

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

SKRIPSI



Oleh :

Fritty Fatma Rochmatul Izza
NPM : 17220010

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUNGA POTONG KRISAN DI PASAR BUNGA
KAYOON SURABAYA

NAMA : FRITTY FATMA R.I

NPM : 17220010

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

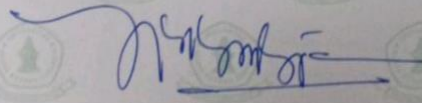
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, M.Si.

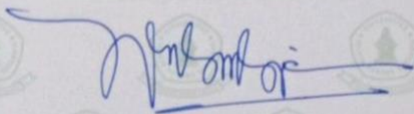
Dosen Pembimbing II



Ir. Koesriwulandari, MP

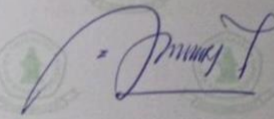
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Ir. Koesriwulandari, MP

Ketua Program Studi Agribisnis



Ir. Erna Haryanti Koestedjo, MMA

Lembar Revisi

Tanggal : 25 Januari 2021

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUNGA POTONG KRISAN DI PASAR BUNGA
KAYOON SURABAYA

NAMA : FRITTY FATMA R.I

NPM : 17220010

PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

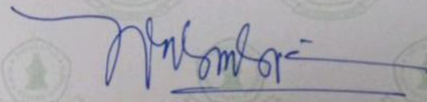
Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



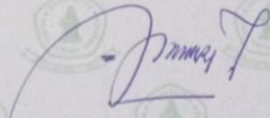
Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, M.Si.

Dosen Pembimbing II



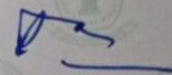
Ir. Koesriwulandari, MP

Dosen Penguji I



Ir. Erna Haryanti Koestedjo, MMA

Dosen Penguji II



Dr. Ir. Hary Sastryawanto, MS

Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fritty Fatma Rochmatul Izza

NPM : 17220010

Alamat : Ngelom Megare Rt 05 Rw 01

No. Telp/Hp : 089676028139

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA
BUNGA POTONG KRISAN DI PASAR BUNGA
KAYOON SURABAYA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini murni berdasarkan hasil penelitian.

Apabila dikemudian hari ditemukan buku bahwa skripsi ini tidak murni maka saya bersedia mempertanggung jawabkan secara hukum.

Yang Menyatakan



Fritty Fatma R.I

Fritty Fatma Rochmatul Izza. 17220010. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2021. Strategi Pengembangan Usaha Bunga Potong Krisan Di Pasar Kayoon Surabaya. Pembimbing Pertama : Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, M.Si dan Pembimbing Dua : Ir. Koesriwulandari, MP.

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 Oppourtunity(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, SWOT, strategi usaha*

Fritty Fatma Rochmatul Izza. 17220010. Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Wijaya Kusuma University Surabaya, 2021. Business Development Strategy cut chrysanthemum in Kayoon Market Surabaya. First Advisor: Dr. Ir. Rr. Nugrahini SW, M.Si and Supervisor Two: Ir. Koesriwulandari, MP.

Abstract

Business competition is increasingly tight, businesses must develop competitive strategies and develop in the market. Demand for seasonal chrysanthemum cut flowers, on large days of high demand, on ordinary days demand is medium. This study aims to analyze the internal and external factors that influence the marketing of chrysanthemum cut flowers and analyze the marketing development strategy of chrysanthemum flowers in Kayoon Flower Market Surabaya. Respondents in this study were 30 traders determined by random sampling techniques. By using SWOT Analysis method obtained results, the internal factor of marketing chrysanthemum cut flowers is the quality of grade A chrysanthemum cut flowers, kayoon flower market location is very strategic, the income of chrysanthemum cut flowers is relatively high, there are fixed consumers, consumer interest in chrysanthemum cut flowers is relatively high, traders know the development of cut flowers sales, only 5 variants of chrysanthemum flowers are in demand by consumers, in the marketing of chrysanthemum cut flowers the absence of special skills, capital for the inventory (stock) of chrysanthemum cut flowers is relatively expensive, the cost of cooperation between employees, transportation costs are relatively expensive. In external factors, there are a variety of chrysanthemum cut flowers that are marketed quite a lot, the stand used owned, the cost of transport to consumers is quite expensive, traders have been promoting products online, chrysanthemum cut flowers become the dominant interest on the series, farmers' cooperation with traders, on the big day sales turnover increases, competitors cut chrysanthemums quite a lot, payments from consumers are often late, currently the stock of chrysanthemum cut flowers thinning due to covid-19, there is confidence in traders about the day of abstinence that makes the decline in sales. The business strategy of chrysanthemum cut flowers is in quadrant I (one) namely by conducting a strategy of combination Strengths (Strength) and Opportunity (Opportunity) includes: cooperating with other partners to expand the business, the use of e-commerce so that the business can be known by all consumers outside the region, Maintaining cooperation between farmers and traders for a long period, Improving the quality of good service to consumers, improving promotion, development of marketing skills, seek to procure stock of chrysanthemum cut flowers, improve the competitiveness of products by maintaining the characteristics of chrysanthemum cut flowers.

