

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

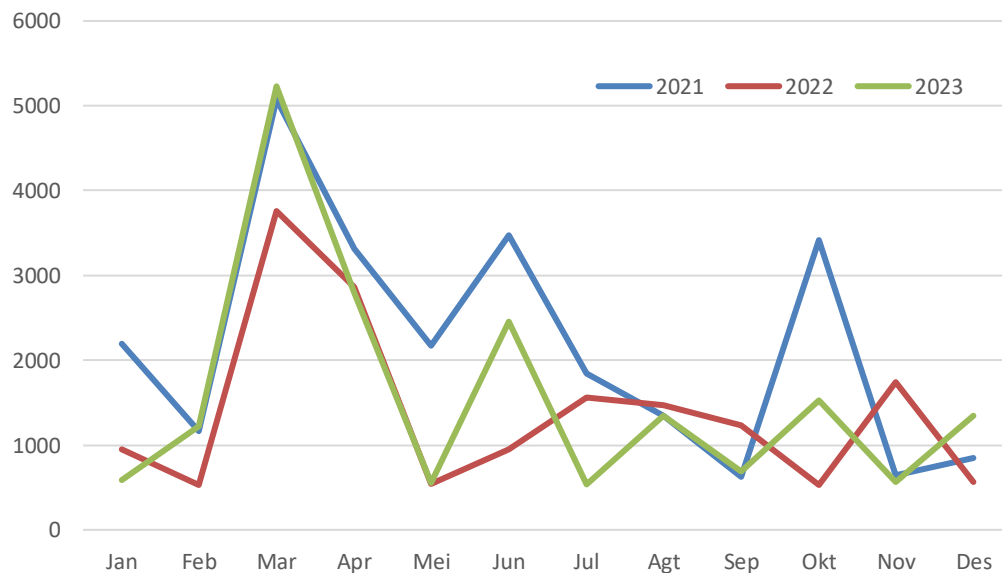
Tanaman hias adalah salah satu jenis tanaman hortikultura yang sangat menguntungkan, karena mempunyai nilai ekonomis relatif tinggi apabila diusahakan secara intensif dan komersial. Tanaman hias mencakup semua jenis tumbuhan baik berbentuk seperti tumbuhan berkayu dan paku-pakuan, merambat, semak, perdu atau pohon yang tidak lebih dari enam meter tinggi ataupun pohon yang ditanam secara sengaja di taman, kebun rumah, penghias rumah, penghias ruangan, upacara atau sebagai karangan bunga. Petani tanaman hias dan pedagang tanaman hias dapat memperoleh pendapatan dari bunga potong, selain menambah lapangan kerja tanaman hias juga menghasilkan kesegaran, kenyamanan, kesejukan, keindahan, dan kesehatan lingkungan. Tanaman hias tidak hanya memiliki nilai estetika pada tajuk mereka, tetapi juga pada bentuk, warna bunga kerangka mereka. Selain itu tanaman berfungsi sebagai sumber oksigen yang diperlukan oleh makhluk hidup untuk bertahan hidup (Sari, 2022).

Salah satu pendorong industri tanaman hias yang sekarang digunakan tidak hanya sebagai hobi tetapi juga sebagai bisnis merupakan salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini membuat bisnis tanaman hias memiliki potensi untuk meningkatkan sektor manufaktur dan jasa negara. Banyak orang menghasilkan uang dengan menanam tanaman hias yang disebabkan oleh permintaan yang tinggi dan potensi industri tanaman hias (Hasibuan, 2023).

Agribisnis tanaman hias sedang berkembang dan merupakan salah satu bidang pertanian yang dapat diandalkan di masa mendatang. Sangat penting untuk memiliki sistem agribisnis yang baik dengan melibatkan semua pihak yang terlibat, mulai dari petani hingga lembaga pemasaran akhir. Agribisnis hulu membutuhkan keterkaitan dan saling ketergantungan untuk pengolahan hasil pemasaran, dan fungsi fasilitas lainnya. Kebutuhan akan tanaman hias, termasuk bunga matahari, terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan penduduk, peningkatan pendapatan, dan perbaikan taraf hidup masyarakat semuanya seiring dengan dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap tanaman hias (Annisa Fadila et al., 2023).

PT Bina Usaha Flora merupakan perusahaan swasta yang bergerak dibidang pertanian yang terletak di Kp. Pataruman, Kawungluwuk, Kec. Sukaresmi, Kab. Cianjur, Jawa Barat yang membudidayakan banyak varietas tanaman hias semusim dan sayuran, serta berbagai tanaman hias tahunan yang berkelanjutan guna memenuhi permintaan pelanggan di seluruh negeri. Adapun jenis tanaman hias yang diproduksi oleh PT Bina Usaha Flora (BUF) yaitu bibit berkualitas tinggi dalam bentuk *plugs*, *vegetative cutting liners*, *bedding plants*, dan *pot plants*.

