

METODOLOGI

7. Uraian yang anda ketahui tentang lokasi !

A. Sejarah Perusahaan

PT Bina Usaha Flora (PT. BUF) mulai dirintis pada bulan 13 Mei 1993 untuk mendukung pembukaan Taman Bunga Nusantara. Perintisan dimulai dengan melakukan uji coba adaptasi lapangan terhadap ribuan spesies dan varietas tanaman semusim yang berasal dari beberapa negara, yaitu Amerika, Jepang, Belanda, dan Jerman. Uji coba ini dilakukan selama kurang lebih dua tahun hingga Juni 1995, menghasilkan banyak bibit untuk tanaman hias hamparan. PT. BUF berhasil mensuplai sebanyak 1.5 juta tanaman saat peresmian Taman Bunga Nusantara pada 10 September 1995.

PT BUF merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang florikultura yang membudidayakan puluhan varietas tanaman hias semusim dan tahunan. Jenis tanaman hias yang diproduksi oleh PT. BUF yaitu bibit siap tanam dalam tray (*plugs*), setek (*vegetative cutting liners*), tanaman hamparan (*bedding plants*), dan tanaman pot.

B. Visi Misi Perusahaan

Visi PT Bina Usaha Flora yaitu menjadi perusahaan profesional lintas generasi dan bagi tolak ukur industri hortikultura khususnya florikultura di Indonesia. Adapun Misi PT. Bina Usaha Flora yaitu :

1. Menjadi trendsetter penghasil bunga potong semusim, VGM, lanskap (*bedding plants*, *pot plants*, *hanging pot*, dan *ornamental*).
2. Menjalankan proses trendsetting secara berkesinambungan dan terjadwal.
3. Networking yang aktif dan progresif.
4. Menjalankan proses regenerasi dan kepemimpinan yang andal.
5. Menjadi green company.

C. Letak Geografi dan Wilayah Administrasi

PT Bina Usaha Flora berlokasi di Jalan Mariwati KM 5.5, Kampung Pataruman, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur. Secara geografis, lokasi lahan PT. Bina Usaha Flora terletak antara 6°43'43.8"S 107°0'31" T dengan batas-batas lokasi sebagai berikut.

1. Sebelah utara berbatasan dengan Jalan Pataruman.
2. Sebelah selatan berbatasan dengan masyarakat.
3. Sebelah barat berbatasan dengan masyarakat.
4. Sebelah timur berbatasan dengan masyarakat.

PT Bina Usaha Flora memiliki total 3 lahan yang terletak di 2 lokasi berbeda. Lokasi lahan 1 dan lahan 2 milik Presiden Direktur atau pemegang saham PT. Bina Usaha Flora, terletak di Jalan Mariawati KM 5.5, Kampung Pataruman, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Lahan 3

terletak di Kp. Ciwalen, Desa Ciwalen, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Lahan 3 merupakan lahan milik masyarakat setempat yang disewa oleh PT Bina Usaha Flora.

Keadaan Iklim dan Cuaca

PT Bina Usaha Flora terletak pada ketinggian 800 m dpl. Kondisi suhu lingkungan perusahaan pada siang hari sekitar 25°C-30°C dan suhu lingkungan pada malam hari sekitar 18°C-22°C. Curah hujan rata-rata 307.1 mm per bulan dengan jumlah hari hujan 18 hari per bulan.

Luas Areal Konsesi dan Tata Guna Lahan

PT Bina Usaha Flora memiliki lahan seluas 3 Ha yang dibagi menjadi dua lahan, yaitu lahan 1 dan lahan 2. Lahan 1 dan lahan 2 terletak di Kampung Pataruman dengan total luas lahan sekitar 2.5 Ha, sedangkan lahan 3 terletak di Desa Ciwalen seluas 0.5 Ha. Lahan 1 dikhususkan untuk memproduksi bibit tanaman dan tanaman bunga pot, sedangkan lahan 2 dikhususkan untuk memproduksi tanaman hamparan.

