

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya memiliki mata pencaharian disektor pertanian. Pembangunan nasional di sektor pertanian menjadi sektor yang sangat vital dalam memajukan negara. Sektor ini menjadi landasan ekonomi manusia Indonesia untuk bertahan hidup dimasa sekarang dan masa depan.

Tanaman hias adalah tanaman yang dipergunakan sebagai dekorasi baik ruangan ataupun luar ruangan. Tanaman hias memiliki berbagai macam jenis mulai dari tanaman berbunga sampai tanaman yang berbentuk unik. Bentuk tanaman ini sangat beraneka ragam dan masing-masing tanaman memiliki daya tarik tersendiri untuk layak dikoleksi. Tanaman hias juga dapat dipakai sebagai hiasan, tanaman ini dapat diletakkan diberbagai tempat seperti depan rumah, ruang tamu dan lain-lain. Bahkan sekarang tanaman hias sering dijumpai di ruang kerja untuk menambah suasana ruangan lebih nyaman selama dalam bekerja. (Nursid Summatmadja, 2008 :166).

Pada umumnya tanaman hias dapat dibagi menjadi dua yaitu tanaman hias yang menonjolkan bunganya dan tanaman hias yang menonjolkan daun. Tanaman hias bunga mempunyai keunggulan dibagian bunga yang menarik demikian pula dengan tanaman hias daun yang mempunyai keunggulan dibagian daun. Dalam hal ini perlu diketahui daun terdiri dari tiga unsur yaitu pelepah, tangkai, dan helaian, unsur itu yang paling menentukan adalah pelepahnya, kalau pelepahnya menarik para penggemar tanaman hias banyak yang suka.

Tanaman hias diproduksi di beberapa provinsi di Indonesia. Berdasarkan data Direktorat Jendral Tanaman Hias tahun 2009 terdapat 18 provinsi penghasil tanaman hias di Indonesia antara lain Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, DI Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, Sulawesi Selatan, Gorontalo dan Nusa Tenggara Barat. Provinsi Jawa Barat menempati urutan pertama sebagai sentra produksi tanaman hias terbesar. . (Prihmantoro, 2010 :2).

Menurut hasil pengamatan Balai Penelitian Tanaman Hias (2009), terdapat tiga hal yang menarik dalam perkembangan usaha tanaman hias, yaitu:

1. Keragaman dan keunikan flora yang mempunyai peluang untuk dibudidayakan sebagai komoditas komersial.
2. Peningkatan penggunaan teknologi yang memudahkan bisnis tanaman hias dalam kegiatan budidaya maupun pemasaran.
3. Pengaruh *trend* akibat peningkatan gaya hidup masyarakat terhadap tanaman hias.

Jatuhnya perekonomian Indonesia pada pertengahan tahun 1997 membuat harga tanaman hias tidak bisa bangkit sampai dengan pertengahan tahun 2001. Pasalnya, perdagangan tanaman hias berkaitan erat dengan perdagangan taman, baik taman rumah tinggal maupun taman penghijauan perumahan. Turunnya jumlah permintaan terhadap tanaman hias membuat tingkat persaingan penjualan tanaman hias sampai dengan pertengahan 2001 menjadi sangat ketat. Banyak penangkar tanaman hias, pedagang besar, dan pedagang enceran yang gulung tikar. Pemain yang masih bertahan hanyalah yang memang memiliki cadangan modal cukup kuat, lebih efisien, dan lebih

cerdik dalam mencari peluang usaha. Berbagai macam tanaman hias seperti *aglaonema*, *adenium*, *euphorbia*, dan *anthurium* sudah mulai banyak dikoleksi oleh para penggemar tanaman hias. Imbasnya, harga tanaman hias tersebut melonjak tajam.

Perkembangan tanaman hias yang masih mengalami naik turun. Periode tahun 2008 menjadi tahun ke-emasan tanaman hias jenis *aglonema* dan *anthorium*. Waktu itu tanaman hias menjadi buah bibir dimana-mana terutama tanaman hias jenis *aglonema* dan *anthorium*. Hampir semua orang mengetahui, orang-orang yang dulunya kurang tertarik terhadap tanaman hias tiba-tiba ikut terjun dalam dunia tanaman hias, namun pada waktu itu tidak berlangsung lama karena banyak petani tanaman hias baru yang ingin mencari keuntungan dengan mahalnya harga tanaman hias jenis *aglonema* dan *anthorium* yang pada waktu itu harganya satu pot dapat jutaan rupiah. Bukannya mendapat keuntungan tetapi malah peminat dadakan ini sebagian besar rugi karena belum tahu cara pemasaran dan perawatan yang benar. (Rianto, 2009).

