



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pengembangan komoditas hortikultura dalam pembangunan jangka panjang dilakukan melalui pendekatan agribisnis dan agroindustri yang memungkinkan untuk meningkatkan nilai tambah produk-produk hortikultura. Indonesia sebagai negara yang beriklim tropis dikenal mempunyai kekayaan flora yang beraneka ragam. Berbagai jenis tanaman, tumbuh dengan baik termasuk tanaman bunga dan tanaman hias yang mempunyai keunikan tertentu, dapat dikatakan Indonesia dikenal sebagai pusat keanekaragaman tanaman hias tropis. Hal tersebut dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk meningkatkan taraf hidup ekonomi masyarakat melalui pembangunan industri florikultura (GBHN 1999).

Tanaman hias, termasuk bunga potong, merupakan salah satu produk hortikultura yang mempunyai prospek agribisnis cukup cerah di Indonesia. Industri bunga potong atau yang biasa dikenal dengan istilah florikultura menjadi salah satu industri yang sedang berkembang di Indonesia dalam upaya peningkatan kesejahteraan petani, memperluas lapangan pekerjaan, pariwisata dan menciptakan lingkungan yang sehat dan nyaman (Direktorat Bina Produksi Hortikultura, 1997). Menurut Abidin (1996) pengembangan industri bunga antara lain bertujuan untuk mencapai hal sebagai berikut : 1. menjadi *profit center* baru bagi pemilik usaha dan membuka lapangan kerja luas bagi berbagai tenaga kerja dari suatu bisnis yang *labour intensive*, 2. mendirikan berbagai usaha yang dapat membantu pemertintah daerah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berkecimpung dalam industri bunga, 3. memanfaatkan potensi pasar dan permintaan bunga yang timbul dari dalam maupun luar negeri, 4. meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi bunga secara profesional.

Secara lebih luas proyek budidaya bunga potong ini akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan aktivitas perekonomian daerah setempat, bagi pengusaha hulu dan hilir serta penduduk sekitarnya, antara lain usaha angkutan barang dan penumpang, pedagang pengumpul, warung atau toko bahan makanan dan pakaian. Disamping itu, adanya proyek ini juga akan meningkatkan perolehan devisa negara, karena komoditas ini termasuk salah satu komoditas



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

MPB-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.



ekspor. Terbukanya hutan atau termanfaatkannya lahan “tidur” yang dikembangkan menjadi areal produktif yang diiringi dengan berkembangnya pemukiman dan pusat perekonomian, serta semakin baiknya aksesibilitas akan berdampak positif terhadap pengembangan wilayah dan tata ruang wilayah tersebut.

Tanaman hortikultura, khususnya bunga potong (*cut flower*) merupakan komoditi yang sangat khas, di mana para pengusaha dituntut untuk lebih memberikan perhatian khusus dalam pengusahaannya yang didasarkan atas ketrampilan seni, ketrampilan dalam hal penguasaan teknologi budidaya dan kemampuan dalam memperdagangkan hasil produksi. Pengusaha bunga potong juga dituntut dapat untuk memperdagangkan produksinya dalam keadaan segar dan menampilkan bentuk dan warna produksinya yang secara artistik mampu menarik calon konsumen (Soekartiwi, 1996).

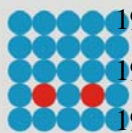
Sejalan dengan peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi bunga potong akan cenderung meningkat. Persepsi masyarakat terhadap bunga potong semakin positif sehingga penggunaan bunga potong tidak hanya terbatas untuk sekedar hiasan belaka, tetapi juga dapat diberikan untuk ucapan selamat, ucapan simpati, kegiatan keagamaan, upacara perkawinan, dan sebagainya (Bunadoro, 1998).

Dengan makin luasnya penggunaan bunga potong, maka persaingan dalam pengembangan komoditi ini juga semakin meningkat. Pengembangan teknologi yang memungkinkan untuk menghasilkan bunga potong berwarna-warni, bentuk yang menarik, tahan lama dan harganya relatif terjangkau. Adanya segmen pasar untuk masyarakat golongan tertentu yang mempunyai selera eksklusif dan fanatik terhadap jenis bunga tertentu yang belum dapat dihasilkan di dalam negeri menyebabkan semakin meningkatnya impor bunga potong, terlihat pada Tabel 1.

Di lain pihak, lembaga-lembaga penelitian dan para *nursery* di dalam negeri telah mengembangkan varietas-varietas baru yang mempunyai daya saing yang kuat dengan produk impor, juga dengan adanya teknologi budidaya yang semakin dikuasai dan efisien menyebabkan harga jual bunga potong mampu bersaing dengan produk impor. Hal ini akan mendorong ekspor bunga potong



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.



