

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu dunia industri di Indonesia semakin luas dan beragam. Hal ini dipengaruhi oleh permintaan kebutuhan manusia yang juga semakin banyak. Tidak hanya kebutuhan pokok sehari-hari, akan tetapi manusia saat ini juga membutuhkan barang-barang untuk menunjang kehidupan sosial. Meskipun permintaan semakin beragam, persaingan di dunia industri pun semakin sengit. Apalagi bagi sebagian besar masyarakat saat ini adalah masa pemulihan ekonomi setelah melewati masa pandemi yang panjang. Banyak bisnis-bisnis yang telah gulung tikar saat pandemi berlangsung. Akan tetapi tidak sedikit pula industri yang masih berjalan hingga saat ini.

Bisnis bunga potong di beberapa daerah sangat diminati. Hal ini dikarenakan hasil yang didapatkan sangat menjanjikan apabila dirawat dan diperlakukan dengan tepat. Jawa Timur sebagai penghasil bunga krisan potong tertinggi ke-2 di Indonesia setelah Jawa Barat. Menanam bunga potong pun tidak bisa asal ditanam. Ada banyak syarat-syarat khusus yang perlu diperhatikan agar tanaman dapat berbunga dan mekar yang sempurna serta layak jual. Hal yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah suhu pada daerah usaha. Ini disebabkan karena bunga krisan potong hanya dapat hidup pada suhu yang dingin saja. Kecamatan Tukur merupakan daerah yang memiliki suhu dingin sehingga banyak sekali greenhouse bunga potong di kecamatan ini. Salah satunya adalah AIRIN FLOWER yang berfokus pada bunga krisan potong untuk dekorasi. Karena lokasi yang

cocok inilah membuat bisnis ini sangat banyak diminati di daerah kecamatan tutur khususnya membuat persaingan usaha pada greenhouse AIRIN FLOWER sangat sengit dan sulit sekali bertahan jika tidak membuat terobosan-terobosan baru yang dapat membuat greenhouse AIRIN FLOWER ini tetap berjalan.

Penelitian ini bermaksud untuk memberikan saran kepada pemilik dan pelaku usaha di greenhouse 3D fram Nongkojajar untuk dapat menggunakan strategi Samudera Biru (Blue Ocean) sebagai alternatif cara untuk dapat bersaing dan juga menganalisa kesulitan-kesulitan yang mungkin timbul selama proses pelaksanaan strategi tersebut. Data dalam penelitian ini dianalisa secara kualitatif, yaitu data primer yang diperoleh dari wawancara dan pengamatan di lokasi yang kemudian dapat dilanjutkan dengan analisa internal dan eksternal yang di terjemahkan ke dalam analisa SWOT. Serta data sekunder yang berupa teori, definisi dan substansinya yang didapat dari berbagai literatur. Diharapkan AIRIN FLOWER dapat menjadi warna baru dalam bisnis bunga potong yang semakin ketat persaingannya dengan menggunakan Strategi Samudera Biru, namun harus diketahui bahwa setiap penerapan strategi bisnis pasti melibatkan peluang dan juga resiko di dalamnya. Sama halnya dengan Blue Ocean Strategy, terdapat resiko resiko yang akan didapat dari beberapa prinsip strategi ini, namun dapat memandu sebuah bisnis agar lebih efektif dan efisien dalam pengeksesuksiannya

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas. Adapun rumusan masalah yang di angkat dalam penelitian ini adalah:

1. Menurut Matriks EFAS dan IFAS, ada dimana posisi persaingan bisnis pada AIRIN FLOWER?
2. Berdasarkan teori *Blue Ocean Strategi*, langkah apa yang dapat diterapkan untuk persaingan bisnis pada AIRIN FLOWER?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat tercapai, Maka perlu adanya batasan-batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada AIRIN FLOWER dan beberapa greenhouse lain yang juga melakukan bisnis serupa.
2. Data yang dikumpulkan yaitu data internal dan data eksternal dari greenhouse AIRIN FLOWER
3. Menggunakan strategi samudra biru (*Blue ocean strategy*) sebagai alat penyelesaian masalah.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menentukan strategi yang tepat agar AIRIN FLOWER dapat bertahan dalam persaingan serta menganalisis dimana posisi AIRIN FLOWER pada matrik EFAS dan IFAS.
2. Menggunakan pendekatan *Blue Ocean Strategy* sebagai upaya untuk memenangkan AIRIN FLOWER dalam persaingan bisnis serta menemukan suatu strategi penjualan yang baru dan *Fresh*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti : di harapkan penelitian ini dapat menjadi sarana untuk menerapkan ilmu yang telah di pelajari selama di bangku kuliah, serta mempelajari dan melakukan praktek secara langsung tentang strategi pemasaran serta *blue ocean strategi*
2. Bagi perusahaan : dapat digunakan sebagai usulan serta masukan pada perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang di gunakan melalui perumusan *Blue ocean Strategi* serta dapat mengevaluasi kinerja agar bisa lebih baik.
3. Bagi peneliti lain : dapat di gunakan sebagai referensi dan bahan bacaan untuk penelitian selanjutnya, khususnya untuk kasus yang berkaitan dengan strategi pemasaran dan *Blue Ocean Strategi*.