

**STRATEGI PEMASARAN USAHABUNGA PAPAN  
DI KOTA PEKANBARU  
(Studi Kasus pada Usaha Bunga Papan Valentine Florist)**

**Sri Indayah Han dayani, Eliza, Shorea Khaswarina**

Jurusan Agribisnis, Falcultas Pertanian, Universitas Riau

**Abstract:** This study aims to identify the marketing mix florist board, identify internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) that faced, developed and recommend appropriate alternative marketing strategies. The research was conducted in June 2013 until the end. The sampling method used in this research is a case study in the Valentine Florist's florist board business. The data were analyzed descriptively. Results showed interest board products offered by various designs and sizes, ranging from size to size 2mx3m 2mx12m and can be combined using fresh flowers. Rental price charged to the consumer products amounted to Rp 100,000 rupiah/board. Product distribution channels carried by employers are only one level. Promotion is done is through the division entrepreneur cards and banners installed on each foot flower display board. Alternative marketing strategies based on the SWOT matrix can be chosen that maintain product image by improving the quality of products and services and maintain consumer trust, maintain exiting markets and seek new market opportunities, utilizing the media campaign to seize market opportunities, offering derivative products of interest apart from board interest to consumers, promote products to consumers continuouly.

**Keywords:** Florist Board Business, Marketing Mix and Marketing Strategy

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan yang teijadi di Riau Ichususnya kota Pekanbaru, dapat mendorong tumbuhnya sektor-sektor jasa informal yang keberadaannya tidak terlihat tetapi dap at dirasakan dan berpengaruh besar terhadap perekonomian daerah Riau clan Pekanbaru khususnya. Ini terlihat pada usaha jasa *florist* atau bunga papan yang mempunyai perkembangan dan peluang usaha yang sangat menggiurkanbagi parawirausahawan. Hal ini terlihat dan i banyaknya kegiatan-kegiatan yang bertaraf Provinsi hingga bertarafNasional, dan berdampak terhadap meningkatnya jumlah penggunaan jasa bunga papan dan i hari ke hari.

Kondisi ini memperlihatkan besamya kesempatan di sektor jasa penyewaan bunga papan di Kota Pekanbaru yang semakin hari selalu mengalami peningkatan. Kota Pekanbaru sendiri kini telah banyak muncul usaha-usahabungapapan, baik yang legal (memiliki izin usaha) maupun yang ilegal (tidak memiliki izin usaha). Hingga periode tahtm 2013, hanya ada 5 usaha bunga papan di kota Pekanbaru yang telah memiliki legalitas dan i Badan Pelayanan Teipadu (BPT) Kota Pekanbaru yaitu, Lita Florist, Queen Florist, Akho Florist, Hendra Florist dan Valentine Florist.

Usaha bunga papan Valentine Florist merupakan salah satu usaha bunga papan yang sudah memiliki legalitas dan i Badan Pelayanan Terpadu (BPT) Kota Pekanbaru. Namun dalam menj alankan usahanya, pengusaha bunga papan Valentine Florist harus menghadapi pesaing yang jumlahnya tidak sedikit, baik usaha bunga papan yang telah memiliki surat izin, maupun usaha-usaha bunga papan yang tidal( memiliki surat izin.

Penciptaan kreasi desain-desain terbaru yang ditawarkan oleh usaha-usaha bunga pap an di kota Pekanbaru serta harga sewa yang bersaing membuat usaha bunga papan Valentine Florist harus mampu menciptakan desain-desain terbaru dengan kualitas yang baik. Selain itu, kondisi lalu lintas kota Pekanbaru yang padat menjadi tantangan tersendiri bagi usaha bunga papan Valentine Florist untuk terus berusaha meningkatkan pelayanannya agar bunga papan pesanan konsumen dapat terpasang tepat waktu.

## **METODE**

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha bunga papan Valentine Florist yang berlokasi di Jalan Jambu Kelurahan Tampan Kecamatan Payung Selcalci Kota Pekanbaru. Lokasi penelitian ini dipilih

dengan pertimbangan bahwa usaha bunga papan Valentine Florist merupakan usaha jasapenyewaan bunga papan yang ada di kota Pekanbaru yang telah terdaftar izin usahanya pada Badan Pelayanan Terpadu (BPT) Kota Pekanbaru dengan jumlah permintaan tertinggi dibandingkan usaha bunga papan lain yang juga telah terdaftar izin usahanya di Badan Pelayanan Terpadu (BPT) Kota Pekanbaru.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, artinya penelitian dilakukan pada satu tempat usaha yaitu pada usaha bunga papan Valentine Florist di Kecamatan Payung Sekaki. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan caramewawancarai secara langsung pengusaha bunga papan Valentine Florist yang berpedoman pada daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu serta dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini

meliputi: riwayat usaha, identitas pengusaha bunga papan Valentine Florist, jumlah penjualan, faktor internal dan eksternal serta harga. Data sekunder bersumber dari data yang ada di Perusahaan, instansi terkait maupun literatur lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif yaitu suatu cara penganalisaan data dengan menjelaskan dan menguraikan keadaan sesuai dengan data-data yang sudah diperoleh yang meliputi bauran pemasaran (Produk, Harga, Distribusi dan Promosi) (Kotler dan Armstrong, 2001).