Indonesia ke luar negeri walaupun masih berfluktuasi sepanjang tahunnya tetapi cenderung mengalami peningkatan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Menurut data *International Floriculture Statistic* dari Pathfast (Bulletin ASBINDO, Apr 2001), angka perdagangan florikultura dunia tahun 1999 mencapai US\$ 7.816.320 dimana penjualan bunga potong mencapai US\$ 3.880.886 atau sebesar 49,65%. Pasar florikultura utama dunia antara lain Belanda, Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Italia, Spanyol, Swiss, Inggris, Amerika Serikat dan Jepang. Sebagian dari negara-negara tersebut selain menjadi konsumen juga menjadi produsen dan eksportir. Belanda merupakan negara pengeksport florikultura paling tinggi di dunia dengan angka ekspor tahun 1999 sebesar US\$ 3.724.065 atau hampir setengah dari angka perdagangan florikultura dunia, sedangkan nilai ekspor Indonesia masih relatif kecil yaitu hanya sebesar US\$ 258.100.

Tabel 1. Ekspor dan Impor Tanaman Hias (Bunga-Bunga) di Indonesia

Tahun	I. Ekspor		Impor		Neraca (Ekspor-Impor)	
	Volume (Ton)	Nilai (000 US\$)	Volume (Ton)	Nilai (000 US\$)	Volume (Ton)	Nilai (000 US\$)
1986	730	291	77	523	653	(232)
1987	1.102	608	20	114	1.082	494
1988	1.652	1.371	70	553	1.582	818
1989	464	1.937	103	1.059	361	878
1990	307	174	409	1.172	(102)	(998)
1991	507	688	279	1.146	228	(458)
1992	1.421	2.155	48	1.183	1.373	972
1993	2.182	2.604	21	599	2.161	2.005
1994	1.558	2.147	32	337	1.526	1.810
1995	695	1.630	111	640	584	990
1996	739	1.752	214	817	525	935
1997	182	315	98	1.330	84	(1.015)
1998	18	5	68	426	(50)	(421)
1999	678	1.567	104	589	574	938
2000	1.683	1.483	56	245	1.627	789

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.



2001      2.091      2.581      32      302      2.059      1.801

Sumber : Direktorat Binus dan Pangolahan Hasil TPH, Deptan, 2002

Permintaan bunga potong di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Malang, Medan dan Denpasar terus meningkat. Konsumen bunga potong didominasi oleh Jakarta sebesar 70% dari produksi bunga nasional. Nilai produksi florikultura Indonesia tahun 1996 sekitar US\$ 25 juta. Dengan pertumbuhan sebesar 15-25% per tahunnya. Pada tahun 2005 diperkirakan permintaan bunga potong dalam negeri mencapai Rp. 186-426 miliar. Permintaan dunia untuk florikultura 10 tahun mendatang diperkirakan bernilai US\$ 129 juta, sementara ekspor Indonesia pada tahun 1996 baru mencapai US\$ 1.752.000 (Trubus, 1996). Konsumsi bunga potong dalam negeri cenderung meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk kota, peningkatan pendapatan masyarakat, pembangunan kompleks perumahan dan perkantoran serta pengembangan pariwisata.

Dengan melihat kondisi seperti tersebut di atas, peluang pengembangan agribisnis bunga potong semakin prospektif. Melihat besarnya prospek perkembangan permintaan komoditas tanaman hias dan bunga potong, akan membawa dampak peluang pasar yang baik bagi para pelaku bisnis bunga potong. Jumlah produsen bunga potong yang selalu bertambah setiap waktunya, menunjukkan bahwa keadaan pangsa pasar masih relatif terbuka. Hal ini disebabkan karena potensi pasar, baik di dalam negeri maupun di luar negeri masih tetap terbuka.

Banyaknya perusahaan yang bergerak di Industri bunga potong dan semakin kuatnya daya saing industri, maka perlu bagi PT. AIBN untuk meningkatkan kualitas bunga potong yang dipasarkan dengan memperhatikan berbagai aspek, seperti perilaku konsumen akan bunga potong, teknologi, selain itu dalam rangka menangkap peluang serta memperbesar perannya di pasar lokal maupun luar hal yang perlu dilakukan PT.AIBN adalah secara kontinu memperhatikan posisi produknya dibanding produk pesaing dan industri bunga potong pada umumnya.

*Hak cipta dilindungi Undang-Undang*



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis  
Institut Pertanian Bogor

**MIB-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.



### C. Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana posisi relatif masing-masing produk saat ini dan masa depan dalam matriks portofolio.
2. Bagaimana alternatif strategi yang sebaiknya dikembangkan oleh perusahaan untuk masing-masing produk.

### D. Tujuan

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah :

1. Mengkaji posisi produk saat ini dan masa depan dalam matriks portofolio produk
2. Memberikan alternatif strategi yang dapat diambil oleh perusahaan sesuai dengan posisi masing-masing produk tersebut dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010

*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 mengikis kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.