

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. LATAR BELAKANG

Bunga potong adalah produk florikultura yang memiliki bentuk dan warna yang indah. Berbagai acara khusus seperti perkawinan, pagelaran produk tertentu, seminar, pameran perumahan dan furnitur, serta upacara seremonial lainnya, memanfaatkan bunga-bunga potong.

Perkembangan industrialisasi, pembangunan perumahan, perkantoran dan pariwisata dengan kecenderungan pendapatan masyarakat yang meningkat akan mempengaruhi pola hidup dan kebutuhan masyarakat, termasuk diantaranya kebutuhan florikultura. Adanya perubahan pola tata kehidupan masyarakat tersebut dan perkembangan perumahan yang cukup tinggi, yakni sekitar 200.000 sampai 300.000 unit rumah setiap tahunnya di kota Jakarta (Majalah Properti, 1996) membawa dampak peluang pasar yang cukup baik bagi bisnis bunga potong.

Permintaan bunga potong di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Denpasar, Malang dan Medan terus meningkat. Konsumsi bunga potong untuk kota-kota tersebut didominasi oleh Jakarta sebesar 70% dari produksi bunga nasional. Nilai produk florikultura Indonesia tahun 1996 sekitar Rp. 57,5 miliar. Dengan pertumbuhan sebesar 15-25% pertahun. Pada tahun 2005 diperkirakan permintaan dalam negeri mencapai Rp. 186 - Rp. 426 miliar. Permintaan dunia untuk florikultura sepuluh tahun mendatang diperkirakan bernilai US \$ 120 miliar, sementara ekspor Indonesia pada tahun 1996 baru mencapai US \$ 310 - US \$ 714 juta. (Majalah Trubus, 1997)

Meningkatnya permintaan bunga potong merupakan peluang bagi dunia usaha di bidang florikultura untuk memenuhi kebutuhan konsumen bunga baik di dalam maupun di luar negeri. Peluang tersebut dapat menarik pendatang-pendatang baru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



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.



untuk mengisi pasar dan bersaing dalam produksi berskala besar. Dalam menangkap peluang bisnis pemasaran bunga potong, PT. Eldadi Usaha Flora memanfaatkan dengan mengembangkan bisnis Pemasaran bunga potong.

PT. Eldadi Usaha Flora yang didirikan pada tahun 1993 adalah perusahaan yang bergerak di bidang agribisnis florikultura. Salah satu dari "lini product"-nya 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 mensuplai produknya antara lain ke toko bunga, hotel dan penata dekorasi ruangan, di Jakarta, Bandung, Surabaya dan kota-kota besar lainnya di seluruh Indonesia.

Permintaan bunga potong terdiri dari berbagai jenis bunga dan bersifat fluktuatif. Untuk memenuhi permintaan tersebut PT. Eldadi Usaha Flora memperoleh pasokan bunga potong secara monopsoni dari perusahaan PT. Alam Indah Nusantara yang merupakan rekanan bisnis PT. Eldadi Usaha Flora. PT. Eldadi Usaha Flora beranggapan bahwa jika memproduksi dan melakukan diversifikasi produksi sendiri dibutuhkan investasi yang tinggi dan resiko yang cukup besar, sehingga diversifikasi pasokan yang berasal dari PT. Alam Indah Nusantara dianggap lebih efisien.

Total penjualan bunga potong Eldadi Usaha Flora pada tahun 1994 adalah Rp. 735.115.899, tahun 1995 adalah Rp. 801.549.272 dan pada tahun 1996 adalah sebesar Rp. 2.166.346.329. Perkembangan dari tahun 1994 sampai tahun 1996 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Memperhatikan kondisi perkembangan industrialisasi, pembangunan perumahan, perkantoran dan pariwisata dengan kecenderungan pendapatan masyarakat yang meningkat tersebut merupakan potensi pasar yang besar. PT. Eldadi Usaha Flora sebagai perusahaan florikultura melihat peluang tersebut yang apabila dilakukan pemasaran florikultura dengan strategi yang benar dan sistematis dapat dikembangkan suatu bisnis yang prospektif di masa depan.

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.

Hak cipta dilindungi undang-undang

© Hak Cipta Milik IPB

Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

**Tabel 1.1**  
**Total Penjualan Bunga Potong PT. Eldadi Usaha Flora**  
**Tahun 1994 - 1996**  
**(Rupiah)**

No.	Bulan	Total Penjualan		
		Tahun 1994	Tahun 1995	Tahun 1996
1.	Januari	38,846,723	56,041,160	185,031,160
2.	Februari	48,335,585	90,211,820	140,738,703
3.	Maret	79,747,555	42,154,030	167,353,301
4.	April	53,031,725	28,706,730	163,955,132
5.	Mei	50,800,688	58,813,615	186,315,082
6.	Juni	44,644,770	76,097,165	128,288,272
7.	Juli	56,338,600	54,063,010	154,281,145
8.	Agustus	68,041,108	72,213,675	171,401,309
9.	September	51,201,165	58,165,175	191,860,390
10.	Oktober	72,969,208	58,518,305	188,151,565
11.	Nopember	71,775,396	62,201,257	220,192,688
12.	Desember	99,383,376	144,363,330	268,777,582
	<b>Total</b>	<b>735,115,899</b>	<b>801,549,272</b>	<b>2,166,346,329</b>

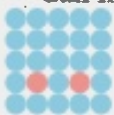
Sumber : Eldadi Usaha Flora, 1996

## 1.2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil identifikasi terhadap manajemen PT. Eldadi Usaha Flora, maka diperoleh gambaran permasalahan yang dihadapi, khususnya pada bagian pemasaran, yaitu belum tercapainya target penjualan seperti yang diharapkan. Dari target penjualan yang ditetapkan baru tercapai 30,30% (lihat tabel 1.2). 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 PT. Eldadi Usaha Flora belum mempunyai rencana 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  
 Hak cipta dilindungi Undang-Undang



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.

Tabel 1.2

**Target, Pasokan dan Realisasi Penjualan Bunga Potong Chrysanthemum  
PT. Eldadi Usaha Flora bulan Desember 1996  
(Ikat)**

NO	MINGGUI	TARGET	SUPPLY	PENJUATAN
1	I	3486	3586	4299
2	II	3486	4423	3130
3	III	5894	2851	3759
4	IV	5894	3214	3824
5	V	3879	1418	745
	Jumlah	22639	15492	15757

Sumber : PT. Eldadi Usaha Flora, 1996

### 1.3. TUJUAN GELADIKARYA

Tujuan dari Geladikarya ini adalah :

1. Menganalisa strategi pemasaran produk bunga potong yang telah diterapkan oleh PT. Eldadi Usaha Flora;
2. Menyusun dan merekomendasikan beberapa alternatif strategi pemasaran yang sesuai bagi PT. Eldadi Usaha Flora.

### 1.4. KEGUNAAN GELADIKARYA

Hasil Geladikarya ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, penulis dan MMA-IPB yaitu :

1. Bagi Perusahaan : diharapkan dapat dijadikan masukan atau saran sebagai alternatif dan bahan pertimbangan menyusun rencana strategi pemasaran.;
2. Bagi Penulis : mengembangkan wawasan dan pengalaman dalam bisnis bunga potong;
3. Bagi MMA-IPB : sebagai bahan pustaka dan bahan studi kasus yang dapat digunakan oleh mahasiswa, pengajar dan peneliti.

