

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia disebut sebagai negara agraris karena sebagian besar wilayahnya mempunyai tanah yang subur dan suhu udara yang sesuai untuk setiap pengembangan pertanian. Sektor pertanian memiliki beberapa subsektor diantaranya adalah hortikultura. Subsektor hortikultura di Indonesia terbagi atas buah-buahan, sayur-sayuran, tanaman obat dan tanaman hias (Marbun & Nasution, 2019).

Tanaman hias merupakan bagian dari tanaman hortikultura yang dimanfaatkan untuk menciptakan keindahan, keasrian dan kenyamanan di dalam ruangan tertutup ataupun terbuka. Keindahan tanaman hias memiliki ciri khas yang terletak pada beberapa bagian tumbuhan seperti bunga, daun, buah, batang maupun akar baik yang dilihat dari fisik, bentuk dan aromanya (Maharani et al., 2022). Tanaman hias adalah komoditas hortikultura yang memiliki nilai jual tinggi untuk diperdagangkan dalam negeri atau luar negeri.

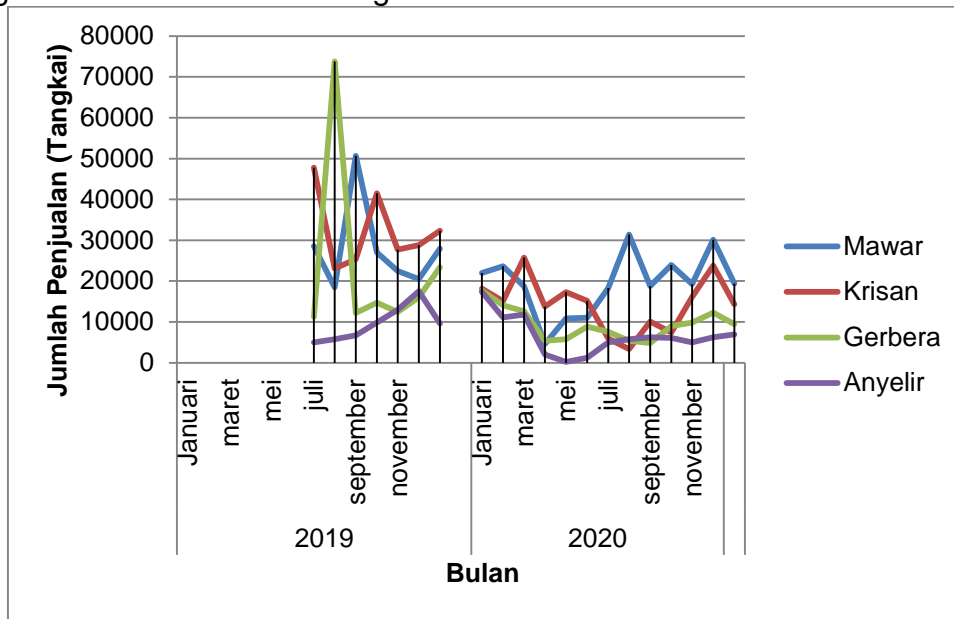
Sejalan dengan perkembangan tanaman hias saat sekarang, bunga potong merupakan tanaman hias yang dapat dijadikan sebagai bisnis usaha yang menjanjikan. Bunga potong adalah satuan bunga yang dipotong dari tanaman induknya untuk dimanfaatkan sebagai bahan membuat rangkaian bunga, pelengkap ritual kematian, hiasan pernikahan ataupun sebagai dekorasi dalam restoran, kantor, dan hotel (Pradhika et al., 2018). Biasanya bunga potong yang banyak mendatangkan ekonomi yang tinggi bagi para petani adalah jenis bunga potong mawar, krisan, anggrek, gerbera, dan sedap malam (Ridhawardani et al., 2017).

Di wilayah Indonesia terdapat daerah yang sebagian penduduknya bekerja sebagai petani, salah satunya yaitu Provinsi Sumatera Utara, Kabupaten Karo. Daerah tersebut merupakan penghasil tanaman hortikultura yang berkualitas, seperti tanaman hias bunga potong, sayur-sayuran, buah-buahan, dan juga tanaman obat. Permintaan akan tanaman bunga potong di Kabupaten Karo atau luar daerah kian meningkat seiring dengan perubahan gaya masyarakat yang menggunakan bunga potong sebagai hiasan acara pernikahan, persembahan, hari valentine, ritual keagamaan, dekorasi dan lain sebagainya. Seiring meningkatnya permintaan bunga potong, juga terjadinya kendala yang dihadapi pada bagian pemasaran, karena munculnya pesaing- pesaing baru yang lebih kompeten. Maka dari itu, perlunya perbaikan pada pemasaran bunga potong dengan membuat strategi baru.

Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan pada suatu bisnis untuk mencapai target penjualan, dan target pasar pada produk yang dimiliki dengan membuat taktik strategi pemasaran untuk mendapatkan keuntungan dan penjualan yang tinggi (Fawzi et al., 2022). Penetapan strategi pemasaran yang benar akan membentuk perusahaan dalam mencapai tujuan yang maksimal. Untuk menetapkan strategi pemasaran, hal yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal agar mendapatkan strategi pemasaran yang cocok. Dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal analisis SWOT yang secara sistematis dapat menghasilkan strategi. Analisis SWOT adalah rangkaian yang digunakan untuk menentukan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

Berdasarkan penjelasan terkait strategi pemasaran, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran di Kabupaten Karo pada usaha Ratu Bunga Farm. Ratu Bunga Farm adalah perusahaan yang membudidayakan bunga potong dengan kualitas terbaik. Bunga potong yang dimiliki oleh Ratu Bunga Farm yaitu, krisan, anyelir,

gerbera, mawar, sedap malam dan juga Ratu Bunga Bunga Farm dikategorikan sebagai penghasil warna bunga potong yang lengkap. Adapun permasalahan yang dialami oleh usaha ini ialah terjadinya fluktuasi penjualan yang diakibatkan karena pangsa pasar yang tidak berkembang, tidak menerapkan strategi penjualan yang baik, kegiatan promosi yang monoton serta tidak adanya inovasi penjualan yang lebih maju. Dari permasalahan tersebut sehingga mengakibatkan fluktuasi penjualan bunga potong dan menurunnya omset yang dihasilkan oleh Ratu Bunga Farm.



