

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil tanaman hias terbesar di dunia. salah satu tanaman hias yang paling dikenal oleh masyarakat luas adalah tanaman anggrek, tanaman anggrek merupakan tanaman hias memiliki nilai estetika tinggi karena memiliki bentuk bunga yang indah dan memiliki warna yang beragam. Bunga anggrek memiliki kekhasan dari segi aroma yang dihasilkan. Terdapat sekitar 750 famili, 43.000 spesies, dan 35.000 varietas hibrida anggrek dari seluruh penjuru dunia, setidaknya terdapat sekitar 5000 spesies yang berasal dari Indonesia, dari jumlah tersebut 986 spesies tersebar di Pulau Jawa, 971 spesies tersebar di Pulau Sumatera, 113 spesies tersebar di Kepulauan Maluku, dan sisanya tersebar di wilayah Indonesia lain seperti Kalimantan, Sulawesi, Papua, dan Nusa Tenggara (Indonesia.go.id, 2019).

Dengan banyaknya spesies anggrek di Indonesia, menurut data dari Badan Pusat Statistik komoditas tanaman hias yang memiliki kontribusi besar terhadap produksi tanaman hortikultura di Indonesia diantaranya adalah tanaman anggrek dan krisan. Produksi tanaman anggrek di Indonesia, khususnya tanaman anggrek potong pada tahun 2021 mencapai 11,35 juta, dengan provinsi yang paling banyak berkontribusi dalam memproduksi tanaman anggrek adalah Jawa Barat, Banten, Kalimantan Barat, dan Jawa Timur. Nilai ekspor dan impor anggrek Indonesia mengalami peningkatan di tahun 2021 dimana ekspor tanaman anggrek mencapai US\$199.140 naik sebanyak 71,44% dari tahun sebelumnya yang hanya US\$49,648. Sementara itu nilai impor anggrek pada tahun 2021 mencapai US\$ 153,330 atau terjadi peningkatan sebesar 104,14% dari tahun sebelumnya yang hanya US\$78,21.



Gambar I. 1 Nilai Ekspor Anggrek

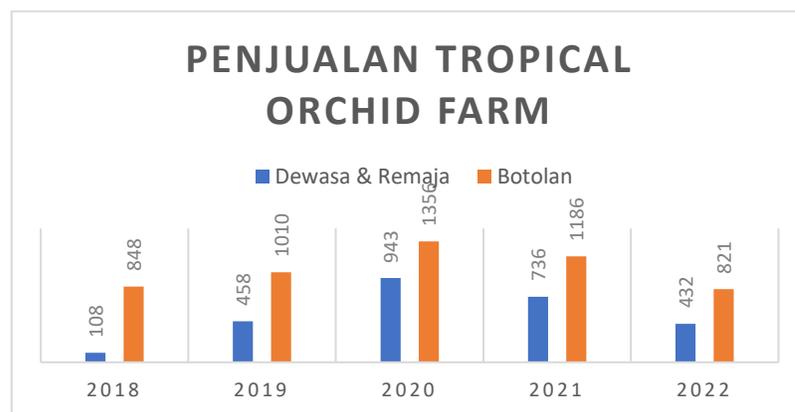
Tropical Orchid Farm merupakan merupakan UMKM yang bergerak di bidang budidaya anggrek yang menawarkan berbagai jenis anggrek dan peralatan untuk memelihara anggrek. Tropical Orchid Farm berdiri sejak tahun 2018. Tropical Orchid Farm melakukan budidaya anggrek di dua lokasi yaitu Bandung dan Sumedang, dimana lokasi Bandung di fokuskan untuk anggrek botolan dan anggrek fase muda dan untuk Sumedang di fokuskan untuk anggrek yang dikembangkan hingga fase dewasa, Tropical Orchid Farm bekerja sama dengan beberapa mitra bisnisnya yang berada di Bandung, Bogor, dan Cianjur. Selain menawarkan berbagai jenis bunga anggrek, Tropical Orchid Farm menjual peralatan keperluan untuk memelihara anggrek seperti semprotan dan pot gantung. Harga bunga anggrek yang ditawarkan beragam mulai dari Rp15.000-Rp1.750.000 dan untuk peralatan mulai dari Rp20.000-Rp100.000.



Gambar I. 2 Logo Tropical Orchid Farm

Selama menjalankan proses bisnis, produk yang di tawarkan oleh Tropical Orchid Farm telah tersebar ke beberapa wilayah yang ada di Indonesia mulai dari Jawa, Bali, Sumatera, hingga ke Papua. Hal ini dikarenakan Tropical Orchid Farm melakukan penjualan melalui *reseller* dan berbasis daring melalui facebook dan Instagram. *Reseller* adalah seseorang yang membeli barang dari Tropical Orchid Farm dengan maksud untuk menjual kembali barang tersebut kepada konsumen. Konsumen dari Tropical Orchid Farm rata-rata adalah pria dan wanita yang berusia 30 tahun ke atas.

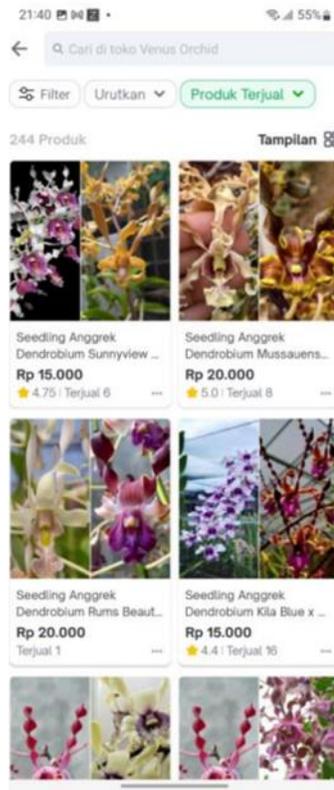
Pandemi yang terjadi pada awal tahun 2020 berdampak kepada hampir seluruh bisnis yang ada Indonesia, ketika mayoritas bisnis terdampak pandemi mengalami penurunan penjualan yang disebabkan oleh pengetatan aktivitas masyarakat yang dilakukan pemerintah, hal ini justru berdampak terbalik kepada bisnis Tropical Orchid Farm, penjualan dari Tropical Orchid Farm mengalami peningkatan yang cukup besar, yaitu meningkat 59% dari tahun 2019 ke tahun 2020, sebagaimana yang tercantum pada Gambar I. 3 Grafik Penjualan Tropical Orchid Farm dibawah ini.



Gambar I. 3 Grafik Penjualan Tropical Orchid Farm

Berdasarkan data diatas didapati penjualan Tropical Orchid mengalami peningkatan sejak awal pendirian di tahun 2018. Adapun penjualan tertinggi terjadi di tahun 2020, dan mulai mengalami tren menurun di tahun 2021 dan 2022. Menurut keterangan pemilik, penjualan tertinggi terjadi di tahun 2020 disebabkan oleh pembatasan kegiatan impor dari Thailand dan Vietnam yang menyebabkan beberapa varian anggrek dari

negara – negara tersebut mengalami hambatan pada saat akan diimpor ke Indonesia, hal ini membuat konsumen – konsumen yang biasa membeli produk – produk anggrek asal Thailand dan Vietnam tersebut beralih ke pembudidaya anggrek lokal yang salah satunya adalah Tropical Orchid Farm.



Gambar I. 4 Produk yang ditawarkan Venus Orchid

Permasalahan pertama yang ada di Tropical Orchid Farm adalah kurangnya variasi produk dimana salah satu pesaing yang berasal dari Jawa Timur yaitu Venus Orchid seperti yang ditunjukkan Pada gambar I. 4 memiliki varian 244 produk yang siap di jual, sedangkan Tropical Orchid Farm memiliki 56 Varian produk yang didalamnya terdiri dari varian persilangan anggrek dan peralatan anggrek. Melalui survei yang dilakukan Tropical Orchid Farm diketahui banyak konsumen yang kurang puas dengan ketersediaan varian produk, dimana produk yang pelanggan inginkan tidak tersedia, pemilik beralasan membutuhkan waktu hingga 1 tahun untuk membuat satu bunga