Bunga matahari (*Helianthus annuus L.*) merupakan tanaman hias semusim dari keluarga *Asteraceae* yang banyak diminati oleh *florist* untuk keperluan dekorasi, dan bunga potong. Tanaman ini juga menjadi salah satu produk andalan di PT BUF, namun penjualannya sering mengalami naik turun sehingga belum menunjukkan kestabilan penjualan.



Gambar 1.1 Penjualan bunga matahari di PT BUF

Dari grafik Gambar 1.1 dapat disimpulkan bahwa tren penjualan menunjukkan dua pola utama. Pertama, terjadi penurunan signifikan dari tahun 2021 ke 2022, di mana hampir setiap bulan penjualan 2022 lebih rendah dibandingkan tahun 2021. Kedua, pada tahun 2023 terjadi fluktuasi dengan peningkatan penjualan di beberapa bulan seperti Maret dan Juni dibandingkan tahun 2022, namun kenaikan tersebut tidak berlangsung secara konsisten di semua bulan secara keseluruhan dan tren penjualan cenderung mengalami penurunan.

Berdasarkan data penjualan di atas, diperlukan strategi pemasaran yang tepat untuk mengatasi naik turunnya penjualan. Perusahaan perlu melakukan analisis mendalam terhadap preferensi konsumen untuk memahami kebutuhan mereka terkait atribut bauran pemasaran, seperti produk dan harga, serta mengidentifikasi segmentasi pasar guna menentukan target konsumen berdasarkan karakteristik spesifik yang dibutuhkan. Dengan memahami hal tersebut, perusahaan dapat memperbaiki aspek yang dapat menunjang peningkatan penjualan bunga matahari.

Penjualan tanaman hias matahari di PT BUF dilakukan dengan skema bisnis ke bisnis (B2B), di mana penjualan tanaman hias bunga matahari dilakukan ke *florist* dan *landscape*. Pembeli tanaman hias bunga matahari di

PT BUF biasanya berasal dari berbagai wilayah di Jawa Barat dan pedagang tanaman hias yang lokasinya tidak jauh dari PT BUF.

Perusahaan memerlukan strategi pemasaran yang tepat untuk memasarkan produknya. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah bauran pemasaran, yang terdiri dari variabel seperti produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan tempat (*place*). Untuk meningkatkan daya saing produk di pasar, konsep 4P banyak digunakan dalam pemasaran. Implementasi strategi 4P dalam pemasaran produk hortikultura dapat menjadi komponen utama yang mempengaruhi kinerja penjualan dan meningkatkan daya tarik produk. Penggunaan *marketplace* dan taktik promosi media sosial juga menjadi alat penting dalam memperluas pasar (Salsabilla & Nurhayati, 2024).

1.1 Rumusan Masalah

Salah satu permasalahan pada produk tanaman hias bunga matahari adalah penjualan yang mengalami penurunan dan tidak memenuhi target perusahaan, sehingga terjadi sisa produk berlebihan dan mengakibatkan kerugian pada perusahaan. Oleh karena itu dalam memasarkan tanaman hias bunga matahari, PT BUF memerlukan strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran yang tepat diperlukan untuk memasarkan tanaman hias yang dimiliki perusahaan. Salah satunya ini adalah penggunaan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Berbagai variabel yang termasuk dalam bauran pemasaran adalah produk, harga, promosi dan lokasi. Variabel-variabel ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen, baik yang potensial maupun yang sudah ada, untuk membeli produk bunga matahari yang ditawarkan oleh perusahaan. Penggunaan bauran pemasaran diharapkan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan penjualan tanaman hias matahari. Segmentasi pasar juga diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar penjualan tanaman hias bunga matahari PT BUF agar penjualan dapat meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dinyatakan masalah yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana preferensi pelanggan terhadap keputusan pembelian bunga matahari?
- b. Bagaimana bauran pemasaran dalam membantu menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan bunga matahari di PT BUF?

1.2 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jelaskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui preferensi pelanggan dalam membeli bunga matahari untuk meningkatkan penjualan bunga matahari di PT BUF.
- b. Mengetahui bauran pemasaran yang diperlukan untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan bunga matahari di PT BUF.

1.3 Kontribusi/ Manfaat Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan yang telah dijelaskan, penulis menyajikan manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan
Perumusan strategi pemasaran berdasarkan preferensi pelanggan untuk membantu permasalahan penjualan yang dihadapi PT BUF pada produk tanaman hias bunga matahari.
- b. Bagi Penulis
 - Hasil penulisan Tugas Akhir ini akan digunakan sebagai pemenuhan syarat kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Agribisnis Hortikultura di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
 - Implementasi ilmu pengetahuan tentang strategi pemasaran hortikultura.