

## TINJAUAN PUSTAKA

6. Uraikan referensi/ teori dasar terkait komoditi, konsentrasi, model bisnis dan informasi tentang industri yang akan anda hadapi dalam INTERNSHIP pilih! (minimal 5 referensi)

Anggrek merupakan tanaman bunga hias berupa benalu yang memiliki bunga yang indah. Anggrek sudah dikenal sejak 200 tahun yang lalu, telah dibudidayakan secara luas di Indonesia sejak 50 tahun terakhir. Jenis Anggrek yang terdapat di Indonesia sangat banyak, antara lain: *Vanda tricolor* ditemukan di Jawa Barat dan Kaliurang, *Vanda hookeriana*, ditemukan dalam warna ungu Sumatera, Anggrek Lara / *Phalaenopsis Dendrobium*, Anggrek Bulan / *Phalaenopsis*, Anggrek Apel Bunga anggrek, *Paphiopedilun praestans* dari Irian Jaya dan anggrek *Paphiopedilun* Tumbuhan berdaun hijau asli Jawa Tengah (Barat, n.d.).

Anggrek merupakan tanaman yang dapat tumbuh di berbagai habitat, yaitu di hutan tropis, yang menempel pada batang dan cabang pohon. Selain itu, anggrek dapat tumbuh di tanah yang kaya humus, bebatuan, padang rumput, daerah rawa, bakau (mangrove) dan tepi gurun. Anggrek berbagai bentuk, jenis dan ukuran dari habitat aslinya. Setiap habitat memiliki karakteristiknya masing-masing. Oleh karena itu, anggrek dapat dibedakan menurut habitatnya (Purwanto, 2016). Didalam budidaya juga diperlukan perawatan yang ekstra agar dapat berbunga maksimal dan mendapatkan bunga yang terbaik. Banyak faktor yang harus diperhatikan agar tanaman anggrek dapat tumbuh dengan optimal. Faktor iklim adalah salah satunya hal-hal yang harus diperhatikan. Misalnya, terlalu banyak sinar matahari. Ada beberapa jenis anggrek kurang tahan terhadap matahari yang langsung, karena pada habitatnya cenderung hidup di tempat lembab dan kurang pencahayaan matahari (Purwanto, 2016).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjaga kelangsungan usaha, baik itu perusahaan barang maupun perusahaan jasa. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran dapat dipahami sebagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan pasar. Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif saat ini, setiap pelaku bisnis yang ingin menang dalam persaingan pasar akan sangat memperhatikan strategi pemasaran yang diterapkannya (Aghniyah et al., 2020).

Evolusi komunikasi pemasaran saat ini tidak hanya konvensional, tetapi pemasar saat ini juga memanfaatkan media baru seperti internet sebagai cara alternatif untuk menjangkau calon konsumen. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran yang memanfaatkan internet dan teknologi Informasi memperluas dan meningkatkan fungsi pemasaran konvensional. Media sosial memiliki semuanya Keunggulannya dapat membantu proses komunikasi pemasaran. dalam komunikasi Pemasaran, perusahaan harus memiliki strategi agar semua rencana yang terjadwal dapat meraih (Kusuma & Sugandi, 2019).

Di dalam pemasaran juga dibutuhkan beberapa strategi dan alat analisis yaitu:

### **Strategi pemasaran**

Strategi Pemasaran adalah bentuk cara pemasaran yang akan dilaksanakan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Rencana tersebut menggambarkan keinginan perusahaan untuk mempengaruhi Semua aktivitas, dan rencana pemasaran untuk kebutuhan produk atau lini produk dari pasar sasaran (Wibowo et al., 2015).

#### **a) Alat analisis dalam Perencanaan Strategi**

Analisis dalam perencanaan strategi merupakan alat di dalam perencanaan strategi. Analisis ini, yang berkaitan erat dengan lingkungan internal maupun eksternal.

## **Analisis internal**

- **Kekuatan (*Strengths*) dan Kelemahan (*Weakness*)**

Didalam analisis internal memiliki kekuatan yang merupakan salah satu keunggulan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sedangkan kelemahan adalah suatu kekurangan yang dimiliki perusahaan tersebut, kelemahan juga berkaitan dengan kekuatan. Sehingga kekuatan yang dimiliki suatu perusahaan bisa berubah menjadi kelemahan bagi perusahaan tersebut.

## **Analisis eksternal**

- **Peluang (*Opportunities*) dan Ancaman (*Threats*)**

Didalam analisis eksternal memiliki peluang yang merupakan suatu keadaan yang dapat menguntungkan suatu perusahaan yang membantu tercapainya tujuan dari perusahaan tersebut. Sedangkan ancaman merupakan suatu keadaan yang dapat merugikan perusahaan, dan ancaman merupakan pengganggu dari tujuan perusahaan tersebut atau disebut tidak tercapainya tujuan perusahaan.

## **Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)**

Menurut (Rossiana & Rachmawati, n.d.) bauran pemasaran adalah suatu variabel yang diharapkan perusahaan, yang mampu dalam menciptakan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dari suatu perusahaan tersebut.

Bauran Pemasaran dianggap sebagai salah satu elemen Strategi yang paling mungkin dalam Pemasaran produk. Strategi bauran pemasaran mencakup beberapa elemen yaitu: produk, harga, promosi dan lokasi Sangat penting, terutama di dalam situasi Persaingan yang semakin ketat, juga permintaan dan pengembangan barang semakin tinggi (Singh, 2012). Adapun komponen bauran pemasaran menurut (Singh, 2012) yaitu:

- 1. Produk (*Product*)**

Produk adalah merupakan hal yang utama yang akan diberikan oleh perusahaan ke target pasarnya, yang mencakup merek maupun penyajiannya.

- 2. Harga (*Price*)**

Harga adalah jumlah yang akan diberikan dari calon pelanggan kepada perusahaan. Harga dan barang yang disediakan harus sesuai dengan permintaan pelanggan dan juga sebaliknya.

- 3. Tempat (*Place*)**

Dimana suatu kegiatan dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan penyaluran produk ke target pasarnya.

- 4. Promosi (*promotion*)**

Merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam mengenalkan produk atau informasi terhadap produk tersebut. Dengan cara melakukan promosi, target pasar yang ingin dicapai mengetahui produk dari perusahaan tersebut.

- Sebagai tempat dalam mengasah kemampuan serta pengalaman di dalam dunia kerja khususnya dalam bidang kewirausahaan

**5. Apa tujuan internship anda**

- Untuk mengetahui pemasaran yang telah dilakukan oleh kebun anggrek Imelda florist
- Mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik dan benar
- Untuk mendapatkan pengalaman didunia kerja secara langsung