

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

Hendra Saputra¹⁾, Aditia Warman Harahap²⁾, Ahmad Suhenri Lubis³⁾, Wiko Prayoga⁴⁾, Ayu Triani Hutagalung⁵⁾, Amanda Agustin⁶⁾, Agnes Mika Cristina Manik⁷⁾, Jonathan Fransiscus Siringoringo⁸⁾, Willy Linchon Sihombing⁹⁾

1,2,3,4,5,6,7,8,9 Universitas Negeri Medan

Email: ¹hensap@unimed.ac.id, ²adityawarman1112@gmail.com, ³ahmadsuhendrilubis@gmail.com, ⁴wikoprayoga15@gmail.com, ⁵ayuhutagalung2306@gmail.com, ⁶amandaagustin108@gmail.com, ⁷agnes31498@gmail.com, ⁸jonathansiringo1@gmail.com, ⁹willysihombing28@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran agribisnis kaktus di Medan dengan menyoroti aspek budidaya, pengaruh lingkungan, efektivitas pupuk, pengendalian hama, sumber bibit, serta adaptasi terhadap perubahan iklim. Budidaya kaktus dilakukan menggunakan metode sederhana, seperti perbanyakan melalui stek batang dan penggunaan media tanam berupa campuran tanah, pasir, sekam, dan pupuk organik. Faktor lingkungan, seperti intensitas cahaya dan kelembapan, menjadi elemen penting dalam pertumbuhan kaktus. Penggunaan paranet terbukti efektif dalam mengontrol paparan sinar matahari. Pupuk organik lebih diutamakan dibandingkan pupuk anorganik karena mampu menjaga kesuburan tanah sekaligus memperindah warna tanaman. Penyiraman dilakukan secara terbatas untuk mencegah risiko pembusukan. Penelitian ini memberikan wawasan tentang praktik budidaya yang berkelanjutan dan strategi pemasaran yang relevan untuk mendukung pengembangan agribisnis kaktus di Medan.

Kata kunci: *Agribisnis Kaktus, Strategi Pemasaran, Teknik Budidaya, Faktor Lingkungan, Pengendalian Hama, Adaptasi Iklim*

Abstract

This study aims to analyze the marketing strategy of cactus agribusiness in Medan by highlighting aspects of cultivation, environmental influences, fertilizer effectiveness, pest control, seed sources, and adaptation to climate change. Cactus cultivation is

Page 109 of 120

Lisensi : Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv

Url : <http://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/issue/view/1006>

Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

carried out using simple methods, such as propagation through stem cuttings and the use of planting media in the form of a mixture of soil, sand, husks, and organic fertilizers. Environmental factors, such as light intensity and humidity, are important elements in cactus growth. The use of paranet has proven effective in controlling sunlight exposure. Organic fertilizers are preferred over inorganic fertilizers because they can maintain soil fertility while beautifying the color of the plants. Watering is limited to prevent the risk of rotting. This study provides insights on sustainable cultivation practices and relevant marketing strategies to support the development of cactus agribusiness in Medan.

Keywords: *Cactus Agribusiness, Marketing Strategy, Cultivation Techniques, Environmental Factors, Pest Control, Climate Adaptation*

Pendahuluan

Agribisnis kaktus saat ini menunjukkan perkembangan yang pesat di berbagai kota besar di Indonesia, termasuk Medan. Tren ini didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias yang mudah dirawat, memiliki nilai estetika tinggi, serta mampu menciptakan lingkungan yang lebih asri dan sehat. Permintaan pasar yang terus bertumbuh memberikan peluang besar bagi pelaku usaha di sektor ini. Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, keberhasilan bisnis agribisnis kaktus sangat bergantung pada penerapan strategi pemasaran yang tepat, inovatif, dan efektif.

Salah satu usaha agribisnis kaktus yang cukup menonjol di Medan adalah KAKTUS MEDAN, yang berlokasi di Jl. Karya Wisata I No.16, Pangkalan Masyhur, Kecamatan Medan Johor. Usaha ini telah mendapatkan banyak ulasan positif dari pelanggan, dengan rating 4,9 dari 82 ulasan, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Keberhasilan ini tidak terlepas dari strategi pemasaran yang diterapkan, seperti pemahaman terhadap preferensi konsumen, inovasi produk, dan pemanfaatan media digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Dalam industri agribisnis, strategi pemasaran tidak hanya terbatas pada promosi dan distribusi produk, tetapi juga mencakup analisis pasar, segmentasi konsumen, penentuan harga yang kompetitif, serta adaptasi terhadap perubahan tren dan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis strategi

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

pemasaran yang diterapkan oleh KAKTUS MEDAN untuk memahami faktor-faktor yang mendukung keberhasilannya. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan praktis bagi pelaku usaha lain yang ingin mengembangkan bisnis serupa.

Penelitian ini dilakukan melalui studi kasus pada usaha milik Haji Rosmina Damanik, pemilik KAKTUS MEDAN, dengan tujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan dalam agribisnis kaktus di Medan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian akademis di bidang pemasaran agribisnis, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, inovatif, dan berkelanjutan.

Kajian Teori

1. Strategi Pengelolaan Pemasaran dalam Agribisnis Kaktus

Pengelolaan pemasaran merupakan elemen kunci dalam pengembangan bisnis agribisnis, termasuk usaha budidaya kaktus. Menurut Kotler dan Keller (2016), manajemen pemasaran melibatkan perencanaan dan pelaksanaan strategi untuk menciptakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk atau jasa guna menciptakan nilai yang memuaskan bagi pelanggan. Dalam konteks agribisnis, strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan daya saing bisnis, terutama dengan meningkatnya permintaan terhadap tanaman hias seperti kaktus (Sari et al., 2024).

Gunariyati et al. (2023) menekankan bahwa strategi pemasaran dalam bisnis tanaman hias harus mempertimbangkan kualitas produk, inovasi, dan pemanfaatan media digital. Penelitian Kamila dan Trimo (2022) juga menunjukkan bahwa pemasaran berbasis digital memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan

dan loyalitas pelanggan dalam bisnis kaktus. Oleh karena itu, kombinasi antara pendekatan pemasaran konvensional dan digital menjadi kunci keberhasilan dalam agribisnis kaktus.

2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Bisnis Kaktus

Konsep bauran pemasaran (marketing mix), yang terdiri dari empat elemen utama yaitu produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion), menjadi landasan utama dalam strategi pemasaran agribisnis kaktus (Kotler & Keller, 2016). Riskawati dan Yuliawati (2021) menemukan bahwa keempat elemen ini memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli kaktus. Penerapan bauran pemasaran dalam bisnis agribisnis kaktus mencakup:

- 1) Produk (Product): Produk harus memiliki kualitas unggul, variasi menarik, dan dikemas secara estetis untuk menarik konsumen. Teknik budidaya inovatif, seperti metode sambung kaktus, dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar (Dewiyati, 2023).
- 2) Harga (Price): Penetapan harga harus mempertimbangkan biaya produksi, daya beli konsumen, dan persaingan harga di pasar (Abidin, 2023).
- 3) Tempat (Place): Pemilihan lokasi strategis dan sistem distribusi yang efisien, baik melalui penjualan langsung maupun platform digital, dapat meningkatkan aksesibilitas konsumen (Gunariyati, 2022).
- 4) Promosi (Promotion): Promosi melalui media sosial dan platform digital terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan (Kamila & Trimo, 2022).

3. Peran Digital Marketing dalam Agribisnis Kaktus

Digital marketing kini menjadi strategi yang semakin penting dalam agribisnis, terutama dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam berbelanja. Munandar et al. (2022) menyatakan bahwa penerapan digital marketing dapat meningkatkan daya saing, khususnya bagi usaha kecil dan

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif
Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung,
Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

menengah. Beberapa pendekatan digital marketing yang efektif dalam agribisnis kaktus meliputi:

- 1) Pemasaran melalui Media Sosial: Platform seperti Instagram dan Facebook digunakan untuk mempromosikan produk dengan konten visual menarik dan membangun interaksi dengan konsumen (Kamila & Trimo, 2022).
- 2) E-commerce dan Marketplace: Penjualan melalui marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak memungkinkan jangkauan pasar yang lebih luas (Gunariyati, 2022).
- 3) Strategi Influencer Marketing: Menggunakan jasa influencer yang memiliki minat terhadap tanaman hias dapat meningkatkan eksposur merek dan mendorong minat beli konsumen (Sari et al., 2024).

