

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang berarti sebagian besar penduduk Indonesia pekerja pada sektor pertanian dan bergantung atau ditopang oleh sektor pertanian. Persentase penduduk Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian sebanyak 88,89 % (Badan Pusat Statistik, 2022). Jumlah tersebut menyatakan bahwa petani memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian Indonesia. Pertanian di Indonesia tidak hanya pada sektor tanaman pangan melainkan mencakup beberapa sektor, salah satunya sektor hortikultura. Hortikultura merupakan cabang ilmu pertanian yang meliputi pembudidayaan sayuran, buah – buahan, tanaman obat – obatan, dan tanaman hias. Produk hortikultura menjadi salah satu komoditas pertanian yang mampu meningkatkan potensi dan peluang kesejahteraan petani di Indonesia (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Tanaman hortikultura yang juga memiliki peluang bisnis adalah tanaman hias, yang mana produk tersebut banyak diminati baik masyarakat Jember maupun nasional. Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai keindahan baik bentuk, warna pada daun, serta bunganya, sehingga sangat cocok untuk penghias pekarangan (Badan Pusat Statistik hortikultura, 2023).

Tanaman hias sebagai tanaman penghias ruangan tempat tinggal yang memberikan kesan keindahan dan kesejukan didalamnya. Penggunaan tanaman hias tidak hanya berada di tempat tinggal saja, melainkan dapat digunakan penghias jalanan kota, penghias kantor, maupun penghias café atau rumah makan. Semakin hari jenis tanaman yang dibudidaya semakin banyak jenisnya, penambahan jenis dipengaruhi trend tanaman hias dari luar negeri. Trend tanaman hias selalu berganti di Indonesia pada setiap tahunnya, dipengaruhi tanaman yang sedang booming seperti Adenium (2005), Aglonema (2006), Anthurium (2007), Monstera

(2020), dan Varigata (2022). Bisnis tanaman hias sangat penting dikembangkan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada suatu daerah. Kegiatan pengembangan bisnis tanaman hias merupakan salah satu cara untuk meningkatkan potensi petani, ekonomi daerah, dan peluang bisnis yang baik.

Bonbon florist merupakan usaha berbasis penjualan tanaman hias di Kabupaten Jember yang bergerak dibidang pertanian hortikultura. Usaha Bonbon Florist didirikan oleh Ibu Sulik Atin yang berlokasi di Sumuran Ajung, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember. Produk tanaman hias yang dijual terdapat banyak jenisnya baik dari jenis tanaman berdaun dan jenis tanaman berbunga. Bonbon florist bermitra dengan petani tanaman hias yang memproduksi berbagai macam tanaman hias di area Jember dan Lumajang, kemudian bermitra dengan peternak cacing sebagai supplier untuk produk olahan cacing yakni pupuk kascing, serta bermitra dengan peternak sapi kambing sebagai supplier kompos. Bonbon florist dalam penjualannya menggunakan media sosial khususnya pada instagram, dalam pemesanannya dilakukan secara online dan offline (datang ketempat langsung).

Bonbon florist mulai banyak dikenal oleh masyarakat karena penjualan yang dilakukan secara online membuat konsumen lebih mudah mengenal dan mengaksesnya. Penjualan tanaman hias di Bonbon Florist tidak hanya terjual di Kabupaten Jember saja, melainkan luar Jember, luar Jawa, hingga tembus pada ekspor keluar negeri. Bisnis tanaman hias di jember semakin banyak tumbuh dan ikut melakukan pemasaran dengan media yang sama yakni instagram, sehingga semakin tinggi pesaing maka semakin tinggi ancaman bagi Bonbon Florist. Dengan demikian perlu dilakukannya perencanaan dan mengevaluasi masalah dalam menghadapi persaingan baru, pemasaran yang lebih luas, dan pendapatan yang lebih stabil disetiap bulannya dengan membutuhkan manajemen strategi yang tepat untuk mengetahui apa saja faktor faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treath*). Kemudian mengambil prioritas strategi yang tepat dan perencanaan yang tepat untuk Bonbon Florist hal ini bertujuan untuk mengatasi resiko yang terjadi di masa yang akan datang.

Pemasaran adalah suatu proses sosial baik individu dan kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan melalui menciptakan, menawarkan, dan menukarkan secara bebas pada produk ataupun jasa yang bernilai satu sama lain (Fandi Tjiptono, 2008:9). Suatu usaha harus dapat menentukan cara yang tepat dalam memasarkan produknya agar penjualan yang dilakukan mendapatkan pendapatan yang stabil. Perumusan strategi pemasaran pada Bonbon Florist dengan menggunakan alat analisis Strength, Opportunities, Weakness, dan threats (SWOT) mulai mengevaluasi faktor internal (*Internal Factor Evaluation, IFE*) dan mengevaluasi faktor eksternal (*External Factor Evaluation, EFE*), menganalisis matriks (*Internal Eksternal, IE*), merumuskan alternatif strategi, dan menentukan prioritas strategi pemasaran Bonbon Florist dengan menggunakan (*Quantitative Strategic Planning Matrix, QSPM*).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas adapun permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi faktor internal dan eksternal yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treath*) pada strategi pemasaran tanaman hias di Bonbon Florist Jember ?
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk tanaman hias di Bonbon Florist Jember ?
3. Manakah prioritas strategi pemasaran yang dapat digunakan pada tanaman hias di Bonbon Florist Jember ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan berdasarkan identifikasi masalah diatas, adapun tujuan yang diharapkan peneliti sebagai berikut :

1. Menganalisis dan menjelaskan faktor internal dan eksternal yang mrnjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Treath*) pada strategi pemasaran tanaman hias di Bonbon Florist.
2. Menentukan dan merumuskan alternatif strategi pemasaran yang tepat untuk tanaman hias di Bonbon Florist.
3. Menentukan dan menjelaskan prioritas strategi pemasaran tanaman hias di Bonbon Florist.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mampu memberikan manfaat bagi berbagai pihak :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada perguruan tinggi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber pengetahuan dan wawasan di bidang strategi pemasaran dalam menganalisis faktor faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada peningkatan usaha mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Kemudian dapat mengetahui prioritas strategi yang tepat pada Bonbon Florist.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan sebagai pertimbangan untuk mengevaluasi usaha yang dijalankan pada Bonbon Florist agar semakin meningkat dan berkembang.

3. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi dan informasi untuk memahami konsep strategi pemasaran.