

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Produk hortikultura merupakan komoditas pertanian yang memiliki potensi dan nilai ekonomi yang tinggi mengingat memiliki beberapa keunggulan baik, nilai jual, keragaman, maupun serapan pasar baik dalam maupun luar negeri. Produk hortikultura tersebut antara lain jenis buah-buahan, sayur sayuran, tanaman obat dan tanaman hias. Tanaman hias (florikultura) merupakan produk hortikultura yang bagian atau keseluruhan banyak dimanfaatkan untuk estetika. Diantaranya beberapa jenis tanaman hias, tanaman bunga disamping itu memiliki keragaman dan keindahan yang tinggi juga memiliki potensi bisnis yang besar.

Pertanian tanaman bunga adalah kumpulan memiliki nilai ekonomi serta memberikan kontribusi yang cukup besar dalam perdagangan dunia. Beberapa wilayah negara memberikan perhatian kepada pembangunan industry tanaman hias yang dinegaranya dapat memberikan kontribusi yang valid dalam pendapatan devisa negara tersebut yaitu > 40%, seperti Belanda, Kolombia, Kenya, Costarica, Thailand, dll. (Direktorat Jenderal Hortikultura Direktorat Budidaya dan Pascapanen Florikultura, 2015). Sebagai negara yang memiliki lahan pertanian tanaman bunga yang luas dan subur tentunya beraneka ragam tumbuhan dan tanaman dapat hidup di wilayah Indonesia. Menurut Chozin (2006) Indonesia sebagai salah satu negara diwilayah tropikal dikenal sebagai negara yang memiliki keanekaragaman tumbuhan yang tertinggi di dunia bersama Brazil. Salah satu keanekaragaman flora tersebut adalah tanaman bunga dan tanaman hias.

Tanaman hias berdasarkan UU Republik Indonesia No.13 Th. 2010 adalah jenis kelompok tanaman hortikultura yang bagian atau keseluruhannya dapat dimanfaatkan untuk menciptakan keindahan, keasrian dan kenyamanan didalam ruang tertutup dan/atau terbuka. Berdasarkan Undang-Undang yang sama, dikemukakan bahwa distribusi, perdagangan dan pemasaran merupakan salah satu bentuk usaha hortikultura. Tanaman florikultura merupakan salah satu komoditas yang termasuk dalam program dan kegiatan utama dari rencana strategis nasional Direktorat Jendral Hortikultura tahun 2015-2019. Dibandingkan dengan komoditas

lainnya, volume ekspor dan impor komoditas hortikultura untuk jenis tanaman florikultura rata-rata pertumbuhannya menempati posisi kedua setelah komoditas tanaman obat. (Direktorat Hortikultura Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2015). Rata-rata pertumbuhan yang cukup tinggi tersebut menunjukkan bahwa florikultura memiliki potensi yang baik untuk terus dikembangkan. Tanaman bunga secara garis besar terbagi kedalam dua bagian yaitu bunga potong dan bunga yang ditanam dalam sebuah pot. Pengelompokan bunga juga ditemukan oleh Dhillon (2005) yang mengelompokkan kedalam dua kategori yaitu bunga potong dan bunga tradisional. Tanaman bunga tradisional utama yang dibudidayakan menurutnya adalah bunga mawar, marigold, krisan, melati, aster, sementara jenis mawar, gladiol, anyelir, tuberose dan anggrek adalah tanaman bunga utama untuk bunga potong.

