

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura adalah ilmu yang mempelajari tentang budidaya sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias. Saat ini hortikultura menjadi suatu usaha tani yang berpola komersial. Oleh karena itu, perlu adanya usaha pengembangan yang modern guna mencukupi gizi dan memenuhi permintaan pasar, baik dalam negeri maupun luar negeri. Hortikultura mulai dari klasifikasi, ekologi, pertumbuhan dan perkembangan tanaman, pemangkasan dan pelatihan tanaman, pembungaan, pembuahan, panen dan fisiologi lepas panen serta penanganannya (Zulkarnain, 2014).

Secara mikro, tanaman hias mampu meningkatkan pendapatan petani hortikultura namun juga meningkatkan pendapatan daerah, selain itu agribisnis hortikultura dapat menyerap tenaga kerja yang dulunya pengangguran dan memunculkan petani baru meski dalam skala kecil, sehingga hortikultura diyakini akan mampu dijadikan sumber tanaman disektor pertanian dimasa yang akan datang dengan semakin menyempitnya lahan (Soekartawi, 2004). Tanaman hias disamping digunakan sebagai pelengkap hiasan ruang maupun perkarangan. Tetapi kegunaannya lebih dari itu karena tanaman hias aglaonema memiliki nilai ekonomis (Rukmana, 2014).

Saat ini petani sudah banyak mengembangkan usaha tanaman hias aglaonema. Adapun tanaman yang dikembangkan seperti tanaman buah dalam pot, tanaman anggrek, usaha tanaman hias tidak memerlukan tempat yang luas, tidak membutuhkan modal yang banyak dan tidak memerlukan keterampilan yang

khusus, juga mudah dalam teknik pemeliharaannya. Kondisi pemasaran tanaman hias aglaonema di Bali saat ini baru mampu memenuhi 20 persen permintaan pasar, sejumlah petani bunga Aglaonema di Bali masih terkendala terkait pengadaan benih bunga aglaonema yang akan dikembangkan, sehingga produksi bunga hias hanya untuk beberapa jenis bunga saja. Tahun 2012 tercatat sebanyak 2018 hotel berbintang di Bali (BPS, 2012), jumlah tersebut meningkat dari tahun sebelumnya (2011) sebesar 10, jumlah usaha perhotelan di Bali yang cukup banyak membuka peluang besar usaha tanaman hias karena setiap hari hotel membutuhkan tanaman hias untuk menghiasi ruangan.

Tanaman hias bunga aglaonema merupakan tanaman yang paling banyak diminati di masa pandemi covid-19, hal ini perawatan mudah. Jumlah tanaman yang tersedia melebihi 300 pohon setiap tahunnya penjualan tertinggi tanaman hias bunga aglaonema melebihi 200 pohon. Tanaman hias bunga aglaonema Kota Denpasar cukup luas pemasaran karena bunga aglaonema di masa pandemi covid-19 ini trend /hoby oleh masyarakat dengan harga terjangkau. Indeks Nilai Tukar Petani (NTP) Provinsi Bali bulan November 2019 tercatat mengalami kenaikan 0,02 persen, dari 104,49 pada bulan Oktober 2019, menjadi 104,51. Dari sisi indeks yang diterima petani (It), tercatat kenaikan sebesar 0,54 persen, dari 129,86 menjadi 130,55. sementara itu dari sisi indeks yang dibayar petani (Ib), tercatat kenaikan sebesar 0,51 persen dari 124,27 menjadi 124,91. Pada bulan November 2017, dua dari lima subsektor tercatat mengalami penurunan nilai tukar petani, yaitu subsektor perikanan dan perternakan masing-masing sebesar 1,38 persen dan 0,28 persen, sedangkan subsektor Hortikultura naik 0,41 persen, tanaman perkebunan rakyat naik 0,15 persen dan tanaman pangan hanya naik sebesar 0,06

persen. Kota Denpasar Barat, Denpasar Utara, dan Denpasar Timur juga menghasilkan tanaman aglaonema (BPS Provinsi Bali, 2019).

