

Original Research Paper

## Managemen Produksi Dan Distribusi Tanaman Anggrek di DD Orchid Nursery

Didik Pudji Restanto<sup>1</sup>, Mohammad Nur Khozin<sup>2</sup>, Sigit Soeparjono<sup>2</sup>, Irvinia Rahmadyah<sup>2</sup>, Alfina Damayanti<sup>2</sup>, Wildan Ibnu Batuto<sup>2</sup>, Djoko Soejono<sup>3</sup>, Dwi Erwin Kusbianto<sup>4\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Magister Agronomi, Universitas Jember, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Agronomi, Universitas Jember, Indonesia

<sup>3</sup>Program Studi Agribisnis, Universitas Jember, Indonesia

<sup>4</sup>Program Studi Ilmu Pertanian (Perkebunan), Universitas Jember, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmppi.v6i2.4151>

Sitasi: Restanto, D. P., Khozin, M. N., Soeparjono, S., Rahmadyah, I., Damayanti, A., Batuto, W. I., Soejono, D., & Kusbianto, D. E. (2023). Managemen Produksi Dan Distribusi Tanaman Anggrek di DD Orchid Nursery. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 6(2)

### Article history

Received: 30 Maret 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 05 Juni 2023

\*Corresponding Author:

Dwi Erwin Kusbianto  
Program Studi Ilmu Pertanian  
Universitas Jember Indonesia  
Email: [dwierwin@unej.ac.id](mailto:dwierwin@unej.ac.id)

**Abstract:** Orchid plants are one of the ornamental plants that are widely known to the public in Indonesia and abroad. This type of plant was originally an epiphyte plant attached to other plants, but it produces very beautiful flowers. Since the last decade, plant business activities have played a significant role in the center of economic growth. Batu City is a center for orchid production and marketing in East Java which is a priority for orchid plant development because orchid cultivation has added value when compared to ornamental plant businesses in general. The service method carried out is in the form of orchid cultivation training which includes: Making orchid plant packaging, orchid marketing strategy, customer segmentation, and evaluation method. Marketing agency involved in the distribution of official orchid plants that serve consumers such as hobbyists, collectors, and retailers around the Batu area. The quality of orchids can be seen from the stem of the orchid plant, the height of the orchid plant and the type of orchid plant. The selling price that occurs is basically through bargaining. Determining the price of orchids in Batu is close to a free market where every farmer is free to determine the price as long as it does not deviate from the company. The payment system can be done in cash or transfer. Marketing of orchids involves several marketing institutions, namely retailers and collectors. Management of production and distribution of export quality orchids can be achieved with the support and methods that must be carried out such as good packaging of orchids, sophisticated marketing strategies, targeted customer segmentation and collaboration between institutions.

**Keywords:** Management, Distribution dan Orchid Nursery

## Pendahuluan

Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan masyarakat akan keindahan tanaman terus meningkat. Tanaman yang memiliki bunga dulunya hanya tumbuh liar sekeliling rumah ataupun di hutan kini telah menjadi daya tarik yang sangat menjanjikan sehingga mulai dibudidayakan oleh banyak petani. Salah satu tanaman yang memiliki

keindahan bunga dan sering dibudidayakan yakni Tanaman Anggrek (Khozin, et.al., 2022). Tanaman Anggrek merupakan salah satu tanaman hias yang banyak dikenal oleh masyarakat di Indonesia hingga luar negeri (Lalla & Sudiarta, 2022). Jenis tanaman ini sebetulnya merupakan tumbuhan epifit yang dapat menempel pada tumbuhan lain, tetapi menghasilkan bunga yang sangat indah. Sejak dekade terakhir kegiatan usaha tanaman anggrek

berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting. Tanaman Anggrek termasuk dalam Famili Orchidaceae (Purnomo, 2008). Tanaman anggrek dapat dikembangkan di pot yang didalamnya berisi media khusus. beberapa faktor lain dapat menghambat perkembangan tanaman, diantaranya yakni aspek lingkungan antara lain kelembapan (Kusbianto et al., 2022), suhu, sinar matahari dan juga pemeliharaan anatara lain pemupukan, penyiraman, dan juga pengendalian hama dan gulma. Tanaman anggrek tanaman yang memiliki daya hidup yang cukup lama, memiliki warna serta bentuk yang indah dan bervariasi (Sjahril et al., 2019).

