PROSPEK AGRIBISNIS TANAMAN HIAS DALAM POT (POTPLANT)

Haryati Lakamisi

Staf Pengajar FAPERTA UMMU-Ternate, *e-mail*: ilman_haq23@yahoo.com

ABSTRAK

Tanaman hias dalam pot dapat dipakai di hotel-hotel dan kantor, umumnya mereka menggunakan tanaman hias dalam pot indoor dengan alasan memberikan kesan alami, menambah keindahan ruangan atau sebagai komponen dalam tata dekorasi ruangan dan alasan kesehatan. Tanaman indoor tidak saja memberikan suasana alami dalam ruangan melainkan telah menggambarkan tingkat prestise tanaman indoor dan dianggap sebagai salah satu kunci untuk memikat orang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kegunaan tanaman hias bagi manusia dan untuk mengetahui prospek pengusahaan tanaman hias dalam pot (potplant). Adapun fungsi tanaman dan kegunaan tanaman hias ini dalam penggunaannya dibagi menjadi 3 yaitu untuk individu, perkantoran dan perhotelan. Prospek penjualan tanaman hias dalam pot (potplant) di Indonesia cukup besar. Nilai produk hortikultura Indonesia tahun 1996 mencapai Rp. 57,5 milyar dengan pertumbuhan 15-25% per tahun. Pada tahun 2005 diperkirakan permintaan dalam negeri Rp. 186-425 milyar. Kondisi ini didukung dengan kenyataan bahwa minat masyarakat di Indonesia yang semakin besar.

Kata Kunci:

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Di samping itu juga mempunyai nilai ekonomis untuk keperluan hiasan di dalam dan di luar ruangan. Karena mengandung arti ekonomi, tanaman hiaspun dapat diusahakan menjadi suatu bisnis yang menjanjikan keuntungan besar.

Kebutuhan akan tanaman hias memang merupakan kebutuhan sekunder, tetapi telah masyarakat. Tanaman ini dibutuhkan masyarakat golongan bawah sampai golongan atas, meskipun tujuan pemakaiannya berbeda-beda, ada yang sekedar untuk menghijaukan rumah dan ada untuk menaikkan gengsi. Selain di rumah pribadi, tanaman hias juga dibutuhkan di perkantoran/instansi, pertokoan, hotel dan sebagainya. Banyaknya konsumen yang membutuhkan tanaman hias member prospek yang baik bagi masa depan bisnis tanaman hias. Apalagi dunia tanaman hias tidak terbatas hanya pada tanaman hias yang hidup di pot, tetapi juga meliputi bunga potong, kaktus, bonsai, tanaman hidroponik dan bunga tabor. Selain itu ditunjang pula dengan keberadaan Indonesia sebagai

Negara tropis yang mana iklim Indonesia sebenarnya memberikan kemudahan bagi tanaman hias. Di samping itu ragamnya pun begitu banyak dijumpai di Indonesia. Jika dapat memanfaatkan ragam tanaman yang begitu banyak serta memadukannya dengan teknologi yang tepat, tidak mustahil bisnis tanaman hias akan dapat menyamai bisnis sayur dan buah yang sampai saat ini masih berada di tingkat teratas.

Dalam memilih tanaman hias konsumen akan melihat penampilannya yaitu besar kecil bunganya, warnanya, kesegarannya dan kualitas sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen akan tertarik untuk mengkonsumsi tanaman hias yang dipasarkan dan sesuai dengan keinginan konsumen terutama konsumen potensial.

Selain dengan fenomena itu, sekarang banyak orang yang berusaha dengan menjual tanaman hias dalam pot. Hal ini dikarenakan tanaman mengikuti permintaan pasar yaitu semakin digemari tanaman hias dalam pot oleh masyarakat.

Tanaman hias dalam pot (potplant) sekarang banyak dinikmati oleh masyarakat. Hal ini terbukti bahwa hampir semua perkantoran dan

hotel serta pusat perbelanjaan di kota-kota besar menghias tempatnya dengan menggunakan tanaman hias dalam pot. Selain itu hampir 70% pencipta taman menghiasi ruangnya dengan tanaman hias dalam pot. Inilah yang mendorong permintaan akan bunga dalam pot meningkat dan secara otomatis akan merangsang orang untuk berusaha di bidang ini.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kegunaan tanaman hias bagi manusia
2. Untuk mengetahui prospek pengusahaan tanaman hias dalam pot (potplant)

II. METODOLOGI PENELITIAN

2.1. Penentuan Sampel

Metode penelitian yang digunakan dalam penentuan sampel adalah metode Accidental Sampling dan metode Snow Ball Sampling menggunakan pendekatan komoditi.

2.2. Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data

sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data primer diperoleh dengan observasi lapang, wawancara dengan menggunakan kuisioner. Data sekunder adalah data pendukung penelitian guna melengkapi data-data primer yang diperoleh dari BPS dan kantor kecamatan.

2.3. Analisa Data

Penelitian ini dianalisis dan diolah secara deskriptif kemudian hasil penelitian diinterpretasikan lebih lanjut dengan cara peneliti berusaha menggambarkan tentang prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (potplant).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Estetika dan Fungsi Tanaman Hias

Tanaman berbunga sebagai symbol dan mempunyai banyak kegunaan yang fungsional. Kehadiran taman dengan elemennya di dalam ruang merupakan simbol kesadaran manusia terhadap penghayatan dan hubungannya dengan alam. Adapun fungsi tanaman dan kegunaan tanaman hias ini dalam penggunaannya dibagi menjadi 3 kegunaan tanaman hias.

Tabel 1. Kegunaan Tanaman Hias

Individu	Perkantoran	Perhotelan
- Menyalurkan hobi bertanam	- Memenuhi kebutuhan estetika	- Memenuhi kebutuhan estetika
- Untuk menghilangkan stress	- Untuk menghilangkan kejenuhan dan stress	- Untuk sirkulasi udara
- Memenuhi kebutuhan estetika	- Untuk sirkulasi udara	- Untuk menarik pengunjung
- Menaikkan gengsi social/mendapatkan prestise	- Untuk hiasan pada acara-acara tertentu	- Hiasan pada acara-acara tertentu
- Mendukung usaha penyewa		

Sumber: data primer diolah, 2009.

Hijaunya tanaman di dalam ruang kerja di perkantoran, misalnya dapat menghilangkan kejenuhan rutinitas kerja, melembutkan pandangan pada material keras di sekeliling tempat kerja dan memperbaiki sirkulasi udara. Selain memberikan fungsi secara fisik, tanaman juga memberikan nilai tambah sehingga ruangan menjadi lebih indah, asri dan sejuk.

Tanaman dan manusia berinteraksi secara spesifik. Manusia menerima keuntungan positif karena tanaman akan menimbulkan emosi atau perasaan, misalnya perasaan senang, puas atau terkagum-kagum. Seorang pencinta tanaman akan hanyut perasaannya bila melihat keindahan bentuk, warna atau tekstur suatu tanaman. Bagian tanaman yang dapat menarik perhatian ,misalnya tajuk, daun, batang ataupun bunganya.

3.2. Prospek Bunga Pot (Potplant)

Peluang Indonesia di pasar florikulture dunia cukup besar. Nilai produk floriculture Indonesia pada tahun 1996 mencapai Rp. 57,5 milyar dengan pertumbuhan 15-25% per tahun. Pada tahun 2005 diperkirakan permintaan dalam negeri Rp. 186-425 milyar. Sayangnya ekspor pada tahun 1996 hanya US\$ 310-714 juta, sementara peluang pasar florikulture dunia sepuluh mendatangkan US\$ 120 milyar. Namun dengan strategi itu dan didukung pesatnya perkembangan industri floriculture di Indonesia diramalkan 10% dari jumlah ini yaitu US\$ 12 milyar dapat dipenuhi oleh Indonesia. Kondisi ini didukung dengan kenyataan bahwa minat masyarakat di Indonesia saat ini cukup menjanjikan. Bila tadinya 90% konsumsi terpusat

di Jakarta, kini konsumsi di ibu kota hanya 60% sisanya tersebar di Bandung, Malang, Surabaya, Semarang, Denpasar, Ujungpandang dan Medan. Sementara para pemasok yang tadinya hanya terdiri dari para perangkai dan hobi, belakangan ini produsen professional mulai berperan.