Alat analisis yang digunakan untuk menyusun strategi pemasaran usaha bunga papan Valentine Florist adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat untuk menentukan lingkungan internal *strength* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan) serta lingkungan eksternal *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang dihadapi duniabisnis.

Tabel I. Matrik SWOT

Faktor Intern	<i>STRENGTHS</i> (S) Susunan daftar kekuatan	<i>WEAKNESSES</i> (W) Susunan daftar kelemahan
Faktor Ekstern		
<i>OPPORTUNITIES</i> (O) Susunan daftar peluang	STRATEGI S-O Memakai kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Menanggulangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang
<i>THREATS</i> (T) Susunan daftar ancaman	STRATEGI S-T Memakai kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti (2001).

Untuk dapat memilih strategi yang baik, dapat dilakukan dengan menerapkan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tentukan unsur-unsur S,W,O dan T yang ada.
2. Beri nilai untuk masing-masing faktor menurut urutan pentingnya unsur tersebut terhadap kondisi usaha dengan memberi skala mulai dari 3 (sangat penting), 2 (penting) dan 1 (tidak penting).

3. Tentukan alternatif strategi berdasarkan kombinasi masing-masing yaitu alternatif strategi SO, ST, WO dan WT berdasarkan kombinasi faktor internal dan eksternal.
4. Tentukan keterkaitan alternatif strategi dengan unsur-unsur SWOT yang telah dibuat pada poin 1.
5. Hitung bobot masing-masing alternatif strategi berdasarkan penjumlahan nilai masing-masing unsur yang terkait dengan strategi itu.

6. Beni ranking terhadap masing-masing alternatif strategi berdasarkan bobot yang tertinggi dengan diberi ranking 1 sampai 3 yang merupakan strategi yang terpilih untuk mengembangkan usaha di masa yang akan datang.

Analisis ini terbagi atas 4 komponen dasar yang menggambarkan situasi dan kondisi dan i suatu organisasi maupun perusahaan, di mana komponen-komponen tersebut termasuk ke dalam kategori faktor internal maupun faktor eksternal yang nantinya akan menjadi objek penelitian yaitu:

1. *Strength (S)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dan i organisasi atau perusahaan pada saat ini.
2. *Weakness (W)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan kelemahan dan i organisasi atau perusahaan pada saat ini.
3. *Opportunity (O)*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar organisasi dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi di masa depan.
4. *Threat (T)*, adalah situasi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi di masa depan.
5. Selanjutnya 4 komponen dasar tersebut dalam proses penganalisannya akan berkembang menjadi beberapa sub komponen yang jumlahnya tergantung pada kondisi organisasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Usaha Bunga Papan Valentine Florist

#### Sejarah dan Perkembangan Usaha

Usaha bunga papan Valentine Florist dipimpin dan didirikan oleh ibu Lilisnawati pada 17 Maret 2004 yang berlokasi di Jalan Jambu Kelurahan Tampan Kecamatan Payung Sekaki Kota Pekanbaru. Usaha bunga papan Valentine Florist telah terdaftar dalam Dinas Pelayanan Terpadu Kota Pekanbaru dan telah memiliki Surat Izin Tempat Usaha dengan Nomor 0618/BPT/2010, serta Surat Izin Usaha Perdagangan Kecil dengan Nomor 238/BPT 04.01/11/2010.

Awal berdirinya usaha bunga papan Valentine Florist yaitu pada tahun 2004, usaha ini tidak mengalami perkembangan yang berarti, di mana selama 1 tahun awal usaha ini hanya memproduksi sekitar 10-20 bunga papan per minggu. Hal ini dikarenakan pada awal berdirinya usaha ini, trend bunga papan belum berkembang di kalangan masyarakat. Selain itu, dikarenakan juga usaha bunga papan Valentine Florist ini baru berdiri dan belum banyak konsumen yang mengetahuinya. Untuk mengatasi hal tersebut, pengusaha melakukan promosi melalui pemasangan iklan di koran, pemasangan spanduk dan pembagian kartu nama untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Usaha promosi yang dilakukan oleh pengusaha ini cukup dapat membuat kenaikan produksi bunga papan Valentine Florist. Dan di tahun ke tahun, permintaan bunga papan Valentine Florist terus meningkat.