Kota Batu adalah sentra produksi dan pemasaran anggrek di Jawa Timur. Anggrek merupakan salah satu komoditi unggulan yang menjadi prioritas untuk dikembangkan di Kota Batu dikarenakan pengusahaan anggrek memiliki nilai tambah bila dibandingkan dengan usaha tanaman hias pada umumnya. tanaman anggrek suatu produk yang terkadang memiliki sifat tidak stabil dilihat dari aspek permintaan dan penawaran. Tanaman anggrek tergolong tanaman yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi, karena tanaman anggrek memiliki bentuk, warna, corak bunga yang cantik dan beragam serta dapat bertahan yang cukup lama (Dewanti et al., 2021). Dampak pada ketidak stabilan tersebut yakni penurunan harga pada saat yang kian berada pada harga tertinggi. jumlah produksi dan konsumsi yang tidak sebanding serta tanggapan petani pada perubahan permintaan dan harga menyebabkan terjadinya flektuatif. Persaingan merupakan hal yang wajar di setiap perusahaan serta merupakan hambatan bagi setiap perusahaan di bidang pertanian.

Prospek manajemen produksi dan distribusi anggrek di Indonesia masih jauh dari permintaan pasar karena dari segi produksi masih kurang. bahkan, kebutuhan dalam negeri masih banyak yang didatangkan di luar negeri. tanaman anggrek banyak dibeli untuk hiasan rumah, baik oleh kolektor, pecinta maupun pembeli biasa.

## Metode

**Tempat dan Waktu.** Pelaksanaan kegiatan pengabdian secara deskriptif dalam bentuk deskripsi manajemen produksi dan distribusi tanaman anggrek yang berlokasi di Dusun Areng-areng, Kelurahan Dadaprejo, RT.3/RW.3,

Kecamatan Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur pada bulan Oktober 2022. Kegiatan manajemen produksi dan distribusi tanaman anggrek dilaksanakan selama bulan Oktober - Desember 2022

**Khalayak Sasaran.** Khalayak sasaran kegiatan ini melibatkan para petani plasma dengan total 20 peserta yang secara keseluruhan mengelola kebun anggrek milik pribadi. Para petani plasma memiliki profesi yang beragam mulai dari PNS, guru, wiraswasta, ibu rumah tangga yang memiliki ketertarikan terhadap jaringan pemasaran tanaman anggrek.

**Metode Pengabdian.** Metode pengabdian yang dilaksanakan secara *in depth interview* berupa studi observasi, survei lapang dan pengumpulan data sekunder dari nursery yang bermitra dengan DD Orchid nursery dan yang meliputi:

### 1. Packaging/persiapan penjualan tanaman anggrek

Packaging tanaman anggrek dilakukan dengan menggunakan kertas koran yang kemudian akan dikemas ulang dengan dimasukkan kedalam kardus agar tanaman aman sampai ke tujuan. Sebelum dikemas tanaman anggrek beserta medianya harus dikeringkan terlebih dahulu, apabila media tanaman masih basah tanaman hanya akan bertahan didalam kardus selama 2-3 hari kemudian tanaman akan busuk. Tanaman anggrek seedling, remaja dan dewasa memiliki perbedaan dalam proses pengemasan, selain itu jenis tanaman anggrek juga mempengaruhi model kemasan yang digunakan.

### 2.Strategi pemasaran tanaman anggrek

Meningkatkan jaringan pemasaran baik secara online maupun secara offline. Pemasaran secara online dilakukan melalui sosial media dan e-commerce, berdasarkan kecepatan persebaran informasi melalui media sosial. Pemasaran secara offline dilakukan berdasarkan luasnya channel yang dimiliki oleh masing-masing reseller (Zulfanita et al., 2021).

### 3.Customer segmentation

Target customer dari pemasaran tanaman anggrek yaitu: orang menengah keatas, kolektor, reseller, pengusaha, dosen, guru, dan penggemar anggrek.

**Indikator Keberhasilan.** Indikator keberhasilan kegiatan ini yakni adanya peningkatan pemahaman terhadap manajemen produksi dan distribusi tanaman anggrek kualitas ekspor. Selain itu keberhasilan juga diukur dari jumlah masyarakat yang berminat menjadi wirausaha anggrek (reseller)

dan mitra budidaya dengan bekerja sama di DD Orchid Nursery.

