

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUNGA POTONG KRISAN DI PASAR BUNGA KAYOON
SURABAYA**

**Fritty Fatma Rochmatul Izza, Nugrahini Susantinah Wisnujati,
Koesriwulandari**

Frittyfatma1313@gmail.com

Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat, pelaku bisnis wajib mengembangkan strategi bersaing dan berkembang di pasar. Permintaan bunga potong krisan musiman, pada hari besar permintaan tinggi, pada hari biasa permintaan sedang. Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemasaran bunga potong krisan dan menganalisis strategi pengembangan pemasaran bunga krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Responden dalam penelitian ini adalah 30 pedagang yang ditentukan dengan teknik random sampling.

Dengan menggunakan metode Analisis SWOT di peroleh hasil, faktor internal pemasaran bunga potong krisan yaitu kualitas bunga potong krisan grade A, lokasi pasar bunga kayoon sangat strategis, pendapatan bunga potong krisan relatif tinggi, terdapat konsumen tetap, minat konsumen pada bunga potong krisan rangkai relatif tinggi, pedagang mengetahui perkembangan penjualan bunga potong, hanya 5 varian bunga krisan yang diminati konsumen, dalam pemasaran bunga potong krisan tidak adanya skill khusus, modal untuk persediaan (stok) bunga potong krisan relatif mahal, biaya tenagakerja sama antar karyawan, biaya transportasi relatif mahal. Pada faktor eksternal, terdapat variasi bunga potong krisan yang dipasarkan cukup banyak, stand yang digunakan milik sendiri, biaya transport ke konsumen cukup mahal, pedagang telah melakukan promosi produk secara online, bunga potong krisan menjadi bunga dominan pada rangkaian, kerjasama petani dengan pedagang, pada hari besar omzet penjualan meningkat, pesaing bunga potong krisan cukup banyak, pembayaran dari konsumen sering telat, saat ini stok bunga potong krisan menipis akibat covid – 19, terdapat kepercayaan pada pedagang tentang hari pantangan yang membuat turunnya penjualan.

Strategi usaha bunga potong krisan berada pada kuadran I (satu) yaitu dengan melakukan Strategi kombinasi Strengths (Kekuatan) dan Opportunity (Peluang) meliputi: melakukan kerjasama bersama mitra lain untuk memperluas usaha, Penggunaan e- commers agar usaha dapat diketahui oleh seluruh konsumen diluar daerah, Menjaga kerjasama antara petani dan pedagang untuk jangka yang berkepanjangan, Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen, meningkatkan promosi,

pengembangan keterampilan pemasaran, mengupayakan pengadaan stok bunga potong krisan, meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas bunga potong krisan.

Kata Kunci : Bunga Potong Krisan, Strategi Usaha, SWOT.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Tanaman hias merupakan suatu keindahan tanaman pada daun, bunga, buah atau keseluruhan bagian tanaman yang memiliki fungsi sebagai hiasan (Dian aksara dalam Mutmainah, 2014). Tanaman krisan yang bermula dari Cina dan Jepang ini menyebar hingga ke kawasan Perancis dan Eropa pada tahun 1795, dan dikembangkan di Inggris sebanyak delapan varietas krisan yang di wakili oleh Mr. Colvil dari Chelsea pada tahun 1808. Dugaan penemuan varietas atau jenis krisan modern ini ditemukan pada abad ke 17. sedangkan di Indonesia krisan mulai masuk pada tahun 1800. Krisan dikembangkan secara komersil pada tahun 1940 (Septo Yoka dan Heri Hermawan, 2017).

Pentingnya menganalisis strategi berbisnis dengan analisis SWOT untuk memperhatikan hal – hal yang menjadi kekuatan atau kelemahan dalam berbisnis. Dengan begitu perusahaan dapat menentukan mana prioritas yang dapat didahulukan. Dalam berbisnis juga sangat penting memperhatikan peluang pasar dan ancamannya. Suatu bisnis dapat berjalan apabila memperhatikan peluang pasar. Peluang pasar menjadi komponen kunci agar analisis peluang bisnis bisa dikembangkan seakurat mungkin. Dengan membaca peluang pasar secara cermat, maka dapat diketahui apakah produk yang diciptakan mempunyai peluang untuk diserap pasar atau tidak. Maka, sebelum menjalankan suatu bisnis perlu memperhatikan analisis SWOT (Istiqomah dan Irsad Andriyanto, 2018).

