

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara tropis tentunya memiliki keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari beraneka ragamnya jenis flora tanah air. Salah satu upaya menjaga kelestarian flora adalah memanfaatkannya dengan baik dan tepat untuk keberlangsungan hidup. Hal tersebut dapat dimulai dari lingkungan sekitar terlebih dahulu, contohnya tanaman hias untuk pekarangan rumah. Tanaman dengan daya tarik yang indah tentunya dapat memikat siapa pun yang melihatnya, baik bagi hobiis tanaman atau bagi seorang yang sekadar senang menikmati keindahannya saja, daya tarik tanaman dapat dinikmati dari bentuk dan warna bunganya yang memesona, bentuknya yang menawan serta warna daunnya yang asri (Lestari & Kencana, 2015).

Tanaman hias atau dalam bahasa ilmiahnya *ornamental plant* merupakan tanaman bunga atau daun yang memiliki bentuk dan warna yang indah. Tanaman hias biasanya dikembangkan dengan cara generatif maupun vegetatif. Seiring majunya peradaban jaman, tanaman hias biasanya diidentikkan dengan tanaman yang mempunyai bunga, tangkai, cabang, daun, akar, dan aroma yang menarik serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi. Kelompok tanaman hias merupakan salah satu bagian dari ilmu hortikultura. Tanaman hias dapat dibudidayakan di dalam maupun di luar ruangan. Permintaan komoditas tanaman hias semakin meningkat, baik di pedesaan maupun di daerah perkotaan. Selain itu, kehadiran tanaman hias kini tidak lagi menjadi milik taman di rumah-rumah semata, tetapi juga sudah memasuki gedung-gedung perkantoran, rumah sakit, hotel, bahkan di jalan raya, dengan demikian menjadikan cakupan pasar tanaman hias semakin luas dan berkembang (Evinola, 2019).

Tanaman hias merupakan salah satu peluang agribisnis yang cukup berarti di Indonesia, hal ini karena tanaman hias merupakan jenis yang dapat ditanam pada area lahan yang relatif sempit, memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan mudah diterima oleh masyarakat luas. Tanaman hias terbukti dapat berpotensi menjadi sektor penggerak bagi pengembangan berbagai usaha yang sangat bermanfaat dalam memberikan kontribusi terhadap pendapatan petani tanaman hias. Di Indonesia penyerapan pasar terhadap tanaman hias ini cukup tinggi. Hingga kini pasar domestik

cukup dapat memenuhi kebutuhan pasar, sementara itu peluang pasar luar negeri juga mendapatkan celah. Tidak sedikit negara asia dan eropa mengimpor tanaman hias untuk kebutuhan dalam negerinya. Tanaman hias dapat dijadikan salah satu peluang agribisnis yang cukup menjanjikan karena dapat dilakukan dengan pemanfaatan area lahan sempit dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi serta mudah masuk dan diterima oleh masyarakat (Pritasari, 2010).

Menurut Agung dkk., (2017) kegiatan usaha tanaman hias berkembang di berbagai daerah di Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting. Pada masa kini kegiatan usaha tanaman hias dilakukan secara komersial yang mampu menggerakkan pertumbuhan industri barang dan jasa. Berkembangnya kegiatan usaha tanaman hias di dalam negeri berhubungan dengan meningkatnya pendapatan konsumen, tuntutan keindahan lingkungan, pembangunan industri pariwisata, pembangunan kompleks perumahan, perhotelan dan perkantoran. Berkembangnya pemanfaatan tanaman hias, permintaan pasar domestik turut meningkat dan menyebabkan sektor produksi tanaman hias di berbagai daerah semakin aktif dan memandang hal tersebut sebagai peluang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Direktorat tanaman hias merumuskan dua belas program sebagai upaya untuk mendukung pengembangan industri tanaman hias di Indonesia, yaitu