Proyeksi penawaran aglaonema merupakan tolak ukur dari fungsi budidaya yang selama ini dijalankan namun, adanya keterbatasan data komoditas aglaonema, maka perhitungan proyeksi budidaya dengan analisis deret waktu.. Hasil proyeksi penawaran aglaonema di indonesia 2015-2019 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Hasil Proyeksi Penawaran Tanaman Hias Bunga Aglaonema Indonesia 2015-2019

Tahun	Proyeksi Budidaya	Sasaran sentra Provinsi Bali	Selisi (Tangkai) Sasaran Proyeksi
2014	19.739.627		
2015	20.471.344	21.689.655	1.218.321
2016	21.230.184	22.696.066	1.465.882
2017	22.017.154	23.749.163	1.732.009
2018	22.833.295	24.851.124	2.017.829
2019	23.679.690	28.004.216	2.324.526
Rata-rata pertumbuhan	3,71%	4,64%	

Sumber: BPS,2020

Terlihat pada Tabel 1.1 Budidaya aglaonema nasional diproyeksikan akan meningkat dengan rata-rata pertumbuhan, 371%, sementara sasaraan rentra provinsi bali tahun 2015-2019 pertubuhan rata-rata mencapai 4,64%. Pada tahun 2015 budidaya aglaonema nasional diproyeksikan akan mencapai 20,47 juta tangkai, sedangkan sasaran renstra provinsi bali mencapai 21,69 juta tangkai atau selisi 1,22 juta tangkai, (5,62%). Proyeksi budidaya tahun 2016 akan naik menjadi 21,23 juta tangkai atau dapat dikatakan hanya selisih 1,47 juta tangkai (6,46%) dari sasaran rentra provinsi bali sebesar 22,70 juta tangkai. Hingga tahun 2019 proyeksi budidaya akan mencapai 23,68 juta tangkai atau dapat dikatakan lebih

kecil dari sasaran rentra provinsi bali yaitu 28,00 juta tangkai atau selisih 2,32 juta tangkai (8,94%). Hasil perhitungan proyeksi budidaya tahun 2015-2019 telah mendekati angka 91% bila di bandingkan dengan angka sasaran rentra tahun 2015-2019.

Hasil proyeksi tahun 2015-2019 lebih kecil dibandingkan sasaran rentra provinsi bali tahun 2015-2019 dikarenakan model analisis yang digunakan untuk menghitung proyeksi budidaya menggunakan time series dengan pola budidaya tahun sebelumnya tanpa di pengaruhi variabel lain. Sementara untuk angka prediksi budidaya sasaran rentra kemungkinan besar dipengaruhi oleh beberapa variabel sehingga budidaya dapat naik, misalnya adanya program atau usaha pemerintah agar dapat meningkat budidaya aglaonema di Indonesia seperti pengadaan bibit unggul, pemupukan, rencana pengadaan aglaonema secara besar-besaran dll.

Salah satu daerah yang mengembangkan usaha tanaman hias adalah Kota Denpasar merupakan Ibukota Provinsi yang mengalami pertumbuhan dan perkembangan penduduk serta lajunya pembangunan disegala bidang terus meningkat, memberikan pengaruh yang sangat pesat terhadap kota Denpasar, pertumbuhan penduduknya rata-rata 4,05% pertahun. (pemerintah kota Denpasar 2016). Lajunya pertumbuhan pembangunan diberbagai sektor, sehingga memberikan pengaruh yang besar terhadap kota Denpasar, pesatnya pertumbuhan penduduk kota Denpasar dan pertumbuhan industri pariwisata di pulau Bali mendorong kota Denpasar menjadi pusat kegiatan bisnis dan menepatkan kota Denpasar sebagai daerah yang memiliki pendapatan perkapita dan pertumbuhan tinggi provinsi Bali.

Kota Denpasar memiliki luas lahan sawah yang paling sempit, ini disebabkan oleh tingginya kegiatan ahli fungsi lahan pertanian menjadi kegiatan non pertanian. Kondisi ini didukung akibat pesatnya pertumbuhan penduduk dan ekonomi di kota Denpasar. Kondisi ini dipertegas oleh data BPS (2012) yang menyatakan terhitung bahwa tahun 2008 sampai 2012 luasan lahan sawah di kota Denpasar setiap tahunnya selalu menurun yaitu berturut-turut sebesar 2.717 ha, 2.693 ha, 2.597 ha, dan 2.519 ha.