Dengan analisis SWOT perlu menentukan IFAS (Internal Strategic Faktor Analysis) yang memuat kekuatan dan kelemahan suatu faktor. Menentukan EFAS (Eksternal Strategic Faktor Analysis) yang memuat peluang dan ancaman suatu faktor (Rangkuti, 2017).

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas dapat di kemukakan beberapa perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) usaha bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) usaha bunga potong krisan di pasar bunga kayoon Surabaya.
2. Menganalisis strategi pengembangan usaha bunga potong krisan di pasar bunga kayoon Surabaya.

KAJIAN PUSTAKA

Bunga Krisan

Bunga krisan dikenal dengan nama lain yaitu *chrysantemum*, yang berasal dari bahasa Yunani yang berarti kuing megah. Bunga krisan dapat dikembangkan secara komersial karena bunga krisan ini memiliki potensi sebagai bunga potong. Daun krisan berbentuk bergerigi pada bagian tepinya dan bercelah. Batangnya tumbuh tegak, memiliki struktur lunak dan memiliki warna hijau, jika batang dibiarkan tumbuh maka akan mengeras berkayu dan warnanya menjadi kecokelat – cokelatan. Akar bunga krisan dapat menyebar keseluruh arah hingga mencapai kedalaman sekitar 30cm hingga 40 cm. Akar bunga krisan dapat rusak karena pengaruh lingkungan seperti kandungan yang terdapat pada tanah kurang baik. Bunga krisan memiliki kelopak yang bervariasi terdapat variasi tunggal(satu kuntum bunga) dan bertumpuk dengan ukuran yang kecil hingga besar (Royhan Alaika, 2014).

Teori Usaha

Usaha adalah bisnis yang menghasilkan sejumlah keuntungan yang dijalankan dengan modal yang digunakan untuk membuat bisnis. Dalam sebuah bisnis terdapat beberapa faktor penting yang salah satunya adalah potensi dan peluang bisnis. Dengan memahami ini, kita juga bisa mengerti menjalankan bisnis yang tepat dan memahami kebutuhan konsumen yang dinamis, serta bereaksi dengan bijak terhadap persaingan bisnis. Hal ini penting karena potensi dan peluang bisnis merupakan kombinasi yang sempurna saat meluncurkan bisnis yang menarik. Bisnis adalah suatu bentuk pekerjaan yang melakukan kegiatan secara teratur dan terus menerus untuk memperoleh penghasilan. Dilakukan oleh orang atau kelompok yang berbentuk badan hukum atau berbentuk badan hukum bukan didirikan dan didominasi di suatu tempat (A Romadhon, 2017)..

Konsep Strategi

Setiap pengusaha dalam berbagai bidang usaha yang lain juga perlu memahami dan menerapkan konsep strategi. Seorang pemimpin suatu organisasi harus berusaha mencari kesesuaian kekuatan internal dan kekuatan eksternal dalam suatu pasar. Dalam kegiatannya meliputi pengamatan yang dilakukan secara hati – hati, peraturan, siklus bisnis, persaingan, harapan dan keinginan konsumen serta faktor lainnya yang nantinya dapat memberikan pemahaman mengenai peluang dan ancaman. Untuk mengatasi masalah eksternal serta merebut peluang perusahaan

harus mampu mengembangkan strategi. Strategi menjadi Alat untuk mencapai tujuan pengembangan konseptual strategis (Rangkuti, 2014).

Pengertian SWOT

SWOT adalah singkatan dari *Strength* (kekuatan perusahaan), *Weaknesses* (kelemahan perusahaan), *Opportunities* (peluang bisnis) dan *Threats* (hambatan untuk mencapai tujuan). Analisis SWOT adalah analisis yang terdiri dari analisis lingkungan mikro yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan analisis lingkungan makro yang bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman bagi perusahaan (Nuary, 2016).