**Metode Evaluasi.** Metode evaluasi dilaksanakan secara kualitatif yakni berupa pengamatan (observasi) dan wawancara. Evaluasi terhadap indikator peningkatan pemahaman masyarakat terhadap manajemen produksi tanaman dilakukan dengan wawancara, sedangkan indikator peningkatan distribusi tanaman anggrek metode observasi partisipatif melalui pencapaian target jual untuk melihat hasil distribusi yang dilakukan.

## Hasil dan Pembahasan

Menurut informasi dan data yang telah dikumpulkan untuk analisis pemasaran tanaman anggrek di DD Orchid meliputi beberapa hal sebagai berikut :

### a. Kondisi tanaman



**Gambar 1. Packing dan pemberian label tanaman anggrek yang mau di beli reseller**

Pada gambar 1 beberapa tanaman anggrek yang dijual oleh perusahaan diantara para lembaga pemasaran mulai dari pedagang pengumpul sampai pedagang pengecer tidak dibedakan dalam kualitas, untuk kualitas sama yang dilihat dari kondisi *bulb* atau batang tanaman anggrek, tinggi tanaman anggrek dan jenis tanaman anggrek hanya dibedakan dalam harga untuk para penghobi yaitu lebih mahal dari pedagang pengumpul dan pengecer. perusahaan menetapkan harga setiap anggrek tersebut dengan berdasarkan ada tidaknya bunga serta banyaknya bunga pada tanaman anggrek tersebut batang tanaman anggrek tersebut (gemuk atau kursus).

### b. Mudah tidaknya keluar masuk pasar

Mudah tidaknya konsumen baru masuk pasar dapat dilihat dari tidak adanya hambatan bagi mereka

untuk memasuki pasar anggrek tersebut. penentuan harga anggrek di Batu cenderung mendekati pasar bebas dimana tiap petani bebas untuk menentukan harga sepanjang tidak menyimpang dari perusahaan.

tersebut sangat bagus tapi disisi lain pembeli yang lain menganggapnya biasa-biasa saja. Petani menganggap bahwa pembeli khususnya penyuka anggrek memiliki kemampuan dan ketersediaan membayar harga yang berbeda, perilaku pasar yang demikian juga menjelaskan bahwa pemasaran tanaman anggrek ini cenderung mengarah pada pasar monopolistik (Saroh & Zunaida, 2022).

### c. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pembeli perusahaan dapat dilakukan secara tunai maupun transfer. pembayaran yang dilakukan oleh para konsumen pedagang pengecer serta pedagang pengumpul secara tunai, dan biasanya petani lebih senang bila pembayaran dilakukan secara tunai.

### d. Kerjasama Antar Lembaga Pemasaran

Berdasarkan hasil pengabdian di lapang, hubungan dagang yang dilakukan antara petani dengan petani dengan pedagang pengecer dan petani telah menciptakan kerja sama yang cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat hubungan dagang yang telah terjadi cukup lama tanpa ada masalah yang berarti. Hubungan dagang yang terpelihara dengan baik tersebut dapat menguntungkan kedua belah pihak perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang akan membeli tanaman anggrek dan pedagang pengecer dapat membeli dengan mudah, berkualitas baik dengan harga sesuai dari petani (Yuliani, 2019).

Pemasaran tanaman anggrek melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer, pengumpul. Lembaga pemasaran tersebut meyalurkan tanaman anggrek tersebut sampai ke konsumen akhir melalui beberapa saluran. Lembaga pemasaran tersebut menyalurkan tanaman anggrek tersebut sampai ke konsumen akhir melalui beberapa saluran. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut akan melakukan kegiatan dan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda pula adapun jalur-jalur pemasaran yang terjadi dalam pemasaran tanaman anggrek tersebut yaitu :

