

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian memegang peranan yang sangat penting dalam pembangunan perekonomian Indonesia karena merupakan salah satu sumber utama devisa negara (Kusumaningrum, 2019). Dalam sektor pertanian beberapa subsector yang memiliki, yang meliputi sektor tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan, jasa pertanian, dan hortikultura. Subsector hortikultura di Indonesia terbagi menjadi beberapa bidang yaitu buah-buahan, sayuran, tanaman obat dan tanaman hias (Marbun & Nasution, 2019). Indonesia juga termasuk ke dalam kategori negara tropis, hal ini membantu dalam memberikan keuntungan bagi kegiatan budidaya tanaman musiman dan tahunan (Narulita et al., 2014). Salah satunya adalah merupakan tanaman hias, mulai dari tanaman hias bunga, batang, daun, hingga tanaman hias akar (Mutakabbir & Duakaju, 2019).

Tanaman hias merupakan bagian tanaman taman yang banyak dimanfaatkan untuk menciptakan keindahan dan kenyamanan pada ruang tertutup maupun terbuka. Keindahan tanaman hias tergantung pada tubuh, bentuk, bau dan ciri-ciri bagian tanaman lainnya. (Maharani et al., 2022). Tanaman hias mempunyai kemampuan untuk berkembang, salah satunya adalah tanaman anggrek *Dendrobium*. Anggrek *Dendrobium* merupakan tanaman hias di Indonesia yang mudah ditanam. Separuh dari spesies anggrek *Dendrobium* terdapat di Papua, Kalimantan, dan tersebar di pulau-pulau lain di Indonesia. Terdapat sekitar 25.000 hingga 30.000 spesies anggrek (Orchidaceae), yang mencakup 10% tanaman berbunga dunia. (Sabran et al., 2003).

Tanaman anggrek *Dendrobium* merupakan salah satu tanaman hias terbaik, dan bunga anggrek *Dendrobium* mempunyai banyak manfaat, salah satunya adalah memberikan hasil finansial yang besar bagi para petani anggrek *Dendrobium*.

(Ridhawardani et al., 2017). Seiring dengan berkembangnya zaman banyak yang membudidayakan anggrek *dendrobium*, salah satu yang memproduksi anggrek *dendrobium* yaitu Kebun Anggrek Pelajar yang ada di kota Medan. Sebagian masyarakat kota medan banyak memanfaatkan anggrek *dendrobium* karena terjadinya perubahan gaya hidup pada masyarakat kota medan yang banyak menggunakan bunga anggrek sebagai dekorasi pernikahan, hari valentine, upacara keagamaan, dekorasi, dan lainnya sehingga mempengaruhi permintaan terhadap anggrek *dendrobium* menurut (K. Rangkuti et al., 2018).

Seiring dengan meningkatnya permintaan anggrek *dendrobium*, kendala yang dihadapi oleh bagian pemasaran karena munculnya kompetitor baru yang lebih kompeten. Oleh karena itu, perlu dilakukan peningkatan pemasaran anggrek *dendrobium* melalui strategi yang inovatif. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara utama dunia usaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu penentuan sasaran pasar, bauran pasar, penempatan produk dan harga pemasaran perusahaan. (Triyanto, 2015).

Dalam memilih strategi pemasaran, banyak hal yang perlu dipertimbangkan, baik internal maupun eksternal perusahaan. Aspek internal perusahaan merupakan hal yang Dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti kualitas anggrek, informasi iklan anggrek, dan informasi lokasi, sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berada diluar kendali perusahaan, seperti faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi

PEST merupakan singkatan dari (Political, Economic, Social, Technological), PEST digunakan dalam mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi lingkungan perusahaan. Pada umumnya PEST bertujuan untuk mengkaji potensi

pada perusahaan, dengan dilakukannya analisis PEST dapat dilihat potensi apa yang terjadi dalam menghindari faktor eksternal dari luar perusahaan.