#### Tujuan Usaha

Tujuan utama pengusaha membuka usaha bunga papan ini yaitu untuk meningkatkan pendapatan keluarga, karena dengan usaha ini pengusaha dapat memenuhi kebutuhan keluarga, memanfaatkan keterampilan yang dimiliki dan untuk memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan.

#### Identitas Pengusaha

Menurut Simanjuntak dalam Yasin (2002), umur produktif berkisar antara 15-54 tahun. Pengusaha bunga papan Valentine Florist tergolong kepada umur yang masih produktif sehingga daya ingat, produktifitas, keberanian untuk mengambil resiko dan pola pikir dalam menerima inovasi sangat tinggi.

Menurut Soekartawi (2000), tingkat pendidikan akan sangat berpengaruh terhadap cara berpikir dan daya serap seseorang terhadap teknologi baru. Tingkat pendidikan yang diperoleh pengusaha adalah sarjana (Si), Hal ini sangat mempengaruhi pengusaha dalam berpikir, bersikap dan bertindak terhadap keberlangsungan usahanya.

Kemajuan suatu usaha juga dipengaruhi oleh pengalaman si pengusaha dalam menjalankan usahanya. Lamanya pengalaman yang dimiliki



pengusaha membuat sipengusaha mempunyai kemampuan dan kemauan serta keberanian dalam mengambil keputusan dan menentukan alternatif penggunaan teknologi dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Pada umumnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap tingkat pengeluaran rumah tangga. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar kebutuhan untuk bekerja keras, berkorban yang lebih besar untuk dapat meraih hasil yang lebih baik. Jumlah tanggungan keluarga pengusaha bunga papan Valentine Florist sebanyak dua orang.

### Pemasaran

Pemasaran adalah proses aliran produk/jasa yang disertai pemindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk, yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan salah satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Pemasaran bunga papan Valentine Florist ini hanya memiliki satu saluran (saluran langsung), yaitu konsumen langsung melakukan pemesanan bunga papan kepada pengusaha. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha bunga papan Valentine Florist meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penyediaan fasilitas

### Fungsi Pertukaran (*Exchange Function*)

Fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran.

**a. Fungsi Pembelian;** pembelian bahan baku usaha bunga papan Valentine Florist yaitu pap an bunga siap pakai, kaki papan bunga, bunga suyak (bunga plastik) dan jarum pentul dilakukan secara langganan kepada distributor penyedia bahan-bahan pembuatan bunga papan di Medan, sedangkan pembelian bahan baku bunga papan berupa bunga segar dilakukan secara langganan kepada distributor di Jakarta. Saluran yang digunakan dalam pembelian bahan baku bunga pap an maupun bunga segar hanya satu tingkat, di mana pengusaha langsung melakukan pemesanan kepada distributor, tanpa melawati perantara. Sistem pembayaran yang dilakukan pengusaha kepada distributor yaitu dengan cara transfer antar bank.

**b. Fungsi Penjualan;** tata cara penjualan yang dilakukan pengusaha bungapapan Valentine Florist ada dua sistem yaitu yang pertama, sistem langsung di toko yaitu pengusaha dan konsumen dapat langsung melakukan transaksi di toko Valentine Florist. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dan pengusaha pada sistem langsung ini adalah tunai. Sistem penjualan yang kedua adalah

**Tabel 2. Fungsi-fungsi Pemasaran yang Dilakukan Pengusaha Bunga Papan Valentine Florist.**

No	Fungsi Pemasaran	Keterangan
1.	Pertukaran	
	a. Pembelian	V
	b. Penjualan	V
2.	Fisik	
	a. Pengangkutan	V
	b. Penyimpanan	V
3.	Penyediaan Fasilitas	
	a. Standarisasi	V
	b. Penanggung Revisi	V
	c. Informasi Pasar	V
	d. Pembiayaan	V

Keterangan: V : Ada X : Tidak Ada



sistem *online* yaitu konsumen memesan kepada pengusaha melalui telepon, *fax*, SMS, atau pun BBM, setelah konsumen melakukan pemesanan bunga papan, pesanan akan diproses oleh pengusaha.

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen dan pengusaha pada sistem *online* ini dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara transfer antar bank maupun secara langsung, di mana pegawai Valentine Florist akan mengambil tagihan langsung ke tempat di mana konsumen berada dengan membawa faktur dan kwitansi pembayaran. Namun bagi konsumen dalam kota yang melakukan pemesanan secara *online* juga bisa datang ke toko Valentine Florist untuk melakukan pembayaran secara tunai kepada pengusaha.

