

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri florikultura atau industri tanaman hias saat ini mempunyai prospek pengembangan agribisnis yang cukup besar di Indonesia setiap tahunnya. Tanaman hias kini banyak digunakan untuk memperindah ruangan pada hotel, kantor, *mall*, maupun hiasan atau dekorasi acara-acara tertentu seperti pernikahan dan HUT RI. Berikut produksi tanaman hias secara nasional dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Produksi tanaman hias secara nasional tahun 2016 – 2018

Tahun	Jumlah produksi (tangkai)
2016	178.612.583
2017	225.909.397
2018	256.654.265

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan pada Tabel 1 bahwa jumlah produksi tanaman hias di Indonesia selama kurun waktu 2016 hingga 2018 mengalami peningkatan. Kebutuhan tanaman hias kian meluas, sebagian masyarakat menganggap tanaman hias sebagai salah satu elemen interior yang dapat menciptakan suasana indah, asri, dan sejuk sehingga banyak hotel, kantor, dan *mall* menampilkan tanaman hias *indoor* sebagai salah satu elemen interior.

Salah satu jenis bunga yang sudah dikenal dan banyak disukai oleh masyarakat adalah bunga krisan (*Chrysanthemum sp.*) atau yang lebih populer dengan sebutan bunga seruni. Bunga krisan mempunyai nilai keindahan pada bunganya karena krisan mempunyai wangi yang harum, bentuk dan ukuran bunga yang beraneka ragam sehingga memberikan daya tarik tersendiri (Ashari 1995). Masyarakat pada umumnya lebih menyukai warna putih dan kuning sebagai warna dasar krisan. Adapun data mengenai proyeksi permintaan dan penawaran krisan di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Proyeksi permintaan dan penawaran krisan di Indonesia tahun 2017 – 2019

Tahun	Permintaan (kg)	Penawaran (kg)
2017	58.179.348	121.474.498
2018	64.427.450	169.984.006
2019	70.657.552	237.865.253

Sumber: Kementerian Pertanian 2014 (diolah)

Berdasarkan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa permintaan maupun penawaran krisan di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal tersebut dikarenakan kebutuhan tren pada *florist* dan dekorasi yang meningkat seiring berkembangnya seni dekorasi. Pada Tabel 3, dapat dilihat bahwa Kabupaten Cianjur merupakan sentra produksi bunga krisan karena keunggulan geografisnya

yang memungkinkan pertumbuhan berbagai jenis tanaman subtropis dan tropis sekaligus. Adapun jenis tanaman hias yang dibudidayakan dan jumlah produksi pada Kabupaten Cianjur dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Jumlah produksi tanaman hias Kabupaten Cianjur tahun 2017 – 2018

No	Jenis bunga	Tahun (per tangkai)	
		2017	2018
1	Anggrek	96.250	590.250
2	Kuping Gajah	58.250	17.093
3	Anyelir	2.240	690
4	<i>Heliconia</i>	44.800	46.900
5	Kenanga	100	43
6	Krisan	104.406.578	116.447.750
7	Mawar	2.659.171	2.610.020
8	Melati	0	0
9	Palem	0	0
10	Sedap Malam	295.700	159.500
11	Gladiol	0	0
12	Gerbera	61.265	54.200

Sumber: Badan Pusat Statistik (2019)

Berdasarkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa krisan merupakan tanaman yang memiliki peminat paling banyak. Hal ini dikarenakan seiring dengan perubahan pola pikir masyarakat, kebutuhan bunga saat ini tidak hanya dijadikan sebagai hiasan halaman rumah, melainkan beberapa *event* yang membutuhkan bunga sebagai dekorasi. Meskipun berpotensi dalam pengembangannya, namun diperlukan informasi seberapa jauh varietas krisan yang telah dihasilkan tersebut diterima pasar. Kepuasan konsumen yang tinggi akan menciptakan loyalitas yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan.

Selera konsumen terhadap tanaman hias cepat berubah dari waktu ke waktu. Ketatnya kondisi persaingan memberikan pengaruh yang sangat penting terhadap informasi pemasaran dalam hal kebutuhan, keinginan, selera konsumen dan perancangan varietas krisan secara lebih baik dari apa yang sudah dilakukan oleh pesaingnya. Untuk memenangkan persaingan dalam merebut pasar diperlukan perancangan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Sejumlah hal penting yang perlu menjadi pertimbangan mengapa preferensi konsumen perlu dipelajari adalah untuk melihat kinerja dari varietas krisan yang telah dihasilkan apakah sudah memenuhi harapan konsumen atau belum.

Kualitas pada bunga merupakan salah satu masalah yang sering dihadapi, karena kualitas bunga yang tinggi akan memberikan keindahan dan kesegaran pada bunga krisan sehingga dapat dinikmati dalam waktu yang lebih lama. Bunga krisan juga merupakan salah satu bunga yang diproduksi di PT Kebun Ciputri Molek, tetapi bunga krisan yang ada di perusahaan belum semuanya memenuhi keinginan konsumen dikarenakan masih ada beberapa kondisi bunga krisan yang ditolak oleh konsumen karena kondisi bunga krisan yang cepat layu. Berdasarkan faktor internal pada perusahaan, penyebab bunga krisan cepat layu karena penanganan pascapanen pada bunga potong krisan hanya disimpan di wadah yang berisikan air biasa. Berikut data bunga krisan yang diretur sebesar 8% pada PT Kebun Ciputri Molek dapat dilihat pada Tabel 4.



Tabel 4 Data retur bunga krisan PT Kebun Ciputri Molek 2019

No	Jenis bunga	Jumlah retur (tangkai/tahun)
1	Krisan standar	1.568
2	Krisan <i>spray</i>	4.572

Sumber: PT Kebun Ciputri Molek (2019)

Berdasarkan pada Tabel 4 menunjukkan banyaknya retur penjualan pada bunga potong krisan karena kondisi kualitas yang dimiliki cepat layu. Melihat peluang yang masih besar dan semakin ketatnya persaingan dalam usaha *florist* dan dekorasi maka krisan perlu mendapatkan penanganan pascapanen yang tepat untuk mempertahankan kualitas dan memperpanjang masa kesegaran bunga selama di tempat distribusi dan pengiriman ke tempat pemasaran bunga potong. Apabila konsumen merasa puas terhadap suatu produk yang dibeli, akan menimbulkan kesetiaan pembeli sehingga membuat pembeli melakukan pembelian di masa yang akan datang.

Salah satu yang dilakukan adalah pemberian larutan pengawet yang berfungsi sebagai larutan penyegar untuk memperpanjang masa kesegaran bunga potong. Bahan pengawet bunga umumnya mengandung gula untuk sumber energi, yang kemudian dikombinasikan dengan germisida untuk mengendalikan mikroorganisme dan asam sitrat untuk menurunkan pH larutan (Amiarsi 2011). Pengembangan bisnis melalui analisis sikap konsumen dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dan menyempurnakan produk bunga potong krisan guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

1.2 Tujuan

Tujuan kajian pengembangan bisnis ini adalah:

1. Merumuskan ide pengembangan bisnis pada PT Kebun Ciputri Molek
2. Menganalisis sikap konsumen dan mengkaji kelayakan bisnis terhadap bunga potong krisan berdasarkan aspek non finansial dan aspek finansial pada PT Kebun Ciputri Molek

2 METODE KAJIAN PENGEMBANGAN BISNIS

2.1 Lokasi dan Waktu

Kajian pengembangan bisnis ini disusun berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Kebun Ciputri Molek yang berlokasi di jalan Desa Ciputri, Pasir Sarongge, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Kegiatan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 3 bulan dimulai dari tanggal 20 Januari 2020 sampai dengan tanggal 11 April 2020. Kegiatan PKL dilakukan setiap hari Senin – Sabtu pukul 07.00 – 15.00 WIB.