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan konsumen dalam membeli kaktus dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk, harga, kemudahan akses, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Riskawati dan Yulawati (2021) mengungkapkan bahwa promosi yang efektif dan ulasan pelanggan memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian.

Selain itu, Kamila dan Trimo (2022) menemukan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk kaktus yang dijual secara online berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen menjadi kunci untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.

5. Strategi Pengembangan Usaha Agribisnis Kaktus

Pengembangan bisnis kaktus memerlukan penerapan strategi yang mencakup inovasi produk, diversifikasi bisnis, dan peningkatan kualitas layanan. Gunariyati

et al. (2023) mengidentifikasi beberapa strategi utama yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha kaktus, antara lain:

- 1) Pengembangan Produk: Menawarkan berbagai jenis kaktus dengan keunikan tertentu, seperti kaktus mini, kaktus hias dengan pot dekoratif, dan kaktus langka untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- 2) Peningkatan Layanan Pelanggan: Memberikan layanan konsultasi perawatan kaktus serta garansi atau layanan purna jual untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
- 3) Kolaborasi dan Kemitraan: Bermitra dengan toko tanaman hias, florist, atau bisnis dekorasi interior untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan (Rizkika et al., 2024).
- 4) Pemanfaatan Teknologi dalam Budidaya: Menggunakan metode budidaya modern untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kaktus (Dewiyati, 2023).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi manajemen pemasaran dalam agribisnis kaktus pada usaha Haji Rosmina Damanik di Medan. Lokasi penelitian berada di Jl. Karya Wisata I No.16, Pangkalan Masyhur, Kecamatan Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20143, dan dilaksanakan pada 6 Maret 2025. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer, yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha dan observasi lapangan, serta data sekunder, yang bersumber dari literatur, dokumen, dan referensi terkait strategi pemasaran dalam agribisnis kaktus.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara semi-terstruktur menjadi metode utama untuk menggali informasi terkait teknik budidaya kaktus, faktor lingkungan yang memengaruhi pertumbuhan tanaman, efektivitas penggunaan pupuk organik dibandingkan pupuk anorganik, strategi pengendalian hama dan penyakit, metode

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif
Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung,
Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

perbanyak tanaman, serta cara menghadapi tantangan perubahan iklim. Selain itu, wawancara juga mencakup alasan pemilik usaha memilih budidaya kaktus sebagai bisnis serta jenis kaktus yang paling diminati di pasar. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat langsung proses budidaya, strategi pemasaran yang diterapkan, serta kondisi lingkungan usaha. Dokumentasi berupa foto-foto proses budidaya, strategi pemasaran, dan media promosi yang digunakan oleh usaha ini juga dikumpulkan sebagai data pendukung.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang melibatkan tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu menyeleksi informasi yang paling relevan dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap kedua adalah penyajian data, di mana informasi yang telah direduksi disusun dalam bentuk deskripsi naratif yang sistematis untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pola strategi pemasaran dan dampaknya terhadap usaha. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan untuk memahami pola strategi pemasaran yang diterapkan dan bagaimana strategi tersebut mendukung keberlangsungan usaha.

Keabsahan data diperkuat dengan triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan. Penelitian ini juga memperhatikan aspek etika, seperti meminta izin dari pemilik usaha sebelum melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang strategi pemasaran dalam agribisnis kaktus dan menjadi referensi bagi pelaku usaha tanaman hias lainnya dalam mengembangkan bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Budidaya kaktus merupakan proses yang relatif sederhana dan tidak memerlukan metode yang kompleks. Salah satu keunggulan kaktus adalah kemampuannya untuk tumbuh tanpa akar. Proses budidaya dimulai dengan memotong bagian kaktus, lalu mengeringkannya hingga getahnya hilang sebelum ditanam. Setelah penanaman, penyiraman sebaiknya tidak dilakukan secara langsung karena kaktus sangat rentan terhadap kelembapan berlebih. Media tanam yang ideal untuk kaktus adalah campuran tanah, sekam, pasir, tanah bakaran, dan pupuk kandang. Kondisi lingkungan yang panas dan minim air mendukung pertumbuhan optimal kaktus, sesuai dengan habitat aslinya di daerah tandus seperti Meksiko.