Lahan 1 PT Bina Usaha Flora memiliki luas bangunan green house (GH) sebesar kurang lebih 5000 m², lahan outdoor efektif kurang lebih 300 m², sedangkan lahan 2 memiliki luas bangunan green house sebesar 1000 m², dengan luas lahan outdoor kurang lebih 4500 m, dan selebihnya untuk fasilitas jalan

D. Kondisi Umum Lokasi

PT Bina Usaha Flora memiliki 2 lahan. Lahan perusahaan yang berada di Kampung Pataruman dinamakan BUF Hebit. Lahan ini merupakan lahan perusahaan yang memproduksi bibit tanaman dalam bentuk *tray* bibit sebagai produk utama serta beberapa jenis tanaman hamparan, tanaman pot, dan bunga potong. Sedangkan lahan perusahaan yang berada di Desa Ciwalen dikenal dengan nama Ornamental. Lahan tersebut dikhususkan untuk memproduksi tanaman hamparan dan tanaman pot. Perluasan lahan perusahaan bertujuan meningkatkan produksi demi memenuhi permintaan konsumen yang semakin meningkat.

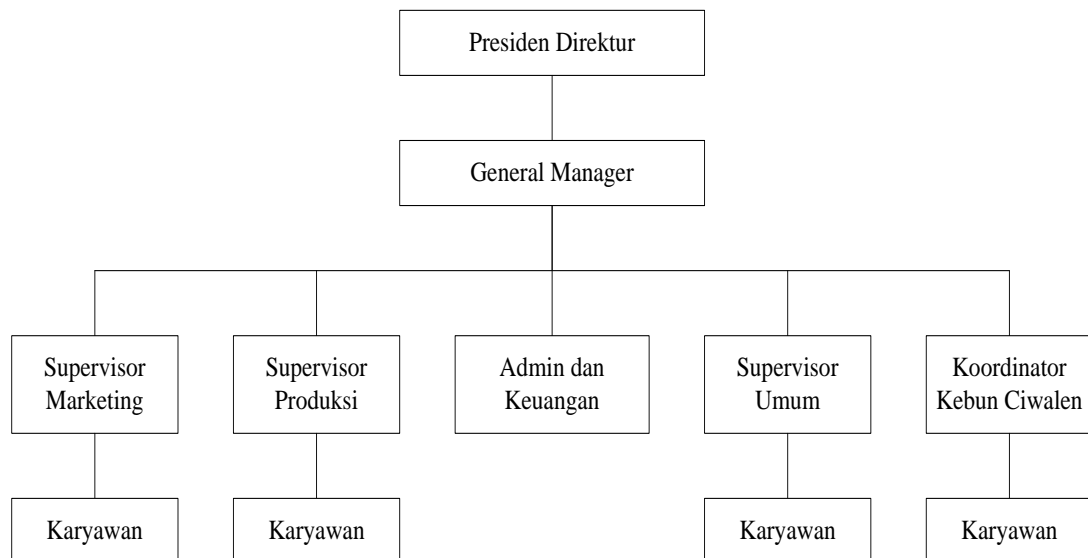
Pada beberapa blok GH sudah dilakukan sistem spesialisasi tanaman, seperti Blok GH A yaitu khusus tanaman Vinca Pot, Blok GH B1 dan B2 untuk tanaman Petunia pot, Dianthus pot, sayuran (berbagai jenis tanaman cabai), Lisianthus pot, Gloxinia pot, dan bunga matahari pot. Blok GH C khusus untuk tanaman *perennial* Begonia, jenis tanaman hias daun, dan propagasi bibit secara vegetatif. Blok GH D atau lebih dikenal dengan Blok *Seedling* (Pembibitan) khusus untuk proses pembibitan. Untuk lahan 2, Blok GH E untuk tanaman hamparan yang dibudidayakan di dalam *green house* yaitu Pentas, Dianthus, Dusty Miller, Pansy, Viola, Salvia, Begonia, dan Vinca. Blok F, G, dan H merupakan blok berupa lahan *outdoor*. Blok F khusus untuk tanaman Marigold. Blok G untuk tanaman Celosia, Torenia, Dianthus, dan Gomphrena. Blok H untuk Angelonia, Bunga Matahari, Monik Lavender, dan Salvia.

