

BUNGA SEGAR VS BUNGA ARTIFISIAL

Bulan lalu dalam 2 minggu pada akhir tahun, kebetulan ada undangan acara pernikahan putra/putri teman yang dilangsungkan di Jakarta. Tempatnya cukup bagus, yang pertama di Jl Gatot Subroto dan yang kedua di Jl Rasuna Said. Sebagai petani bunga, tentu saja yang menarik untuk dilihat adalah seperti apa desain, rangkaian dan jenis bunga yang akan dipakai di ballroom tempat acara dilangsungkan. Disamping tentunya juga citarasa makanan yang disajikan oleh katering yang dipakai.

Namun demikian, cukup kaget juga mengetahui sejak dari meja penerimaan tamu bahwa ternyata banyak bunga dan tanaman artifisial yang digunakan dalam acara itu. Ada yang seluruhnya tanaman artifisial yang dipasang di gazebo menuju pelaminan, dan juga bunga artifisial yang diselipkan di beberapa rangkaian rangkaian di sepanjang stand dan meja makanan. Untuk acara sebesar itu yang digelar di tempat bagus, tidak terbayangkan beberapa tahun lalu bahwa ini akan terjadi.. Tidak hanya itu, ternyata berbagai tanaman hias di bawah panggung juga tanaman artifisial yang biasa kita temui di IKEA atau Ace hardware. Menyedihkan juga untuk tahu bahwa untuk acara seperti ini, prestise hanya diukur dari apa yang nampak bagus di foto saja, namun mengabaikan nilai estetika yang lebih tinggi yaitu kesegaran bunga dan tanaman asli yang dipakai. Sepulang dari acara itu, berkecamuk di pikiran membayangkan kira-kira dalam 10 tahun mendatang, bagaimana bunga dan tanaman segar akan digunakan di acara pernikahan yang mungkin dilaksanakan sebanyak 1-2 kali sepanjang hidup kita. Menarik juga untuk tahu bagaimana situasi ini di tempat yang lebih premium di sepanjang Jl Thamrin dan Jl Sudirman di Jakarta.

Memang tanda-tanda yang kurang menggembirakan sudah muncul dalam tahun-tahun belakangan ini. Event yang biasanya menjadi periode booming penjualan bunga dan tanaman hias tampaknya mulai menghilang satu per satu. Valentine day yang biasa menjadi periode bagus penjualan bunga mawar, tidak lagi terlihat di mall-mall bersamaan dengan tema bunga dan coklat. Hanya flyer promo dan posternya saja yang masih bertebaran. Demikian juga dengan periode Imlek, Lebaran atau Natal.

Dan tampaknya booming penjualan tanaman yang tergolong umum maupun jenis novelty selama periode pandemi covid 19 juga mulai memudar. Di tempat tujuan wisata seperti Lembang Bandung, antrian parkir di cafe dan resto sepanjang jalan jauh lebih padat dari spot penjualan tanaman yang juga secara tradisional ada dia area tersebut.

2 tahun lalu waktu sekolah kami mengadakan acara reuni di Batu Malang di satu tempat yang terkenal akan tanaman dan bunga yang indah ternyataA mulai banyak memasang tanaman dan bunga artifisial di berbagai spot foto baik yang berupa anjungan, gazebo atau meja kursi di sebelah bebatuan. Gambar bagus di Instagram mulai menggantikan pengalaman untuk menikmati indahny bunga dan tanaman atau bau harum yang ditebar di tempat itu.

Saya tidak tahu lagi, apakah acara wisuda yang biasanya juga menjadi periode penjualan bunga segar juga masih ada. Padahal secara jumlah, potensi penggunaannya akan sangat besar mengingat acara ini berlangsung beberapa kali sepanjang tahun. Bagi kita masyarakat florikultura, tampaknya tantangan ke depan bukan lagi menaikkan volume dan nilai penjualan bunga tanaman, namun mungkin lebih tentang bagaimana mempertahankan situasi yang ada

dari gempuran penggunaan bunga artifisial. Semoga saya salah dalam melihat gambar sebenarnya. Mohon respon dari kawan-kawan di ASBINDO. (Sumartono)