1. Petani - Konsumen
2. Petani – Pedagang Pengumpul-Pengecer-Konsumen

### 3. Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen

Dalam proses distribusi transportasi yang digunakan berupa kendaraan darat dan kendaraan laut menyesuaikan dengan permintaan customer. pada pengiriman wilayah malang, batu dan sekitarnya kebanyakan akan diantar secara langsung dari pihak DD orchid. tanaman anggrek umumnya tahan didalam kardus selama 1 minggu dalam kondisi tanaman dan media yang kering, sehingga apabila dibuka tanaman tetap sehat dan tidak menimbulkan bau. namun untuk menjaga keamanan sebaiknya pada proses pengiriman yang memakan waktu lama, tanaman dibuka untuk menjaga tanaman tetap mendapatkan udara dan cahaya yang membantu proses fotosintesis. beberapa ekspedisi yang dianjurkan untuk pengiriman dalam pulau jawa yaitu: herona, J&T, dan J&T cargo. untuk pengiriman antar pulau sebaiknya menggunakan pesawat diakrenakan prosesnya yang lebih cepat. feedback pembeli diperoleh dari akun-akun e-commerce dan repeat order pembeli dibuktikan dari pelanggan yang selalu datang hampir di setiap minggu.

Pada gambar 2 di atas tersebut dengan diadakan acara bimbingan teknis yang diadakan oleh para dosen fakultas pertanian Universitas Jember di DD Orchid bertujuan untuk memberikan bekal untuk khususnya petani agar mengetahui lebih jauh ilmu-

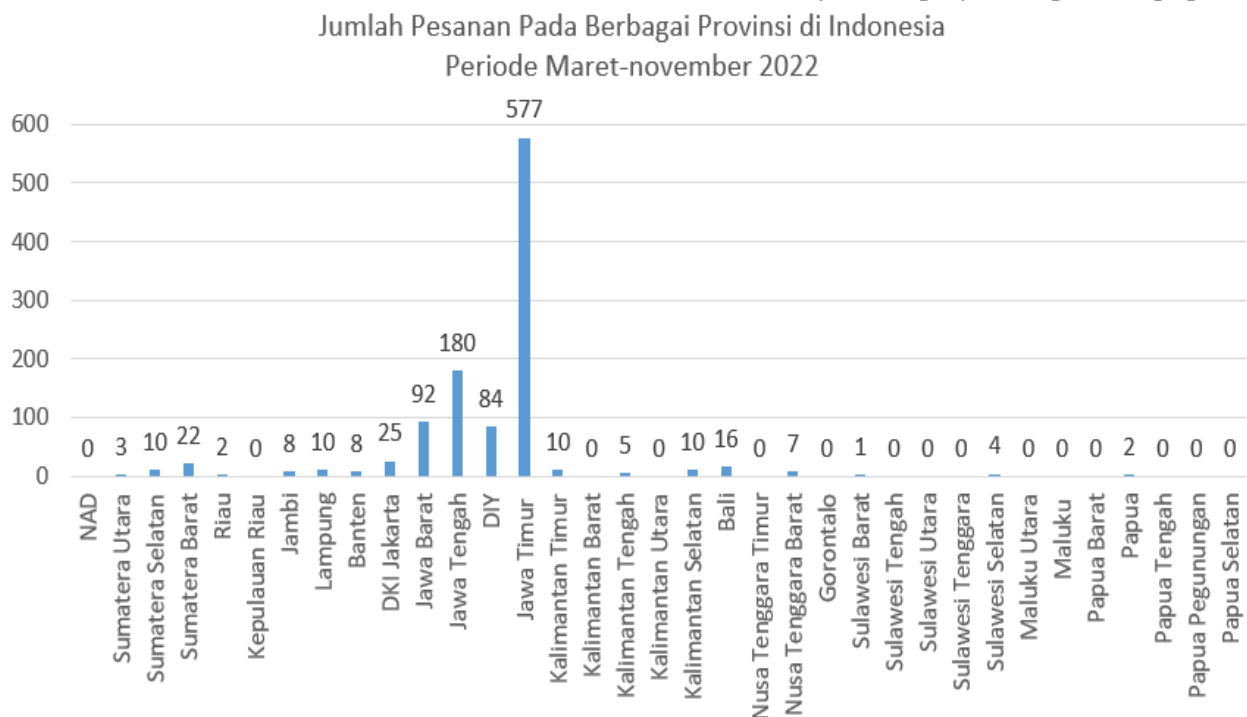
ilmu produksi dan distribusi tanaman anggrek , supaya bisa mengembangkan tanaman anggrek di plasma-plasma dengan lebih baik lagi.