Gambar 1. Data penjualan tanaman hias bunga potong di Ratu Bunga Farm

Sumber : Data Primer Perusahaan (Ratu Bunga Farm)

Satuan : Tangkai

Berdasarkan gambar grafik di atas, menunjukkan bahwa memang benar di Ratu Bunga Farm terjadinya fluktuasi penjualan bunga potong. Hal ini menjadi sebuah masalah bagi Ratu Bunga Farm. Maka dari itu, dilakukannya perubahan strategi pemasaran Ratu Bunga Farm agar penjualan yang dihasilkan terus meningkat dan tidak terjadinya fluktuasi. Untuk melakukan pembaharuan tersebut, hal yang harus dilakukan adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pada Ratu Bunga Farm dengan menggunakan bauran pemasaran yaitu 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*). Berdasarkan hasilnya nanti akan dilakukan analisis menggunakan SWOT yang terbagi atas IFE, EFE, IE serta analisis QSPM untuk mendapatkan strategi pada usaha tersebut.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Ratu Bunga Farm memiliki jenis bunga potong unggulan yang dibudidayakan dengan sistem stek tunas, diantaranya adalah krisan, mawar, gerbera, dan anyelir. Ratu bunga farm melakukan penjualan langsung pada pedagang besar sekitaran Sumatera Utara baik di Kabupaten Karo maupun diluar kabupaten karo. Jumlah *customer* Ratu Bunga Farm adalah 50 orang yang terbagi atas 21 orang pengepul, 18 orang *florist*, dan 11 orang *wedding organizer* (wo). Setiap pengambilan bunga potong pedagang besar mengambil 10 ikat lebih dalam setiap harinya. Ratu Bunga Farm memproduksi ke 4 tanaman hias bunga potong dalam tiap bulannya. Total luas lahan yang dimiliki Ratu Bunga Farm sebesar 30.000 m² Tanaman Mawar mempunyai luas lahan sebesar 10.000 m² dengan produksi sebanyak 329.700 tangkai dalam per tahunnya. Luas lahan tanaman Krisan sebesar 9.000 m² dengan produksi sebanyak 933.600 m² tangkai per tahunnya. Tanaman bunga Gerbera memiliki luas lahan 3.000 m² dengan produksi sebanyak 144.000 tangkai per tahunnya. Tanaman bunga Anyelir memiliki luas lahan sebesar 1.400 m² dengan produksi sebanyak 840.000 tangkai per tahunnya.

Tabel 1. Produksi dan luas lahan tanaman bunga potong Ratu Bunga Farm tahun 2022

No	Jenis tanaman	Produksi (tangkai)	Luas lahan (m ²)
1	Mawar	435.360	10.000 m ²
2	Krisan	669.444	9.000 m ²
3	Gerbera	63.360	3.000 m ²
4	Anyelir	840.000	1.400 m ²

Sumber : Data primer Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara dan data yang didapat adapun permasalahan yang terjadi pada usaha Ratu Bunga Farm adalah terjadinya fluktuasi penjualan yang diakibatkan karena pangsa pasar yang tidak mengalami perkembangan, tidak menerapkan strategi penjualan yang baik, kegiatan promosi yang monoton serta tidak melakukan inovasi penjualan yang lebih maju. Hal ini tentunya sangat berdampak negatif pada keberlangsungan usaha Ratu Bunga Farm. Maka dari itu, perlunya perbaikan pada bagian strategi pemasaran di Ratu Bunga Farm dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan bauran pemasaran yaitu 4P (*Product, Price, Place* dan *Promotion*) untuk mencari permasalahan yang ada.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dilakukan identifikasi faktor internal dan eksternal di Ratu Bunga Farm, yang kemudian akan dianalisis menggunakan analisis IFE, EFE, IE serta analisis QSPM (Yulianti, 2014).

Berdasarkan kondisi tersebut maka rumusan masalah ini meliputi :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh Ratu Bunga Farm menggunakan analisis IFE dan EFE ?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang diterapkan Ratu Bunga Farm yang ditinjau dengan menggunakan analisis QSPM ?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berikut dibawah ini tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas :

- a. Mengetahui faktor internal dan eksternal yang dihadapi pada Ratu Bunga Farm dengan menggunakan analisis IFE EFE .
- b. Menetapkan alternatif strategi pemasaran yang nanti akan digunakan Ratu Bunga Farm dengan menggunakan analisis IE dan QSPM.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Berdasarkan tujuan penelitian di atas adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengalaman dalam melakukan penelitian tentang cara membuat sebuah strategi pemasaran dengan menggunakan beberapa alat analisis.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai acuan pada Ratu Bunga Farm untuk meningkatkan penjualan dan lebih banyak dikenal oleh masyarakat dengan adanya strategi pemasaran saat ini.

- c. Bagi Akademi

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Agribisnis Hortikultura khususnya di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.