

LAMPIRAN

Lampiran 1. Luaran Penelitian

CELOSIA

MARKETING PLAN



RANGKUMAN EKSEKUTIF

PT Bina Usaha Flora (BUF) adalah sebuah perusahaan yang beroperasi disektor pertanian lebih spesifiknya dalam pengelolaan tanaman hias. Perusahaan ini terletak di Kampung Pataruman, Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat.

Celosia atau jengger ayam adalah salah satu kategori tanaman hias *bedding plants* yang berbentuk unik dan terdiri dari beberapa warna. Celosia banyak dijadikan sebagai tanaman penghias halaman rumah ataupun perkantoran. Selain itu celosia juga banyak digunakan sebagai penghias dalam acara – acara keagamaan dan acara pemerintahan.

Celosia di PT Bina Usaha Flora dapat diperoleh dengan cara pembelian langsung ke perusahaan untuk melihat langsung keadaan dari tanaman, cara selanjutnya dengan melakukan pemesanan online yang kemudian perusahaan akan mengantar pesanan kepada konsumen, atau dengan cara melakukan pemesanan online yang kemudian pesanan akan dijemput oleh konsumen dan cara yang terakhir yaitu dengan melakukan pemesanan online untuk digunakan pada beberapa bulan setelah pesan.

Target Pasar

PT BUF merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan sistem penjualan B2b (*Business to business*) yang dimana perusahaan melakukan penjualan tanaman hias kepada pedagang bunga yang ada di beberapa wilayah Jawa Barat. Maka berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa target pasar dari tanaman celosia PT BUF merupakan pedagang tanaman hias.

PESAN MEREK

Celosia termasuk salah satu varietas unggulan yang dihasilkan oleh PT Bina Usaha Flora, karena memiliki permintaan tinggi di kalangan konsumen. Untuk mencapai target yang diinginkan perusahaan maka visi dan misi yang dari perusahaan yang tentunya juga diterapkan terhadap produk celosia adalah sebagai berikut.

Visi

Menjadi perusahaan yang profesional lintas generasi dan tolak ukur bagi industri hortikultura khususnya pada florikultura di Indonesia

Misi

Adapun misi PT Bina Usaha Flora yaitu:

1. Menjadi *trendsetter* penghasil bunga potong semusim, lanskap (*bedding plants, pot plants, hanging pot, dan ornamental*).
2. Menjalankan proses *trendsetting* secara berkesinambungan dan terjadwal.
3. *Networking* yang aktif dan progresif.
4. Menjalankan proses regenerasi dan kepemimpinan yang handal.
5. Menjadi *green company*.

KONSUMEN CELOSIA

Lokasi

Lokasi dari responden celosia PT Bina Usaha Flora kebanyakan di Cipanas. Lokasi tersebut sesuai dengan lokasi PT BUF yang berada di kawasan Cipanas. Jarak dari PT BUF ke Cipanas adalah 2 hingga 4 kilometer sesuai dengan lokasi spesifik dan dapat memakan waktu 10 hingga 15 menit sesuai dengan kondisi lalu lintas.

Jenis Kelamin

Responden celosia mencakup konsumen baik laki – laki maupun perempuan. Dalam segmentasi pasar, pembeli yang lebih dominan dilakukan oleh konsumen laki – laki. Secara umum laki – laki dominan menanggung kebutuhan keluarga. Namun demikian, tidak menutup kemungkinan bahwa banyak juga perempuan yang memilih bekerja untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Usia

Responden celosia berasal dari berbagai kelompok usia, dimulai dari 20 tahun. Dalam segmentasi pasar, mayoritas konsumen berada dalam rentang usia 20-30 tahun. Peminat dari tanaman hias terdiri dari berbagai usia, namun pada penelitian ini dapat dilihat bahwa konsumen yang melakukan pembelian celosia merupakan individu yang berada dalam fase usia produktif atau telah mempunyai sumber pendapatan.

Pendidikan

Tingkat pendidikan responden celosia lebih didominasi oleh yang pendidikannya SMA. Tingkat pendidikan konsumen berpengaruh terhadap karakteristik konsumen terhadap pembelian tanaman hias.

Jenis Usaha

Kebanyakan jenis usaha konsumen celosia adalah kebun. Usaha tersebut sesuai dengan konsumen celosia yang melakukan penjualan kembali tanaman hias kepada konsumen berikutnya.

TUJUAN PEMASARAN

Tujuan penelitian celosia adalah untuk meningkatkan penjualan yang mengalami penurunan. Dimana hal tersebut dapat dicapai dengan mengetahui target pasar sesuai dengan segmentasi pasar dan bauran pemasaran. Pemasaran celosia dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan mengetahui siapa yang akan menjadi target pasar untuk penjualan celosia.

STRATEGI PEMASARAN

STRATEGI PRODUK

Keadaan Produk

Keadaan produk celosia yang telah diketahui dapat dilihat dari variasi warna bunga dan kemasan produk. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa:

- Warna celosia yang lebih disukai adalah celosia dengan warna merah daun merah sehingga perlu dilakukan penyesuaian antara produksi celosia merah daun merah dan celosia warna lain.
- Mempertahankan kualitas produk dengan mencegah kerusakan bunga, daun, dan batang tanaman.