**Gambar 2. Focus Group Discussion dengan petani Plasma sebagai mitra DD Orchid Nursery**

#### Distribusi Pemasaran Anggrek Nasional

Pemesanan anggrek pada seluruh fase pertumbuhan tersebar di beberapa daerah di Indonesia. Provinsi Jawa timur mendominasi jumlah pemesanan terbanyak pada periode ini dengan 577 pengiriman. Beberapa pemesanan cukup banyak berada pada daerah jawa lainnya seperti DI Yogyakarta (84 pengiriman), Jawa Tengah (180 pengiriman), jawa Barat (92 pengiriman) dan DKI Jakarta (25 pengiriman). Bali dengan pulau terdekat dengan jawa juga menjadi pasar terdekat dengan jumlah 16 pengiriman pada periode ini. Jarak terdekat dari lokasi nursery pada proses distribusi anggrek menentukan jumlah penjualan pada tiap produk

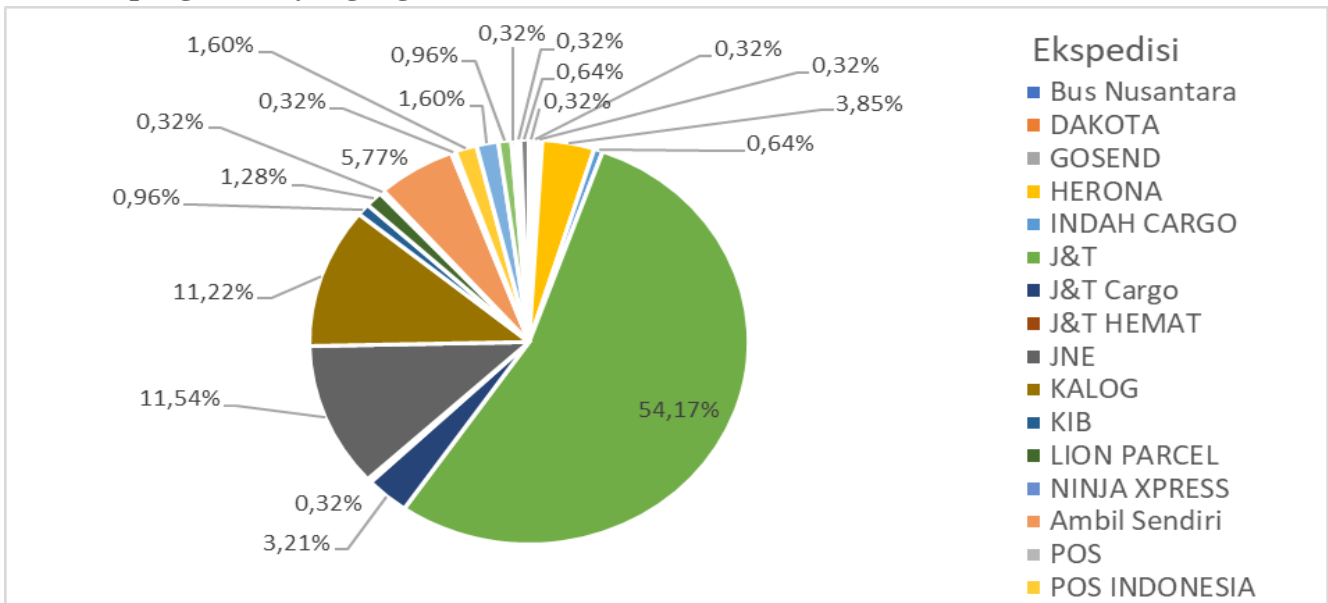


**Gambar 3. Sebaran jumlah dan lokasi berdasarkan Provinsi tujuan pengiriman**

yang dijual oleh produsen anggrek (Rangkuti et al., 2018)

**Metode pengiriman yang digunakan**

kepuasan pelanggan dari pelayanannya. Hasil pengabdian dari (Hatikarini et al., 2016) di kota Serang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan



**Gambar 4. Penggunaan jasa pengiriman pihak ke-3 dalam distribusi Anggrek Secara Nasional**

Dalam upaya memenuhi permintaan anggrek di seluruh Indonesia DD Orchid mengupayakan proses pengiriman yang aman. Anggrek sebagai produk hidup dalam proses pengiriman rentan mengalami kerusakan baik secara fisik atau stres saat pengiriman, terutama lokasi pengiriman jauh. Pemilihan agen distribusi/ekspedisi untuk pengiriman anggrek pada fase apapun di DD Orchid Nursery dapat dilihat pada Grafik 4. Mayoritas ekspedisi yang sering dipilih untuk pengiriman jarak dekat dan jarak jauh menggunakan J&T dengan persentase 54,17%. J&T menjadi pilihan pengiriman sesuai pengabdian dari (Fortuna et al., 2020) indeks tingkat kepuasan pengguna J&T di salah satu daerah di Jawa Timur mencapai 0,546. Sedangkan sisanya terdistribusi menggunakan jasa pengiriman yang tersedia di sekitar kota Batu dan Malang Raya. Pengiriman didalam kota dilakukan dengan menggunakan gosend atau pengambilan sendiri oleh konsumen. Pengiriman luar daerah yang masih masuk di pulau Jawa menggunakan ekspedisi kereta api dan bus antar kota. Pengiriman menggunakan cargo dan pos umumnya dipilih untuk konsumen-konsumen yang berada diluar pulau. Terdapat jasa pengiriman lainnya seperti PT POS Indonesia dan JNE Indonesia yang juga memiliki jasa pelayanan pengiriman pada kategori baik berdasarkan tingkat

dari pelayanan POS Indonesia dan JNE dengan nilai 74% dan 76%.

**Strategi Pemasaran DD Orchid Nursery**



**Gambar 5. Pemasaran anggrek di greenhouse**

Dalam menjual produk anggreknya, DD Orchid Nursery memiliki satu rantai pasok yang tertata disebut sebagai *supply chain*. Mata rantai ini membuat ketersambungan yang terus berputar mulai dari pembibitan anggrek, pemeliharaan hingga penjualan. Rantai pasok itu diawali dari pembibitan yaitu pak Dedek memberikan bibit pada para petani lainnya untuk pembibitan. Setelah

anggrek memasuki usia remaja di petani pembibitan ini, maka dibeli dan dipindah ke petani lainnya yang khusus untuk petani anggrek di usia remaja. Setelah usia anggrek mencapai dewasa atau berbunga di petani pendewasaan maka pak Dedek melakukan pemilihan sebagai dikirim untuk pembungaan dan sebagai lainnya dijual, selanjutnya anggrek dewasa dilanjutkan ke pemasaran.

Pada tahap pemasaran ini dilakukan oleh anak-anak magang untuk dijual secara online. Terkadang dalam sebulan pak Dedek menerima hampir 60 anak magang dari berbagai kampus di Indonesia. Anak magang di DD Orchid diwajibkan belajar menjual anggrek, harapannya pada suatu saat nanti setelah keluar dari magang DD Orchid dan kembali ke kampus bisa menjadi mitra dari DD Orchid *reseller*. Penjual dari anak muda-muda tersebut yang bergerilya di media sosial baik tiktok, facebook, instagram dan youtube.

Melalui pola supply chain, para riseller DD Orchid Nursery juga berasal dari beberapa orang lain yang tidak masuk dalam *supply chain*. Mereka merupakan seorang *reseller* murni yang memegang dan berdagang anggrek. Selain itu terdapat *reseller* yang hanya menjual saja dan tidak menanam anggrek. sebaiknya menanam anggrek tersebut membutuhkan waktu yang sangat lama, mulai dari pembibitan hingga berbunga bisa empat tahun, setelah itu akhirnya terdapat orang yang memutuskan menjadi penjual.

Rahasia para pembisnis anggrek rupanya tidak semua anggrek mereka ditanam di kebun mereka sendiri, melainkan ada sebagian yang di tanam oleh petani tetapi kemudian hasilnya menyusul. Para petani ini yang disebut plasma, atau petani binaan. Salah satu pengusaha anggrek yang menggunakan cara ini adalah bapak Dedek Setia Santoso, pengusaha anggrek sukses asal Junrejo, Kota Batu. Pak Dedek memiliki plasma sebanyak 108 plasma dan 4 hektare luas lahan yang akan diselenggarakan / digerakkan untuk bisnis anggrek (Restanto, D.P., et.al. 2022).

## Kesimpulan

Managemen produksi dan distribusi tanaman anggrek berkualitas ekspor dapat dicapai dengan adanya dukungan dan metode yang harus dilakukan seperti packaging tanaman anggrek dengan baik, strategi pemasaran yang canggih, customer segmentation tepat sasaran dan kerjasama

antar lembaga diperkuat. Transaksi penjualan anggrek paling banyak terjadi di Jawa Timur dengan teknik pengiriman menggunakan pihak ketiga dengan jasa J&T express.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Program Matching Fund Kedaireka serta DD Orchid Nursery yang telah memberikan dukungan terhadap kegiatan ini.

## Daftar Pustaka

- Dewanti, P., Usmadi, Magfiroh, I. S., Sugiharto, B., & Widuri, L. I. (2021). Pelatihan Budidaya Anggrek untuk Peningkatan Jiwa Wirausaha bagi Masyarakat Pecinta Anggrek Kabupaten Jember Training of Orchid Cultivation for enhancing The Entrepreneurial Spirit of Orchid Lovers Community in Jember Regency. *Panrita Abadi*, 6(1), 71–80.
- Fortuna, I., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA PENGIRIMAN J&T EXPRESS CABANG LUMAJANG (Studi Kasus pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(2), 290–293. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.15791>
- HATIKARINI, A., Ismanto, G., & Yusuf, M. (2016). ANALISIS PERBANDINGAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PAKET DI PT.POS INDONESIA (PERSERO) DAN JNE KOTA SERANG. <http://ane.fisip-untirta.ac.id/>
- Khozin, M. N., & Restanto, D. P. (2022). Regenerasi Tanaman Porang (*Amarphopalus onchopillus*) Secara In Vitro dengan Eksplan Daun. *Agritrop: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian (Journal of Agricultural Science)*, 20(1), 59–65.
- Kusbiyanto, D. E., Kurniawan, N. C., Arum, A. P., & Restanto, D. P. (2022). RESPON INDUKSI TUNAS TANAMAN VANILI (*Vanilla planifolia* Andrew) TERHADAP

PERLAKUAN KONSENTRASI BAP DAN KONSENTRASI 2,4-D DENGAN PERBANYAKAN SECARA IN VITRO. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Indonesia*, 24(2), 82–87. <https://doi.org/10.31186/JIPI.24.2.82-87>

- Lalla, M., & Sudiarta, I. M. (2022). Pengembangan Tanaman Anggrek di Kawasan Wisata Hutan Pinus Motilango Kecamatan Tibawa Kabupaten Gorontalo. *Jumat Pertanian: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 87–91. <https://doi.org/10.32764/abdimasper.v3i2.2372>
- Purnomo, S. D. (2008). *Strategi Pemasaran Tanaman Anggrek (Studi Kasus Di Handoyo Budi Orchids Malang)*. 1–3.
- Rangkuti, K., Thamrin, M., & Siregar, I. N. (2018). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Tanaman Anggrek (Orchidaceae) Di Kota Medan. *Ojs.Uma.Ac.Id*, 4(2). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/biolink/article/view/1154>
- Restanto, D. P., Hariyono, K., Wicaksono, F. R., Rizkiyah, N. N., Kusbianto, D. E., & Khozin, M. N. (2022). Bimbingan Teknis Peningkatan Potensi Budidaya Anggrek Petani Plasma DD Orchid Nurserry Menuju Go Internasional. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(4), 259-262.
- Saroh, S., & Zunaida, D. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran JV Orchid (Studi Pada Reseller Anggrek JV Orchid Singosari-Malang). *Jiagabi*, 11(2), 243–252.
- Sjahril, R., Haring, F., Rukka, R. M., & ... (2019). Perbenihan Kultur Jaringan Anggrek Pada Teaching Industry Universitas Hasanuddin. *Jurnal Dinamika ...*, 4(2), 146–156.
- Yuliani, I. (2019). Gerakan Kewirausahaan Sosial Berbasis Budidaya Anggrek (Studi Dan Rekonstruksi Konsep Pada Budidaya Anggrek Padma Orchid Yogyakarta). *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 15(2), 106. <https://doi.org/10.20961/sepa.v15i2.26360>
- Zulfanita, Gunawan, I., & Kusumaningrum, A. (2021). Strategi Pemasaran Bibit Anggrek di Kebun Anggrek Sidomulyo Orchid Kabupaten Magelang. *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 10(2), 355–366.