Menurut Kotler (2012), Analisis SWOT adalah evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Sedangkan Sutojo dan Kleinsteuber (2012) bahwa analisis SWOT adalah menentukan tujuan usaha yang realistis, sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh karenanya diharapkan lebih mudah tercapai. SWOT merupakan singkatan dari Strengths (kekuatan) dan Weakness (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) lingkungan eksternal yang dihadapinya yang dapat di uraikan sebagai berikut (Sedarmayanti, 2014).

Rangkuti (2015) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Untuk mencapai misi, tujuan, sasaran serta kebijaksanaan perusahaan yang telah ditetapkan, manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok, yaitu faktor eksternal yang tidak dapat dikontrol atau berada di luar bidang manajemen, serta faktor internal yang sepenuhnya berada di dalam kendali manajemen (perusahaan). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT (*Strength, Weakneses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan agribisnis. Analisa SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu usaha. Dimana perencanaan strategis suatu usaha harus menganalisis faktor-faktor strategis (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) kondisi yang ada pada saat ini. Langkah penelitian ini akan menerangkan bagaimana analisis dilakukan mulai data mentah yang ada sampai pada hasil penelitian yang dicapai.

Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis : Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, Strategi WT (mualifah, 2015).

METODE PENELITIAN

Penentuan Lokasi

Lokasi yang dipilih untuk mencari sumber data dilakukan secara sengaja (Purposive) di Pasar Bunga Kayoon Pada Kota Surabaya. Dengan pertimbangan bahwa di Pasar Bunga kayoon Surabaya letaknya strategis yaitu dekat dengan sekolahan, hotel, perumahan, cafe, perkantoran kecil, pusat pembelajaran, dan menjadi tempat destinasi wisatawan dari pelabuhan Gapura Surya. Di Pasar Bunga Kayoon menjadi salah satu akses dimana jika orang mencari bunga potong krisan lebih banyak jenis, dibanding pasar bunga lainnya. Menurut salah satu pedagang di Pasar Bunga Kayoon menuturkan bahwa konsumen saat ini sangat mudah mencari bunga potong krisan dikarenakan beragamnya variasi yang dipasarkan dan banyaknya pilihan kios – kios bunga potong krisan karena area luas lahan di Pasar Bunga Kayoon mencapai 300 meter.

Penentuan Responden

Responden atau sampel dalam penelitian ini adalah pedagang bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon, Surabaya. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data yang dapat mewakili seluruh populasi. Adapun pengambilan sampel responden ini dengan menggunakan metode simple random sampling. Menurut Mamsyhuri dan Zainuddin mengungkapkan bahwa simple random sampling atau penarikan sampel acak sederhana adalah sebuah metode untuk memilih anggota sampel yang dinotasikan dengan “n” dari anggota populasi yang dinyatakan dengan “N”, Sehingga anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel, tidak ada diskriminasi terhadap anggota populasi.

jumlah responden yang diambil 30 responden pedagang bunga potong krisan dari kurang lebih 80 kios, dengan menggunakan teknik random sampling, dengan pertimbangan pedagang sebagai responden, dipilih secara acak. Pedagang yang dimaksud yaitu terdiri dari pedagang besar dan pedagang kecil yang terdapat di Pasar Bunga Kayoon.

Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder untuk menentukan nilai – nilai yang akan di analisis, berikut penjelasan mengenai :

1. Data Primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Data primer diperoleh dari menyebar kuesioner ke pedagang bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon, Surabaya, yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

Teknik Pengambilan Data

Wawancara : teknik ini dilakukan dengan cara pengambilan data dengan cara mengadakan tanya jawab dengan pedagang bunga potong krisan.

2. Data Sekunder

Pengambilan data serta informasi mengenai bunga krisan berasal dari jurnal – jurnal, serta lembaga – lembaga pertanian. Dengan pertimbangan tentang potensi, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam strategi pengembangan pemasaran bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon Pada Kota Surabaya.