Dari statistic ekspor tahun 1996, tercatat nilai ekspor bunga potong tercatat sebesar US\$ 1.697.444. Industri bunga potong yang telah melangkah lebih dahulu memang menjadi inspirasi lahirnya bunga potong di Indonesia. Keindahan rangkaian bunga potong hanya dapat dinikmati dalam waktu yang terbatas yaitu sekitar 6-7 hari, sedangkan bunga pot dapat bertahan sekitar 4-5 minggu. Sekarang konsumen peminat bunga pot sudah semakin banyak dibandingkan tahun 1998 ketika bisnis mulai dikembangkan

mulai tahun 1994. Ketika bisnis ini mulai dikembangkan mulai tahun 1994 sampai 1996 kenaikan permintaan bunga pot mencapai 500%.

Perkembangan pasar dalam negeri sampai kini secara umum terus berkembang pesat dengan laju konsumsi rata-rata sebesar 25% dan produksi sebesar 20%. Yang perlu dalam hal ini adalah kelompok pertumbuhan kebutuhan jenis atau varietas komersial dalam rasio antara bunga potong, tanaman pot, hijauan (koliage filler plants). Secara umum pendekatan tersebut akan berguna untuk mengikuti kondisi perkembangan bisnis tanaman bunga termasuk anggrek khususnya dan tanaman hias dunia umumnya.

Permintaan (consumption demand) terbukti secara global mengikuti pola seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Konsumsi Bunga Potong dan Tanaman Hias Beberapa Negara Tahun 1989-1990

No.	Negara	Penduduk (Juta)	Bunga	Tanaman	Total	PDB (US\$)
1	Amerika S	246	4236	3448	7684	4881
2	Jepang	123	4217	1200	5417	2860
3	Italia	57	2961	1194	4156	829
4	Jerman	61	2081	1885	3966	1208
5	Perancis	56	1118	939	2057	949
6	Inggris	57	868	297	1165	826
7	Belanda	15	438	266	704	227
8	Swedia	8	272	410	682	178
9	Swiss	7	285	325	610	182
10	Spanyol	39	313	250	563	338
11	Belgia	10	242	214	456	252
12	Norwegia	4	192	225	417	91
13	Denmark	5	126	255	381	108
14	Austria	8	188	192	380	1237
15	Yunani	10	136	132	264	52
Total		706	17.670	11.232	28.902	42.118

Elastisitas pada tanaman pot mempunyai kemungkinan besar dan kecenderungan menguat dibandingkan dengan bunga potong secara umum. Perkembangan yang berlaku global tersebut juga terbukti telah mulai bermanifestasi di Indonesia. Analisis potensi dan pangsa pasar bagi industri bunga nasional akan disajikan sesuai dengan rasio antara dalam dan luar negeri yang cukup realistis. Pada tahun 2000 dan selanjutnya telah disusun suatu gambaran proyeksi yang bertujuan menjadikan rasio tersebut hingga lebih besar dan konsumsi di dalam negeri dengan memperhatikan pertumbuhan dunia.

Total hasil (output) industri bunga nasional diperkirakan pada tahun 1996 sebesar Rp. 57,5 milyar atas dasar perkiraan konsumsi terus bertambah sebesar 15-25%. Untuk mencapai

permintaan dalam negeri Rp. 186-428 milyar pada tahun 2005. Bila perkembangan kapasitas ekspor diikutsertakan dalam rumus, potensial tersebut pada akhirnya dapat menyumbang US\$ 310-714 juta bagi devisa Negara dalam tahun yang sama. Perluasan produksi untuk perkembangan tersebut tidak mustahil dengan kecepatan jumlah maupun skala produsen baru pada industri bunga.

Secara kelembagaan industri tanaman hias dalam pot (potplant) sebelum tahun 1985 dilayani oleh perangkai, penggemar dan hobbyist bunga dan beberapa persatuan penggemar tanaman hias dalam pot (potplant). Kini diikuti oleh produsen, pemasok dan peneliti yang professional dari kalangan masyarakat swasta dan pemerintah. Adanya organisasi seperti Perhimpunan Anggrek Indonesia, Yayasan Bunga Nusantara dan

beberapa produsen pada industri tersebut bahkan telah mendirikan berbagai asosiasi seperti Pusat Koperasi Bunga Indonesia. Asosiasi Bunga Indonesia dan lain-lainnya untuk kepentingan anggota dalam pengembangan aspek internal maupun eksternal terhadap perkembangan subsektor hortikultura tanaman hias dalam pot (potplant).