CV Linggayu adalah salah satu CV di Desa Sumerta Kelod yang mempunyai tanaman hias bunga aglaonema. Jumlah tanaman hias bunga aglaonema yang diproduksi di CV Linggayu adalah 300 pohon/perbulan yang laku terjual 200 pohon. Peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul Strategi Pemasaran Tanaman Hias Bunga Aglaonema di CV Linggayu Kota Denpasar.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan faktor eksternal pada pemasaran tanaman hias bunga Aglaonema di CV Linggayu
2. Bagaimana alternatif strategi pemasaran dalam usaha tanaman hias bunga Aglaonema di CV Linggayu

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Menganalisis faktor eksternal dan faktor internal pada pemasaran tanaman hias Aglaonema
2. Menentukan pilihan strategi pemasaran dalam usaha tani tanaman hias Aglaonema

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai informasi obyektif yang dapat digunakan oleh pemilik usaha maupun pemerintah dan pihak lain
2. Sebagai cara untuk mengembangkan Aglaonema khususnya di Desa Sumerta Kelod Denpasar Timur
3. Menambah pengetahuan bagi peneliti



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Aspek Teknis Perawatan

2.1.1 Persiapan Lahan

Ada dua macam tempat penanaman Aglaonema yaitu di tanah dan di dalam pot. Apabila aglaonema akan di tanam pada tanah, tahap-tahap yang harus dilakukan untuk pengolahan lahan adalah (a) Lakukan pengolahan tanah dilokasi yang telah dipilih, (b) Pengolahan tanah dilakukan dengan mencngkul agar tanah menjadi gembur, (c) Tambahkan humus dan pasir halus secukupnya agar subur dan bersifat porous, (d) Humus dan pasir diaduk merata sampai homogeny, (e) Pemberian pupuk kandang diawal penanaman, (f) Dilakukan penanaman benih atau bibit yang telah disiapkan dengan jarak tanaman (Anonim, 2009).

2.1.2 Media Tanam

Media tanam adalah media yang digunakan untuk menumbuhkan tanaman atau bahan tanaman, tempat akar atau bakal bakal akan tumbuh dan berkembang. Disamping itu media tanam juga digunakan tanaman sebagai tempat berpegangnya akar, agar tajuk tanaman dapat tegak kokoh berdiri diatas media tersebut dan sebagai sarana untuk menghidupi tanaman. Tanaman mendapatkan makanan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan perkembangannya dengan cara meyerap unsur-unsur hara yang terkandung di dalam media tanam. Media tanam yang paling umum digunakan adalah tanah (Anonim, 2015).

Media tanam Aglaonema pada prinsipnya tidak harus menggunakan media khusus. Namun yang pasti media tersebut harus dapat menjaga kelembaban atau

tidak terlalu basah dan mempunyai drainase yang baik. Beberapa bahan yang dapat digunakan sebagai media tanam antara lain potongan pakis, sekam bakar, pasir dan tanah (Leman, 2016).

2.1.3 Perawatan

1. Penanaman

Penanaman aglaonema yang terpenting saat penanaman awal media di usahakan lembab (tidak kering kerontongan dan jangan pula basah). Kemudian dengan cara menyiram permukaan medianya saja (nanti airnya akan meresap kebawah sehingga medianya jadi lembab tapi tidak basah) (Plantus, 2014)

2. Penyiraman

Aglaonema membutuhkan air dalam jumlah memadai, tapi tidak menyukai media basah atau tergenang. Penyiraman menggunakan sprayer dengan butiran air halus mencegah daun rusak atau sobek. Semprotkan air pada daun, mulai dari bagian atas sehingga seluruh permukaan basah. Media tanam juga disemprot air, tetapi jangan terlalu basah sampai akar-akarnya. Pada hari berikutnya bila matahari bersinar dengan terik maka tanaman cukup cukup di siram sedikit ke daun untuk mengurangi penguapan (Budiana, 2013).