Berdasarkan klasifikasi tanaman hias yang dikeluarkan oleh Direktorat Budidaya dan Pascapanen Florikultura Kementerian Pertanian Republik Indonesia, bunga potong merupakan jenis bunga yang masuk salah satu dari Sembilan klasifikasi tanaman hias yaitu tanaman hias potong. Disamping banyak menyerap tenaga kerja, pertanian tanaman bunga potong juga menghasilkan banyak pendapatan bagi pemerintah baik pusat maupun daerah. Salah satu pemerintah yang memiliki pendapatan yang besar dari sektor bunga potong ini adalah Provinsi DKI Jakarta yang memiliki pasar bunga Rawabelong yang terletak di Kecamatan Palmerah, Jakarta Barat. Pasar Rawabelong merupakan pusat grosir bunga yang diklaim terbesar di Asia Tenggara. Diklaim terbesar se-Asia Tenggara bukan dari segi lokasinya namun dari sisi pendapatan/ omzet, sentra ini memiliki pendapatan rata-rata Rp. 5 miliar perbulan. Bunga potong adalah bahan baku utama untuk usaha perangkai bunga dalam membuat rangkaian bunga baik itu bunga rangkaian, bunga papan ataupun bunga dekorasi. Adapun bahan baku lainnya adalah bahan-bahan untuk melengkapi rangkaian bunga tersebut seperti kemasan, plastik, kertas, kain, pita, jambangan, papan busa, dan bahan pelengkap lainnya. Sebagian besar pedagang bunga potong adalah juga merangkap sebagai perangkai bunga, mengingat bunga potong memiliki nilai lebih (*value added*) yang sangat jauh tinggi bila dibandingkan jika pedagang tersebut hanya menjual bunga potong satuan (tanpa dirangkai). Jumlah pedagang bunga potong yang ada dipasar Rawabelong

Jakarta Barat ada sekitar 430 pedagang bunga potong, baik pedagang yang kios maupun di lapak. (CNN Indonesia, 2015). Berikut ini tabel perbandingan Perkembangan volume nilai ekspor dan impor tanaman hias Indonesia baik tanaman hias selama 2011-2017 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Perkembangan Volume Nilai Ekspor dan Impor Tanaman Hias

No	Tahun	Impor Tanaman Hias		Ekspor Tanaman Hias	
		Volume(Kg)	Nilai(US \$)	Volume(Kg)	Nilai(US \$)
1	2011	59.982	1.332.785	1.296.708	2.098.521
2	2012	148.455	2.468.684	1.334.054	2.790.315
3	2013	115.705	1.402.538	1.138.828	2.520.566
4	2014	108.878	1.470.848	1.620.051	2.087.489
5	2015	95.569	1.024.155	2.477.204	2.172.090
6	2016	161.330	1.741.298	2.894.734	4.885.020
7	2017	142.202	1.252.080	5.039.958	8.710.526

Sumber : BPS, Data diolah

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa perkembangan impor tanaman hias mengalami fluktuatif baik dalam volume maupun nilai mata uang. Sedangkan, perkembangan volume ekspor sama seperti pertembangan impor tanaman hias mengalami kecenderungan fluktuatif dalam volume maupun nilai mata uang. Salah satu yang urut berperan dalam menghasilkan pendapatan dari tanaman hias adalah dari sektor produksi itu sendiri. Produksi beberapa tanaman hias utama sebagai bahan bunga potong di provinsi DKI Jakarta mengalami perkembangan yang fluktuatif. Berdasarkan tabel dibawah ini terlihat bahwa produksi beberapa tanaman hias utama bahan bunga potong seperti anggrek, gladiol, mawar, melati selama periode 2013-2017 mengalami fluktuatif, meskipun produksi adalah masalah produsen tanaman bunga hias itu sendiri yang dimana akan berpengaruh terhadap nilai penjualan perangkat bunga itu sendiri mengingat dapat mempengaruhi rantai distribusi bahan baku rangkaian bunga potong khususnya DKI Jakarta.

Tabel 2. Produksi Tanaman Hias Menurut Jenis Tanaman Di DKI Jakarta Tahun 2013-2017 (Tangkai)

No	Jenis Tanaman	2013	2014	2015	2016	2017
1	Anggrek	1.258.047	1.305.565	1.633.912	207.387	931.257
2	Kuping Gajah	67.380	67.463	84.520	22.707	85.610
3	Gladiol	2.065	1.699	2.968	2.504	0
4	Pisang-Pisangan	100.886	100.069	25.349	23.828	86.835
5	Mawar	37.421	26.550	30.497	45.879	118.596
6	Dracaena **)	16.043	18.662	16.703	16.067	50.605
7	Melati *)	20.967	17.298	27.768	48.050	109.516
8	Palem **)	16.061	16.568	37.034	25.495	94.249