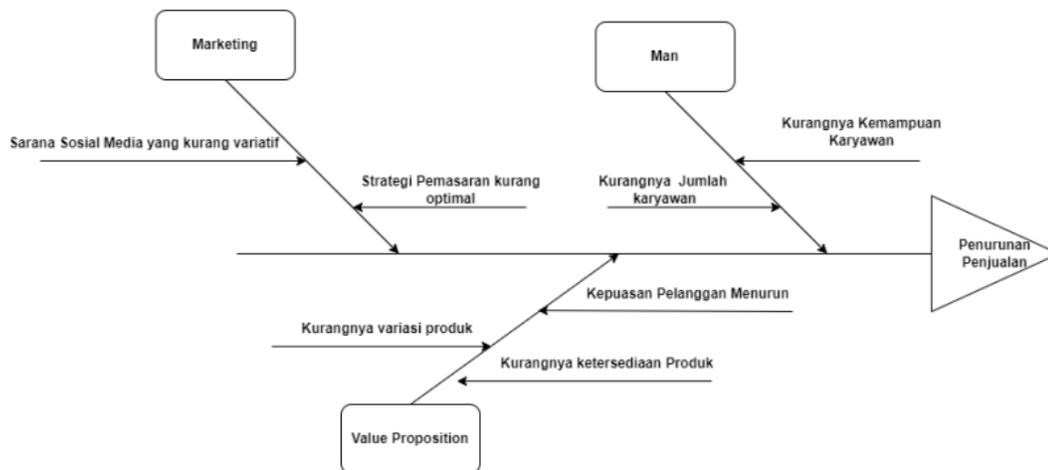
anggrek dari seed awal hingga ke fase muda, selain itu jumlah mitra kerja yang berada di lokasi yang cukup jauh membuat sulitnya koordinasi terkait ketersediaan suatu jenis produk, hal ini penting karena beberapa konsumen menginginkan produk varian produk yang lebih beragam.



Gambar I. 5 Instagram Tropical Orchid Farm dan Venus Orchid

Selain permasalahan terkait variasi produk, masalah lainnya adalah strategi pemasaran yang dilakukan Tropical Orchid Farm masih kurang maksimal terlihat pada gambar I.5 jumlah posting dan jumlah follower bahwa Tropical Orchid Farm memiliki jumlah follower yang lebih sedikit apabila dibandingkan dengan salah satu kompetitornya yaitu Venus Orchid, selain media Instagram sebagaimana yang telah dijelaskan Tropical Orchid untuk penjualan daring hanya menggunakan facebook dan instagram, namun kompetitor sudah masuk ke e-commerce seperti Tokopedia, sebagaimana yang ditampilkan pada Gambar I. 4. Produk yang ditawarkan Venus Orchid. Permasalahan lain yaitu kurangnya sumber daya manusia yang ada pada Tropical Orchid Farm menyebabkan pemilik kesulitan dalam membagi waktu untuk melakukan proses bisnis mulai dari pembibitan awal hingga ke proses penjualan baik secara *online* maupun *offline*. Selain itu dari segi metode penanaman, terdapat karyawan yang kurang terampil dalam memasukan *seedling* anggrek muda kedalam botol sehingga anggrek tersebut gagal tumbuh. Kemudian dari segi marketing Tropical Orchid Farm hanya menggunakan dua media sosial yaitu facebook dan instagram sedangkan beberapa

sosial media sulit untuk mendapatkan *engagement* apabila tidak menggunakan jasa iklan dari media tersebut, sementara terdapat aplikasi yang lebih mudah untuk mendapatkan *engagement* seperti Tiktok dan Tiktok Shop, *engagement* sendiri merupakan tolak ukur yang digunakan untuk melihat keterlibatan audiens pada upaya sosial media bisnis online. Dengan strategi pemasaran yang baik dan *engagement* yang kuat di sosial media diharapkan semakin banyak orang yang mengetahui Tropical Orchid Farm dan berlanjut menjadi konsumen. Permasalahan yang terakhir adalah pada harga, produk yang ditawarkan memiliki harga anggrek dewasa yang sedikit lebih mahal dari para pesaing yang mayoritas berada di Jawa Timur, adapun perbedaan harga yang ditawarkan berkisar antara 5%-10%, namun produk yang dimiliki Tropical Orchid Farm memiliki kualitas yang jauh lebih baik dari segi warna, aroma, dan tingkat keberhasilan pembibitan, walaupun demikian kualitas yang ditawarkan tersebut masih kalah apabila dibandingkan dengan produk – produk dari Thailand dan Vietnam namun memiliki harga yang lebih terjangkau. Berikut adalah beberapa akar permasalahan yang dipetakan dengan diagram *fishbone*.