Berbagai ragam tanaman hias, dari mulai jenis bunga tagetes yang mudah sekali berbunga dengan intensitas yang tak henti-henti hingga jenis anggrek yang tergolong sulit berbunga, saat ini sudah sangat umum ditanam orang, baik berbagai komponem utama untuk menghijaukan dan mempercantik taman maupun sebagai tanaman hias dalam pot yang ditempatkan dimeja ataupun digantung diareal rumah, ruang perkantoran, atau apartemen. Tanaman hias akan membuat suasana sekitar rumah menjadi lebih hijau, memperindah komposisi warna lingkungan sekitar, dan tentu saja membuat keberadaan taman dan lingkungan sekitar rumah lebih semarak. Taman atau lingkungan rumah yang nampak asri dengan berbagai warnawarni bunga dapat menaikkan genggsi

sipemilik, terlebih bila jenis tanaman yang tergolong langka, mahal, atau dikenal sulit berbunga.

Tanaman hias yang ditanam dilingkungan sekitar rumah atau taman adalah jenis yang memiliki keindahan pada daun selain kemampuannya berbunga. Sementara itu, tanaman hias yang ditanam dalam pot umumnya dipilih dari jenis yang dimiliki kemampuan dan berfungsi sebagai penghias ruangan. Contoh yang paling tepat untuk tanaman hias yang ditanam dalam pot adalah jenis krisan, anggrek, dan mawar. Tentu saja ketepatan pemilihan jenis tanaman hias yang digunakan harus didasarkan pada desain yang dipilih sesuai jenis dan lokasi tersebut. Misalnya untuk acara perkawinan dirumah dengan acara perkawinan dihotel berbintang tentu saja akan berbeda pemilihan jenis tanaman hias yang digunakan (Endah, 2011).

Ternyata wabah tanaman hias tidak hanya melanda para penikmatnya, ketika pasar sedang terkagum-kagum dengan jenis atau *varietas* tanaman hias yang ada para pemilik tempat pembibitan diam-diam mempersiapkan jenis yang baru yang tentu saja akan memiliki keunikan dan keindahan tersendiri. Para pemilik tempat pembibitan/pembenihan di Thailand dan Taiwan merupakan contoh yang tidak pernah berhenti menyilangkan tanaman-tanamannya untuk mendapatkan *varietas* baru yang lebih unik dan menarik perhatian para kolektor tanaman hias di Indonesia.

Demikian pula para pemilik tempat pembibitan/pembenihan didalam negeri, mereka selalu mempunyai ide untuk menghindari kejenuhan pasar dengan menghadirkan tanaman-tanaman hias jenis terbaru. Kehadiran jenis atau *varietas* baru akan membuat dunia tanaman hias selalu dinamis, penuh keindahan, serta dapat menjadikan peluang bisnis (Endah 2011).

Provinsi Jawa Timur, minat masyarakat pada berbagai tanaman hias (*ornamental plants*) cenderung meningkat, tidak hanya pada saat perayaan hari-hari besar agama atau pergantian tahun saja. Bahkan saat ini tanaman hias dipakai untuk acara dikantor-kantor, hotel, dan rumah serta menjadi koleksi para penggemar tanaman hias.

Para petani tanaman hias Dusun Ledug Desa Geneng Timur yang bertindak sebagai petani sekaligus pengusaha tanaman hias harus siap menghadapi berbagai perubahan lingkungan, baik fisik maupun non fisik yang akan mempengaruhi pengambilan keputusan strategi pemasaran. Petani harus dapat mempertimbangan dan menentukan strategi yang tepat dalam pemasaran tanaman hias agar dapat mempertahankan usahanya dan mampu mengungguli pesaingnya. Petani tanaman hias diharapkan dapat memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan.

Salah satu strategi pemasaran tanaman hias adalah menjual tanaman dalam kondisi yang sudah tertanam dalam pot. Beberapa pertimbangan konsumen yaitu dengan membeli tanaman yang sudah ditanam dalam pot untuk dapat langsung dilihat keindahan tanaman tersebut. Dalam memasarkan tanaman tersebut kita juga harus memperhitungkan adanya tambahan biaya produksi yaitu untuk pembelian pot bunga, pupuk/obat, air sebagai penyiraman, tenaga kerja dan alat-alat lainnya.

Untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan perlu menyusun strategi sedemikian rupa. Dalam merumuskan strategi perusahaan maka diidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Pengidentifikasi dapat dilakukan dengan analisis SWOT yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang

(*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2009).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi Pemasaran Tanaman Hias Di Dusun Ledug Desa Geneng Timur Kecamatan Prigen Kabupaten Pasuruan**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah diuraikan, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor internal dan eksternal yang dihadapi oleh usaha petani tanaman hias.
2. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi usaha petani tanaman hias.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam lingkungan internal dan eksternal pemasaran usaha tanaman hias.
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat pada usaha tanaman hias.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi pemilik usaha tanaman hias, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik dimasa yang akan datang, terutama dalam strategi pemasaran yang digunakan sehingga usaha ini semakin berkembang untuk kedepannya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti tentang permasalahan yang di kaji serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian.