampak signifikan terhadap peningkatan daya saing bisnis. Meskipun penelitian ini menyoroti pentingnya pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, pendekatannya masih terbatas pada aspek pemasaran dan belum mengintegrasikan strategi pengelolaan rantai pasok agribisnis. Dalam konteks Toko Tanaman Yunus, tantangan utama yang perlu dieksplorasi lebih lanjut adalah bagaimana strategi pemasaran dapat dikombinasikan dengan pengelolaan sumber daya agribisnis agar lebih kompetitif. Selain itu, Tobing (2020) dalam studinya tentang manajemen teknologi di industri bakery mengungkapkan bahwa pemanfaatan teknologi dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Meskipun sektor yang diteliti berbeda, prinsip dasar yang diangkat tetap relevan dengan agribisnis. Dalam bisnis tanaman hias seperti Toko Tanaman Yunus, inovasi teknologi dapat diterapkan dalam aspek produksi, pemasaran digital, serta distribusi produk guna meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

Strategi pengembangan usaha berperan penting dalam menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis. Afridhal (2017) dalam penelitiannya mengenai pengembangan usaha roti di Kabupaten Bireuen menemukan bahwa diferensiasi produk dan strategi ekspansi pasar berperan penting dalam meningkatkan daya saing. Namun, penelitian ini masih terbatas pada industri makanan, sehingga perlu dikaji bagaimana pendekatan serupa dapat diterapkan dalam agribisnis, terutama dalam pengembangan produk tanaman hias. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Baiti et al. (2023) mengenai pengembangan UMKM di sektor roti menggarisbawahi pentingnya inovasi produk dan pemasaran yang efektif dalam mempertahankan kelangsungan usaha. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi Toko Tanaman Yunus, terutama dalam mengembangkan strategi bisnis yang berorientasi pada tren pasar dan preferensi pelanggan. Dengan memahami dinamika pasar, agribisnis dapat menyesuaikan strategi pengelolaan produknya guna menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Strategi promosi memiliki peran signifikan dalam membangun citra usaha dan menarik loyalitas konsumen. Mariam (2024) dalam studinya mengenai strategi promosi di Toko Plasindo Cake & Bakery menemukan bahwa pemanfaatan media digital dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di pasar. Meskipun studi ini berfokus pada industri kue, konsep yang diangkat dapat diterapkan dalam agribisnis, khususnya dalam pemasaran online produk tanaman hias. Namun, penelitian Mariam belum secara mendalam mengeksplorasi bagaimana strategi promosi dapat dikombinasikan dengan manajemen rantai pasok dalam agribisnis. Dalam kasus Toko Tanaman Yunus, promosi tidak hanya harus difokuskan pada pemasaran digital, tetapi juga harus memperhatikan keberlanjutan pasokan produk dan inovasi layanan kepada pelanggan. Dengan mengintegrasikan strategi promosi yang efektif dengan manajemen rantai pasok yang baik, bisnis dapat meningkatkan daya saingnya secara lebih optimal.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Toko Tanaman Yunus, yang berlokasi di Jl. Selamat Ketaren, Medan. Lokasi ini dipilih karena relevan dengan fokus penelitian, yaitu analisis manajemen agribisnis dalam meningkatkan daya saing. Penelitian dilaksanakan pada Selasa, 18 Februari 2025 dengan tujuan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh toko dalam mengelola bisnisnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tiga teknik utama dalam pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik Toko Tanaman Yunus serta beberapa karyawan yang terlibat dalam operasional bisnis. Tujuan wawancara adalah untuk memperoleh informasi mengenai strategi manajemen agribisnis yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing toko di pasar.

Selain wawancara, observasi juga dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas bisnis di Toko Tanaman Yunus. Peneliti mencatat berbagai aspek penting, seperti cara pengelolaan stok tanaman, strategi pemasaran, interaksi dengan pelanggan, serta tata letak produk di toko. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang bagaimana toko mengelola operasionalnya sehari-hari. Selain itu, dokumentasi dalam bentuk foto digunakan untuk merekam kondisi fisik toko, tampilan produk, interaksi dengan pelanggan, serta aspek lain yang mendukung hasil penelitian. Dengan metode penelitian ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai praktik manajemen agribisnis yang diterapkan oleh Toko Tanaman Yunus serta bagaimana strategi tersebut berkontribusi terhadap daya saing bisnis di industri tanaman hias.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Toko Tanaman Yunus di Kota Medan telah menerapkan berbagai strategi manajemen agribisnis untuk meningkatkan daya saingnya. Berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan, ditemukan bahwa toko ini mengelola rantai pasok tanaman dengan baik, memastikan kualitas produk tetap terjaga, serta menerapkan strategi pemasaran yang inovatif. Salah satu faktor utama yang mendukung daya saing Toko Tanaman Yunus adalah efisiensi dalam pengelolaan stok tanaman. Pemilik toko secara rutin memantau ketersediaan produk dan melakukan pemesanan ulang berdasarkan permintaan pelanggan. Hal ini mencegah terjadinya kelebihan atau kekurangan stok, sehingga toko dapat terus memenuhi kebutuhan konsumennya tanpa mengalami kerugian akibat tanaman yang tidak terjual.

Selain itu, inovasi dalam pemasaran juga menjadi kunci keberhasilan toko ini. Toko Tanaman Yunus aktif memanfaatkan media sosial sebagai platform utama dalam mempromosikan produknya. Dengan menggunakan strategi digital marketing, seperti posting rutin tentang produk terbaru, tips perawatan tanaman, serta diskon khusus bagi pelanggan setia, toko ini mampu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dalam aspek layanan pelanggan, toko ini menonjol dengan memberikan pelayanan yang personal dan interaktif. Karyawan toko dilatih untuk memberikan saran yang tepat mengenai jenis tanaman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, baik untuk dekorasi rumah, kantor, maupun keperluan urban farming. Interaksi yang baik antara toko dan pelanggan ini menciptakan loyalitas serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi oleh Toko Tanaman Yunus. Salah satunya adalah fluktuasi harga bahan baku dan pasokan tanaman yang terkadang tidak stabil. Untuk mengatasi masalah ini, toko berupaya menjalin kerja sama jangka panjang dengan pemasok terpercaya dan mencari alternatif sumber pasokan yang lebih stabil. Selain itu, tren pasar yang terus berkembang menuntut toko untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan. Oleh karena itu, rekomendasi yang dapat diberikan adalah agar Toko Tanaman Yunus terus memperbarui strategi pemasarannya dengan mengikuti tren terbaru di dunia tanaman hias serta memperluas jaringan pemasok guna memastikan ketersediaan produk yang lebih beragam.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen agribisnis yang diterapkan oleh Toko Tanaman Yunus sudah cukup efektif dalam meningkatkan daya saingnya di pasar tanaman hias Kota Medan. Dengan mempertahankan inovasi dalam pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, serta terus mengadaptasi strategi bisnis terhadap perubahan pasar, toko ini berpotensi untuk terus berkembang dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan.

Keadaan Perusahaan

Toko Tanaman Yunus saat ini berada dalam kondisi yang cukup baik dan mampu bersaing di industri agribisnis di Kota Medan. dan memiliki potensi untuk terus berkembang jika dapat mengatasi tantangan dalam rantai pasok serta terus berinovasi dalam strategi pemasaran dan produk yang ditawarkan. Selain itu, Toko ini memiliki pelayanan yang bagus yaitu dengan interaksi yang baik dengan pelanggan menjadi salah satu keunggulan toko ini, di mana karyawan memberikan rekomendasi tanaman sesuai kebutuhan. amun, toko juga menghadapi tantangan dalam rantai pasok, terutama fluktuasi harga dan ketersediaan tanaman yang tidak selalu stabil. Untuk mengatasi hal ini, toko berupaya menjalin kerja sama dengan pemasok yang lebih terpercaya serta mencari alternatif sumber pasokan.

Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi toko tanaman terdepan di Kota Medan yang menyediakan produk berkualitas, inovatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, serta berkontribusi dalam menciptakan lingkungan hijau yang berkelanjutan.