Gambar I. 6 *Fishbone* Tropical Orchid Farm

Melalui pemetaan diagram *fishbone* terkait dengan permasalahan yang ada pada Tropical Orchid Farm, dimana permasalahan tersebut didapat melalui sesi wawancara dengan pemilik dan didapati akar permasalahan penyebab penurunan penjualan yang dialami Tropical Orchid Farm yaitu dari segi *Man* dimana kurangnya kemampuan

karyawan dalam melakukan seeding anggrek dan penggunaan media digital serta jumlah karyawan yang kurang dalam melakukan penjualan, penanaman dan perawatan anggrek. selain itu dari segi *Value Proposition* yaitu kurangnya variasi produk anggrek yang dimiliki, kurangnya ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan yang menurun. marketing sarana sosial media yang digunakan kurang variatif dimana sosial media yang digunakan hanya Instagram dan Facebook dan strategi pemasaran yang dilakukan melalui sosial media tersebut kurang optimal.

I.2 Alternatif Solusi

Setelah dilaksanakan identifikasi permasalahan diatas berikut merupakan alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan yang terjadi di Tropical Orchid Farm.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Permasalahan	Potensi Solusi
1	Kurangnya Variasi Produk	Dilakukannya
2	Kepuasan Pelanggan menurun	Perancangan usulan model bisnis baru menggunakan <i>Business Model Canvas</i>
3	Kurangnya ketersediaan produk	
4	Strategi Pemasaran Kurang baik	Perancangan model pemasaran baru
5	Hanya Menggunakan facebook dan Instagram	
6	Kurangnya kemampuan karyawan	Perbaikan Pada Sistem Manajemen Sumber Daya Manusia
7	Kurangnya Jumlah Karyawan	

Setelah dilakukan pemetaan pada Tabel I. 1 Alternatif Solusi, yang akan dilakukan pada tugas akhir ini adalah mengevaluasi model bisnis dan melakukan perancangan model bisnis yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan – permasalahan yang ada pada perusahaan, solusi – solusi tersebut dipilih karena akan memberikan dampak yang signifikan pada perbaikan model bisnis perusahaan dan dapat meningkatkan penjualan.

I.3 Perumusan Masalah

Rumusan Masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana peta model bisnis pada Tropical Orchid Farm apabila digambarkan dengan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis pada Tropical Orchid Farm apabila menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana usulan model bisnis pada Tropical Orchid Farm apabila dipetakan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peta model bisnis pada Orchid Orchid Farm apabila digambarkan dengan *Business Model Canvas*.
2. Dilakukannya evaluasi model bisnis pada Tropical Orchid Farm dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Untuk mengusulkan model bisnis pada Tropical Orchid Farm dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.5 Batasan Penelitian

Dalam menyusun penelitian ini, Batasan yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian tidak membahas secara mendalam hal – hal yang terkait harga, biaya dan aspek – aspek finansial lainnya.
2. Penelitian dilakukan hingga tahap *design*, tidak sampai ketahap *testing*.
3. Penelitian tidak membahas mengenai perhitungan demand *forecasting* dan skema penyilangan atau pengembangbiakan untuk mendapatkan varian anggrek.

I.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi Tropical Orchid Farm sebagai strategi bisnis dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menjadi referensi literatur yang dapat digunakan untuk penelitian yang lebih mendalam.

3. Dapat menjadi referensi untuk usaha sejenis dalam melakukan pemetaan bisnis model.

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang akan dilakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan tugas penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi teori dan literatur yang relevan terkait dengan rumusan masalah, serta dapat diimplementasikan pada tugas akhir ini untuk memberikan solusi dan menyelesaikan permasalahan.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah terkait penelitian dengan rinci adapun sistem pemecahan masalah meliputi: tahap pendahuluan, tahap pengumpulan dan pengolahan data, tahap analisis data, dan tahap kesimpulan dan saran

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi kebutuhan – kebutuhan data yang diperlukan dalam penelitian ini, mulai dari data eksisting business model canvas, data untuk analisis SWOT, dan data lingkungan bisnis yang diperoleh dengan wawancara dengan pekerja dan pemilik.

BAB V Analisis

Pada bab ini dilakukan analisis terkait hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya, hasil analisis digunakan untuk menentukan Business Model Canvas usulan yang diharapkan akan membantu menyelesaikan permasalahan yang ada.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan menjelaskan terkait kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, saran untuk pihak – pihak yang membaca atau akan melakukan penelitian sejenis.