Keuntungan dalam menggunakan PEST yaitu membantu suatu perusahaan dalam memahami lingkungan eksternal yang dimana perusahaan tersebut beroperasi, sehingga melibatkan faktor-faktor yang tidak selalu terkait langsung dengan perusahaan, tetapi dapat mempengaruhi pertumbuhan pada perusahaan tersebut. Dengan memahami faktor-faktor yang ada pada PEST dapat merencanakan strategi pemasaran yang lebih tepat, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan dan menyesuaikan rencana pada Perusahaan tersebut dengan lebih baik.

Pada penelitian ini ada beberapa metode yang diperlukan seperti IFE dan EFE, di metode ini IFE dan EFE bertujuan untuk menganalisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), serta ancaman (*threat*) yang akan dialami oleh Kebun Anggrek Pelajar (Abidin et al., 2020). Oleh karena itu analisis IFE dan EFE juga perlu melakukan analisis terhadap (politik, ekonomi, sosial, teknologi) faktor lingkungan yang mempengaruhi peluang serta ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan kedepannya nanti, sehingga dengan dilakukannya analisis pada QSPM dapat ditentukannya strategi yang cocok pada perusahaan.

Adapun permasalahan yang dialami oleh Kebun Anggrek Pelajar yaitu terjadinya fluktuasi penjualan. Dari permasalahan tersebut dikarenakan kurangnya penerapan strategi penjualan yang baik, serta tidak adanya dilakukannya kegiatan promosi yang monoton sehingga tidak adanya inovasi penjualan yang baik. Hal tersebut mengakibatkan fluktuasi penjualan pada anggrek dendrobium akibatnya penjualan menurun sehingga tidak tercapainya pendapatan Kebun Anggrek Pelajar yang sudah ditargetkan.

Tabel 1. 1 Produksi dan Penjual Tanaman Anggrek Di Kebun Anggrek Pelajar

Tahun	Produksi	Penjualan
2017	13.440	11.760
2018	21.840	17.808
2019	18.480	13.440
2020	20.160	14.112
2021	16.800	12.096

Sumber: Wawancara Pekerja

Berdasarkan data produksi dan data penjualan anggrek terlihat bahwa selisih antara penjualan dan produksi, hal tersebut dikarenakan mulai berkurangnya minat masyarakat terhadap tanaman anggrek, sehingga dapat mempengaruhi pendapatan pada Kebun Anggrek Pelajar. Jika pendapatan pada Kebun Anggrek Pelajar berkurang maka perusahaan akan tetap membayar semua operasi yang terjadi di dalamnya sehingga pemasukan dan pengeluaran membuat bisnis ini tidak seimbang (Asnahwati, 2021).

Oleh karena itu menjadi sebuah masalah yang dihadapi oleh Kebun Anggrek Pelajar, maka dari itu perlu dilakukannya perbaikan strategi pemasaran pada Kebun Anggrek Pelajar agar target penjualan yang sudah ditentukan dapat tercapai. Untuk melakukan perbaikan tersebut, perlu dilakukan identifikasi terhadap faktor internal dan eksternal pada Kebun Anggrek Pelajar dengan menggunakan bauran pemasaran 2P (*Place dan Promotion*). Sehingga hasil yang didapat nanti dapat di analisis. Alat analisis tersebut terbagi menjadi atas IFE, EFE, serta analisis QSPM untuk mendapatkan strategi pada Kebun Anggrek Pelajar.