Kondisi lingkungan memegang peranan penting dalam pertumbuhan kaktus. Tanaman ini tidak toleran terhadap terlalu banyak air, karena hal tersebut dapat menyebabkan pembusukan. Oleh karena itu, kaktus membutuhkan pencahayaan matahari yang cukup, dengan intensitas panas berkisar antara 75-100%. Meskipun tahan terhadap panas, kaktus tetap perlu dilindungi dari hujan yang berlebih. Salah satu cara untuk menjaga keseimbangan lingkungan tumbuhnya adalah dengan menggunakan paranet. Paranet berfungsi sebagai pelindung yang memungkinkan tanaman tetap mendapatkan cahaya matahari yang cukup tanpa terpapar air secara langsung.

Dalam hal pemupukan, kaktus lebih cocok menggunakan pupuk organik dibandingkan pupuk anorganik. Pupuk organik seperti kotoran sapi, ayam, atau kambing dapat memberikan nutrisi alami yang cukup untuk kebutuhan tanaman. Selain itu, pemberian vitamin B1 dengan dosis 5 ml per ember air dapat membantu mempertahankan warna hijau cerah pada kaktus. Penyiraman dan pemupukan sebaiknya dilakukan seminggu sekali, karena kaktus tidak memerlukan nutrisi dalam jumlah besar. Media tanam yang subur dapat dibuat dengan mencampurkan tanah dan pupuk kandang dengan perbandingan 2:1, yang sudah cukup untuk mendukung pertumbuhan kaktus secara optimal.

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif
Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung,
Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

Hama pada kaktus umumnya berupa kutu putih yang menempel di permukaan tanaman. Hama ini dapat diatasi secara alami dengan menggunakan sikat gigi bekas untuk membersihkan area yang terinfestasi. Jika diperlukan, obat seperti antracol dapat digunakan untuk mengatasi bakteri dan jamur penyebab penyakit. Secara umum, kaktus merupakan tanaman yang memiliki daya tahan tinggi dan tidak membutuhkan banyak perlakuan khusus dalam pengendalian hama. Media tanam yang subur dan sehat juga membantu mencegah serangan hama dan penyakit.

Pemilihan bibit berkualitas menjadi salah satu faktor penting dalam budidaya kaktus. Bibit dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti impor dari Thailand dan Jakarta, atau dari kolektor kaktus lokal. Pemilihan bibit yang baik dapat dilakukan dengan memperhatikan kondisi fisiknya, memastikan tidak ada tanda-tanda penyakit, serta memilih jenis yang sesuai dengan preferensi pasar. Di Sumatra, varietas kaktus semakin banyak ditemukan, sehingga pelaku usaha memiliki lebih banyak pilihan bibit yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan.

Kaktus memiliki daya tahan yang luar biasa terhadap perubahan iklim, termasuk suhu tinggi dan kekeringan. Sistem penyiraman yang fleksibel menjadi kunci dalam perawatannya. Ketika tanah terlihat kering, penyiraman cukup dilakukan secukupnya. Sebaliknya, saat musim hujan tiba, penyiraman dapat dihentikan sepenuhnya, karena kaktus mampu menyimpan air di dalam jaringannya. Dengan pola perawatan yang disesuaikan dengan kondisi cuaca, tanaman ini tetap dapat bertahan meskipun menghadapi perubahan iklim yang ekstrem.

Usaha budidaya kaktus di Medan ini dimulai pada tahun 1980-an, berawal dari ketertarikan pemilik terhadap tanaman hias. Ketertarikan ini kemudian berkembang menjadi sebuah bisnis ketika banyak pihak, termasuk dari dinas pertanian, menunjukkan minat dan mulai membeli kaktus dari usaha tersebut.

Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

Keunikan kaktus dan kemudahan dalam perawatannya menjadi alasan utama mengapa tanaman ini dipilih sebagai fokus bisnis. Selain itu, daya tahannya yang tinggi memungkinkan kaktus bertahan meskipun tidak dirawat secara intensif, sehingga cocok untuk pasar yang mencari tanaman hias yang mudah dirawat.