Konsumen bunga papan Valentine Florist terbagi menjadi 2 golongan yaitu: konsumen atas nama instansi seperti PT. Trakindo, Jiwa Seraya, BNI, Bank Mandiri dan Telkomsel; dan konsumen atas nama pribadi. Perbandingan persentase permintaan konsumen atas nama pribadi dan konsumen atas nama instansi tidak terpaut jauh, yaitu 4:5. Di mana permintaan konsumen atas nama pribadi sebanyak 3.061 papan sebesar 47,46% dan permintaan konsumen atas nama instansi sebanyak 3.388 papan sebesar 52,54%. Hal ini menggambarkan bahwa konsumen bunga papan Valentine Florist hampir merata untuk golongan konsumen atas nama pribadi maupun golongan konsumen atas nama instansi.

#### Fungsi Fisik (*Physical Function*)

Fungsi fisik meliputi kegiatan-kegiatan yang secara langsung diberlakukan terhadap produk yang akan dipasarkan sehingga produk tersebut mengalami perubahan guna tempat dan guna waktu. Fungsi fisik meliputi fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan.

- a. Fungsi Pengangkutan; fungsi pengangkutan pada prinsipnya adalah memindahkan produk dan lokasi produsen ke lokasi konsumen. Dikarenakan areal lokasi acara yang sangat terbatas, pengusaha harus dapat berpacu dengan para pesaingnya untuk dapat menempatkan bunga papannya di lokasi yang strategis. Oleh karena itu, pengangkutan bunga

papan ke lokasi acara terbagi menjadi dua *trip*.

Pengangkutan pertama, pihak pengusaha hanya akan mengantar dan menempatkan kaki papan bunga di lokasi acara. Hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan lokasi yang strategis serta menandai bahwa di lokasi tersebut akan dipajang papan bunga pesanan konsumennya. Pengangkutan kedua, bunga papan siap pajang akan didistribusikan ke tempat acara yang telah diberitahu oleh konsumen sehari sebelum acara dilaksanakan. Transportasi yang digunakan yaitu kendaraan roda empat (*Pickup*).

- b. Fungsi Penyimpanan; fungsi ini biasanya berkenaan dengan ruang khusus atau gudang tempat penyimpanan. Pada usaha bunga papan Valentine Florist terdapat gudang untuk menyimpan papan bunga serta *box-box container* plastik sebagai wadah penyimpanan bunga-bunga plastik untuk merangkai bunga papan yang dipisahkan menurut warnanya. Selain itu, terdapat lemari pendingin khusus untuk menyimpan bunga-bunga segar yang telah dipesan oleh konsumen.

#### Fungsi Penyediaan Fasilitas (*Facilitating Function*)

Pada hakikatnya, fungsi penyediaan fasilitas adalah untuk memperlancar fungsi pertukaran dan fungsi fisik. Fungsi ini terdiri dari standarisasi, penanggungan resiko, informasi harga dan pembiayaan/penyediaan dana.

- a. Standarisasi; adalah penerapan *grade* (tingkatan) kriteria kualitas suatu produk. Penerapan sistem standarisasi yang dilakukan oleh pengusaha yaitu berdasarkan mutu dari kombinasi warna dan desain bunga papan tersebut. Menurut pelanggan bunga papan Valentine Florist, mutu dan desain bunga papan Valentine Florist cukup bagus karena kain dasarnya tidak pudar, warna bunganya cerah, kombinasi warna yang digunakan terlihat cantik dan menarik, serta banyak desain jenis ucapan yang ditawarkan oleh pengusaha. Selain itu,



bunga papan ini dapat dikombinasikan menggunakan bunga segar sebagai mahkota bungapapan sesuai dengan keinginan konsumen.

- b. **Penanggungan Resiko;** dalam menjalankan kegiatan pemasaran akan timbul bennacan-macam resiko yang harus dihadapi oleh setiap pengusaha. Resiko yang dialami oleh pengusahabunga papan Valentine Florist adalah resiko kerusakan pada papan bunga seperti kain papan bunga yang robek maupm papan atau kaki papan bunga yang patah. Kondisi seperti ini dapat disebabkan oleh cuaca seperti angin kencang, ataupun ulah dan i orang iseng yang dengan sengaja a merusak papan bunga tersebut. Selain itu, wama bunga maupunkain papan bunga yang cepat pudar karena faktor cuaca juga menjadi resiko yang hams dihadapi oleh pengusaha.

Oleh karena itu, pengusaha bunga papan Valentine Florist hams membeli bunga, kain, papan bunga ataupun kaki papan bunga yang baru untuk tetap mempertahankan kualitas produknya. Resiko lain yang dapat dialami oleh pengusaha bunga papan Valentine Florist adalah kenaikan harga Bahan B akar Minyak (BBM). Kenaikan harga BBM menyebabkan pengusaha bunga papan Valentine Florist hams mengeluarkan biaya lebih untuk mendistribusikan produknya ke lokasi acara yang dituju oleh konsumen.

- c. **Informasi Harga/Pasar;** dengan adanya informasi pasar, pengusaha dapat memprediksi/memperkirakan target pasar yang ingin dicapai dan harga jual produk. Pengusaha bunga papan Valentine Florist memperoleh informasi harga dan i harga pasaran yang berlaku.

Ada empat usahabunga papan yaitu Akho Florist, Lita Florist, Queen Florist dan Valentine Florist menetapkan harga sewa bunga papan yang sama yaitu Rp100.000/papan. Sedangkan usaha bunga papan Hendra Florist menetapkan harga sewa bunga pap an yang lebih rendah yaitu Rp90.000/papan. Menurut pengusaha bunga papan Hendra Florist, penetapan

harga sewabungapapan yang lebih rendah dibandingkan dengan usaha bunga papan yang lain dikarenakan semakin banyaknya pesaing dalam usaha penyewaan bunga papan in Penetapan harga sewa yang rendah ini dimaksudkan untuk dapat menarik minat konsumen untuk memesan bunga papan pada usaha bunga pap anyna.

- d. **Pembiayaan;** pengusaha dalam menjalankan kegiatan pemasaran bunga papan menggunakan dana pribadi, karena sebelum memulai usahaini pengusaha telah memiliki tabungan yang cukup untuk membuka usaha bunga papan. Fungsi pemasaran yang paling banyak mengeluarkanbiayamenurutpengusaha adalah fungsi pembelian karenahargabahanbaku seperti papan dan kain cukup tinggi, sedangkan harga kuntum bunga meskipun tergolong rendah namun memerlukan jumlah yang cukup banyak untuk dapat digunakan dalam perangkaian ucapan pada bunga papan.

### Bauran Pemasaran

#### Produk (*Product*)

Usaha bunga papan Valentine Florist memproduksi beberapa jenis produk dan i bahan baku bunga, baik bunga sintetis maupun bunga segar seperti, bunga mej a, bunga tangan, bunga *corcase*, bunga kalung dan lain -lain. Bunga papan ukuran standar berukuran 2mx3m dan 2mx6m untuk ukuran jumbo, bahkan hingga ukuran ekstra yaitu 2mx12m. Desain gambar clan tulisan sendiri terbuat dan i bunga suyok ataubunga sintetis, adapun bunga segar digunakan untuk rangkaian mahkota pada bunga papan. Produk selain bunga papan memiliki ukuran bervariasi tergantung pada keinginan konsumen.

Contoh produk selain bunga papan yang dikembangkan oleh usaha bunga papan Valentine Florist yaitu bunga tangan. Bungatanganberukuran standar bias anya dipesan konsumen untuk acara pernikahan dengan merangkai satu jenis bunga dalam satu rangkaian, sedangkan bunga tangan ukuran besar biasanya dipesan konsumen untuk acara kontes atau perlombaan besar dengan merangkai beberapa j enis bunga dalam satu rangkaian.

Bunga yang digunakan untuk produk selain bungapapan adalah bunga segar. Pemilihan wama bunga baik bunga suyok maupun bunga segar yang digunakan untuk bunga papan maupun produk berbahan baku bunga yang lain, pengusaha memilih wama-warna bunga yang cerah serta memadupadankannya sehingga terlihat cantik dan enak dipandang mata. Ukuranbunga yang digunakan juga bervariasi, mulai dan i ukuran kecil, sedang hingga besar. Produksi bunga papan Valentine Florist mengalami fluktuasi dari bulanke bulan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 3.

acara seperti Halal Bihalal bahkan tidak sedikit yang mengadakan acara peresmian dan pernikahan.

#### **Harga (Price)**

Strategi penetapan harga sangat ditentukan oleh keputusan yang diambil oleh manajemen mengenai bauran produk dan mutu produk. Strategi penetapan harga juga mempengaruhi keputusan bauran pemasaran lainnya. Harga, seperti halnya komponen-komponen lainnya merupakan alat untuk mendapatkan tanggapan pasar. Salah satu

**Tabel 3. Produksi Bunga Papan Valentine Florist Tahun 2013**

<u>No</u>	<u>Bul an</u>	<u>Produksi (Papan)</u>	<u>Persentase (%)</u>
1	Januari	571	8,85
2	Februari	549	8,51
3	Maret	535	8,30
4	April	574	8,90
5	Mei	558	8,65
6	Juni	539	8,36
7	Juli	217	3,36
8	Agustus	627	9,72
9	September	578	8,96
10	Oktober	589	9,13
11	November	543	8,42
12	De sember	569	8,82
	Total	6449	100

Sumber: Pengusaha Bunga Papan Valentine Florist, 2013.

