Sudah berpuluh tahun, banyak yang mengajukan pertanyaan yang sama tentang bagaimana floriukultura dipengaruhi oleh terjadinya *trend* atau kecenderungan tertentu. Sering dibandingkan apakah dunia flori juga mengalami fenomena yang sama yang dialami oleh bidang *fashion* atau seni rupa, untuk menyebut satu dua contoh. Ini mungkin keduanya berasosiasi dengan keindahan visual yang umumnya bergerak dinamis sesuai dengan jamannya.

Ternyata menurut saya jawabannya sedikit *tricky*, tergantung dengan siapa kita berbicara. Bila kita menanyakan pada ‘ *mass handler*’ (baik produsen maupun eksporter yang ukuran skalanya sangat masif), maka tampaknya trend bergerak secara
incremental
atau bahkan bersifat sedikit statis. Ini memang seperti
nature
dari ukuran bisnisnya. Bisa dianalogikan seperi bagaimana kapal
container ship
dan
fighting carriers
bergerak. Dibutuhkan waktu dan usaha yang sangat besar untuk berubah arah, menambah atau mengurangi kecepatan maupun manuver lainnnya. Tidak gesit untuk berubah karena ukurannya yang
hypersize.
Bayangkan bahwa di pasar layanan tempat makan, dengan spektrum dari yang paling mini macam warteg sampai
franchise
restoran Padang, dalam 5 tahun terakhir menunya ya itu-itu saja dengan
fine tuning
sana-sini. Namun porsi terbesar mungkin tidak berubah. Atau sejenak berangan-anganlah anda sedang mengelola 10 hektar greenhouse produksi florikultura dan anda baru bertemu seseorang yang menyarankan perubahan trend produk tahun depan. Hampir pasti anda akan berhitung 10 kali untuk mengikuti saran tersebut, karena advis tersebut memerlukan investasi baru dalam peralatan,
plant material, re-training
tenaga kerja dan alokasi sumber daya lainnya maupun potensi bahwa perubahan tersebut

beresiko secara pemasaran.