Analisis Data

Metode yang digunakan untuk pengambilan data adalah SWOT. Matriks ini menggambarkan bagaimana kondisi internal yakni potensi dan kelemahan, kondisi eksternal yakni peluang dan ancaman yang dihadapi.

Matriks SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3. Matriks SWOT

| | | |
|----------------|-----------------|------------------|
| IFAS EFAS | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
| Peluang (O) | SO | WO |
| Ancaman (T) | ST | WT |

Sumber : Mualifah, 2015

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan SWOT Pada Pengembangan Pemasaran Bunga Potong Krisan

Analisis SWOT ditujukan untuk mengidentifikasi berbagai faktor untuk merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada usaha untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman secara bersama.

Identifikasi dan Klarifikasi SWOT Matriks Internal Factor Analysis (IFA)

| INDIKATOR | BOBOT | RATING | SKOR (Bobot x Rating) |
|---|-------|--------|--------------------------|
| Kekuatan / Strengths (O): | | | |
| 1.1. Kualitas Bunga Potong Krisan Yang Di Pasarkan Termasuk Grade A | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 1.2. Lokasi Pasar Bunga Kayoon Sangat Strategis | 0,11 | 4 | 0,44 |
| 1.3. Stand Yang Digunakan Milik Sendiri | 0,10 | 3 | 0,30 |
| 1.4. Pendapatan Hasil Bunga Potong Krisan Relatif Tinggi | 0,08 | 3 | 0,24 |
| 1.5. Setiap Stand Bunga Potong Krisan Memiliki Konsumen Tetap | 0,09 | 3 | 0,27 |
| 1.6. Minat Konsumen Terhadap Bunga Potong Krisan Rangkaian Cukup Tinggi | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 1.7. Pemilik Mengetahui Perkembangan | 0,09 | 3 | 0,27 |

**Strategi Pemasaran Usaha Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon
Surabaya
(Fritty Fatma Rochmatul Izza, Nugrahini Susantinah Wisnujati,
Koesriwulandari)**

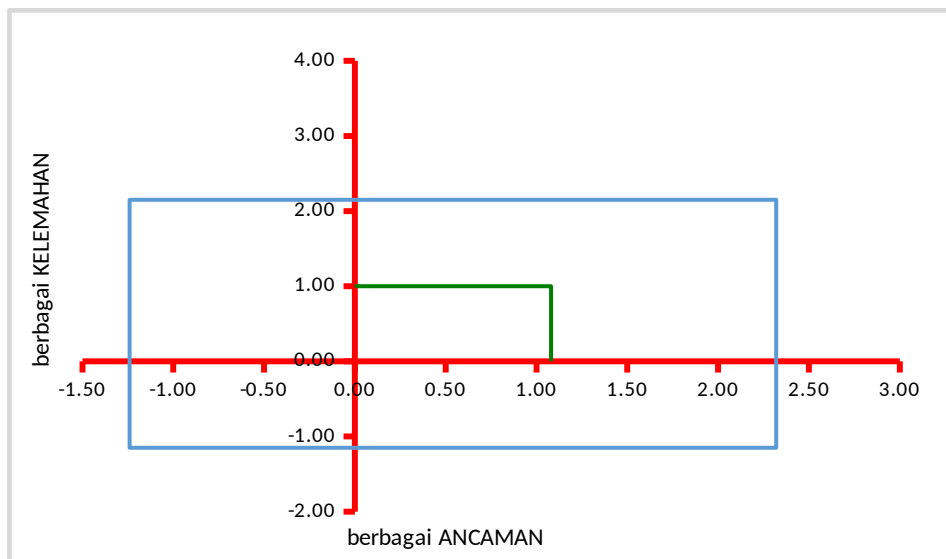
| INDIKATOR | BOBOT | RATING | SKOR (Bobot x Rating) |
|---|-------|--------|--------------------------|
| Penjualan Bunga Potong | | | |
| Jumlah kekuatan | | | 2,32 |
| Kelemahan / Weakness (W): | | | |
| 2.1. Dari Banyak Varian Hanya 5 Yang Diminati Konsumen | 0,05 | -3 | -0,15 |
| 2.2. Modal Yang Dipergunakan Dalam Stok Bunga Potong Krisan Relatif Mahal | 0,08 | -4 | -0,32 |
| 2.3. Upah Tenaga Kerja Sama Rata Tidak Sesuai Passion | 0,06 | -4 | -0,24 |
| 2.4. Biaya Transportasi Pengambilan Stock Relatif Mahal | 0,08 | -4 | -0,32 |
| 2.5. Dalam Pemasaran Bunga Potong Krisan Tidak Adanya Skill Khusus | 0,07 | -3 | -0,21 |
| Jumlah kelemahan | | | -1,24 |
| Jumlah Faktor Internal | | | 1,08 |