Tabel 3 menunjukkanbahwaproduksi bungapapan Valentine Florist cukup tinggi setiap bulannya. Hal ini disebabkan semakin banyak masyarakat yang menggunakan bunga papan sebagai bentuk ucapan dan pengganti kehadiran dalam berbagai acara. Namun, produksi mengalami penurunan yang drastis pada bulan Juli yaitu sebanyak 217 papan dengan persentase 3,36%. Hal ini dikarenakan pada bulan Juli bertepatan dengan bulan Ramadhan, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengadakan acara seperti pemikahan ataupun peresmian pada saat itu. Hal ini menyebabkan menurunnya pemiintaan terhadap bunga papan. Produksi bunga papan meningkat kembali pada bulan Agustus yaitu sebesar 627 papan dengan persentase 9,72%, di mana pada bulan September masih dalam suasana lebaran dan banyak masyarakat yang mengadakan

faktor eksternal yang mempengaruhi keputusan penetapan harga adalah pasar (Kotler dan Amstrong, 2001).

Harga sewa bunga papan yang ditetapkan oleh pengusaha adalah Rp100.000/papan. Di dalam penetapan harga ini pengusaha melakukan perbedaan harga antarapelanggan dengan konsumen umum/baru, di mana harga pada pelanggan lebih murah yaitu Rp90.000/papan, sedangkan konsumen umum dengan harga Rp100.000/papan. Namun harga ini bisalebihtinggi bila konsumen ingin menambahkan bunga segar sebagai mahkota dani bunga papan. Harga yang ditetapkan untuk bunga papan lengkap dengan mahkota bunga segar tergantung pada ukuran rangkaianbunga segar yang digunakan.

### Distribusi (*Place*)

Distribusi merupakan upaya produsen untuk mendistribusikan atau menyalurkan produknya kepada konsumen. Oleh karena itu, peranan saluran distribusi atau saluran pemasaran sebagai perantara produk dari produsen ke konsumen sangatlah penting (Lingga, 2000). Strategi distribusi berkenaan dengan bagaimana sebuah perusahaan menjangkau pasar sasarannya. Strategi yang salah akan mempengaruhi penjualan dan kepuasan pelanggan. Keputusan mengenai saluran distribusi merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan.

Saluran distribusi yang digunakan pada usaha bunga papan Valentine Florist hanya satu tingkat, yaitu konsumen langsung menghubungi pengusaha untuk pemesanan bunga papan. Kegiatan pendistribusian yang dilakukan oleh pengusaha menggunakan jasa transportasi darat yaitu kendaraan roda empat (*pick up*). Mobil *pick up* digunakan pengusaha ketika mendistribusikan produknya ke lokasi acara di mana bunga papan akan dipajang. Bunga papan didistribusikan untuk berbagai acara seperti acara pernikahan, peresmian ataupun kematian. Pendistribusian bunga papan ini masih mencakup kota Pekanbaru. Hal ini dikarenakan sarana transportasi yang masih terbatas, sehingga tidak memungkinkan pendistribusian bunga papan ke luar dari kota Pekanbaru.

### Promosi (*Promotion*)

Usaha bunga papan Valentine Florist melakukan strategi promosinya melalui pembagian kartu nama dan spanduk kecil yang dipasang pada setiap kaki bunga papan yang dipajang. Sehingga setiap *event-event* yang sedang diselenggarakan, akan dapat menjadi media promosi bagi produk bunga papannya. Masyarakat akan dapat melihat produk bunga papan Valentine Florist secara langsung dan dapat mengetahui nomor telepon yang bisa dihubungi bila ingin memesan bunga papan kepada Valentine Florist. Tujuan pengusaha melakukan promosi ini adalah untuk mengenalkan produknya kepada masyarakat bahwa produknya memiliki kualitas yang bagus, kreasi desain bunga papan yang bermacam-macam, serta dengan harga yang bersaing.

### Analisis SWOT

Untuk mengetahui strategi pemasaran bunga papan Valentine Florist, pengusaha dapat melakukan suatu analisis SWOT. Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, faktor internal dan eksternal yang usaha bunga papan Valentine Florist serta strategi pemasaran yang dapat dilakukan pengusaha adalah sebagai berikut:

#### Kekuatan (*Strengths*)

1. Kontinuitas ketersediaan bahan baku dan produksi.
2. Usaha telah memiliki legalitas dari Badan Pelayanan Terpadu (BPT).
3. Kualitas bahan baku dan produk diterima konsumen.
4. Memiliki pelanggan tetap.
5. Adanya produk turunan dan bunga selain bunga papan yang dikembangkan.
6. Lokasi usaha strategis.