3. Pemupukan

Pupuk yang biasa dipakai ialah pupuk NPK. Perbandingan ketiga unsur yang baik digunakan ialah 1 : 1 : 1 atau 3 : 1 : 2. Unsur N diperlukan lebih banyak karena unsur merangsang pertumbuhan daun yang sehat dan segar, serta memperbanyak anakan. Unsur P bisa

diberikan lebih sedikit karena unsur ini membantu pembentukan akar, bunga, dan biji. Unsur K diberikan dengan dosis yang cukup. Unsur K berguna memperlancar semua proses yang ada di dalam tanaman dan memperkuat jaringan sehingga tanaman tidak mudah terserang penyakit (Leman, 2006).

Pemupukan sebaiknya menggunakan pupuk majemuk, yakni pupuk yang memiliki kandungan nutrisi lebih dari satu unsur. Di pasaran banyak tersedia pupuk majemuk dengan berbagai merk dagang. Pupuk majemuk dilarutkan dalam air sesuai dosis anjuran dan disemprotkan pada daun (lebih baik bagian bawah daun) seminggu sekali. Penyemprotan sebaiknya dilakukan pada pagi hari (Ari W. Purwanto, 2006). Unsur di dalam pupuk yang mutlak dibutuhkan Aglaonema adalah N, P dan K yang berguna untuk pertumbuhannya.

Pemupukan Aglaonema dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu melalui akar dan melalui daun. Apabila melalui akar, pupuk dapat ditaburkan atau dibenamkan kemudian ditutup dengan tanah dan di siram. Pada waktu akan membenamkan pupuk, tanah harus dalam keadaan basah agar tanaman tidak menjadi hangus. Cara pemupukan melalui daun adalah dengan jalan menyemprotkan larutan pupuk ke daun tanaman. Terlebih dahulu pupuk daun dilarutkan ke dalam air dengan dosis sesuai dengan petunjuk. Untuk lebih meratakan larutan pada permukaan daun, dapat ditambahkan zat perata pada larutan pupuk (Purwanto, 2008).

4. Penyiangan

Kegemburan dapat dijaga dengan cara media didangir atau disiangi secara teratur. Maksudnya agar kelembaban dan aerasi media tetap terjaga. Saat mendangir, jangan sampai merusak atau memutus akar. Gunakan sebatang kayu kecil untuk mendangir. Saat mendangir sekitar batang, harus dilakukan secara hati-hati karena akar muda biasanya terletak disekitar batang. Rumput atau gulma dicabut agar tidak terjadi rebutan unsur hara yang menghambat pertumbuhan *Aglaonema* (Budiana, 2006).

Sangatlah penting untuk menghindarkan tanaman dari tanaman atau serangga yang mengganggu. Bila menemukan gulma atau tanaman pengganggu, maka harus dilakukan penyiangan atau pembubunan tanaman yang mengganggu tersebut. Gulma yang tumbuh di sekitar tanaman seperti rumput atau semak-semak dapat dihilangkan dengan pembubunan tanah di sekitar tanaman. Penyiangan ini hendaknya dilakukan rutin selama 2 atau 3 kali seminggu atau disesuaikan dengan kondisi (Anonimf, 2009).

2.2 Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan fungsi perusahaan yang ditugasi untuk menentukan pelanggan sasaran serta cara terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara kompetitif dan menguntungkan.

Menurut Stanton (2017) pemasaran adalah “ Proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain” . Sedangkan menurut Daniel dan Gates (2001)

pemasaran adalah “ Proses merencanakan dan melaksanakan konsep, memberi harga, melakukan promosi, dan mendistribusikan ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi tujuan individu dan organisasi” .

Dari kedua definsi tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa pemasaran bukan hanya sekedar kegiatan menawarkan barang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan, melainkan kesatuan kegiatan atau hasil interaksi dari beberapa kegiatan yang lebih ditekankan pada cara bagaimana suatu produk dapat dijual sehingga bisa dicapai target penjualan yang telah ditetapkan.