Matriks External Factor Analysis (EFA)

| INDIKATOR | BOBOT | RATING | SKOR (Bobot x Rating) |
|--|-------|--------|--------------------------|
| Peluang / Opportunities (O): | | | |
| 3.1. Variasi Bunga Potong Krisan Yang Dipasarkan Cukup Banyak | 0,11 | 4 | 0,44 |
| 3.2. Biaya Kirim / Transport Ke Konsumen Cukup Mahal | 0,09 | 4 | 0,36 |
| 3.3. Pedagang Telah Melakukan Promosi Produk Secara Online | 0,10 | 4 | 0,40 |
| 3.4. Bunga Potong Krisan Menjadi Bunga Dominan Pada Rangkain | 0,09 | 3 | 0,27 |
| 3.5. Adanya Kerjasama Petani Dengan Pedagang | 0,08 | 4 | 0,32 |
| 3.6. Momen Di Hari Besar Dapat Meningkatkan Omzet Penjualan | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Jumlah peluang | | | 2,15 |
| Ancaman / Threats (T): | | | |
| 4.1. Pesaing Bunga Potong Krisan Cukup Banyak | 0,09 | -3 | -0,27 |
| 4.2. Adanya Konsumen Yang Membeli Tetapi Pembayaran Sering Telat | 0,08 | -3 | -0,24 |
| 4.3. Saat Ini Stok Bunga Krisan Menipis Akibat Covid – 19 | 0,08 | -3 | -0,24 |
| 4.4. Terdapat Hari Pantangan Yang Membuat Turunnya Penjualan | 0,10 | -4 | -0,40 |
| Jumlah ancaman | | | -1,15 |
| Jumlah Faktor Eksternal | | | 1,00 |

Matriks Kuadran SWOT

**Strategi Pemasaran Usaha Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon
Surabaya
(Fritty Fatma Rochmatul Izza, Nugrahini Susantinah Wisnujati,
Koesriwulandari)**



Gambar 1. Matriks Kuadran SWOT

Berdasarkan matriks kuadran SWOT, Nampak bahwa posisi usaha bunga potong krisan (ditandai dengan kotak hijau) berada pada kuadran I, hal ini berarti menandakan posisi yang kuat dan berpeluang untuk dikembangkan. Rekomendasi strategi yang diberikan yaitu Aggressive yang artinya bahwa pemasaran bunga potong krisan dalam kondisi yang baik dan siap sehingga sangat dimungkinkan untuk melakukan ekspansi (perluasan usaha) dan meraih kemajuan secara maksimal dengan menggunakan strategi strengths (S) – Oppourtinity (O). Hal ini sesuai dengan pendapat Rangkuti (2013) yang menyatakan bahwa jika hasil analisis berada pada kuadran I perusahaan disarankan untuk membuat langkah-langkah bersifat proaktif (agresif). Sehingga pedagang perlu mempertahankan dan meningkatkan kekuatan serta peluang agar efisiensi pemasaran bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon dapat terus meningkat. Pedagang bunga potong krisan sangat prospektif di wilayah tersebut sehingga pedagang - pedagang di Pasar Bunga Kayoon dapat meraih keuntungan dari hasil pemasarannya lebih tinggi. Peluang – peluang yang ada perlu ditingkatkan seperti halnya menyuplai bunga – bunga ke pedagang–pedagang ecer diwilayah Surabaya ataupun luar daerah Surabaya, lebih mempromosikan usaha bunga potong krisan agar dapat meraih konsumen yang lebih luas. Dari kekuatan dan peluang yang ada dapat memunculkan suatu ide strategi bersaing demi berkembangnya suatu usaha untuk jangka panjang dengan memperhatikan konsep kompetensi khusus dan keunggulan kompetitif.

