

RINGKASAN EKSEKUTIF

Ratnawita. Strategi Pemasaran Bisnis “Bunga Potong” pada perusahaan PT. Eldadi Usaha Flora. Dibawah bimbingan Ujang Sumarwan dan Wahyudi.

Kebutuhan bunga potong di Indonesia, terutama di kota-kota besar semakin meningkat. Peningkatan kebutuhan sejalan dengan pertumbuhan perhotelan, restoran dan perkantoran yang merupakan konsumen utama bunga potong. Produsen bunga potong lokal belum dapat memenuhi seluruh kebutuhan di dalam negeri. Hal ini mengakibatkan adanya impor berbagai jenis bunga potong dalam jumlah yang relatif tinggi.

Eldadi Usaha Flora yang didirikan pada tahun 1993 di Jakarta adalah perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis florikultura. Salah satu dari lini produknya adalah bunga potong yang terdiri dari bunga Chrysanthemum, Carnation, Gerbera, dan lain-lain. Selain memasarkan bunga potong, EUF juga memasarkan tanaman daun-daunan, seperti Asparagus, Florida beauty, futoy, dan lain-lain. PT. Eldadi Usaha Flora memasok produknya antara lain ke toko bunga, hotel dan penata dekorasi ruangan, di Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya di seluruh Indonesia.

Dalam usaha pemasarannya, Eldadi Usaha Flora belum mencapai target penjualan seperti yang diharapkan. Dari target penjualan yang ditetapkan baru tercapai 30,30%. Hal ini antara lain disebabkan masih terbatasnya pasokan bunga potong yang tersedia sementara kebutuhan konsumen akan bunga potong sangat berfluktuatif. Selain itu dalam rangka pemasaran bisnis bunga potongnya Eldadi Usaha Flora belum mempunyai strategi pemasaran yang sistematis. Untuk itu perlu disusun suatu rencana strategi pemasaran bisnis bunga potong PT. Eldadi Usaha Flora. Strategi pemasaran yang akan disusun tersebut perlu mempertimbangkan kondisi lingkungan eksternal dan lingkungan internal perusahaan.



© Hak Cipta Milik IPB
Hal ini diciptakan dan diterbitkan dengan izin dari 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Tujuan dari Geladikarya ini adalah menyusun dan merekomendasikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang sesuai bagi pengembangan bisnis bunga potong pada perusahaan PT. Eldadi Usaha Flora.

Pendekatan yang dilakukan menggunakan beberapa alat analisis : Analisis faktor internal dan eksternal perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT yang berpedoman pada misi dan tujuan perusahaan. Analisis struktur industri didasarkan lima kekuatan yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam industri yaitu persaingan diantara perusahaan dalam industri, ancaman dari pendatang baru, ancaman dari produk substitusi, kekuatan tawar menawar pembeli dan pemasok. Strategi pemasaran yang akan diterapkan melalui pendekatan teori pemasaran.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan yang terbesar adalah memiliki hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan setia yang tetap. Hal ini merupakan sumber kekuatan dan peluang yang besar untuk mengembangkan dan memasarkan bisnis bunga potongnya. Selain itu kualitas produk yang tetap terjaga serta ditunjang dengan sarana distribusi yang memadai membuat bisnis bunga potong PT. Eldadi Usaha Flora dapat berkembang dengan baik.

Indikasi adanya peluang bisnis dikaitkan dengan kemampuan yang ada pada Eldadi Usaha Flora, maka alternatif strategi pemasaran yang disarankan sesuai dengan hasil Analisis SWOT adalah dengan cara penetrasi pasar. Strategi penetrasi pasar akan berhasil baik apabila perusahaan melakukan usaha pemasaran seperti promosi yang gencar, penurunan harga, peningkatan distribusi. Hal ini akan mendorong pelanggan setia untuk membeli lebih banyak lagi produk bunga potong Eldadi Usaha Flora. Pelanggan pesaing dan masyarakat yang bukan pengguna bunga potong tertarik untuk menggunakan bunga potong Eldadi Usaha Flora. Selain itu perlu diperhatikan kesesuaian antara produk dan pasar sasaran. Penguasaan informasi terhadap produk tentang kecenderungan kebutuhan konsumen akan menunjang perusahaan dalam menetapkan pasar sasarnya, sebagaimana diketahui bahwa kebutuhan bunga potong sangat berfluktuasi baik mengenai varietas, warna dan keindahannya.





Strategi Pengembangan pasar dengan cara menambah perwakilan pemasaran dan meningkatkan kinerja divisi distribusi makin meningkatkan pangsa pasar sehingga diperoleh konsumen baru yang potensial.

Strategi Integrasi Vertikal dengan cara menjalin hubungan baik dengan pemasok, membina hubungan baik dengan toko bunga, penata ruang (dekorator) dan pedagang perantara, meningkatkan hubungan kerjasama dengan pedagang besar di berbagai kota propinsi sebagai sumber informasi (intelegen bisnis) membawa implikasi yang baik bagi perusahaan, yaitu kontinuitas pasokan terjamin, kestabilan penjualan terjaga sehingga target penjualan tercapai, sebagai saluran penjualan / perwakilan pemasaran dapat memberikan informasi pasar yang lebih akurat, karena pedagang besar biasanya mempunyai manajemen dan tenaga pemasaran yang lebih profesional.

Indikasi adanya ancaman terhadap kelangsungan perusahaan dikaitkan dengan kemampuan yang ada, maka strategi pengembangan produk, strategi pengembangan pasar, strategi peningkatan efisiensi pada semua bidang perusahaan adalah strategi yang disarankan. Kebutuhan penelitian melalui divisi R & D terhadap kemungkinan varietas baru yang dapat dipasarkan perlu mendapat perhatian. Membuat kemasan dan label yang lebih menarik (penjaja bisu), menambah perwakilan pemasaran, meningkatkan mutu layanan dan hubungan baik dengan kreditur, meningkatkan kualitas koordinasi antar unit untuk meningkatkan mutu layanan adalah implikasi dari strategi yang disarankan. Manfaat yang diperoleh perusahaan dengan penerapan strategi tersebut adalah perusahaan mempunyai produk yang unik dan khas, yang dapat membangun citra perusahaan dan produk, meningkatkan pangsa pasar, biaya pemasaran dapat ditekan, harga dapat diturunkan sehingga perusahaan memiliki keunggulan bersaing, margin keuntunganpun meningkat.

Indikasi adanya kelemahan perusahaan dikaitkan dengan ancaman yang ada, maka Strategi Penekanan Harga Pokok Penjualan dan strategi aliansi dengan perusahaan lain dalam asosiasi adalah disarankan. Strategi penekanan harga pokok penjualan akan berhasil apabila perusahaan meningkatkan kinerja dan efisiensi disegala bidang khususnya divisi pemasaran, sehingga harga produk dapat diturunkan.

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 mengemukakan dan memperbanyak atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak Cipta Milik IPB
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

MB-IPB
Institut Pertanian Bogor