Strategi merupakan ruang lingkup yang lebih luas bila dibandingkan dengan taktik. Strategi memerlukan keputusan-keputusan manajer tentang elemen-elemen marketing mix perusahaan, sedangkan taktik itu hanya merupakan program tertentu untuk jangka pendek saja. Kedua istilah strategi dan taktik tersebut sama-sama menghendaki keputusan dibidang perencanaan produk dan penetapan harga, distribusi serta promosinya. Strategi pemasaran akhir-akhir ini sering digunakan CV dalam menghadapi persaingan yang kuat untuk bertahan dan mencapai pertumbuhan.

2.3 Strategi Pemasaran

Philip Kotler strategi pemasaran adalah kumpulan komponen dasar yang menjadi patokan awal bagi bisnis agar konsumen mau membeli produknya. strategi pemasaran 4p atau disebut marketing mix terdiri dari 4 bagian yaitu:

2.4.1 Produk (*product*)

produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, penggunaan, atau pemakaian dan dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

2.4.2 Harga (*price*)

harga, yaitu jumlah uang tertentu yang pelanggan harus bayar untuk mendapatkan barang atau jasa tertentu. Harga yang diberikan kepada pelanggan haruslah sebanding dengan penawaran nilai kepada pelanggan.

2.4.3 Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan/atau meningkatkan pasar sasaran atas CV dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

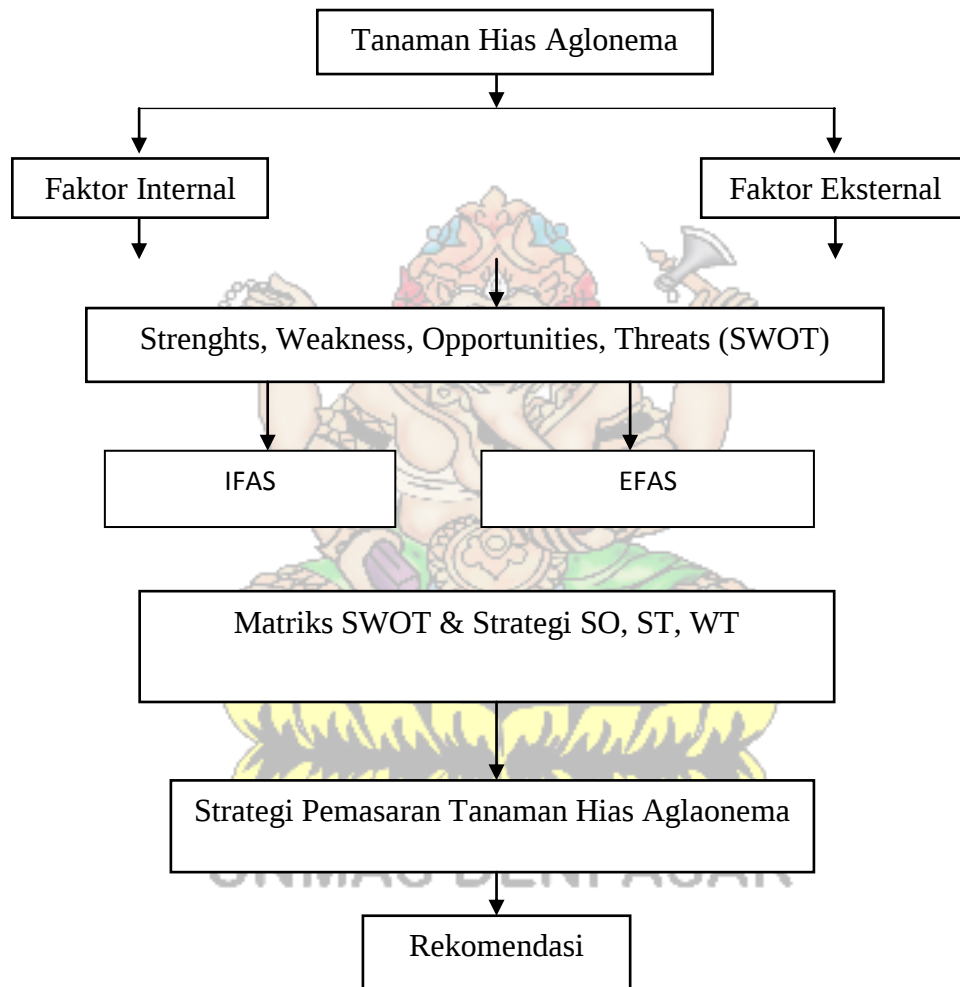
2.4.4 Distribusi (*place*)