Asosiasi Bunga Indonesia yang melibatkan sekitar 23 anggota produsen dan jasa terkait sedang merintis kemungkinan untuk pembangunan suatu Pusat Pasar Distribusi Bunga

Dan Tanaman Hias Dalam Pot (potplant) khususnya di wilayah Jakarta di masa mendatang. Rawa Belong yang telah dikembangkan pemerintah DKI Jakarta akan sangat didukung oleh pusat tersebut. Pemikiran berdasarkan suatu studi akan memberikan masukan yang tepat mengenai lokasi dan pola pengelolaan serta kerjasama regional yang diperlukan agar dapat menjamin terciptanya iklim dan dasar bagi pembangunan industri yang diinginkan.

Tabel 3. Konsumsi Bunga Potong Dan Tanaman Hias Beberapa Negara tahun 1989-1990 US\$ per Kapita

Negara	Penduduk (Juta)	US \$ Perkapita			PDB (US\$)
		Bunga	Tanaman	Total	
Amerika S	246	9,90	8,06	17,95	11,403
Jepang	123	19,70	5,61	25,31	13,363
Italia	57	29,86	12,04	41,90	8,378
Jerman	61	19,61	17,76	37,37	11,381
Perancis	56	11,47	9,64	21,11	9,739
Inggris	57	8,75	2,99	11,75	8,328
Belanda	15	17,78	10,19	26,97	8,697
Swedia	8	19,54	29,45	48,99	12,787
Swiss	7	23,40	26,68	50,08	14,942
Spanyol	39	4,61	3,68	8,30	4,980
Belgia	10	13,91	12,30	26,21	8,735
Norwegia	4	27,59	32,33	59,91	13,074
Denmark	5	14,48	29,31	43,79	12,413
Austria	8	13,51	13,79	27,30	88,864
Yunani	10	7,5	7,59	15,17	2,988
Total	706	14,38	9,14	23,53	11,492

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Prospek penjualan tanaman hias dalam pot (potplant) di Indonesia cukup besar. Nilai produk hortikultura Indonesia 1996 mencapai 57,5 milyar, dengan pertumbuhan 15-25% per tahun. Pada tahun 2005 diperkirakan permintaan dalam negeri Rp. 186-425 milyar. Kondisi ini didukung dengan kenyataan bahwa minat masyarakat di Indonesia yang semakin besar. Bila tadinya 90% konsumsi terpusat di Jakarta, kini konsumsi di ibu kota hanya 60% dan sisanya tersebar di Bandung, Malang, Surabaya, Semarang, Denpasar, Ujungpandang dan Medan. Dalam usaha mengantisipasi peluang pasar yang semakin meningkat tersebut, para penjual kini membentuk asosiasi atau badan yang khusus bergerak di bidang tanaman hias atau sejenisnya dalam rangka meningkatkan kuantitas, kualitas

maupun kontinyuitas tanaman hias dalam pot (potplant).

4.2. Saran

Dalam usaha meningkatkan penjualan tanaman hias dalam pot (potplant), para penjual diharapkan semakin meningkatkan keterampilannya dalam hal budidaya dan merangkai tanaman hias dalam pot karena keinginan konsumen yang semakin beragam. Selain itu penjual harus berusaha memanfaatkan dan berusaha mencari informasi tentang apa yang diminta oleh konsumen dalam rangka usaha memenuhi selera masyarakat akan tanaman hias, sehingga dapat memprediksikan tanaman apa untuk waktu yang akan datang banyak diminati oleh konsumen, sehingga mereka dapat memenuhi selera konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous, 1989. *Pot Tanaman Hias*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- _____, 1997. Majalah Trubus Bulan April No.329 Tahun XXVIII, Jakarta.
- _____, 1997. Majalah Trubus Bulan Mei No.330 Tahun XXVIII, Jakarta.
- Dwi Kustiani, 1997. Analisa Usaha Tanaman Hias Dalam Pot (Potplant), Skripsi Sarjana Strata Satu (S1), Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Malang.
- Ismet Abiding, Dr., Rosana, Ir., 1999. Proyeksi Permintaan Anggrek dan Produk Hortikultura Tahun 2007 dan di Abad Ke 21, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Nurhayati, H.S. Arifin, 1994. *Taman Dalam Ruang*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahardi. F, Sriwahyuni dan Nurcahyo, Eko, 1996. *Agribisnis Tanaman Hias*. Penebar Swadaya, Jakarta.