STRATEGI PENETAPAN HARGA

- Variasi Harga
Harga adalah faktor penting dalam melakukan pembelian produk tanaman celosia. Konsumen celosia dapat menerima harga celosia dalam polybag hingga Rp6.000 per tanaman, yang dimana harga jual celosia tertinggi saat ini yaitu Rp5.500 per tanaman. Maka berdasarkan harga tertinggi yang dapat diterima oleh konsumen, harga produk dapat disesuaikan berdasarkan kuantitas tanaman yang akan dibeli.
- Diskon Produk
Diskon produk celosia diberikan kepada konsumen yang melakukan pembelian secara berulang ke PT BUF. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menawarkan diskon, misalnya memberikan potongan harga bagi konsumen yang membeli lebih dari 100 tanaman. Selain itu diskon juga dapat dilakukan dengan pemberian tanaman tambahan sejenis maupun tidak sejenis.

STRATEGI PROMOSI

- Penggunaan Media Sosial
Media sosial berperan sebagai salah satu alat bantu utama untuk mendapatkan informasi mengenai suatu produk. Informasi di media sosial diterapkan untuk menarik perhatian pelanggan pada produk yang tersedia. Media sosial yang dapat digunakan pada era sekarang yaitu instagram. Selain itu untuk memasarkan sebuah produk, pemasar dapat menggunakan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar. Saat ini banyak konsumen yang melakukan pembelian melalui *marketplace* sehingga penjualan celosia di *marketplace* dapat dicoba.



STRATEGI LOKASI

- Informasi Pelanggan
Kebanyakan konsumen yang membeli celosia PT BUF adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian sebelumnya. Oleh karena itu kualitas dari produk dan layanan perlu ditingkatkan untuk menjaga kenyamanan konsumen agar dapat membantu perusahaan menyebarkan informasi kepada konsumen lain.

Lampiran 2. Kuesioner

Geografi	Dimana lokasi tempat tinggal anda?	Cipanas / Cianjur / Bogor / Lembang / Bandung / lainnya sebutkan
Demograafi	Jenis Kelamin	Pria / Wanita
	Usia	20-30 / 31-40 / 41-50 / >50 tahun
	Pendidikan terakhir	SD / SMP / SMA / D3 / S1 / S2 / S3
	Jenis usaha	Toko bunga / kebun / taman / lainnya
	Pendapatan	<2.000.000 / 2.000.000-3.000.000 / 3.000.000-4.000.000 / 4.000.000-5.000.000 / 5.000.000-6.000.000 / 6.000.000-7.000.000 / >7.000.000
	Status pernikahan	Sudah menikah / belum menikah
Psikografi	Jumlah anggota keluarga	1 orang / 2-3 orang / 4-5 orang / >5 orang
	Apakah anda menyukai bunga?	Ya / tidak / biasa saja

Produk	Variasi produk	Seberapa penting warna celosia bagi anda?	Sangat penting / Penting / Netral / Tidak penting / Sangat tidak penting
		Celosia warna apa yang anda sukai?	Merah daun hijau / Merah dau daun merah / Merah api / Kuning / Ungu / Merah jambu / Orange
	Kualitas produk	Dalam membeli celosia, seberapa penting hal berikut. a. Warna bunga b. Kemekaran bunga	Sangat penting / Penting / Netral / Tidak penting / Sangat tidak penting

		c. Warna daun d. Tinggi tanaman	
	Brand	Apakah nama usaha mempengaruhi anda dalam membeli celosia?	Sangat berpengaruh / berpengaruh / Netral / Tidak berpengaruh / Sangat tidak berpengaruh
	Pelayanan	Sistem pemesanan yang sesuai dengan anda	Pesan hari ini untuk hari ini / pesan hari ini untuk besok
	Kemasan produk	Desain kemasan bagaimana yang anda sukai?	 
Harga	Harga terhadap keputusan pembelian	Seberapa penting harga celosia dalam keputusan pembelian anda?	Sangat penting / Penting / Netral / Tidak penting / Sangat tidak penting
		Apakah diskon dalam pembelian jumlah besar mempengaruhi keputusan dalam pembelian anda?	Sangat berpengaruh / berpengaruh / Netral / Tidak berpengaruh / Sangat tidak berpengaruh

	Harga pembelian	Berapa nominal yang bersedia anda keluarkan untuk membayar celosia kemasan polybag?	5.000-5.900 / 6.000-6.900 / 7.000-7.900 / 8.000-8.900 / 9.000-10.000
		Berapa nominal yang bersedia anda keluarkan untuk membayar celosia kemasan pot?	8.000-8.900 / 9.000-9.900 / 10.000-10.900 / 11.000-11.900 / 12.000-12.900
Promosi	Promosi terhadap keputusan pembelian	Seberapa penting hal berikut dalam mempengaruhi keputusan pembelian anda? a. Promosi yang menarik b. Foto produk yang menarik c. Iklan tersebar luas dan meyakinkan d. Merek tersebar luas e. Mudah dalam pemesanan f. Testimoni pembeli	Sangat penting / Penting / Netral / Tidak penting / Sangat tidak penting
	Informasi	Darimana anda memperoleh informasi tentang celosia di PT BUF?	Website / Facebook / Instagram / WA / Brosur / Pameran / Referensi orang lain
	Konten	Konten yang anda sukai tentang celosia	Gambar brosur / Foto / Video
Tempat	Lokasi	Bagaimana anda memperoleh produk celosia di PT BUF?	Pembelian langsung / Pesan ambil / Pesan antar / PO
		Seberapa sering anda membeli produk celosia di PT BUF dalam 1 bulan?	1-2 kali / 3-4 kali / 5-6 kali / >7 kali