

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Persaingan bisnis di era digital semakin kompleks dan dinamis. Sebagai salah satu negara berkembang dengan potensi pasar yang besar. Indonesia menjadi tempat bagi banyak perusahaan dengan mudah dapat memasuki pasar baru dan mengalahkan persaingan dengan inovasi dan teknologi terbaru. Hal ini menimbulkan peluang dan tantangan bagi bisnis di Indonesia, khususnya bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sebagai salah satu tulang punggung perekonomian nasional, Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan karena berkontribusi besar bagi perekonomian Indonesia. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah jenis skala usaha dengan keterbatasan modal, aset, dan jumlah karyawan. UMKM merupakan skala usaha yang tahan terhadap krisis ekonomi tetapi besarnya skala dengan badan usaha ini menunjukkan bahwa masih banyak badan usaha di Indonesia yang sulit berkembang serta seringkali mengalami kendala dalam perkembangannya bahkan cenderung memiliki tingkat kegagalan yang tinggi (Mawuntu dan Aotama 2023)

Namun dengan demikian Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan kegiatan yang mampu memperluas lapangan pekerjaan, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. UMKM berkontribusi besar dalam perekonomian negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta

dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Salah satunya mendorong pertumbuhan ekonomi petani tanaman hortikultura yang telah berperan tidak hanya berguna sebagai kenyamanan lingkungan, hortikultura juga berguna mempercepat pengentasan kemiskinan petani, sehingga menciptakan lapangan pekerjaan, dan mendorong investasi di pedesaan.

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang menjadi bagian dari sumber daya alam tersebut. Sektor pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, kehutanan, perikanan, dan peternakan. Hortikultura merupakan salah satu sub sektor dalam pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan karena memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Indonesia memiliki aneka produk hortikultura, dengan ragam plasma nutfah dan varietas yang memungkinkan bagi upaya pengembangan buah, sayuran, dan bunga. Salah satu komoditi yang termasuk dalam produk hortikultura adalah tanaman hias.

Indonesia sebagai negara agraris yang beriklim tropis memiliki kekayaan flora (bunga) yang beranekaragam. Kekayaan flora didukung oleh kondisi agroklimat yang memungkinkan tanaman tumbuh dengan baik termasuk tanaman bunga. Tidak semua daerah cocok untuk semua jenis tanaman bunga tertentu saja yang diusahakan pada daerah daerah yang memiliki keadaan iklim dan lingkungan yang sesuai dengan syarat tumbuh tanaman unga. Keadaan ini menyebabkan munculnya sentra sentra produksi tanaman bunga di indonesia khususnya di jawa barat dan jabodetabek.

Tanaman hias umumnya lebih banyak diminati karena selain keindahannya, tanaman hias juga memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga sangat menarik untuk dibudidayakan. Negara Indonesia terkenal memiliki kekayaan flora yang melimpah dan berpotensi sebagai tanaman hias. Dengan berbagai ragam keindahan dan keunikan, flora Indonesia mempunyai peluang untuk diberdayakan sebagai komoditas komersial yang penting dan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan petani tanaman hias.

Florikultura juga memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan, khususnya bouquet bunga. Bouquet bunga ini salah satu usaha yang bergerak dibidang seni kerajinan tangan dan bouquet bunga merupakan komoditi yang sangat khas, dimana para pengusaha dituntut untuk lebih memberikan perhatian khusus dalam pengusahaannya yang didasarkan atas keterampilan seni, dan mampu menampilkan bentuk, warna dan desain produksinya yang dapat menarik minat calon konsumen.

Strategi pemasaran merupakan rencana yang disatukan, menyeluruh, terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai (Sudarsono, 2020). Strategi pemasaran sudah menjadi kebutuhan utama yang harus dilakukan pengusaha menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Menurut Marrus dalam Umar (2001:31) strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentu rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Maka dari itu penerapan strategi pemasaran terhadap suatu perusahaan atau usaha sangatlah

penting bagi para pembisnis agar bisa mencapai tujuannya. Salah satunya terhadap UMKM Bouquet Bunga Maflorist. Dalam hal ini strategi pemasaran sangat penting untuk diterapkan pada usaha bouquet bunga Maflorist.

Bouquet bunga banyak digunakan untuk hiasan,dekorasi, atau sebagai ungkapan simpati dan penghibur. Bunga- bunga yang dihadirkan dalam bouquet juga bisa disesuaikan dengan preferensi dan kepribadian penerima, menambah sentuhan personal dalam ungkapan kasih sayang. fungsinya secara umum sama yaitu memberikan keindahan dan nilai estetika. Walaupun demikian bouquet merupakan bisnis yang sangat menguntungkan karena dengan berkembangnya zaman pola pikir, keindahan menjadi suatu hal yang sangat diperhitungkan. Perubahan pola pikir ini yang menjadikan bunga untuk ucapan selamat dan tanda kasih sayang , orang – orang mengungkapkannya dengan menggunakan bunga.

Maflorist bouquet Bunga merupakan sebuah usaha, mikro dan menengah yang bergerak dibidang kreatif dan inovatif, Maflorist Bouquet Bunga berdiri sejak tahun 2020 hingga sampai saat ini, Maflorist ini berlokasi di Jln Raya Jatinangor No 68. Usaha florist merupakan salah satu UMKM industri kecil yang banyak sekali ditemukan, dan usaha bouquet bunga ini salah satu usaha yang cukup dikenal di kalangan anak remaja milenial pada saat ini.