#### Kelemahan (*Weaknesses*)

1. Kapasitas produksi yang belum dapat memenuhi permintaan konsumen.
2. Distribusi produk belum ke luar Pekanbaru.
3. Bahan baku dari luar Pekanbaru.
4. Modal yang terbatas.
5. Promosi masih terbatas.

#### Peluang (*Opportunities*)

1. Peluang pasar yang luas.
2. Adanya kepercayaan konsumen terhadap produk bunga papan Valentine Florist.
3. Harga produk yang mampu bersaing dengan produk sejenis.
4. Penyelenggaraan acara tempat diletakkannya bunga papan sekaligus sebagai media promosi.

#### Ancaman (*Threats*)

1. Perebutan lokasi penempatan bunga papan dengan pesaing lain.
2. Biaya distribusi yang meningkat.
3. Adanya pesaing dari produk sejenis yang mulai mempromosikan produknya melalui website dan sosial media.

Berdasarkan uraian analisis SWOT di atas, maka dapat dijelaskan bahwa terdapat empat



kelompok alternatif strategi dengan mengacu pada matriks SWOT. Empat kelompok alternatif tersebut terdiri dari kombinasi-kombinasi, yaitu:

#### Strategi SO

1. Mempertahankan *image* produk dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menjaga kepercayaan konsumen.
2. Memberikan potongan harga kepada pelanggan tetap.
3. Mempertahankan pasar yang ada dan mencari peluang pasar baru

#### Strategi ST

1. Menciptakan kreasi desain-desain yang menarik agar pelanggan tidak bosan.
2. Memanfaatkan peluang pasar yang tersedia.
3. Menawarkan produk turunan dan bunga selain dan i bungapapan kepada konsumen
4. Melakukan pendekatan kepada konsumen dan menawarkan produknya melalui sosial media

#### Strategi WO

1. Meningkatkan kapasitas produksi serta menambah outlet pemasaran.

2. Menambah papan bunga cadangan untuk mengantisipasi kelebihan permintaan.
3. Melakukan hubungan kerja sama dengan pemasok bahan baku
4. Meningkatkan distribusi agar pemasaran dapat ke luar Pekanbaru
5. Memanfaatkan media promosi untuk meraih peluang pasar

#### Strategi WT

1. Memilih media promosi yang sesuai dengan pasar sasaran yang ingin dituju
2. Melakukan strategi dalam penetapan harga dan melakukan promosi
3. Mempromosikan produk kepada konsumen secara kontiniu
4. Menambah outlet di luar Pekanbaru untuk memenuhi permintaan dan i luar Pekanbaru.

Dalam rangka memilih alternatif strategi yang menjadi prioritas dalam penetapan strategi produk dan pemasaran usahabunga p ap an Valentine Florist, maka dilakukan penilaian terhadap komponen-komponen yang sangat penting dalam pengembangan berdasarkan unsur-unsur SWOT seperti pada Tabel 4 berikut:

**Tabel 4. Distribusi Nilai-nilai pada Masing-masing Komponen SWOT.**

<u>Kekuatan (S)</u>		<u>Kelemahan (W)</u>		<u>Peluang (O)</u>		<u>Ancaman (T)</u>	
Si	3	W1	2	O1	3	Ti	3
S2	3	W2	3	O2	3	T2	2
S3	3	W3	2	O3	2	T3	3
S4	3	W4	2	O4	3		
S5	3	W5	3				
S6	2						

Keterangan : 3 = sangat penting  
2 = penting  
1 = tidak penting

Mengenai alternatif pemilihan strategi produk dan pemasaran yang menjadi prioritas pada usahabunga p ap an Valentine Florist dapat dilihat pada Tabel 5.

Berdasarkan nilai pembobotan yang telah dilakukan, maka dapat ditentukan alternatif strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh usahabunga p ap an Valentine Florist sebagai berikut:

1. Mempertahankan *image* produk dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menjaga kepercayaan konsumen.
2. Mempertahankan pasar yang ada dan mencari peluang pasar baru
3. Memanfaatkan media promosi untuk meraih peluang pasar

**Tabel 5. Alternatif Pemilihan Strategi Produk dan Pemasaran  
Usaha Bunga Papan Valentine Florist.**

<u>Unsur SWOT</u>	<u>Keterkaitan</u>	<u>Bobot</u>	<u>Ranking</u>
SO1	Si, S3, S5, O2, O3	14	1
SO2	S4, O2, O3	8	5
SO3	S3, S4, S6, O1, O4	14	1
WO1	W2, W4, O1	8	5
WO2	W1, O1, O2	8	5
WO3	W3, O2, O3	7	6
WO4	W2, W4, O1	8	5
WO5	W2, W5, O1, O4	12	2
ST1	S3, S5, T3	9	4
ST2	S2, S5, T3	9	4
ST3	S3, S4, S5, T3	12	2
ST4	S3, S4, T3	9	4
WT1	W2, W5, T3	9	4
WT2	W3, W5, T2, T3	10	3
WT3	W2, W5, T1, T3	12	2
WT4	W2, W4, T2, T3	10	3

