

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan berbagai sektor usaha di Indonesia menunjukkan bahwa semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi yang ada dan permintaan masyarakat yang semakin tinggi, mulai dari bidang industri ataupun jasa. Oleh karena itu, menyebabkan munculnya persaingan, dimana para produsen akan bersaing secara positif dengan terus meningkatkan inovasi-inovasi pada produknya dan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para konsumennya (Rizkia & Rahmawati, 2021). Saat ini sektor pertanian adalah salah satu bidang usaha yang mengalami pertumbuhan pesat. Produk pertanian tidak hanya berupa kebutuhan pokok tetapi juga telah memasuki bentuk pertanian lain seperti tanaman hias (Kristanti, 2021). Perkembangan industri tanaman hias yang ada di Indonesia telah menjadi penghasil bagi pengusaha dibidang tanaman hias dan menjadi kunci utama dalam perkembangan ekonomi yang signifikan (Supiani & Sinaini, 2020).

Tanaman hias adalah tumbuhan yang dibudidayakan di area tertutup ataupun di area terbuka untuk memberikan nuansa estetika. Tanaman hias mempunyai beragam jenis yang terdiri atas tanaman hias berbunga, tidak berbunga hingga tanaman hias yang bentuknya unik. Bentuk tanaman hias juga beraneka ragam dan memiliki daya tariknya sendiri. Manfaat dari tanaman hias dapat meningkatkan kelembaban suhu udara dan juga mengurangi jumlah debu jika diletak di dalam ruangan ataupun luar ruangan (Supiani & Sinaini, 2020). PT Bina Usaha Flora (BUF) adalah perusahaan yang beroperasi di Cianjur, Jawa Barat dan berfokus pada bidang tanaman hias, saat ini PT BUF telah menghasilkan lebih dari 35 varietas tanaman hias. PT BUF menyediakan 2 macam jenis produk yaitu tanaman dalam pot (*pot plant*), biasanya digunakan sebagai penghias ruangan maupun luar ruangan dan tanaman hamparan (*bedding plant*), biasanya digunakan sebagai penghias taman lanskap.

Tabel 1.1. Data Penjualan Bunga PT BUF 2023

Bunga	Penjualan
Impatiens	6.705
Sunflower	27.821
Jengger ayam / Celosia	63.674

Sumber: *Manager* PT BUF

Bunga jengger ayam adalah salah satu varietas yang paling digemari di PT BUF. Bunga jengger ayam atau yang sering disebut celosia merupakan tanaman hias hamparan yang tersebar di Amerika Selatan, Afrika dan Asia. Tekstur bunga yang mirip dengan kain tenun berbulu, memiliki berbagai warna, dan berbentuk unik seperti jengger ayam menjadikan daya tarik tersendiri

kepada konsumen. Selain berfungsi sebagai penghias celosia juga digunakan masyarakat Cina untuk menyembuhkan penyakit darah tinggi, katarak, kelumpuhan, diabetes dan *sarcoptidosis* (Simanjuntak et al., 2020).

Sistem penjualan yang ada di PT BUF adalah B2B (*Business to business*) yang dimana penjualan tanaman hias celosia dilakukan kepada pengusaha tanaman hias. Pembeli bunga celosia yang ada di PT BUF biasanya berasal dari beberapa wilayah yang ada di Jawa Barat dan pedagang-pedagang tanaman hias yang lokasinya tidak jauh dari PT BUF.

Sebuah perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang efektif guna memasarkan produk yang ditawarkan secara optimal, salah satu pendekatan yang bisa diterapkan yaitu bauran pemasaran (*marketing mix*). Elemen yang dimuat dalam strategi bauran pemasaran mencakup produk, harga, promosi, dan tempat. Adanya variabel tersebut diharapkan konsumen ataupun calon konsumen dapat terpengaruh dan melakukan transaksi untuk memperoleh produk yang disediakan oleh perusahaan. Bauran pemasaran juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Upaya dalam memasarkan produk juga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat, seperti strategi segmentasi pasar. Strategi tersebut dapat mendukung perusahaan dalam memperbesar cakupan pasar dan mendapatkan target pasar (Elliyana, 2022).



Gambar 1.1. Warna dan Bentuk Celosia
Sumber: Dokumentasi Pribadi

1.2. Rumusan Masalah

PT BUF adalah perusahaan yang beroperasi dibidang tanaman hias dan sudah memproduksi celosia sejak didirikannya pada 13 Mei 1993. Celosia merupakan salah satu tanaman hias hamparan yang *best seller* dibandingkan dengan viola, sun flower dan pansy yang ada di PT BUF. Berdasarkan data yang diperoleh dari PT BUF, penjualan tanaman hias celosia tertinggi berada pada tahun 2020 sebanyak 189.316 polybag dan 2021 sebanyak 106.165 polybag saat pandemi *covid-19*.



Gambar 1.2. Lokasi produksi celosia PT BUF
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari table 1.2. penjualan tanaman hias celosia menghadapi penurunan yang signifikan pada tahun 2022 dan 2023 pasca pandemi *covid-19*, hal tersebut juga terjadi karena tidak adanya penerapan strategi pemasaran yang tepat serta tidak cukupnya aspek-aspek pendukung yang berdampak pada keputusan pembelian untuk mendapatkan target pasar yang diinginkan.

Tabel 1.2. Data Penjualan Celosia PT BUF

Tahun	Penjualan (Polybag)
2019	49.096
2020	189.316
2021	106.165
2022	55.223
2023	63.674

Sumber: *Manager* PT BUF

PT Bina Usaha Flora memerlukan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan penjualan celosia, pendekatan pemasaran yang bisa diterapkan yaitu strategi bauran pemasaran dan segmentasi pasar. Bauran pemasaran digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen akan gambaran sebuah produk yang ditawarkan, sedangkan segmentasi pasar digunakan untuk

mengelompokkan pasar dengan menyesuaikan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam menentukan target pasar.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan topik permasalahan yang akan diteliti dalam riset ini yaitu:

1. Bagaimana segmentasi pasar terhadap keputusan pembelian celosia di PT BUF?
2. Bagaimana preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian celosia di PT BUF?

1.3. Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

3. Menganalisis segmentasi pasar dalam menentukan pembelian celosia di PT BUF
4. Menentukan preferensi konsumen dalam menentukan pembelian celosia di PT BUF

1.4. Kontribusi / Manfaat Tugas Akhir

Keterlibatan yang dilaksanakan berdasarkan rancangan susunan strategi pemasaran tanaman celosia di PT BUF yaitu:

1. Bagi Penulis
Hasil studi ini dipakai untuk pemenuhan syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana dan penerapan tentang pengetahuan dalam memasarkan suatu produk.
2. Bagi Perusahaan (PT BUF)
Hasil studi ini dimaksudkan untuk membantu dalam meningkatkan penjualan tanaman celosia di PT BUF.
3. Bagi Masyarakat
Hasil studi ini diperkirakan dapat memperluas wawasan masyarakat dalam memasarkan suatu produk dan membantu masyarakat yang ingin membuka usaha di bidang tanaman hias.