1.2 Rumusan Masalah

Kebun Anggrek Pelajar salah satu Perusahaan yang menawarkan banyak tanaman anggrek dendrobium dengan skala besar. Seiring dengan banyaknya perusahaan yang membudidayakan tanaman anggrek, Kebun Anggrek Pelajar juga tentunya harus mampu bersaing dengan perusahaan anggrek yang lebih kompeten. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan harus mampu menjadi sasaran dalam kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, salah satu faktor terpenting dalam meningkatkan penjualan adalah pemasaran. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pertanian tanaman hias, Kebun Anggrek Pelajar juga melakukan kegiatan produksi dan penjualan yang besar. Pada umumnya jika dilakukannya produksi yang sangat besar juga akan berdampak pada penjualan. Persaingan antar perusahaan yang bergerak dibidang pertanian tanaman hias yang kompeten dapat menyebabkan perubahan dominasi perusahaan yang sudah lama berdiri.

Strategi pemasaran yang digunakan awalnya pada Kebun Anggrek Pelajar belum berdampak pada tingkat penjualan Kebun Anggrek Pelajar. Oleh karena itu, peningkatan inovasi dalam periklanan dan *positioning* dalam strategi pemasaran sangat penting untuk memperoleh pangsa pasar dan merealisasikan keuntungan pada Kebun Anggrek Pelajar. Pada Kebun Anggrek Pelajar banyak menyediakan anggrek dendrobium, dimana dapat ditemukan berbagai warna pada Kebun Anggrek Pelajar. Kebun Anggrek Pelajar memiliki kurang lebih 200 varian warna anggrek dendrobium yang berbeda. Setiap pot tanaman memiliki kode dimana kode tersebut yang menjadikan perbedaan antara warna dan corak pada tanaman anggrek dendrobium.

Tabel 1. 2 Produksi Tanaman Anggrek Pada Kebun Anggrek Pelajar

Tahun	Produksi
2017	13.440
2018	21.840
2019	18.480
2020	20.160
2021	16.800

Sumber: Data Primer Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dan data yang didapat dari perusahaan, adapun permasalahan yang terjadi pada Kebun Anggrek Pelajar merupakan terjadinya fluktuasi penjualan, dikarenakan tidak adanya strategi pemasaran yang baik, serta kegiatan promosi yang monoton sehingga menimbulkan tidak adanya inovasi baru pada promosi dan tempat pada Kebun Anggrek Pelajar. Hal tersebut berdampak negatif bagi perusahaan Kebun Anggrek Pelajar, maka dari itu perlu dilakukannya perbaikan pada bagian promosi dan tempat strategi pemasaran pada Kebun Anggrek Pelajar dengan cara mengidentifikasi faktor internal dan eksternal menggunakan bauran pemasaran 2P (*Place* dan *Promotion*) dapat melihat permasalahan yang ada saat ini yang dapat dipecahkan.

Adapun permasalahan di atas maka dapat diketahui karakteristik internal dan eksternal kebun anggrek pelajar kemudian dianalisis melalui IFE, EFE, IE dan QSPM (Yulianti, 2014). Maka penelitian ini diajukan 2 pernyataan sebagai berikut:

1. Apa sajakah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi Kebun Anggrek Pelajar ketika menggunakan alat analisis pada IFE, EFE, IE, QSPM?
2. Apa saja strategi pemasaran yang berbeda yang dapat diterapkan oleh Kebun Anggrek Pelajar menggunakan alat analisis QSPM?

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan pertanyaan di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal pada Kebun Anggrek Pelajar dengan menggunakan IFE, EFE, IE
2. Menentukan strategi pada Kebun Anggrek Pelajar
3. Menganalisis alternatif strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan sesuai dengan kondisi Kebun Anggrek Pelajar yang menggunakan analisis QSPM

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Dari penelitian tugas akhir ini, diharapkan dapat meningkatkan kembali penjualan pada kebun anggrek pelajar

1. Dapat mengetahui bagaimana proses strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh Kebun Anggrek Pelajar.
2. Dapat menambah informasi pada bagian akademik dalam melakukan kegiatan penelitian dan pengembangan lebih lanjut lagi dalam mengenai strategi pemasaran.
3. Dapat membantu Kebun Anggrek Imelda Pelajar dalam melakukan inovasi terhadap promosi dan tempat.