Misi

1. Menyediakan berbagai jenis tanaman hias dan bibit buah dengan kualitas terbaik melalui manajemen stok yang efisien.
2. Mengoptimalkan pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pelanggan dan daya saing di pasar.
3. Memberikan pelayanan pelanggan yang personal dan interaktif guna menciptakan loyalitas serta kepuasan pelanggan.
4. Menjalin kerja sama dengan pemasok terpercaya untuk menjaga stabilitas pasokan dan harga tanaman.
5. Berinovasi dalam produk dan layanan sesuai dengan tren pasar serta kebutuhan konsumen.
6. Mendorong kesadaran masyarakat akan manfaat tanaman bagi kesehatan dan lingkungan melalui edukasi serta promosi yang efektif.

Struktur Usaha Toko Tanaman Pak Yunus

1. Pemilik
 - Pak yunus
Bertanggung jawab atas keputusan strategis, keuangan, memastikan ketersediaan barang, Pengembangan bisnis dan merawat tanaman agar selalu dalam kondisi yang baik.
2. Karyawan
 - Bang Tigor dan bang Saputra
Bertanggung jawab melayani pelanggan, memberikan informasi mengenai produknya, menjaga kebersihan toko, mengantarkan pesanan pelanggan (bila perlu), merawat tanaman agar selalu dalam kondisi yang baik .

Karena usaha pak yunus dalam skala kecil dan dilancarkan karena hobi maka beberapa peran bisa digabungkan. Misalnya, Pak Yunus bisa merangkap sebagai manajer operasional, atau staf penjualan juga membantu mengelola stok. Struktur ini bisa berkembang seiring dengan pertumbuhan bisnis.

PEMBAHASAN

Toko Tanaman Pak Yunus di Kota Medan merupakan contoh UMKM yang berhasil menerapkan manajemen agribisnis secara efektif untuk meningkatkan daya saingnya di pasar tanaman hias. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa aspek manajemen agribisnis yang menjadi kunci keberhasilan toko ini, yaitu pengelolaan rantai pasok, strategi pemasaran, dan layanan pelanggan. Namun, toko ini juga menghadapi beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di masa depan.

Pengelolaan Rantai Pasok yang Efisien

Salah satu faktor utama yang mendukung daya saing Toko Tanaman Pak Yunus adalah efisiensi dalam pengelolaan rantai pasok. Pemilik toko secara rutin memantau ketersediaan stok tanaman dan melakukan pemesanan ulang berdasarkan permintaan pelanggan. Hal ini mencegah terjadinya kelebihan atau kekurangan stok, sehingga toko dapat terus memenuhi kebutuhan konsumen tanpa mengalami kerugian akibat tanaman yang tidak terjual. Namun, fluktuasi harga bahan baku dan pasokan tanaman yang tidak stabil menjadi tantangan yang perlu diatasi. Untuk mengatasi hal ini, toko berupaya menjalin kerja sama jangka panjang dengan pemasok terpercaya dan mencari alternatif sumber pasokan yang lebih stabil. Langkah ini penting untuk memastikan ketersediaan produk yang konsisten dan harga yang kompetitif.

Strategi Pemasaran

Inovasi dalam pemasaran menjadi kunci keberhasilan Toko Tanaman Pak Yunus. Toko ini aktif memanfaatkan media sosial sebagai platform utama dalam mempromosikan produknya. Dengan menggunakan strategi digital marketing, seperti dari shopee namun penjualan secara online hanya pada saat covid-19 melanda, kini pak Yunus tidak lagi menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya hal ini di karenakan konsumen hanya lebih banyak bertanya saja di bandingkan serius untuk membeli produknya. Dengan memasarkan produk langsung dari toko secara langsung juga memungkinkan toko untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, membangun hubungan yang lebih personal, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Layanan Pelanggan yang Personal dan Interaktif

Layanan pelanggan yang personal dan interaktif menjadi salah satu keunggulan Toko Tanaman Pak Yunus. Karyawan toko dilatih untuk memberikan saran yang tepat mengenai jenis tanaman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, baik untuk dekorasi rumah, kantor, maupun keperluan urban farming. Interaksi yang baik antara toko dan pelanggan ini menciptakan loyalitas serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam industri agribisnis, di mana produk seringkali memerlukan perawatan khusus, layanan pelanggan yang baik dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan dalam meningkatkan daya saing.