Tabel 2. Matriks SWOT

**Strategi Pemasaran Usaha Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon
Surabaya
(Fritty Fatma Rochmatul Izza, Nugrahini Susantinah Wisnujati,
Koesriwulandari)**

| | | |
|---|---|---|
| <p>IFAS</p> <p>EFAS</p> | <p>Kekuatan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Kualitas Bunga Potong Krisan Yang Di Pasarkan Termasuk Grade A 1.2 Lokasi Pasar Bunga Kayoon Sangat Strategis 1.3 Stand Yang Digunakan Milik Sendiri 1.4 Pendapatan Hasil Bunga Potong Krisan Relatif Tinggi 1.5 Setiap Stand Bunga Potong Krisan Memiliki Konsumen Tetap 1.6 Minat Konsumen Terhadap Bunga Potong Krisan Rangkai Cukup Tinggi 1.7 Pemilik Mengetahui Perkembangan Penjualan Bunga Potong | <p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Dari Banyak Varian Hanya 5 Yang Diminati Konsumen 2.2 Modal yang dipergunakan dalam Stok Bunga Potong Krisan Relatif Mahal 2.3 Biaya Tenaga Kerja Sama Rata Tidak Sesuai Passion 2.4 Biaya Transportasi Pengambilan Stok Relatif Mahal 2.5 Dalam Pemasaran Bunga Potong Krisan Tidak Adanya Skill Khusus |
| <p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Variasi Bunga Potong Krisan Yang Dipasarkan Cukup Banyak 3.2 Biaya Kirim / Transport Ke Konsumen Cukup Mahal 3.3 Pedagang Telah Melakukan Promosi Produk Secara Online 3.4 Bunga Potong Krisan Menjadi Bunga Dominan Pada Rangkain 3.5 Adanya Kerjasama Petani Dengan Pedagang 3.6 Momen Di Hari Besar Dapat Meningkatkan Omzet Penjualan | <p>Strategi (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat mitra dan melakukan kerjasama untuk menambah perluasan usaha 2. Penggunaan e- commers agar usaha dapat diketahui oleh seluruh konsumen diluar daerah 3. Menjaga kerjasama antara petani dan pedagang untuk jangka yang berkepanjangan 4. Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen | <p>Strategi (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi dengan mengikuti event lain sebagai pengenalan bunga krisan lainnya 2. Memperhatikan kinerja pekerja dengan sebaik mungkin 3. Mengembangkan keterampilan pemasaran pada pekerja dengan bantuan mitra lain. |
| <p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Pesaing Bunga Potong Krisan Cukup Banyak 4.2 Adanya Konsumen Yang Membeli Tetapi Pembayaran Sering Telat 4.3 Saat Ini Stok Bunga Potong Krisan Menipis Akibat Covid – 19 4.4 Terdapat Hari Pantangan Yang Membuat Turunnya Penjualan | <p>Strategi (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengupayakan peningkatan stok dan memberikan pemahaman terhadap konsumen untuk lebih tepat waktu dan mengurangi kerugian 2. Membuat inovasi baru dari bunga potong krisan | <p>Strategi (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meminimalisir modal dengan memperhitungkan biaya transportasi pengambilan stok di gabung dengan stok bunga yang lain. 2. Meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas yang unggul pada bunga potong krisan |

Sumber: Data Primer Diolah

Strategi kombinasi Strengths (Kekuatan) dan Opportunity (Peluang) meliputi :

1. melakukan kerjasama bersama mitra lain untuk memperluas usaha.
2. Penggunaan e- commers agar usaha dapat diketahui oleh seluruh konsumen diluar daerah.
3. Menjaga kerjasama antara petani dan pedagang untuk jangka yang berkepanjangan.

4. Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen, meningkatkan promosi.
5. pengembangan keterampilan pemasaran, mengupayakan pengadaan stok bunga potong krisan.
6. meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas bunga potong krisan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan serta dengan memperhatikan kaitannya dengan tujuan penelitian maka, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor Internal yang mempengaruhi pemasaran bunga potong krisan yaitu Kualitas Bunga Potong Krisan Yang Di Pasarkan Termasuk Grade A, Lokasi Pasar Bunga Kayoon Sangat Strategis, Pendapatan Hasil Bunga Potong Krisan Relatif Tinggi, Setiap Stand Bunga Potong Krisan Memiliki Konsumen Tetap, Minat Konsumen Terhadap Bunga Potong Krisan Rangkaian Cukup Tinggi, Pemilik Mengetahui Perkembangan Penjualan Bunga Potong (kekuatan) dan Dari Banyak Varian Hanya 5 Yang Diminati Konsumen, Modal yang dipergunakan dalam Stok Bunga Potong Krisan Relatif Mahal, Biaya Tenaga Kerja Sama Rata Tidak Sesuai Passion, Biaya Transportasi Pengambilan Stok Relatif Mahal, Dalam Pemasaran Bunga Potong Krisan Tidak Adanya Skill Khusus (kelemahan). Faktor Eksternal yang paling penting dan mempengaruhi pemasaran bunga potong krisan yaitu Variasi Bunga Potong Krisan Yang Dipasarkan Cukup Banyak, Biaya Kirim / Transport Ke Konsumen Cukup Mahal, Pedagang Telah Melakukan Promosi Produk Secara Online, Bunga Potong Krisan Menjadi Bunga Dominan Pada Rangkain, Adanya Kerjasama Petani Dengan Pedagang, Momen Di Hari Besar Dapat Meningkatkan Omzet Penjualan (peluang) dan Pesaing Bunga Potong Krisan Cukup Banyak, Adanya Konsumen Yang Membeli Tetapi Pembayaran Sering Telat, Saat Ini Stok Bunga Potong Krisan Menipis Akibat Covid – 19, Terdapat Hari Pantangan Yang Membuat Turunnya Penjualan (ancaman).
2. Strategi pengembangan pemasaran bunga potong krisan berada pada kuadran I (satu) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki serta peluang yang perlu dikelola dengan. Strategi SO yang dilakukan yaitu melakukan kerjasama bersama mitra lain untuk memperluas usaha, Penggunaan e- commers agar usaha dapat diketahui oleh seluruh konsumen diluar daerah, Menjaga kerjasama antara petani dan pedagang untuk jangka yang berkepanjangan, Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen, meningkatkan promosi, pengembangan keterampilan pemasaran, mengupayakan pengadaan stok bunga potong krisan, meningkatkan daya saing produk dengan mempertahankan ciri khas bunga potong krisan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan pengembangan strategi bunga potong krisan . Adapun beberapa saran tersebut, antara lain: meningkatkan kerja sama bersama mitra karena memang di Pasar Bunga Kayoon belum ada kerja sama bersama mitra dan kerjasama tersebut dapat dilakukan dengan cara mengikuti event – event yang dapat menunjang perluasan usaha, meningkatkan penggunaan e – commerce agar usaha dapat meluas dan promosi lebih maju sehingga konsumen dapat lebih tertarik untuk memesan bunga potong untuk menjadi rangkaian bunga sebagai acara formal ataupun non formal.

DAFTAR PUSTAKA

- Yoka,Septo. dkk. 2017. *Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong (Studi Kasus Petani Bunga Krisan di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat)*. Bandung : Universitas Pasundan.
- Istiqomah, Irsad Andriyanto. 2018. *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis*. Universitas IAIN Kudus.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Alaika,Royahn. 2014. *Klasifikasi Bunga Krisan*. Bandung : Universitas Pasundan.
- A, Romadhon. 2017. *Bab II. Tinjauan Pustaka Usaha-usaha*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Rangkuti, F. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk menghadapi Abad 21*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sedarmayanti, 2014, *Manajemen Strategi*. Bandung, PT. Refika Aditama
- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan kelima belas*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama