

FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PEMASARAN TANAMAN HIAS CALATHEA SILVER (*Calathea Sp*) PADA CV. DEWATA INDAH

I Gusti Agung Nyoman Dananjaya, S.P, M.Agb

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Dan Bisnis, Universitas Dwijendra

Email : guz.d4nan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran Tanaman Hias Calathea Silver pada CV. Dewata Indah. Penelitian ini dilakukan pada CV. Dewata Indah, Desa Panjer Belong, Kecamatan Kesiman, Kota Denpasar, dengan menggunakan metode *purposive* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif mengenai faktor internal dan eksternal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan faktor internal kekuatan dan kelemahan, kekuatan adalah terdapat beragam jenis tanaman hias, lokasi yang strategis, beberapa tanaman hias dibudidayakan sendiri, tanaman hias yang dijual terawat dengan baik, pelayanan yang sopan dan ramah. Sedangkan yang termasuk kelemahan adalah belum tersedianya tempat parkir dan lemahnya kegiatan promosi produk. Faktor internal adalah peluang dan ancaman. Yang termasuk peluang adalah berkembangnya pemukiman penduduk, kualitas produk yang diakui oleh konsumen dan respon masyarakat yang baik. Sedangkan yang termasuk ancaman adalah kondisi tanaman hias yang rentan terhadap bunga dan penyakit, pesaing yang bergerak di bidang yang sama.

Kata Kunci: Calathea Silver, Lingkungan Internal dan Lingkungan Eksternal

Abstract

This study aims to identify internal and external factors marketing Calathea Silver Ornamental Plants in CV. Beautiful God. This research was conducted on CV. Dewata Indah, Panjer Belong Village, Kesiman District, Denpasar City, using a purposive method based on considerations. The data used in this study consisted of primary and secondary data using data collection techniques such as observation, interviews and documentation. The data collected were analyzed using descriptive analysis of the company's internal and external factors.

The results of the study show that internal factors are strengths and weaknesses, strengths are that there are various types of ornamental plants, strategic locations, some ornamental plants are cultivated by themselves, ornamental plants sold are well maintained, polite and friendly service. Meanwhile, the weaknesses include the unavailability of parking spaces and the weakness of product promotion activities. Internal factors are opportunities and threats. Opportunities include the development of residential areas, product quality that is recognized by consumers and good public response. Meanwhile, what is included as a threat is the condition of ornamental plants that are susceptible to flowers and diseases, competitors who are engaged in the same field.

Keywords: Calathea Silver, Internal Environment and External Environment

1. PENDAHULUAN

Tanaman hias menjadi kebutuhan masyarakat kota besar maupun pedesaan, tanaman hias semakin hari semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya pembangunan rumah, dan meningkatnya kesadaran masyarakat pada manfaat tanaman hias. Banyak penangkar tanaman hias, pedagang besar, *nursery*, dan pedagang enceran yang gulung tikar. Pemain yang masih bertahan hanyalah yang memang memiliki cadangan modal cukup kuat, lebih efisien, dan lebih cerdas dalam mencari peluang usaha. Berbagai macam tanaman hias seperti calathea silver, aglaonema, adenium, euphorbia, keladi, dan anthurium sudah mulai banyak dikoleksi oleh para penggemar tanaman hias. Imbasnya, harga tanaman hias tersebut melonjak tajam (Rianto, 2007).

Tanaman hias calatea siver menjadi salah satu tanaman yang populer. Daunnya yang indah memiliki

corak dan warna yang menarik pencinta tanaman hias. Saat ini sudah sangat umum ditanam orang, baik berbagai komponem utama untuk menghijaukan dan mempercantik taman maupun sebagai tanaman hias dalam pot yang ditempatkan dimeja ataupun digantung diareal rumah, ruang perkantoran, atau apartemen. Tanaman hias akan membuat suasana sekitar rumah menjadi lebih hijau, memperindah komposisi warna lingkungan sekitar, dan tentu saja membuat keberadaan taman dan lingkungan sekitar rumah lebih semarak. Taman atau lingkungan rumah yang nampak asri dengan berbagai warna- warni bunga dapat menaikkan gengsi si pemilik, terlebih bila jenis tanaman yang ada tergolong langka, mahal, atau dikenal sulit berbunga (Endah, 2001). Sektor pertanian memiliki peranan yang sangat penting untuk mensejahterakan masyarakat perdesaan yang juga merupakan mata pencaharian utama masyarakat perdesaan (Sedana and Astawa, 2016; Sedana and Rahmat, 2020). Sektor pertanian juga dapat dijadikan penggerak untuk meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja (Sedana, 2020).

Di Provinsi Bali sektor pertanian sangat menjanjikan, minat masyarakat pada berbagai tanaman hias (*ornamental plants*) cenderung meningkat, tidak hanya pada saat perayaan hari-hari besar agama atau pergantian tahun saja. Bahkan saat ini tanaman hias dipakai untuk acara dikantor-kantor, hotel, dan rumah serta menjadi koleksi para penggemar tanaman hias. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu unsur penting dalam menopang perekonomian nasional secara menyeluruh. UMKM telah lama menjadi pondasi yang kokoh sekaligus penggerak dinamika dari sistem ekonomi kita. UMKM juga sangat berperan dalam membantu program pemerintah dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat. CV Dewata Indah merupakan salah satu usaha menengah yang telah berdiri sekitar tahun 2005 dan sudah dikenaldi Provisi Bali memiliki 10 karyawan yang terletak di Jalan Hangtuh Sanur Desa Panjer Belong Kecamatan Kesiman Kabupaten Badung, Hal ini disebabkan karena keindahan bunga yang dijual membuat masyarakat tertarik untuk membelinya.

Salah satu strategi pemasaran tanaman hias adalah menjual tanaman dalam kondisi yang sudah tertanam dalam pot. Beberapa pertimbangan konsumen yaitu dengan membeli tanaman yang sudah ditanam dalam pot untuk dapat langsung dilihat keindahan tanaman tersebut. Dalam memasarkan tanaman tersebut juga harus memperhitungkan adanya tambahan biaya produksi yaitu untuk pembelian pot bunga, air sebagai penyiraman, tenaga kerja dan alat-alat lainnya. Pemasaran menjadi hal yang sangat penting, jika mekanisme pemasaran berjalan baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Keberhasilan usahatani sangat ditentukan oleh keberhasilan pemasaran dari suatu produk yang telah dihasilkannya (Dananjaya, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal pemasaran Tanaman Hias *Calathea Silver* pada CV. Dewata Indah. Untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan perlu menyusun strategi sedemikian rupa. Dalam merumuskan strategi perusahaan maka diidentifikasi berbagai faktor secara sistematis. Pengidentifikasi dapat dilakukan dengan analisis SWOT yaitu analisis yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2009).

2. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan pada CV Dewata Indah, Desa Panjer Belong, Kecamatan Kesiman, Kota Denpasar, Penentuan lokasi penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu penentuan lokasi penelitian secara sengaja melalui pertimbangan-pertimbangan pertimbangan. Menurut Sugiyono (2008) Populasi merupakan wilayah generalisa yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk di pelajari kemudian ditarik kesimpulan maka dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh tenaga kerja yang berjumlah sebanyak 10 orang. Menurut Soekidjo (2005) mendefenisikan sampel adalah sebagian untuk di ambil dari keseluruhan obyek yang ditelitidan dianggap mewakili seluruh populasi. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono,2011).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Sumber data primer dan Sumber data skunder. Sumber data primer adalah diperoleh dengan melakukan wawancara langsung dengan pengusaha tanaman hias Calathea Silver pada CV Dewata Indah, Desa Panjer Belong, serta pesaing atau lembaga lain yang juga pengusaha dalam bidang tanamanhias. Sedangkan sumber data skunder merupakan data yang di peroleh dari data yang bersumber dari beberapa instansi terkait, internet, dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. contohnya berupa peran anggota CV Dewata Indah dalam usaha tanaman hias.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu : Metode Observasi, wawancara, Dokumentasi dan Studi kepustakaan. Metode Observasi yaitu dilakukan dengan cara melihat dan mengamati objek penelitian secara langsung hal-hal yang berhubungan dengan penelitian. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada responden untuk memperoleh informasi dari sumber yang di wawancarai. Dokumentasi yaitu teknik untuk melengkapi data dalam rangka strategi pemasaran yang akan di teliti memerlukan informasi dari dokumentasi akurat. Studi kepustakaan yaitu Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauanpustaka dengan membaca buku-buku yang telah di publikasikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil CV. Dewata Indah

CV. Dewata Indah berdiri pada tahun 2005. Berdirinya perusahaan kami sebagai bentuk respon terhadap peluang didunia lenscap dan perdagangan tanaman yang semakin terbuka dan berkembang di Indonesia. CV. Dewata Indah adalah perusahaan yang bergerak dibidang landscaping, usaha perdagangan dan jasa tanaman lainnya. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2005 di kota Denpasar berdasarkan akta notaris penderian perseorsngan komonditer yang dikeluarkan oleh kantor Notaris Luh Gede Ranitia Nagoyawati SH.M.KN.SK. MENKEH dan HAM RI. Tanggal 30 Desember 2005 NO. C-595.HT.03.01-Th.2005. Melalui surat keputusan tersebut perusahaan ditetapkan sebagai perusahaan persero komaditer, yaitu menjadi CV. Dewata Indah.

Tujuan dibentuknya perusahaan ini untuk ikut serta dalam peningkatan ekonomi kerakyatan (micro) dan ekonomi secara global (macro). Perusahaan kami memiliki tenaga yang berpengalaman dalam bidang penataan taman. Komitmen CV. Dewata Indah untuk menyelesaikan setiap pekerjaan landscape yang telah

dipercayakan tidak terlepas dari peran setiap anggota Dewata Indah dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian proyek yang efektif, efisien serta memperhatikan standar K3 (keselamatan kesehatan kerja) dan lingkungan kerja.

Karakteristik Responden

Umur Responden merupakan salah satu unsur mempengaruhi kemampuan seseorang untuk melakukan aktivitas termasuk dalam kegiatan strategi pemasaran tanaman hias yang ada di CV. Dewata Indah. Berdasarkan umur responden yang ada di CV. Dewata Indah adalah

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Orang	Presentase
1	< 17	0	0 %
2	17 – 64	9	90 %
3	>64	1	10 %
	Jumlah	10	100 %

Sumber data Pengolahan data 2021

Berdasarkan umur responden pada tabel 4.2 tersebut, menunjukan bahwa responden yang berumur antara 17-64 tahun sebanyak 9 orang dengan presentase sebesar (90%) dan sisanya 1 orang (10%) termasuk sudah produktif (<17) selaku owner CV Dewata Indah.

Rincian tingkat pendidikan terakhir responden di CV Dewata Indah adalah Sarjana 1 orang, SMA 3 orang dan SMP 6 orang. Dari data diatas terlihat tingkat pendidikan Sarjana dan SMA yang dominan hal ini mengidentifikasi tingkat pendidikan formal responden tergolong tinggi sehingga dapat mempercepat perkembangan perusahaan.

Tabel 2 Jumlah Responden Menurut Pendidikan Di CV Dewata Indah

No	Jumlah Pendidikan	Orang	Presentase
1	S1	1	10 %
2	SMA	3	30 %
3	SMP	6	60 %
	Jumlah	10	100 %

Sumber : Data Primer 2021

Berdasarkan tabel menunjukan responden berpendidikan SMP (60%), SMA (30%) dan diikuti Sarjana (10%). Jadi tingkat pendidikan responden terbesar berada pada kategori SMP.

Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan.

Aspek eksternal perubahan terdiri dari lingkungan makro dan lingkungan mikro yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan strategi pemasaran tanaman hias. Lingkungan makro meliputi kondisi demografi, ekonomi alam/ekologi, social dan budaya, politik dan hukum serta teknologi. Lingkungan mikro terdiri dari pesaing, pelanggan dan pemasok. Analisis lingkungan eksternal digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menjadi peluang dan ancaman perusahaan.

Analisis lingkungan makro merupakan lingkungan yang terkait langsung dengan pengelolaan dan pengembangan perusahaan, yang terdiri dari pesaing, pelanggan dan pemasok.

a. Pesaing

Pesaing dalam produk pemasaran tanaman hias memang relatif kecil, tetapi dalam hal ini CV. Dewata Indah tetap waspada karena banyak pesaing berjalan lama usahanya dan memiliki distribusi yang luas pesaing CV. Dewata Indah.

b. Pelanggan

Berdasarkan dari data yang di miliki CV. Dewata Indah pelanggan produk tanaman hias rata-rata dari perhotelan, villa dan

c. Pemasok

Dalam usaha produk tanaman hias CV. Dewata Indah pemasok bahan baku di beli dari para petani dan hasil usaha sendiri. Pembeli dilakukan dengan melihat kualitas bahan produk dan penawaran harga.

Analisis Lingkungan Internal Perusahaan

Proses produksi tanaman hias yang dilakukan oleh CV. Dewata Indah berdasarkan permintaan konsumen. Proses produksi tanaman hias dilakaukan secara efektif untuk mencapai tujuan atau target permintaan konsumen. Untuk menjaga kualitas produk tanaman hias yang dihasilkan, Perusahaan melakukan pemeriksaan agar kualitas produk tetap terjaga dengan baik pada`tahap berikut:

1. Melakukan teknik penyiraman air secara teratur
2. Antisipasi hama dan penyakit sejak dini
3. Pemberian nutrisi vital pertumbuhan
4. Potong tanam yang kering atau mati
5. Kontrol suhu dan kelembapan yang pas
6. Hindari pemberian pupuk kimia pada tanaman
7. Menjaga kebersihan di sekeliling tanaman
8. Memberikan sinar matahari secara merata

Sistem Informasi Faktor Internal

Identifikasi lingkungan internal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan CV. Dewata Indah berdasarkan hal tersebut, kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan CV. Dewata Indah adalah sebagai berikut:

A. Kekuatan

Kekuatan yang di miliki perusahaan oleh adalah memberikan pengaruh positif dan bisa menganalisis apa saja kelebihan perusahaan, keunggulan yang di miliki perusahaan, serta keunikan perusahaan yang membedakan dengan perusahaan anantara lain:

- a. kualitas tananaman yang bagus
- b. Tanaman hias yang segar
- c. Penataan tempat yang bagus
- d. Warna tanaman hias yang bagus
- e. Lokasi yang strategis
- f. Pelayanan yang baik

B. Kelemahan

Kelemahan adalah untuk mengetahui kelemahan apa saja yang di miliki oleh perusahaan antara lain:

- a. Minimnya tenaga kerja
- b. Tidak ada pemberian diskon

Identifikasi Faktor Eksternal

Identifikasi terhadap faktor eksternal dilakukan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan CV. Dewata Indah data eksternal yang dikumpulkan menganalisis hal-hal eksternal dimana perusahaan beroperasi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan CV. Dewata Indah adalah sebagai berikut:

A. Peluang

Peluang sangat penting bagi sebuah perusahaan karena hal inilah yang akan menentukan perkembangan perusahaan di kemudian hari antara lain:

- a. Memberikan potongan harga atau diskon
- b. Wilayahnya cocok untuk tanaman hias
- c. Promosi

B. Ancaman

Ancaman mencakup hal-hal apa saja yang di hadapi perusahaan yang dapat menghambat perusahaan antara lain:

- a. Persaingan antar penjual tanaman hias
- b. Pasokan tanaman hias tergantung dari luar kota
- c. Adanya hama penyakit pada tanaman

4. PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan, kekuatan adalah terdapat beragam jenis tanaman hias, lokasi yang strategis, beberapa tanaman hias dibudidayakan sendiri, tanaman hias yang di jual terawat dengan baik, pelayanan yang sopan dan ramah. Sedangkan yang termasuk kelemahan adalah belum tersedianya tempat parkir dan lemahnya kegiatan promosi periodik. (2) Faktor eksternal adalah peluang dan ancaman. Yang termasuk peluang adalah berkembangnya pemukiman penduduk, kualitas produksi yang diakui oleh konsumen dan respon masyarakat yang baik. Sedangkan yang termasuk ancaman adalah kondisi tanaman hias yang rentan terhadap bunga dan penyakit, pesaing yang bergerak dibidang yang sama, pesaing yang memberikan harga lebih murah, naiknya harga BBM dan tarif listrik.

Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka dapat diberikan saran (1) Pada CV. Dewata Indah diharapkan mampu membuktikan pada pelanggan bahwa produk tanaman hias yang dijual atau dipasarkan mempunyai keunggulan yang lebih dibagian kualitas produk dibanding para pesaing lainnya. (2) CV. Dewata Indah sebaiknya dapat memahami kebutuhan pelanggan atau konsumen dan melakukan inovasi-inovasi baru dalam pemasaran produk tanaman hias.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Astuthi, M.M.M, dkk. Studi Diagnosa Subak Di Kota Denpasar (Kasus di Subak Renon, Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar). *dwijenAgro*.Vol.10.No 1. ISSN : 1979-3901.
- Dananjaya, I. G. A. N. 2021. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Kopi Robusta di Desa Umajero Kecamatan Busungbiu, Kabupaten Buleleng. *Jurnal dwijenAGRO*, Vol. 11. No.1.
- Dewi, K.A.C.J.D dan Yovita Indis. 2020. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Tomat (Studi kasus di Desa Buahon, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli). *dwijenAgro*.Vol.10.No 2. ISSN : 1979-3901
- Endah, J . H . (2001). *Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga*. Jakarta: PT.Agromedia Pustaka. Jakarta.
- Sedana, G. and N.D. Astawa. (2016). Panca Datu Partnership in Support of Inclusive Business for Coffee Development:The Case of Ngada District, Province of Nusa Tenggara Timur, Indonesia. *Asian Journal of Agriculture and Development*, Vol. 13, No.2: 75-98.
- Sedana, G. and A. Rahmat. (2020). Alternative Policies to Strengthen the Traditional Irrigation System for Supporting the Food Security Program: Case of The *Subaks*’ System in Bali, Indonesia. *International Journal of Advanced Science And Technology*, Vol. 29, No. 7s: 973-984
- Sugiono,(2011).*Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R d D Bandung*.Alfaberta
- Soekidjo. (2005). *Metodologi Penelitian kesehatan (Edisi Revisi)* Jakarta: PT. Rineke Cipta
- Sgiyono . (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R d D. Bandung* : ALFABERTA
- Rangkuti, Frendy.(2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta.Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, Antonius.(2007). *Peluang Bisni Tanaman*. PT. Agromedia. Pustaka. Jakarta.