\*) satuan dalam kilogram

\*\*\*) satuan dalam pohon

Sumber: BPS Provinsi DKI Jakarta

Hasil survei bulan Maret 2019 pada UPT. Pusat Promosi dan Pemasaran Bunga dan Tanaman Hias Dinas Kelautan dan Pertanian Provinsi DKI Jakarta, menyatakan bahwa para pelaku usaha perangkai bunga potong sebagian besar sudah berani mencoba suatu upaya terobosan-terobosan baru untuk mengembangkan usaha mereka, akan tetapi kinerja usaha mereka yang diindikasikan dengan omzet justru mengalami penurunan dan fluktuatif. Beberapa pelaku usaha melakukan berbagai cara untuk menaikkan omzetnya serta untuk memiliki keunggulan dari para pesaingnya dengan beberapa cara yaitu dengan melakukan berbagai inovasi produknya, melakukan rantai pasokan manajemen ke beberapa pengusaha kios-kios bunga potong yang tersebar luas di DKI Jakarta serta melakukan customer relationship manajemen agar para pelanggannya tidak berpaling ke pesaing yang berada disaerah itu sendiri. Seiring banyaknya pelaku usaha florist dan produksi tanaman hias di DKI Jakarta, para pelaku usaha florist melakukan berbagai macam promosi diantaranya ikut serta dalam festival bunga nusantara, mengikuti kompetisi flosrist di berbagai kota di indonesia, mengembangkan media promosi lewat sosial media, mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun tidak dan lainnya.

Sedangkan adanya permasalahan pada umumnya pada manajemen rantai pasok menurut Stevenson (2009) diantaranya “menentukan tingkat outsourcing yang tepat, mengelola pembeli/pengadaan suatu barang, mengelola pemasok, mengelola hubungan terhadap pelanggan, mengidentifikasi masalah dan merespon masalah dengan cepat, mengelola resiko, strategi distribusi, distribusi konfigurasi jaringan, permasalahan informasi”. Lebih lanjut, peneliti melakukan survei pada UPT. Pusat Promosi dan Pemasaran dan Tanaman Hias Dinas Kelautan dan

Pertanian Prov. DKI Jakarta menemukan beberapa masalah mengenai *Supply Chain Management* yaitu (1) adanya ketidaksamaan permintaan variasi produk yang dibutuhkan dan diminta oleh pelanggan seperti merek, ukuran dan lainnya. (2) ketidaksamaan kuantitas produk (3) adanya perbedaan ukuran lot (4) ketidaksesuaian tingkat pelayanan seperti pengiriman suatu barang untuk kondisi darurat seperti pengiriman bunga yang dimana harus dilakukan segera mungkin agar tetap segar. (5) keterbatasan tingkat produksi seperti alat-alat produksi yang digunakan. (6) kesegaran bunga-bunga yang dikirim terkadang tidak sesuai dengan standar operasional prosedur.

Berdasarkan fenomena diatas yang telah dijelaskan, bahwa *Supply Chain Management*, promosi terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran, diperkuat dengan adanya gap research, sehingga peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Supply Chain Management*, Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Survei Pada Pelaku Usaha Florist Di Kawasan Rawa Belong, Jakarta Barat)”

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Beberapa permasalahan itu antara lain:

- a. Apakah *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist?
- b. Apakah promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist?
- c. Apakah pengaruh keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist?
- d. Apakah pengaruh *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist?
- e. Apakah pengaruh promosi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist?



### I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk menguji, membuktikan dan menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist.
- b. Untuk menguji, membuktikan dan menganalisis pengaruh promosi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist.
- c. Untuk menguji, membuktikan dan menganalisis pengaruh keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada pelaku usaha florist.
- d. Untuk menguji, membuktikan dan menganalisis pengaruh *Supply Chain Management* berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist.
- e. Untuk menguji, membuktikan dan menganalisis pengaruh promosi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada pelaku usaha florist.

### I.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Sebagai sumber pengetahuan dan pengalaman yang dapat menambah wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai *Supply Chain Management*, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian mengenai kinerja pemasaran yang akan datang serta memperluas pengetahuan peneliti lainnya.

- b. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi dunia industri bunga potong untuk merancang strategi *Supply Chain Management* terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pelaku usaha bunga potong.