E. Fasilitas yang terdapat di PT. Bina Usaha Flora

Fasilitas	Unit	Fungsi
Kantor	1	Sebagai tempat melakukan pelayanan terhadap konsumen dan menyimpan arsip-arsip dan dokumen perusahaan
Komputer	6	Memudahkan administrasi perusahaan
Printer	3	Mencetak dokumen
Pesawat telepon	1	Memudahkan komunikasi perusahaan
Fax	1	Memudahkan komunikasi perusahaan
Ruang pertemuan	1	Sebagai tempat melakukan rapat bagi staf perusahaan
Ruang marketing	1	Sebagai ruang kerja bagi supervisor marketing
Ruang serba guna	1	Sebagai tempat melakukan forum bagi seluruh karyawan
Green Houses Tipe sere	1	Lahan Produksi
Tipe connected	42	Lahan Produksi
Gudang	2	Tempat penyimpanan alat dan bahan penunjang produksi
Ruang pascapanen		
Meja <i>packing</i>	3	Sebagai tempat untuk meletakkan bibit atau tanaman yang dipanen
- Alat pelubang Kardus	1	Melubangi kardus yang digunakan untuk mengemas bibit tanaman
- <i>Blower</i>	3	Mengurangi kadar air pada media agar bibit tetap dalam kondisi baik
Ruang semai	1	Tempat khusus di dalam blok seedling untuk melakukan penyemaian benih tanaman
Mobil Operasional		
- Minibus	2	Sebagai mobil dinas untuk keperluan staf
- Mobil box	2	Untuk mengantarkan pesanan dalam jumlah banyak atau pesanan jarak jauh
- Mobil <i>pickup</i>	1	Untuk mengantarkan pesanan dalam jarak dekat
Ruang pompa	1	Untuk pengendalian air

F. Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan

Struktur organisasi perusahaan dibentuk agar pemberian tugas, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing individu maupun kelompok di dalam perusahaan tidak terlibat secara langsung dalam perusahaan dapat ditentukan secara jelas. Struktur organisasi di PT. Bina Usaha Flora dipimpin oleh Dewan Direksi. Dewan Direksi sebagai pendiri perusahaan tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional perusahaan, tetapi bertugas mengawasi berjalannya kegiatan perusahaan melalui *General Manager*. *General Manager* (GM) sebagai pimpinan perusahaan terlibat langsung dalam kegiatan operasional perusahaan dan bertanggungjawab secara langsung kepada Dewan Direksi. Dewan Direksi dan GM melakukan rapat secara berkala untuk menentukan kebijakan dan rencana perusahaan dalam perkembangan perusahaan dan pemecahan masalah yang terjadi di perusahaan. Struktur Organisasi Perusahaan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1.

Pekerjaan di lahan dilakukan Senin hingga Sabtu mulai pukul 07.00-15.30 WIB. Jam kerja karyawan pada hari Kamis tetap mulai pukul 07.00-15.30 WIB, tetapi pekerjaan sesuai *job dese* dilakukan hanya sampai pukul 15.30 karena 30 menit setelahnya terdapat forum rutin bagi seluruh karyawan. Karyawan dapat mengerjakan beberapa jenis pekerjaan dalam satu hari, sebagai contoh setelah mengerjakan penanaman, dilanjutkan dengan pemeliharaan tanaman, dan atau kegiatan lainnya. Karyawan memiliki dua waktu istirahat, yaitu istirahat pertama pada pukul 08.30-09.00 WIB dan istirahat kedua pada pukul 12.00-13.00 WIB. Waktu istirahat kedua berbeda untuk hari Jumat, yaitu pukul 11.00-13.00 WIB.

Perusahaan tetap melayani konsumen pada hari Minggu dengan menerapkan sistem piket dengan jam kerja seperti hari biasa. Sistem piket diterapkan dengan menentukan satu orang karyawan pada setiap blok. PT. BUF memiliki 8 blok

penanaman, berarti dalam satu kali piket terdapat 8 orang karyawan yang bertugas dan 1 orang staf sebagai pengawas. Penentuan piket karyawan dilakukan dengan sistem gilir.

Tabel 2. Rincian tenaga kerja di PT. Bina Usaha Flora

Jabatan	Jumlah	Rincian Tugas
General Manager	1	Melakukan pengawasan terhadap staf dan karyawan
Supervisor	4	Mengatur, melakukan pengawasan, dan evaluasi <i>job desk</i> karyawan
Staf	4	Mengurus masalah administrasi kantor dan membantu pekerjaan supervisor
Karyawan Divisi Media	4	Melakukan pembuatan media, mengemas media ke <i>polybag</i> /pot, dan mendistribusikan media ke lahan produksi
Karyawan Divisi Produksi	15	Melakukan semua urusan produksi mulai dari penanaman, pemeliharaan hingga pascapanen
Karyawan Divisi Pembibitan	5	Melakukan pengisian media semai ke <i>tray</i> semai penyemaian benih tanaman, pemeliharaan semaian hingga pascapanen bibit tanaman
Karyawan Dapur	1	Menyiapkan makanan bagi karyawan
Sopir	3	Melakukan pengantaran produk
Karyawan Divisi Umum	4	Melakukan kegiatan pemeliharaan kebun seperti pengendalian gulma dan sanitasi lahan
Satpam	3	Menjaga keamanan area lahan