Keywords: *chrysanthemum cut flowers, SWOT, marketing strategie*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan berupa kesehatan , kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini berjudul Strategi Pengembangan Pemasaran Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Tujuan utama dari skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian progam studi pendidikan Agribisnis. Dalam proses pembuatan skripsi ini tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Ir. Koesriwulandari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Kusuma Surabaya dan selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing saya dengan baik dan atas saran – sarannya demi skripsi saya yang lebih baik.
2. Ibu Ir. Erna Haryanti, MMA selaku ketua Program Studi Agribisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Nugrahini SW, M.Si selaku dosen pembimbing 1 yang telah sabar membimbing saya dengan baik dan atas saran – saran yang telah diberikan demi hasil skripsi saya yang lebih baik.
4. Orang tua saya dan saudara saya yang telah memberikan semangat dukungan dalam melaksanakan skripsi ini.
5. Teman - teman saya serta angkatan 2017 yang telah membantu memberikan saran demi hasil skripsi saya yang baik.
6. Dan Mbak Ristani yang telah membantu memberikan saran dan dukungannya untuk skripsi ini.

Meski demikian proposal skripsi ini jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari proposal ini. Akhir kata penulis berharap, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi dan pembaca sekaligus demi menambah pengetahuan.

Surabaya, 18 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Uraian	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	ii
Lembar Revisi.....	iii
Surat Pernyataan	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I 1	
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II	
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Bunga Krisan.....	7
2.4 Teori Pemasaran	13
2.5 Teori Manajemen Pemasaran	14
2.6 Teori Bauran Pemasaran.....	14
2.8 Penelitian Terdahulu.....	24
2.9 Kerangka Pemikiran	28
2.10 Hipotesis	30
BAB III	
METODE PENELITIAN	31
3.1 Penentuan Lokasi.....	31
3.2 Penentuan Responden.....	31
3.3 Pengumpulan Data.....	32
3.4 Analisis Data	33
3.4.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	33
3.4.2 Matriks Faktor Strategi Internal	34
3.5 Matriks SWOT	35
3.6 Strategi Bersaing	36
3.7 Definisi Operasional.....	38

BAB IV

KEADAAN UMUM WILAYAH	40
4.1 Gambaran Umum Kota Surabaya	40
4.2 Keadaan Geografis dan Topografi	42
4.3 Pasar Bunga Kayoon.....	43

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Penentuan SWOT Pada Pengembangan Pemasaran Bunga Potong Krisan	45
5.2 Identifikasi dan Klarifikasi SWOT.....	45
5.3 Matriks Kuadran SWOT.....	58

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
Lampiran 1. Macam-macam gambar bunga krisan	66
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 3. Kegiatan Wawancara	70

DAFTAR TABEL

Uraian	Hal
Tabel 1: Skala Skor SWOT	19
Tabel 2: Matriks SWOT	23
Tabel 3: Matriks SWOT	35
Tabel 4: Faktor – faktor SWOT	55
Tabel 5: Matriks SWOT	60

DAFTAR GAMBAR

Uraian	Hal
Gambar 1: Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2: Diagram Analisis SWOT	29