Dalam pasar kaktus, meskipun tidak ada jenis tertentu yang mendominasi, beberapa jenis lebih populer dibandingkan yang lain. Kaktus berbentuk bulat seperti *Gymnocalycium* dan *Mammillaria* sering menjadi pilihan utama karena bentuknya yang menarik dan estetis. Selain itu, jenis seperti *Haworthia* dan *Zebra* juga cukup diminati, terutama sebagai hadiah atau dekorasi rumah. Faktor estetika dan daya tahan tanaman menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih jenis kaktus untuk dibeli, sehingga pelaku usaha perlu memperhatikan preferensi pasar dalam menentukan produk yang ditawarkan.

Simpulan

Berdasarkan analisis strategi pemasaran dalam agribisnis kaktus di Medan, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha ini sangat dipengaruhi oleh kombinasi antara teknik budidaya yang tepat, pengelolaan lingkungan yang optimal, dan strategi pemasaran yang adaptif terhadap tren pasar. Pemanfaatan pupuk organik, pengendalian hama yang ramah lingkungan, serta penerapan strategi adaptasi terhadap perubahan iklim menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha. Selain itu, ketersediaan bibit berkualitas dan pemilihan jenis kaktus yang sesuai dengan preferensi konsumen terbukti menjadi elemen kunci dalam meningkatkan daya saing di pasar. Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, agribisnis kaktus di Medan memiliki potensi untuk terus berkembang dan menjadi model bagi pelaku usaha tanaman hias lainnya.

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan

(Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing, 2025)

Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN) Vol. 3, No. 1, Maret 2025, (Hal. 109-120)

Daftar Pustaka

- Abidin, Z. (2023). *Analisis strategi pemasaran buah naga organik di Kampung Organik Beji di Kabupaten Wonogiri* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Batik Surakarta).
- Dewiyati, N. (n.d.). *Budidaya kaktus sambung*.
- Gunariyati, Y. N. (2022). *Manajemen strategi pengembangan usaha tanaman hias sukulen (Studi kasus: Desa Rembang Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri)* (Doctoral dissertation, Universitas Kadiri).
- Gunariyati, Y. N., Andajani, W., Sutiknjo, T. D., Pamujiati, A. D., Marwanto, I. G. G. H., & Shipya, D. T. (2023). Manajemen strategi pengembangan usaha tanaman hias sukulen di Desa Rembang, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri. *JINTAN: Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional*, 3(2), 130–147.
- Kamila, S. F., & Trimo, L. (2022). Tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen tanaman hias kaktus melalui pemasaran online di Cacti Heaven Bandung. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1435–1447.
- Munandar, D. E., Khozin, M. N., & Putri, W. K. (2022). Pengembangan tanaman kaktus dan sukulen sebagai mini garden untuk peningkatan iptek dan kewirausahaan santri Pondok Pesantren Nurul Islam Jember. *Jurnal Abdi Insani*, 9(4), 1246–1259.
- Riskawati, S. N., & Yuliawati, Y. (2021). Hubungan bauran pemasaran dengan keputusan pembelian kaktus di The Prickle House Salatiga pada masa pandemi Covid-19. *Journal of Agribusiness Management*, 9(2), 408.
- Rizkika, V. A., Hapsari, H., Kusumo, R. A. B., & Djuwendah, E. (n.d.). Strategi pengembangan agribisnis buah naga di Perkebunan Sabila Farm Yogyakarta.
- Sari, F. P., Munizu, M., Rusliyadi, M., Nuryanneti, I., & Judijanto, L. (2024). *Agribisnis: Strategi, inovasi dan keberlanjutan*. PT. Green Pustaka Indonesia.

Hendra Saputra, Aditia Warman Harahap, Ahmad Suhenri Lubis, Wiko Prayoga, Ayu Triani Hutagalung, Amanda Agustin, Agnes Mika Cristina Manik, Jonathan Fransiscus Siringoringo, Willy Linchon Sihombing

Analisis Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Agribisnis Kaktus: Studi Kualitatif Pada Usaha Haji Rosmina Damanik Di Medan