Dengan demikian di dalam menekuni usaha yang memiliki tingkat resiko tinggi tentunya harus mempertimbangkan aspek – aspek serta sifat produk tersebut agar senantiasa mampu mengantisipasi dampak terburuk

kelemahan serta kekurangannya dalam berbisnis tanaman bunga hias serta mutlak diperlukan dukungan strategi yang relevan dengan tuntutan dan kebutuhan masyarakat konsumen serta di dalam menghadapi persaingan usaha sejenis seiring dengan menjamunya bisnis tanaman bunga hias yang memiliki karakter berbeda dengan bisnis lainnya yang mutlak memerlukan penanganan khusus baik dari aspek produksi dan pemasaran.

Konsumen yang biasa menyukai bouquet bunga sangat memperhatikan kesegaran bunga yang dibelinya, karena keindahan dari bouquet bunga terlihat dari kesegaran dan desain penataannya. Maflorist Bouquet Bunga merupakan usaha yang bergerak dalam bidang penjualan bouquet bunga tentu saja memiliki permasalahan dalam menyikapi hal tersebut, karena usaha bouquet bunga merupakan usaha yang sudah mulai banyak berkembang di kalangan daerah seperti di daerah jatinangor ini, maka persaingan merupakan masalah yang sangat harus diperhatikan oleh Maflorist Bouquet Bunga.

Permasalahan lain yang dihadapi oleh Maflorist Bouquet Bunga ini adalah penurunan tingkat penjualan. Pada tahun 2021 dan 2022, produksi tanaman bunga hias atau bunga potong Maflorist Bouquet Bunga mengalami peningkatan cukup baik hingga mencapai (80 persen), peningkatan tertinggi dialami oleh bouquet bunga mawar sebanyak (30 persen), diikuti oleh bouquet bunga uang (25 persen) dan berikut diikuti kembali oleh bouquet snack dan buket boneka (25 persen). Namun pada tahun 2023 sekarang Maflorist mengalami penurunan tingkat produksi yang diakibatkan sudah mulai kurangnya bahan bahan yang sulit dicari secara online/offline yang mengakibatkan modal bertambah sehingga harga bouquet menaik yang

mengakibatkan kurangnya konsumen menjadi beralih kepada usaha bouquet lain.

Oleh karena itu “Maflorist Bouquet” memerlukan penerapan strategi pemasaran untuk memenuhi target penjualan yang telah direncanakan dan mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal. Untuk memperoleh strategi pemasaran yang tepat bagi “Maflorist Bouquet” perlu meminimalkan berbagai kelemahan dan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, selain itu “Maflorist Bouquet” juga perlu untuk menghindari ancaman yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang membahas mengenai **“Analisis Penerapan Strategi Pemasaran Pada UMKM (STUDI PADA USAHA MIKRO BOUQUET BUNGA MAFLORIST DIJATINANGOR KABUPATEN SUMEDANG)”** dengan memilih salah satu skala mikro yang bergerak dibidang pemasaran bouquet bunga yaitu Maflorist Bouquet sebagai tempat pengambilan data dan penelitian ke depan.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Sesuai judul yang ada maka fokus penelitiannya adalah studi usaha mikro bouquet bunga Maflorist di Jatinangor dengan memperhatikan strategi pemasaran usaha mikro pada bouquet bunga dalam menghadapi persaingan serta faktor penghambat dari faktor internal dan eksternal pada penerapan strategi pemasaran Maflorist Bouquet.

## **1.3 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum perusahaan Maflorist Bouquet di Jatinangor ?
2. Bagaimana penerapan strategi pemasaran pada Maflorist bouquet ?
3. Apa kendala yang dihadapi Maflorist bouquet dalam penerapan strategi pemasaran ?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui gambaran umum perusahaan Maflorist Bouquet di Jatinangor
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada Maflorist Bouquet
3. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Maflorist Bouquet dalam penerapan strategi pemasaran

## **1.5 Kegunaan penelitian**

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebagai pengetahuan tambahan wawasan bagi peneliti sehingga peneliti dapat membandingkan teori – teori yang sudah dipelajari di masa perkuliahan dengan dunia usaha yang

sebenarnya. Serta diharapkan menjadi pengalaman dan ilmu pengetahuan baru bagi peneliti mengenai penerapan strategi pemasaran.

b. Bagi Maflorist Bouquet

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan masukan maupun evaluasi selanjutnya untuk dapat meningkatkan usaha menjadi lebih baik dan dapat memberikan informasi yang bermanfaat.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pengetahuan dan memberikan informasi bagi pembaca serta dapat menjadi perbandingan bagi pihak – pihak yang tertarik dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

## **1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jatinangor, Kabupaten Sumedang, objek yang menjadi pilihan peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan yaitu Bouquet Bunga Maflorist yang terletak di Desa Cibeusi, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang.

### **Lamanya Penelitian**

Pelaksanaan Penelitian ini dimulai dari pengumpulan data – data pengelolaan hingga laporan, yang dilaksanakan di mulai 6 bulan dari bulan september 2023.



Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian Pada Maflorist Bouquet

No	KETERANGAN	TAHUN 2023-2024																																			
		SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI				FEBRUARI															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4												
TAHAP PERSIAPAN																																					
1	Penjajakan																																				
2	Studi Kepustakaan			■																																	
3	Pengajuan Judul				■																																
4	Penyusunan Usulan Penelitian				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
5	Seminar Usulan Penelitian																																			■	
TAHAP PENELITIAN																																					
1	Pengumpulan Data																																			■	
	a. Dokumentasi																																			■	
	b. Wawancara																																				■
	c. Observasi																																				■
2	Pengolahan Data																																				■
3	Analisis Data																																				■
TAHAP PENYUSUNAN																																					
1	Pembuatan Laporan																																				■
2	Perbaikan Laporan																																				■
3	Sidang Skripsi																																				■

*Sumber : Data diolah peneliti tahun 2023*