



## RINGKASAN EKSEKUTIF

EVA YOLYNDA AVINY. Perencanaan Strategik Bisnis Taman Bunga Nusantara  
Cipanas Cianjur. Dibimbing oleh E. Gumbira-Said dan Harianto.

---

Bisnis agrowisata di Indonesia akhir-akhir ini semakin banyak diminati oleh para pengusaha, ditunjukkan oleh berkembangnya beberapa obyek agrowisata. Propinsi Jawa Barat sebagai salah satu propinsi yang memiliki banyak bentang alam yang berpotensi untuk menjadi daerah wisata agro, merupakan propinsi tempat terkonsentrasinya beragam obyek wisata agro. Oleh karena itu, Taman Bunga Nusantara, sebagai salah satu obyek wisata yang bertempat di propinsi Jawa Barat, menghadapi persaingan bisnis agrowisata dengan obyek wisata lain yang semakin ketat dari waktu ke waktu. Dengan demikian, perusahaan perlu menyusun suatu strategi pengembangan yang dapat mengantisipasi persaingan bisnis agrowisata tersebut dan dapat bertindak secara proaktif dan reaktif dalam industri agrowisata.

*Display* tamannya yang berbahan baku terbesar berasal dari luar negeri membutuhkan penanganan berbiaya tinggi, sementara di sisi lain pihak pengelola menghadapi tuntutan untuk selalu memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pengunjung Taman. Berdasarkan latar belakang tersebut perlu dikaji kondisi eksternal dan internal perusahaan untuk menentukan posisinya dalam industri wisata agro saat ini. Pengkajian tersebut penting untuk perencanaan strategik perusahaan yang diusulkan dalam bentuk program kegiatan jangka pendek dan jangka menengah

(1998-2000).





Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan analisis deskriptif.

Data yang dikumpulkan merupakan data primer berupa kondisi internal dan eksternal perusahaan dan data sekunder (data perusahaan agrowisata lainnya dan studi pustaka).

Data tersebut dianalisa menggunakan analisis industri, Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation Matrix*) dan Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation Matrix*), serta analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity and Treaths Analysis*).

Hasil kajian menunjukkan bahwa Taman Bunga Nusantara berada pada fase peralihan dari fase pengenalan dan investasi ke fase pertumbuhan dalam daur hidup produk. Hal tersebut terlihat dari kegiatan promosi yang kurang intensif namun diiringi dengan volume penjualan yang mulai meningkat, walaupun tidak terlalu besar, yang dapat diartikan sebagai meningkatnya tingkat pengenalan konsumen terhadap obyek wisata tersebut. Berdasarkan posisinya dalam industri agrowisata, strategi generik yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan adalah strategi diferensiasi atau keunggulan produk, dengan memanfaatkan kekhasan produk dan potensi loyalitas pengunjunnya.

Penerapan strategi diferensiasi yang menjadi landasan dari strategi bisnis perusahaan berdasarkan analisis SWOT, perlu disusun dalam bentuk perencanaan strategi untuk jangka pendek dan jangka menengah (1998-2000), yang direalisasikan dalam bentuk strategi fungsional, yang meliputi strategi pemasaran, keuangan, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen.

Perencanaan program operasional perusahaan untuk periode 1998-2000 dapat dijabarkan sebagai berikut :



MB-IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## 1. Pemasaran

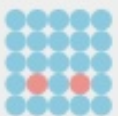
- a. Pengembangan Atraksi Wisata dan Paket Wisata, dalam bentuk penambahan jenis taman dan pemberdayaan beberapa fasilitas yang selama ini belum dimanfaatkan secara optimal. Kemasan paket wisata digolongkan menjadi tiga golongan paket wisata yaitu paket reguler, paket khusus dan paket kegiatan khusus.
- b. Penambahan beberapa fasilitas seperti tenda berikut dekorasinya, alat transportasi untuk mengelilingi taman, gazebo-gazebo dan areal bermain/piknik
- c. Mengintensifkan promosi untuk memperluas pasar, melalui penyebaran leaflet dan brosur serta iklan dan publikasi dan menjalin kerjasama dengan biro perjalanan wisata untuk mencapai tujuan yang sama
- d. Penetapan harga yang tepat, dengan menerapkan bauran harga terutama untuk biaya paket wisata yang akan dan sedang dikembangkan.

## Keuangan

- a. Maksimalisasi pendapatan perusahaan, dilakukan dengan penetapan harga tiket yang tepat dan meminimalkan biaya operasional, antara lain dengan menerapkan sistem pemesanan tanaman dalam bentuk *plug*, bukan dalam bentuk tanaman pot.
- b. Menjalinkan kerjasama dengan lembaga keuangan untuk pembiayaan usaha pengembangan perusahaan

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor  
**MB-IPB**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



### 3. Sumberdaya Manusia

- a. Pengisian jabatan asisten *Public relation* dari struktur organisasi perusahaan sehingga upaya pemasaran dapat semakin lancar
- b. Perencanaan pelatihan tenaga kerja untuk dijadikan tenaga pemandu wisata
- c. Perencanaan pelatihan/training untuk meningkatkan keterampilan dan kemampuan karyawan perusahaan.

### 4. Penelitian dan Pengembangan

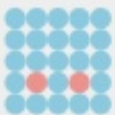
- a. Pembentukan divisi penelitian dan pengembangan

#### Sistem Informasi Manajemen

- a. Penerapan sistem *networking* (WAN dan LAN) dalam sistem komunikasinya, baik komunikasi internal maupun eksternal.
- b. Penerapan sistem informasi manajemen dalam proses pengambilan keputusan.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IPB



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor  
**MB-IPB**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.