- Menawarkan produk turunan dan i bunga selain dan i bunga papan kepada konsumen
- Mempromosikan produk kepada konsumen secara kontiniu

#### SIMPULAN

- Bauran pemasaran (*marketing mix*) yang ada pada pengusaha bunga papan Valentine Florist meliputi: a) Produk bunga papan ditawarkan dengan berbagai desain dan ukuran, mulai dari ukuran 2mx3m hingga ukuran 2rrix 12m serta dapat dikombinasikan menggunakan bunga segar; b) Harga sewa produk yang dikenakan kepada konsumen sebesar Rp100.000/papan untuk konsumen umum dan Rp 9 0.000/papan untuk konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap; c) Saluran distribusi produk yang dilakukan oleh pengusaha hanya satu tingkat, yaitu konsumen langsung menghubungi produsen untuk pemesanan bunga papan, baik melalui telepon, fax, SMS ataupun langsung datang ke toko. Kegiatan pendistribusian menggunakan jasa transportasi darat yaitu kendaraan roda

empat (*pick up*); d) Promosi yang dilakukan pengusaha yaitu melalui pembagian kartu nama dan spanduk kecil yang terpasang pada setiap kaki bunga papan yang dipajang.

- Faktor-faktor internal yang dimiliki pengusaha bunga papan Valentine Florist antara lain: a) Kekuatan, meliputi kontinuitas ketersediaan bahan baku dan produksi, usaha telah memiliki legalitas dan i Badan Pelayanan Terpadu (BPT), kualitas bahan baku dan produk diterima konsumen, memiliki pelanggan tetap, adanya produk turunan dan bunga selainbungapapan yang dikembangkan dan lokasi usaha strategis dan berstatus milik sendiri; b) Kelemahan, meliputi kapasitas produksi yang belum dapat memenuhi permintaan konsumen, distribusi produk belum ke luar Pekanbaru, bahan baku dan i luar Pekanbaru, modal yang terbatas sertapromosi masih terbatas.
- Faktor-faktor eksternal yang dihadapi pengusaha bunga papan Valentine Florist antara lain: a) Peluang, meliputi peluang pasar yang luas, adanya kepercayaan

konsumen terhadap produk bunga papan Valentine Florist, harga produk yang mampu bersaing dengan produk sejenis serta penyelenggaraan acara tempat diletakkannya bunga papan sekaligus sebagai media promosi; b) Ancaman, meliputi perebutan lokasi penempatan bunga papan dengan pesaing lain, biaya distribusi yang meningkat serta adanya pesaing dan i produk sejenis yang mulai mempromosikan produknya melalui website dan sosial media.

4. Alternatif strategi pemasaran berdasarkan matrik SWOT yang dapat dipilih oleh pengusaha bunga papan Valentine Florist adalah: a) Mempertahankan *image* produk dengan cara meningkatkan kualitas produk dan pelayanan serta menjaga kepercayaan konsumen; b) Mempertahankan pasar yang ada dan mencari peluang pasar baru; c) Memanfaatkan media promosi untuk meraih peluang pasar; d) Menawarkan produk turunan dan i bunga selain dan i bunga papan kepada konsumen, dan e) Mempromosikan produk kepada konsumen secara kontiniu.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Anonim. 2012. *Pen gertian Usaha Bunga Papan*. <http://bukaartikel.blogspot.com/2012/02/melihat-prospek-usaha-bunga-papan.html>. Diakses pada Tanggal 21
- Faridawati, Ratna. 2012. *Strategi Pemasaran Usaha Teh Herbal Mas Cotek (Ficus Deltoidea) Koperasi Dharma Desa di Kecamatan Dumai Barat Kota Dumai*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru. (Tidak Dipublikasikan).
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lingga, Pumama. 2000. *Strategic Marketing: Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Fredy. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soekartawi, 2000. *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yasin. A. Z. Fachri. 2002. *Masa Depan Agribisnis Riau*. Pekanbaru: Unri Press.
- Yusrini, Yudith. 2010. *Usaha Bunga Papan Pekanbaru*. <http://peluangusahabukaflorist.blogspot.com/2010/06/tips-memulai-usaha-dan-mengurus-izin.html>. Diakses pada Tanggal 21 Februari 2013.