Tantangan dan Rekomendasi

Meskipun Toko Tanaman Pak Yunus telah menunjukkan kinerja yang baik, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Salah satunya adalah fluktuasi harga bahan baku dan pasokan tanaman yang tidak stabil. Untuk mengatasi hal ini, toko perlu terus menjalin kerja sama dengan pemasok terpercaya dan mencari alternatif sumber pasokan yang lebih stabil. Selain itu, tren pasar yang terus berkembang menuntut toko untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah agar Toko Tanaman Pak Yunus terus memperbarui strategi pemasarannya dengan mengikuti tren terbaru di dunia tanaman hias

serta memperluas jaringan pemasok guna memastikan ketersediaan produk yang lebih beragam.

Visi dan Misi yang Jelas

Visi dan misi Toko Tanaman Pak Yunus yang jelas juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan daya saing. Visi toko untuk menjadi toko tanaman terdepan di Kota Medan yang menyediakan produk berkualitas, inovatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan, serta berkontribusi dalam menciptakan lingkungan hijau yang berkelanjutan, menunjukkan komitmen toko terhadap kualitas dan keberlanjutan. Misi toko yang mencakup penyediaan produk berkualitas, optimasi pemasaran digital, layanan pelanggan yang personal, dan kerja sama dengan pemasok terpercaya, juga sejalan dengan upaya untuk meningkatkan daya saing.

Struktur Organisasi yang Fleksibel

Struktur organisasi Toko Tanaman Pak Yunus yang fleksibel memungkinkan toko untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar. Pemilik toko, Pak Yunus, merangkap sebagai manajer operasional, sementara karyawan memiliki peran yang multifungsi, seperti melayani pelanggan, merawat tanaman, dan mengelola stok. Struktur ini memungkinkan toko untuk beroperasi secara efisien meskipun dengan sumber daya yang terbatas. Namun, seiring dengan pertumbuhan bisnis, struktur organisasi ini perlu dikembangkan untuk memastikan bahwa semua fungsi manajemen dapat berjalan dengan optimal. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen agribisnis yang diterapkan oleh Toko Tanaman Pak Yunus sudah cukup efektif dalam meningkatkan daya saingnya di pasar tanaman hias Kota Medan. Dengan mempertahankan inovasi dalam pemasaran, meningkatkan efisiensi operasional, serta terus mengadaptasi strategi bisnis terhadap perubahan pasar, toko ini berpotensi untuk terus berkembang dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan. Namun, untuk mempertahankan daya saingnya, toko perlu terus mengatasi tantangan dalam rantai pasok dan terus berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Toko ini telah berhasil menerapkan berbagai strategi, seperti pengelolaan rantai pasok yang efisien, inovasi pemasaran melalui media sosial, dan pelayanan pelanggan yang personal. Meskipun menghadapi tantangan seperti fluktuasi harga dan pasokan, Toko Tanaman Yunus tetap berkomitmen untuk menjalin kerja sama dengan pemasok dan berinovasi dalam produk serta layanan. Visi dan misi yang jelas, serta struktur organisasi yang fleksibel, menjadi faktor pendukung keberhasilan toko ini. Untuk masa depan, penting bagi Toko Tanaman Yunus untuk terus beradaptasi dengan tren pasar dan mengatasi tantangan yang ada agar dapat terus berkembang dan mempertahankan posisinya sebagai toko terdepan di Medan. Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik manajemen yang baik dapat secara signifikan meningkatkan daya saing di pasar agribisnis.

Berikut saran yang dapat kami berikan kepada Toko Tanaman Yunus untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan posisinya sebagai toko terdepan di Kota Medan.

