

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan sumber daya alam khususnya di sektor pertanian serta memegang peranan penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Secara garis besar, sektor pertanian mencakup beberapa subsektor yang diantaranya yaitu subsektor tanaman pangan, subsektor perkebunan, subsektor perhutanan, subsektor peternakan, subsektor perikanan dan subsektor hortikultura (Syahrindra *et al.*, 2023). Keragaman usaha pertanian mencerminkan potensi yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat petani serta membuka peluang besar sebagai sumber devisa. Subsektor pertanian yang sering dibudidayakan para petani selain subsektor tanaman pangan juga merambah ke subsektor hortikultura untuk memperluas jangkauan bercocok tanam. Subsektor hortikultura meliputi buah, sayur dan florikultura. Selama tiga dekade terakhir, salah satu subsektor hortikultura yang dianggap strategis untuk dikembangkan adalah agribisnis di bidang florikultura. Usaha budidaya florikultura mempunyai potensi yang cukup menjanjikan karena menawarkan nilai ekonomi yang tinggi dibandingkan dengan usaha sejenis lainnya. Florikultura juga dapat dikelola pada lahan yang terbatas, mengingat mayoritas petani di Indonesia saat ini memiliki lahan yang tidak luas.

Florikultura merupakan jenis tanaman yang sengaja ditanam yang sebagian atau keseluruhannya dimanfaatkan untuk memberikan kesan keindahan dan keasrian dalam suatu ruangan atau tempat, bahkan tanpa mempertimbangkan nilai kegunaan tersebut. Kelompok tanaman hias yang populer dikalangan masyarakat adalah bunga potong. Menurut BPS (2023) produksi tanaman hias yang paling tinggi di Indonesia yaitu bunga krisan yang mencapai 464.604.008 tangkai dalam kurun waktu satu tahun, dua kali lipat lebih banyak dibandingkan dengan bunga mawar di tahun yang sama yaitu 204.630.736. Krisan (*Chrysanthemum sp*). adalah salah satu tanaman hias yang menghasilkan bunga yang cantik dan memiliki potensi yang baik untuk dibudidayakan sebagai sumber pendapatan. Hal ini disebabkan oleh popularitas bunga krisan di kalangan masyarakat dan banyak diminati oleh konsumen, karena memiliki bentuk dan warna yang menarik serta ukuran yang bervariasi (Purnamasari *et al.*, 2017). Bunga krisan juga memiliki daya tahan segar yang relatif lama, mudah untuk dirangkai, dan proses pembungaan serta panennya dapat disesuaikan dengan permintaan pasar.

Menurut BPS (2023) Jawa Tengah merupakan daerah kedua setelah Jawa Barat sebagai produsen bunga krisan terbesar di Indonesia yang tepatnya berada di Kecamatan Bandungan. Berdasarkan tabel 1, menunjukkan Kecamatan Bandungan merupakan salah satu daerah di Kabupaten Semarang yang memiliki produksi bunga krisan paling tinggi dibandingkan daerah yang lain dengan luas panen 1.692.000 m² dan tingkat produksi 121.135.000 tangkai. Kecamatan Bandungan sangat berpotensi untuk pengembangan budidaya krisan. Ketersediaan sumber lahan, sumber daya manusia, potensi pasar, serta kondisi iklim yang mendukung

menjadikan Kecamatan Bandungan sesuai menjadi salah satu sentra penghasil bunga krisan.

Tabel 1. Data Produksi Bunga Krisan Kabupaten Semarang Tahun 2020

Kecamatan	Luas Panen	Produksi
	---m ² ---	---tangkai---
Bandungan	1.692.000	121.135.000
Sumowono	275.000	13.878.000
Ambarawa	3.935	532.700
Total	1.970.933	135.545.700

Sumber: BPS Kabupaten Semarang, 2021

Salah satu perusahaan pembudidaya bunga krisan potong di Kecamatan Bandungan adalah CV. Imunk Flower yang berlokasi di Dusun Talun, Desa Candi, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. CV. Imunk Flower merupakan salah satu produsen bunga krisan di Kecamatan Bandungan dengan luas lahan 10.000 m² dengan total 12 *greenhouse* krisan. CV. Imunk Flower tidak hanya memproduksi bunga krisan potong, akan tetapi juga memproduksi benih dan bunga pot. Produk bunga potong krisan, krisan pot, dan stek benih krisan hingga saat ini telah dipasarkan ke beberapa kota yang ada di wilayah Jawa Tengah, DIY, Jawa Timur, dan Sulawesi (Manado). Akan tetapi jika tidak ada permintaan dari luar, CV. Imunk Flower akan menjual bunganya langsung ke pasar Bandungan.

Perusahaan CV. Imunk Flower menghadapi tantangan dalam persaingan pasar yang semakin ketat akibat banyaknya petani bunga krisan di Kecamatan Bandungan, yang diperparah oleh terjadinya panen raya yang menyebabkan peningkatan pasokan bunga krisan potong di pasar. Hal ini mengakibatkan penumpukan bunga di pasar dan mendorong terjadinya fluktuasi harga yang

menunjukkan adanya risiko kerugian perusahaan (Pardian *et al.*, 2016). Pada tahun 2024, CV. Imunk Flower mengalami dinamika penjualan yang berfluktuasi seiring dengan perubahan harga jual bunga krisan. Pada bulan Mei-Juni harga jual bunga krisan menurun yaitu (Rp3.000-7.000 per ikat) akibat melimpahnya pasokan dari panen raya. Rendahnya harga jual tersebut menyebabkan penurunan nilai penjualan meskipun volume produksi relatif tinggi, sehingga margin keuntungan perusahaan menjadi sangat tipis, bahkan berpotensi mengalami kerugian. Memasuki bulan oktober harga mulai meningkat dan mencapai puncaknya pada bulan Desember (Rp25.000-38.000 per ikat) karena permintaan yang meningkat menjelang perayaan Natal dan Tahun Baru, yang merupakan puncak musim penjualan bunga. Ketidakpastian harga tersebut berdampak pada margin keuntungan, karena biaya produksi tetap harus dikeluarkan meskipun harga jual fluktuatif.

Ditinjau dari sisi pemasaran, kegiatan promosi yang dilakukan oleh CV. Imunk Flower masih tergolong terbatas, yaitu melalui akun media sosial yang bercampur dengan akun pribadi. Kondisi tersebut menyebabkan jangkauan pasar menjadi kurang optimal dan terlihat kurang profesional, sehingga daya tarik konsumen menjadi rendah. Selain itu, penggunaan akun yang tidak terpisah antara kepentingan pribadi dan usaha dapat menghambat upaya perusahaan dalam membangun identitas merek yang kuat. Aspek manajerial juga menghadapi kendala berupa kurangnya tenaga kerja bagian administrasi menyebabkan pengelolaan SDM kurang efisien, sehingga memperlambat pengelolaan data keuangan dan operasional. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya strategi untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan meraih kesuksesan. Strategi merupakan proses

penyusunan rencana manajerial yang dirancang untuk mencapai tujuan jangka panjang sebuah organisasi dan merencanakan langkah-langkah untuk mencapainya (Purba *et al.*, 2024). Setiap perusahaan, termasuk CV. Imunk Flower membutuhkan berbagai strategi yang tepat guna merealisasikan visi, misi, dan tujuannya. Salah satu strategi yang harus diterapkan adalah pengembangan usaha, yang dapat membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Permasalahan yang dihadapi CV. Imunk Flower mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang strategi pengembangan usaha bunga krisan potong. Strategi ini diharapkan dapat membantu perusahaan merancang langkah yang tepat untuk terus berkembang dan meraih kesuksesan. Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, peneliti memilih judul penelitian "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Bunga Krisan Potong di CV. Imunk Flower, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang". Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi perusahaan dalam mengatasi berbagai tantangan dan mengembangkan usahanya.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:
 - a. Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower.
 - b. Menganalisis strategi pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower berdasarkan faktor internal dan eksternal.

- c. Menyusun prioritas alternatif strategi pengembangan usaha bunga krisan potong di CV. Imunk Flower.
2. Manfaat penelitian ini adalah:
- a. Bagi Pembaca, menjadi referensi mengenai strategi pengembangan usaha bunga krisan potong.
 - b. Bagi Penulis, menambah wawasan terkait strategi pengembangan usaha bunga krisan potong.
 - c. Bagi Perusahaan, dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai rekomendasi dalam melakukan upaya pengembangan usaha bunga krisan potong.