1. Pengembangan komoditas unggulan tanaman hias tropis.
2. Peningkatan produksi, produktivitas dan mutu tanaman hias melalui penerapan SOP (*Standard Operating Procedure*) berbasis GAP (*Good Agriculture Practices*).
3. Pengembangan kawasan sentra produksi berbasis pasar dan potensi daerah.
4. Fasilitas peningkatan kualitas SDM.
5. Pembinaan kelembagaan *on farm* dan *off farm*.
6. Fasilitasi pengembangan jejaring kerja dan di dalam dan di luar negeri.
7. Pengembangan sistem informasi usaha tanaman hias.
8. Perencanaan, monitoring dan evaluasi usaha agribisnis tanaman hias.
9. Percontohan budidaya dan pengembangan usaha berbasis potensi nasional.
10. Pengembangan usaha tanaman hias melalui peningkatan akses modal dan investasi. Dampak dari faktor kebijakan pemerintah, baik secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Program yang dirumuskan oleh Direktorat tanaman hias tersebut adalah hal yang sangat membantu kalangan pelaku bisnis tanaman hias sehingga diharapkan dapat membantu peningkatan perekonomian Indonesia. Adanya program ini, dirasakan bahwa ini dapat menjadi peluang yang dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan unit bisnis yang dikelola. Perkembangan luas panen tanaman hias di Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat tahun 2018 hingga tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Tanaman Hias Kota Bekasi Tahun 2018-2022

Jenis Tanaman	Luas Panen Tanaman Hias (m ²)				
	2018	2019	2020	2021	2022
Anggrek/ <i>Orcid</i>	1300	560	250	-	-
Anthurium Bunga/ <i>Flamingo Lily Flower</i>	1300	600	1000	3750	2100
Anthurium daun/ <i>Anthurium</i>	432	798	200	-	-
Anyelir/ <i>Carnation</i>	600	-	-	-	-
Balaceng/ <i>Dieffenbacia</i>	400	390	200	-	-
Euphorbia/ <i>Euphorbia</i>	300	1460	220	-	-
Kamboja Jepang/ <i>Adenium</i>	920	2815	2055	-	-
Krisan/ <i>Chrysanthemum</i>	20	-	-	-	-
Mawar/ <i>Rose</i>	1350	920	1550	3400	1520
Melati/ <i>Jasmine</i>	401	660	850	640	150
Pakis/ <i>Leather Leaf Fern</i>	300	200	300	450	1000
Palem/ <i>Palm</i>	300	158	-	185	100
Pedang-Pedangan/ <i>Sansevieria</i>	1441	3561	375	330	320
Pisang-Pisangan/ <i>Heliconia</i>	1500	1655	6100	7380	5500
Sedap Malam/ <i>Tuberose</i>	300	-	-	-	-
Soka/ <i>Ixora</i>	130	560	200	100	160
Sri Rejeki/ <i>Aglaonema</i>	645	2181	4150	8300	14100
Monstera/ <i>Monstera</i>	-	-	50	-	-
Anggrek Pot/ <i>Orchid Potted Orchid</i>	-	-	600	600	-
Anggrek Potong/ <i>Cut Orchid</i>	-	-	-	-	400

Sumber: BPS (2023)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa angka produksi tanaman hias berdasarkan luas panen di Kota Bekasi Provinsi Jawa Barat yang berfluktuasi dengan keberagaman jenis tanaman hias yang dihasilkan. Bisnis tanaman hias di Kota Bekasi tidak bisa lepas dari sebuah kelurahan yang menjadi salah satu sentra bisnis tanaman hias, yaitu Kelurahan Mustikasari. Sejak awal tahun 1970-an, sebagian warga mulai menggeluti bisnis tanaman hias yang kemudian akhirnya berkembang menjadi budidaya tanaman hias dan juga berkembang ke arah profesi pedagang tanaman hias. Kelurahan Mustikasari adalah salah satu Kelurahan di Kota Bekasi yang masih memiliki lingkungan khas pedesaan. Meskipun mulai banyak kompleks perumahan,

Kelurahan ini didominasi oleh perkampungan yang masih hijau, serta terdapatnya lahan sawah dan ladang. Sebuah keputusan yang tepat apabila sebagian penduduk di Kelurahan ini menekuni bisnis tanaman hias (Rahmanto & Ismarani, 2018).