Distribusi atau penempatan adalah menempatkan suatu produk pada outlet yang sesuai dan memerlukan kepastian mengenai sejenis aktivitas yang secara keseluruhannya berkaitan dengan bagaimana menyampaikan produk tersebut dari produsen ke konsumen (Rangkuti, 2009).

2.2 Kerangka Pemikiran

Usaha tanaman hias bunga aglaonema merupakan salah satu produksi usaha tani yang memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan. Karena kebutuhan akan tanaman hias terus meningkat yang disebabkan oleh

pembangunan kompleks perumahan, perkantoran, dan taman kota membuka peluang untuk pengembangan usaha di bidang tanaman hias. Tidak hanya itu saja, pada saat perayaan hari-hari besar agama atau pergantian tahun, acara seremonial ataupun nonseremonial dikantorkantor, hotel, dan rumah serta menjadi koleksi para penggemar tanaman hias.



Gambar 2.1 Pemikiran strategi pemasaran tanaman hias Aglaonema di Desa Sumerta Kelod

2.3 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Tujuan	Metode Analisis	Persamaan	Perbedaan
Thalia Ratu Zefanya, 2019,	Implementasi Manajemen Rantai pasokan Anggrek terhadap atribut kualitas pelayanan dan produk pada Duta Orchid Sanur, Bali	1. Mengetahui kondisi pengelolaan rantai anggrek pada Duta Orchid secara keseluruhan. 2. Menganalisis penilaian yang dirasakan konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan dan produk pada Duta Orchid yang berkaitan dalam pelaksanaan manajemen rantai pasokan anggrek	Analisis SWOT	Mengenai pengelolaan rantai pasokan anggrek meliputi struktur rantai, sasaran rantai, sumberdaya rantai, dan proses bisnis rantai pasokan secara keseluruhan berjalan secara terpadu terlihat dari aliran produk, aliran uang, dan aliran informasi yang berjalan baik dan lancar.	1. Lokasi dan waktu penelitian 2. Metode penelitian 3. Dalam penelitian terdahulu sudah memiliki strategi pemasaran anggrek pada duta Orchid
Santayana, 2017	Strategi pengembangan Agribisnis Tanaman Aglaonema Di Kota Denpasar	4. Mengetahui Faktor internal dan Eksternal di CV Linggayu. 5. Merumuskan strategi Pemasaran bunga Aglaonema di CV Linggayu Metode analisis data adalah	Analisis SWOT	Posisi petani tanaman Aglaonema berada kuadran 1. Hal ini petani tanaman aglaonema berada pada situasi yang menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan	1. Judul Penelitian 2. Lokasi dan waktu penelitian 3. Metode Penelitian 4. Dalam penelitian terdahulu sudah memiliki perencanaan jangka usaha, pelanggan

Analaisis SWOT	sebaik- baiknya. 2. Strategi pengembang an tanaman aglaonema dengan strategi S-O yaitu: a) Memperluas jaringan pemasaran b) Mengemban gkan kerjasama yang melibatkan peran dinas pertanian pemerintah pusat dan pemerintah daerah untuk mendukung pengembang an budidayatana man aglaonema c) Pendidikan dan pelatihan budidaya tanaman aglaonema d) Memperbany ak ketersediaan bibit pada asosiasi lembaga penunjang	tetap, jaringan pemasaran, sumber pendapatan, pengadaan pupuk budidaya sesuai SOP, pengetahuan mengenai budidaya tanaman aglaonema dan variasi/ ragam produk.
-------------------	---	--