PT Bina Usaha Flora memiliki total karyawan sebanyak 44 orang yang dibawah langsung oleh Ibu Ida Widaningsih selaku GM.

8. Lokasi dan Waktu Internship

a. Tempat/lokasi internship	PT BINA USAHA FLORA, KECAMATAN SUKARESMI, KABUPATEN CIANJUR, PROVINSI JAWA BARAT. https://goo.gl/maps/dTt6mkjohFBHLV6R6
b. Waktu internship	25 Maret – 25 Juni 2021

9. Data apa saja yang anda butuhkan untuk memperoleh / mencapai tujuan anda

dalam internship ?

1. Sejarah dan perkembangan perusahaan
2. Kondisi perekonomian seperti harga, sumber modal, penjualan, penerimaan
3. Politik dan hukum, serta sosial dan budaya
4. Produksi
5. Data konsumen
6. Demografi
7. Perkembangan teknologi
8. Lingkungan persaingan perusahaan
9. SDM Perusahaan
10. Jenis tanaman hias
11. Harga kompetitor
12. Kegiatan promosi

10. Cara apa yang anda akan gunakan untuk memperoleh data yang anda butuhkan?

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Data Primer

- Wawancara, dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dibuat secara lisan kepada narasumber.
- Observasi, dilakukan dengan mengamati secara langsung seluruh aktivitas perusahaan yang terkait dengan penelitian.
- Kuisioner, dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang ditujukan kepada responden.

Data Sekunder

Bersumber dari data laporan internal perusahaan, surat kabar, buku teks, Badan Pusat Statistik, dan data-data lainnya dari beberapa instansi terkait seperti Direktorat Pengembangan dan Pemasaran Hasil Pertanian, serta Departemen Pertanian.

11. Bentuk kontribusi apa yang akan dapat anda berikan dari kegiatan internship?

- Artikel populer
- Laporan praktek baik ✓
- Laporan metode baru
- Laporan Analisa praktis

HASIL DAN PEMBAHASAN

12. Uraikan hasil (temuan) yang diperoleh terkait dengan masalah, komoditi, konsentrasi, model bisnis dan informasi tentang industri yang diangkat pada proposal. Kemudian dilengkapi dengan pembahasan pada masing-masing temuan tersebut dengan tetap mengacu dan menggunakan pertimbangan referensi/teori dasar terkait komoditi, konsentrasi, model bisnis dan informasi tentang industri yang akan anda hadapi dalam INTERNSHIP pilih !

Keadaan Tanaman dan Produksi

Tanaman hias yang dibudidayakan oleh PT BUF adalah Marigold, Bunga Matahari, Celosia, Vinca, Petunia, Gloxinia, Pansy, Viola, Torenia, dan masih banyak lagi. Benih tanaman diimpor langsung maupun tidak langsung dari luar negeri, terutama dari Pan America World Seed (Amerika), Belanda, Jepang, dan Jerman.

Penjualan dan produksi seluruh tanaman dicatat dengan baik secara manual maupun dengan sistem. Produksi tanaman disesuaikan dengan rencana produksi (*forecast*) yang telah dibuat oleh Tim Produksi. Rata-rata produksi tanaman di PT. BUF adalah 5.000 tanaman pot dan 10.000 *polybag* tanaman hamparan. Penjualan tertinggi perusahaan terjadi pada akhir tahun karena ada *event* tertentu seperti saat Hari Raya Idul Fitri, Tahun baru Imlek, Natal, dan Tahun Baru Masehi. Konsumen pada hari-hari besar tersebut membeli produk dalam jumlah besar.

Manajemen Pemasaran

Fungsi-Fungsi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen adalah elemen-elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan.

Adapun bagian-bagian dalam manajemen tersebut lebih dikenal dengan (POAC) Perencanaan (*planning*), Pengorganisasian (*organizing*), Penggerakan (*actuating*), Pengawasan (*controlling*) yang diterapkan di PT. Bina Usaha Flora adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah kegiatan memilih dan menghubungkan fakta-fakta dan

membuat, serta menggunakan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dalam hal memvisualisasikan serta merumuskan aktifitas-aktifitas yang diusulkan yang dianggap perlu untuk mencapai hasil-hasil yang diinginkan.

Setiap tahapan dalam proses budidaya dan pemasaran tanaman hias selalu dilakukan perencanaan oleh staf yang bertanggungjawab pada setiap blok yang ditetapkan yaitu dimulai dari persiapan media tanam, pembibitan, penanaman atau pindah tanam, perawatan hingga ke pemasaran dan penjualan tanaman hias ke konsumen. Media tanam yang disediakan sesuai dengan target produksi yang ditetapkan oleh bagian produksi dan pemasaran.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

General Manager (GM) sebagai pimpinan perusahaan terlibat langsung dalam kegiatan operasional perusahaan dan bertanggungjawab secara langsung kepada Dewan Direksi. Setiap karyawan sudah memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing sesuai dengan blok yang menjadi tempat karyawan bekerja.

Produksi tanaman hias dilakukan berdasarkan jumlah pesanan dari pelanggan tiap minggunya dan juga target yang ditentukan oleh bagian pemasaran. Setiap blok di PT BUF telah memiliki daftar pekerjaan dan target yang dilakukan setiap harinya sesuai dengan arahan supervisor.

3. Penggerakan (*Actuating*)

Tahapan kegiatan yang dilakukan di PT Bina Usaha Flora (BUF) adalah sebagai berikut.

a. Persiapan Media

Kegiatan yang dilakukan adalah mempersiapkan media tanam yaitu tanah, sekam bakar, cocopeat, dan pupuk kandang dengan perbandingan masing-masing yaitu 1:1. Media yang telah dicampurkan akan diisi ke polybag dan juga ke pot kemudian didistribusikan ke setiap blok. Biasanya media tanam dalam polybag didistribusikan ke lahan 2 dan selebihnya ke blok di lahan 1.

b. Pembibitan

Di bagian pembibitan dilakukan penyemaian tanaman hias, terdapat dua bagian yaitu pembibitan secara generatif atau melalui biji dan pembibitan

secara vegetatif yaitu dengan cara stek daun dan stek batang. Penyemaian biji tanaman hias dilakukan di tray. Staf di bagian pembibitan memastikan stok tanaman yang diperlukan selalu tersedia dan dapat memenuhi kebutuhan.

Bibit yang ada di bagian ini akan didistribusikan ke bagian penanaman dan juga akan didistribusikan ke pelanggan yang menginginkan bibit langsung.

c. Penanaman

Bibit tanaman hias akan dipindahkan ke pot dan juga ke polybag.

Karyawan di bagian ini juga harus memastikan tanaman tumbuh dan stok selalu tersedia.

d. Perawatan

Untuk perawatan tanaman hias setiap hari rabu dan sabtu dilakukan pemberian pupuk dan penyemprotan pestisida terutama untuk tanaman hias yang ada di lapangan terbuka seperti Marigold, Salvia, dan Celosia.

Penyiraman dilakukan setiap pagi dan sore. Setiap hari jumat seluruh karyawan akan melakukan kebersihan untuk masing-masing blok.

e. Pemasaran

Bagian pemasaran mengambil peranan penting dalam terjualnya tanaman hias. Staf pemasaran akan menentukan target yang akan dicapai dalam satu minggu dan penjualan yang sudah pasti dalam satu minggu itu juga.

Untuk pengiriman tanaman hias seperti ke Bandung dan daerah sekitar lokasi perusahaan, bagian pemasaran harus memastikan tanaman sampai dengan selamat.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Supervisor melakukan pengawasan terhadap kerja staf dan karyawan.

Setiap minggu dilakukan rapat untuk melihat kinerja dari masing-masing karyawan di setiap blok.

Evaluasi dilakukan setiap bulan, dilihat dari jumlah tanaman hias yang terjual, jumlah yang terbuang karena mati, dan jumlah tanaman yang tersedia.

Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah serangkaian alat-alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran yang meliputi item alat pemasaran yaitu : *Product, Price, Promotion, Place*. Item bauran pemasaran pada usaha PT Bina Usaha Flora adalah sebagai berikut.

1. *Product/Produk*

Jenis tanaman hias yang diproduksi oleh PT BUF yaitu bibit siap tanam dalam tray (*plugs*), setek (*vegetative cutting liners*), tanaman hamparan (*bedding plants*), dan tanaman pot dengan jumlah tanaman lebih dari 100 jenis tanaman.

2. *Price/Harga*

Harga tanaman hias di PT Bina Usaha Flora termasuk tinggi dibandingkan harga petani tanaman hias di sekitar perusahaan. Walaupun demikian, harga yang ditawarkan tidak terlalu jauh dengan harga kompetitor. Harga yang tinggi di perusahaan ini disebabkan oleh tingginya biaya produksi, akan tetapi kualitas nya pasti lebih baik juga.

3. *Promotion/Promosi*

Bagian pemasaran di PT Bina Usaha Flora sekarang ini lebih fokus untuk mempertahankan pelanggan lama yang memesan tanaman hias dalam jumlah yang besar. Namun tetap dilakukan promosi untuk memperkenalkan produk yang ada di perusahaan tersebut.

Untuk mempromosikan tanaman hias yang ada di PT Bina Usaha Flora dilakukan melalui mulut ke mulut biasanya dari penduduk sekitar dan pembeli yang datang langsung ke tempat, melalui pameran, dan juga melalui sosial media seperti instagram dan facebook. Akan tetapi sejak pandemi pameran tanaman hias sudah tidak pernah diikuti lagi sehingga promosinya melalui cara tradisional yaitu dari mulut ke mulut dan juga dari sosial media.

4. *Place/Tempat*

Lokasi PT Bina Usaha Flora berada di tempat yang sangat cocok untuk budidaya tanaman termasuk tanaman hias. Lokasi perusahaan tersebut cukup strategis dan mudah dijangkau karena dekat dengan pemukiman warga.

Untuk pendistribusian dari perusahaan ke konsumen ada transportasi

khusus pengantaran dalam jumlah besar seperti pengiriman ke Bandung, ke Bogor, dan lokasi-lokasi di sekitar perusahaan. Selain itu, konsumen datang langsung ke tempat dan mengangkut dengan kendaraan pribadi.

Analisis SWOT

1. Tahapan Penentuan S,W,O, dan T.

Faktor Internal

1) Strengths

a. Usaha sudah berdiri lama dan berpengalaman.

Perusahaan sudah berdiri sejak tahun 1995 dan sudah berpengalaman dalam hal budidaya dan pemasaran tanaman hias.

b. Produk tanaman hias yang selalu tersedia

Produksi tanaman hias di PT BUF dilakukan setiap hari sesuai dengan target yang ditetapkan oleh bagian produksi sehingga tanaman hias selalu tersedia untuk pelanggan.

c. *Layout* atau tata letak perusahaan sudah tertata rapi

Jika dibandingkan dengan perusahaan kompetitor disekitar PT BUF merupakan salah satu perusahaan tanaman hias terbesar. Tata letak di perusahaan ini sudah tertata dengan rapi sesuai dengan jenis tanaman hias dan kegiatan yang dilakukan mulai dari penyediaan media tanam, penanaman, perawatan hingga penjualan tanaman hias. Hal ini tentu memudahkan pelanggan yang datang untuk berkunjung.

d. Benih F1 impor

Benih tanaman hias di PT BUF merupakan benih impor dimana kualitas dari tanaman hias tersebut sudah tidak diragukan lagi. Beberapa jenis tanaman hias juga jarang ditemui di sekitar wilayah tersebut.

e. Kualitas Layanan

Pelayanan di PT BUF termasuk pelayanan yang baik dimana karyawan di perusahaan ditugaskan untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan terutama pelanggan yang datang ke tempat. Perusahaan juga menerima segala kritik dan masukan dari pelanggan.

