

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sumber kehidupan manusia serta aset negara dimana iklimnya yang tropis kaya akan berbagai produk pertanian serta keanekaragaman hayati. Pertumbuhan produktivitas pertanian menentukan pertumbuhan perekonomian. Sektor pertanian menyumbang sebagian besar penerimaan negara. Masyarakat ini terlibat dalam pengembangan sektor pertanian dimana terdiri dari berbagai subsektor, seperti tanaman pangan, hortikultura, florikultura, perikanan, serta kehutanan. Agar sektor pertanian dapat membantu pertumbuhan ekonomi negara, sangat penting guna untuk menjaganya (Rumengan, 2016). Upaya untuk meningkatkan kualitas hidup petani dikenal sebagai pengembangan pertanian, ini dengan cara melalui investasi terhadap teknologi, tenaga kerja dimana tinggi akan manfaat, pengembangan kelembagaan pertanian dengan sarana ekonomi dan penataan. Secara konseptual, pengembangan tanaman pangan serta hortikultura dilakukan dengan cara pendekatan sistem agribisnis, dimana berarti sub sistem keseluruhan usaha saling berkaitan, ketergantungan, serta saling mempengaruhi pertanian yang berawal dari usaha hulu hingga usaha hilir. Agribisnis yakni bisnis pertanian yang berorientasi keuntungan atau komersial. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan petani yakni dengan menerapkan konsep pengembangan sistem agribisnis terpadu, dimana terdiri dari sub sistem pemasaran, pengolahan, budidaya, serta sarana produksi (Kalterina, 2019).

Tanaman hortikultura bukan sekedar terdiri dari tanaman sayur-sayuran berserta perkebunan, namun juga florikultura atau tanaman hias yang tumbuh seiring dengan pertumbuhan kota. Kemajuan florikultura di Indonesia selain dipelihara secara alami serta tradisional, juga telah dibudidayakan dengan teknologi seperti kultur jaringan pertanian karena permintaan akan produk pertanian, terutama bunga yang terus meningkat, sehingga banyaknya permintaan konsumen akan terpenuhi (Kalterina, 2019).

Tanaman hias memiliki nama lain yaitu (*ornamental plant*) yakni tumbuhan hias yang memiliki nilai seni, seperti daun, pohon, serta bunga. Salah satu tanaman yang dimana ditanami manusia yakni tanaman hias, karena dapat menambah kesegaran, menenangkan jiwa, serta menciptakan keindahan lingkungan di dalam maupun di luar ruangan. Selain oksigen yang dihasilkan ( $O_2$ ), penting bagi manusia untuk bernafas, tanaman hias juga dapat menyerap ( $CO_2$ ), dimana bukan diperlukan oleh makhluk hidup dan juga manusia. Tanaman hias ini berfungsi sebagai paru-paru lingkungan yang memberikan udara yang bersih serta membersihkan udara yang kotor dan memberikan kesegaran untuk pernafasan dan melindungi dari teriknya matahari. (Ananda & Manalu, Kartika, 2021).

Seiring dengan pertumbuhan penduduk, pemukiman serta lokasi ekowisata tanaman hias ini juga memiliki peluang yang besar. Oleh karena itu, Tanaman hias kini semakin digemari terutama karena manfaat yang ditawarkannya, yaitu peluang ekonominya maka hal ini disebabkan oleh upaya yang dilakukan untuk menanam tanaman hias. Tanaman hias menjanjikan keuntungan sebagai penyela

lapangan kerja serta juga memiliki nilai jual yang tinggi. Dengan bertambahnya jumlah penduduk, jumlah rumah tangga dan tujuan wisata, maka permintaan tanaman hias pun meningkat secara signifikan. Hal ini menjadikan budidaya tanaman hias menjadi bisnis yang menguntungkan. (Widyastuti, 2018).

Peningkatan penggunaan tanaman hias serta peningkatan permintaan di pasar domestik dalam beberapa tahun terakhir, telah mendorong industri tanaman hias di berbagai tempat untuk menjadi lebih aktif serta melihat ini sebagai peluang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Marlina, 2016) menjabarkan bahwa tingkat persaingan di pasar tanaman hias ini menjadi sangat ketat sehingga semua perusahaan berlomba-lomba menjual tanaman hias ke konsumen dengan harga yang hampir tak berubah dalam lima tahun terakhir ini, dan menunjukkan kerasnya persaingan industri tanaman hias. (Pratama & Sutisna, 2016).

Di Kota Batu, berdasarkan hasil observasi awal diketahui bahwa penjualan tanaman hias pada UMKM Bibit Kemarin Sore dengan skema permasalahan dimana yang masih sederhana, jadi para pelaku usaha harus mampu menciptakan kualitas unggul serta inovasi terbaru agar mampu meningkatkan penjualan. Menjadikan permasalahan saat ini pemilik usaha belum memiliki suatu strategi khusus atau juga dalam permasalahan produknya sehingga belum dapat mencapai fokus usaha yang sehingga memenangkan pasar. UMKM Bibit Kemarin Sore ini merupakan usaha penjualan bibit buah serta tanaman hias yang terletak di Desa Sumbergondo Dusun Gundu Rt.05/RW.02 Kecamatan Bumiaji Kota Batu. Hal tersebut menunjukkan bahwa tanaman hias sebenarnya selalu

mengalami perubahan penjualan karena faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, serta promosi. Meskipun bukan dapat memikat konsumen secara langsung, namun harus membuat strategi pemasaran yang positif guna menanamkan ingatan yang positif di benak konsumen. Dengan melakukan ini, sehingga harus membentuk strategi pemasaran seperti bauran pemasaran atau marketing mix 4P, yaitu promosi, Price, produk, place. (Luis & Moncayo, 2019).

Setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran karena itu strategi utama harus mencapai fokus perusahaan dengan menciptakan keunggulan bersaing untuk melayani pasar sasaran (Syafri et al., 2020). Kemampuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran secara efektif serta efisien yakni suatu peranan yang penting (Puspitaningsih, 2018). Namun, seiring kemajuan zaman, bisnis terkadang menghadapi berbagai masalah yang terjadi di pasar. Bisnis atau suatu usaha harus mendapatkan hasil yang baik serta produk yang mereka tawarkan diterima di pasar dengan mempertimbangkan pentingnya menerapkan strategi pemasaran yang diinginkan perusahaan dibenak konsumen. (syarifudin, 2020), Karena memiliki strategi pemasaran yang baik akan menjadi penentu berhasil atau tidaknya perusahaan tersebut.

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka penting dilakukannya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan tanaman hias.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang ditentukan yaitu:

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan anacaman pada UMKM Bibit

kemarin Sore dalam menjalankan usahanya?

2. Merumuskan strategi pemasaran yang tepat pada usaha Tanaman Hias pada UMKM Bibit Kemarin Sore?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah maka dapat ditentukan tujuan penelitian yaitu :

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman pada UMKM Bibit Kemarin Sore.
2. Menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk usaha tanaman hias pada UMKM Bibit Kemarin Sore.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

3. Untuk peneliti selanjutnya adalah hal yang sangat penting, berdasarkan dengan topik penelitian. Penelitian ini juga memiliki tujuan dalam melengkapi gelar yang diperlukan dalam meraih gelar Sarjana Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dari prespektif akademis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan peran di bidang Agribisnis, khususnya dalam pengembangan teori maupun praktik.
5. Selain itu, penelitian ini juga dapat sebagai referensi atau inspirasi bagi pihak lain dalam merancang taktik pemasaran yang inovatif sehingga penjualan tanaman hias dapat semakin diminati oleh sang konsumen.

### **1.5 Definisi Operasional**

1. UMKM Bibit Kemarin Sore merupakan usaha penjualan bibit buah dan tanaman hias yang terletak di Desa Sumbergondo Dusun Gundu RT.05/RW.02 Kecamatan Bumiaji, Kota Batu
2. Strategi yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT menganalisis internal dan eksternal faktor pada objek penelitian.
3. Kekuatan merupakan aspek yang sangat penting bagi UMKM Bibit Kemarin Sore. Pentingnya mempunyai kekuatan ini ialah untuk mendukung kelancaran kegiatan penjualan mereka secara berkelanjutan.
4. Kelemahan diartikan sebagai factor-factor didalam yang berpotensi memberikan dampak negative terhadap keberhasilan suatu usaha. UMKM Bibit Kemarin Sore memiliki sejumlah kelemahan yang menghambat proses penjualan dan keberhasilan dalam mencapai tujuan usahanya
5. Peluang merujuk pada factor eksternal yang dapat memberikan keuntungan bagi UMKM Bibit Kemarin Sore dalam mempermudah proses pemasaran dan penjualan tanaman hias
6. Ancaman adalah factor yang berpotensi menghambat usaha UMKM Bibit Kemarin Sore dalam menjual tanaman hias
7. Produk yang dimaksudkan dalam hal ini adalah tanaman hias yang bervariasi tergantung jenis dan kualitas produk pada UMKM Bibit Kemarin Sore
8. Price atau harga merujuk pada nilai uang yang dibayarkan oleh pembeli untuk memperoleh tanaman hias dari UMKM Bibit Kemarin Sore.

9. Promotion merupakan strategi yang dilakukan untuk menarik perhatian konsumen atau pembeli yang dilakukan oleh UMKM Bibit Kemarin Sore untuk menarik dan meningkatkan minat pembelian terhadap tanaman hias yang ditawarkan.
10. Penelitian ini dilakukan pada UMKM Bibit Kemarin Sore yang merupakan usaha penjualan bibit buah dan tanaman hias yang terletak di Desa Sumbergondo Dusun Gundu Rt.05/RW.02 Kecamatan Bumiaji Kota Batu.

