

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia disebut sebagai Center of Origin, atau pusat keanekaragaman flora dan fauna, karena merupakan negara tropis dengan keanekaragaman hayati tumbuhan. Sebagian besar tanaman bertahan dan berkembang, termasuk bunga dan tanaman hias yang masing-masing memiliki keunikan dan maknanya sendiri (Widiana, 2001).

Bisnis tanaman berbunga, tidak seperti industri tanaman industri pada umumnya, khususnya tanaman pangan, tidak memerlukan penggunaan lahan yang luas. Namun, industri bunga membutuhkan perhatian yang lebih besar terhadap detail, lebih banyak keahlian, dan pengetahuan khusus. Pengusaha akan membutuhkan lebih banyak uang untuk pemeliharaan sebagai akibat dari ini.

Meningkatnya kesejahteraan dan reaksi masyarakat terhadap kenyamanan dan keindahan lingkungan merupakan dua faktor yang berkontribusi terhadap perluasan ketertiban negara. Hal ini diikuti dengan tumbuhnya kesadaran akan alam (kembali ke alam), yang terutama terjadi di kalangan kelas menengah ke atas dan kelas atas.

Tanaman Anggrek adalah salah satu tanaman yang paling menarik secara visual di Indonesia, dengan mekar yang indah dan kemampuan untuk hidup dan tumbuh dalam berbagai kondisi. Anggrek merupakan tanaman hias potensial di seluruh dunia, tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di belahan dunia lain yang memiliki tanaman bunga cantik. Tanaman

anggrek ini merupakan tanaman cantik yang juga memiliki banyak potensi yang bernilai.

Bentuk bunga, variasi warna dan corak, dan ciri-ciri lainnya, seperti kesegaran bunga yang bertahan sebagai bunga potong tanpa bahan pengawet selama sekitar 5-7 hari hingga 3 minggu, semuanya menjadi pertimbangan penting. Inilah daya tarik tanaman menarik lainnya, sehingga anggrek kadang disebut ratu bunga. Tanaman ini biasa dipetik sebagai bunga favorit untuk menghiasi pekarangan atau ruangan. Tidak ada kejutan. Bahkan keindahan bunganya terkadang diperdebatkan secara nasional (dalam Siti Aisyah, 2002).

Banyak pengusaha anggrek dengan nilai ekonomi yang besar telah lama berjalan. Bahkan anggrek merupakan salah satu komoditas utama dalam perdagangan internasional dalam florikultura. Fenomena perusahaan juga berkisar dari taman kanak-kanak besar hingga pedagang kaki lima yang menjualnya. Anggrek komersial khas Dendrobium, Phalaenopsis, Vanda, Cattleya dan Oncidium yang sering ditanam di Indonesia.

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. sebagai bahan informasi bagi mereka yang memiliki kepentingan komersial anggrek.
2. Kajian ini dapat digunakan oleh pemerintah sebagai bahan masukan dan pertimbangan kebijakan
3. Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk bahan informasi dan referensi akademik maupun nonakademik.

Komoditas florikultura (tanaman bunga hias anggrek) ditangani lebih hati-hati dan lebih cepat. Karena dapat dipahami bahwa pembatasan petani umumnya terkait dengan kesulitan pemasaran.

Agen pemasaran memainkan peran penting dalam mengirimkan anggrek (porplants) ke pelanggan dari tangan produsen. Hal ini dikarenakan adanya disparitas antara produsen dan konsumen di lokasi. Lokasi dan kegiatan lembaga pemasaran, seperti pembelian, pengangkutan, penyortiran, pemrosesan, penyimpanan dan penjualan, bervariasi sedemikian rupa sehingga harga untuk setiap lembaga pemasaran berbeda, yang mengarah pada masalah harga dan distribusi keuntungan yang tidak merata antara badan pemasaran. (Kompas, 2001).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran anggrek di desa Gunung Gangsir.
2. Apakah pemasaran anggrek di Gunung Gangsir sudah memenuhi efisiensi dari segi margin pemasaran?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran bunga anggrek di desa Gunung Gangsir yang dilakukan oleh instansi pemasaran yang terkait.
2. Untuk mengetahui apakah pemasaran anggrek di Desa Gunung Gangsir sudah efisien dari segi margin.