2) Weakness

a. Harga termasuk tinggi dibandingkan harga pasar

Jika dibandingkan dengan perusahaan kompetitor di sekitar PT BUF, harga tanaman hias di perusahaan ini termasuk tinggi. Hal itu disebabkan oleh biaya yang lebih besar dikeluarkan untuk perawatan tanaman hias.

b. Hama yang menyerang tanaman hamparan

Untuk tanaman hamparan seperti Marigold, Celosia, dan Bunga Matahari lebih rentan terkena hama karena berada di ruangan terbuka.

c. Tanaman yang sudah tua akan terbuang

Produk tanaman hias di PT BUF sebagian besar adalah tanaman semusim, dimana setelah berbunga tanaman akan menua dan mati. Untuk tanaman yang tidak diambil pelanggan tentu akan segera menua dan mati. Selain itu ketika penjualan tidak sesuai target maka tanaman hias tentu akan terbuang.

Faktor Eksternal

1) Opportunities

a. Memperluas pasar secara geografis

Cakupan pasar dari produk tanaman hias di PT.BUF kebanyakan masih di wilayah Jawa Barat dan Jakarta. Untuk wilayah lain diluar itu menjadi peluang yang bagus untuk jangkauan pasar tanaman hias yang lebih luas.

b. Konsumen baru

Mencari konsumen baru merupakan hal yang cukup baik dan bisa dilakukan untuk memperluas cakupan penjualan tanaman hias di PT BUF.

c. Mempertahankan konsumen lama

Selain menemukan konsumen baru, mempertahankan konsumen lama juga merupakan hal yang sangat berpotensi untuk kelangsungan perusahaan.

2) Threats

a. Lokasi PT BUF berdekatan dengan petani tanaman hias

Hal tersebut menjadi ancaman karena harga yang ditawarkan petani tentu akan lebih murah dibandingkan dengan perusahaan. Untuk beberapa konsumen, harga menjadi hal penentu utama untuk keputusan

pembelian disamping kualitas produk yang ditawarkan.

b. Pesaing dalam daerah

Selain petani tanaman hias, perusahaan kompetitor di dalam daerah menjadi ancaman untuk PT BUF.

Strategi SWOT

	Strengths (S)	Weakness (W)
	Perusahaan sudah berdiri lama dan berpengalaman Layout perusahaan sudah tertata Import benih F1 Produk tanaman hias yang selalu tersedia Pelayanan yang berkualitas Adanya konsumen tetap	Harga lebih tinggi dibandingkan harga pasar Tanaman hias marigold mudah terkena hama
Oppurtunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
Memperluas pasar secara geografis Konsumen baru Mempertahankan konsumen lama	Memperkenalkan produk tanaman hias perusahaan melalui media online, terutama untuk wilayah yang berada di wilayah luar Jawa Memberikan bonus atau potongan harga terhadap <i>loyal customer</i> untuk tetap melakukan pembelian di PT. BUF	Memperluas pasar dengan harapan menemukan konsumen yang sesuai target yaitu yang lebih mengutamakan kualitas dibandingkan harga
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
Lokasi usaha yang berdekatan dengan petani tanaman hias Pesaing dari dalam daerah	Meningkatkan kualitas layanan terhadap konsumen Mempertahankan konsumen tetap dengan terus melakukan komunikasi sebelum atau setelah transaksi dilakukan	Melakukan kerjasama dengan petani tanaman hias

PENUTUP

Kesimpulan

1. Seluruh kegiatan di PT Bina Usaha Flora dilakukan sesuai dengan manajemen pemasaran yaitu yang meliputi fungsi pemasaran yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan serta bauran pemasaran yang terdiri dari produk (*product*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), dan harga (*price*).
2. Produksi tanaman hias di PT Bina Usaha Flora sudah terstruktur mulai dari proses penyemaian, penanaman, perawatan, pengemasan, hingga pengiriman tanaman hias.
3. Salah satu keunggulan dari PT Bina Usaha Flora dibandingkan perusahaan sejenis di sekitar lokasi usaha ataupun petani tanaman hias adalah perusahaan yang sudah berdiri lama sehingga banyak orang yang sudah mengenal perusahaan ini. Selain itu tata letak perusahaan ini sudah tertata rapi, benih tanaman hias pun diimpor, serta pelayanannya yang cukup baik terhadap pelanggan.

Saran

PT Bina Usaha Flora memiliki potensi untuk memperluas jangkauan pasar, terutama untuk daerah di pulau Jawa karena produk tanaman hias di perusahaan merupakan produk yang berkualitas. Selain itu untuk mencegah banyaknya produk tanaman hias, menurut saya perlu dilakukan promosi yang rutin baik secara langsung maupun tidak langsung.