Strategi pemasaran merupakan upaya dalam memperkenalkan suatu barang atau jasa yang di produksi, hal ini bertujuan agar usaha tersebut memiliki kemajuan maupun berinovasi dalam meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan pendapatan yang maksimal dari usaha tersebut. Pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian kegiatan dalam usaha perdagangan yang bertujuan untuk memenuhi permintaan konsumen aktual maupun konsumen potensial atas barang atau jasa yang ditawarkan (Astuti & Matondang, 2020).

Data penjualan tanaman hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman pada tahun 2019 hingga tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Penjualan Tanaman Hias Toko Sanggar Pot Bunga Saman

Bulan	Tahun (Rp)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Jan	11.703.000,00	25.459.000,00	61.732.000,00	51.750.000,00	32.670.000,00
Feb	23.930.000,00	21.671.000,00	57.885.000,00	41.995.000,00	30.915.000,00
Mar	23.511.000,00	21.663.000,00	47.932.000,00	43.392.000,00	37.095.000,00
Apr	16.721.000,00	18.165.000,00	50.102.000,00	38.750.000,00	28.555.000,00
Mei	19.872.000,00	52.793.500,00	53.580.000,00	47.882.000,00	32.135.000,00
Jun	26.561.000,00	74.394.000,00	54.710.000,00	50.125.000,00	30.735.000,00
Jul	23.671.000,00	31.922.000,00	60.255.000,00	50.750.000,00	29.850.000,00
Agu	13.904.000,00	33.578.000,00	62.729.000,00	23.612.000,00	33.110.000,00
Sept	19.370.000,00	58.304.000,00	59.080.000,00	34.915.000,00	30.120.000,00
Okt	27.091.000,00	43.932.000,00	61.340.000,00	35.719.000,00	34.650.000,00
Nov	25.735.000,00	63.992.000,00	61.315.000,00	44.565.000,00	32.545.000,00
Des	18.074.000,00	31.738.000,00	63.430.000,00	49.420.000,00	35.145.000,00
TOTAL					
(Rp)	250,145,000,00	477,611,500,00	694,090,000,00	512,875,000,00	387,525,000,00

Sumber: Data Primer

Toko Sanggar Pot Bunga Saman merupakan salah satu usaha agribisnis yang terletak di Kelurahan Mustikasari Kota Bekasi yang menjual beraneka ragam tanaman hias, selain itu juga tersedia berbagai obat tanaman, pupuk, pot tanaman, alat pertanian serta menyediakan jasa pembuatan taman. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa penjualan tanaman hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman selama lima tahun terakhir yang mengalami peningkatan.

Pentingnya memiliki strategi pemasaran tanaman hias yang tepat untuk dapat dimanfaatkan sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan tanaman hias bagi Toko Sanggar Pot Bunga Saman. Hal tersebut dapat diketahui dengan mengidentifikasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kegiatan usaha yang kemudian dapat dievaluasi menggunakan *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) sehingga dapat mengetahui prioritas strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan tanaman hias baik untuk masa sekarang maupun kedepannya yang telah dirumuskan melalui analisis QSPM. Toko Sanggar Pot Bunga Saman menyediakan tanaman hias yang beraneka ragam apabila dibandingkan dengan pelaku usaha sejenis di Kelurahan Mustikasari, dengan indeks penjualan tanaman hias yang dapat dilihat pada Tabel 2, dengan mengetahui rumusan strategi pemasaran yang dapat diimplementasikan oleh Toko Sanggar Pot Bunga Saman, sehingga di masa yang akan datang penjualan tanaman hias dapat mengalami peningkatan. Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Tanaman Hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah yang berkaitan dengan pembahasan yaitu

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman?
2. Bagaimana prioritas strategi pemasaran tanaman hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman dalam meningkatkan penjualan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu

1. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.
2. Mengetahui rumusan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan tanaman hias pada Toko Sanggar Pot Bunga Saman.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat sebagai bentuk dari aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan.
2. Bagi pemilik tempat usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk pengembangan usaha maupun meningkatkan daya saing di masa yang akan datang.
3. Bagi mahasiswa atau peneliti lain dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