1. Perluasan Jaringan Pemasok: Toko Tanaman Yunus disarankan untuk terus menjalin kerja sama dengan pemasok terpercaya dan mencari alternatif sumber pasokan yang lebih stabil. Hal ini penting untuk mengatasi fluktuasi harga dan ketersediaan tanaman yang tidak selalu stabil.
2. Inovasi dalam Produk dan Layanan: Toko perlu terus berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan, mengikuti tren terbaru di dunia tanaman hias. Ini akan membantu menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.
3. Optimalisasi Pemasaran Digital: Memperbarui strategi pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan produk, memberikan tips perawatan tanaman, dan menawarkan diskon khusus bagi pelanggan setia.
4. Pengembangan Struktur Organisasi: Seiring dengan pertumbuhan bisnis, penting bagi Toko Tanaman Yunus untuk mengembangkan struktur organisasi yang lebih formal agar semua fungsi manajemen dapat berjalan dengan optimal.
5. Pelatihan Karyawan: Melanjutkan pelatihan bagi karyawan untuk memberikan saran yang tepat mengenai jenis tanaman yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan interaksi dan loyalitas pelanggan.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya manajemen agribisnis yang efektif dalam meningkatkan daya saing Toko Tanaman Yunus di Kota Medan, khususnya dalam industri tanaman hias yang sedang berkembang pesat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Kami mengucapkan terima kasih kepada Toko Tanaman Pak Yunus yang telah memberikan izin dan akses untuk melakukan penelitian ini. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan di Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM di bidang agribisnis, khususnya dalam industri tanaman hias

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, Muhammad. "Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen." *Jurnal Sains Pertanian* 1.3 (2017): 210812.
- Baiti, Fhadia Nur, Et Al. "Analisis Strategi Pengembangan Umkm Pada Usaha Roti Anget Di Kabupaten Bogor." *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis* 1.1 (2023): 112-124.
- Fatmawati, F. (2014). *Analisis Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Agribisnis Jagung Provinsi Gorontalo* (Doctoral Dissertation, Uniniversitas Hasanuddin).
- Kodrata, K. F., & Dewi, E. (2023). Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek Melalui Digital Marketing. *Jurnal Agribis*, 9(2), 29-36.
- Lia Kamelia Aisyah, M. Iqbal. "Analisis Daya Saing Ekspor Produk Perikanan Indonesia: Pendekatan Model Revealed Comparatif Advantage (Rca) Dan Model Constant Market Share Analysis (Cmsa)". *Jurnal Penelitian Perikanan Indonesia* .
- Lucia Desy Sukmayanti, Mukson, Dan Wiludjeng Roessali. " Analisis Daya Saing Ekspor Krisan Indonesia Di Pasar Internasional. " *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. Vol. 6 No. 2 (2022).
- Mariam, Siti. "Analisis Strategi Promosi Di Toko Kue Plasindo Cake & Bakery Dalam Memperkuat Citra Dan Kepuasan Konsumen." *Indonesian Journal Of Economy, Business, Entrepreneurship And Finance* 4.1 (2024): 194-206.
- Rahmana, A. (2009). Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah. In *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (Snati)*.
- Sabilillah, M., Aritonang, F. F., & Balqis, R. (2024). Manajemen Pemasaran Agribisnis Pada Toko Central Agribisnis 2 Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 8(6).
- Syahrial, S., Martadona, I., Dan Harahap, N. " Daya Saing Komoditas Unggulan Sektor Pertanian Dalam Pembangunan Ekonomi Kabupaten Solok ". *Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 8(5):374-382.
- Tambunan, Willy, Yudi Sukmono, And Luvita Okti Anggreani. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Dan Daya Saing." *Jurnal Optimalisasi* 7.1 (2021): 48-59.

- Tarakan, T. T. K., Skripsi, L. A., & Erlangga, B. Kajian Sistem Agribisnis Pada Usahatani Tanaman.
- Tobing, Emerald Gm. "Kajian Manajemen Teknologi "Bakery" Di Kazoku Pan Bakery." (2020).
- Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Pada Batik Diajeng Solo) (Doctoral Dissertation, Brawijaya University).