

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia sebagai negara agraris dan memiliki kondisi agroklimat yang mendukung merupakan tempat potensial untuk mengembangkan komoditas hortikultura seperti diantaranya adalah tanaman hias. Tanaman hias mempunyai prospek yang cukup cerah di wilayah Indonesia salah satunya yaitu di Pulau Jawa, karena luasan lahan dan persyaratan kesuburan tanah yang dimanfaatkan untuk budidaya tanaman hias relatif kecil dibandingkan dengan luasan yang dimanfaatkan untuk jenis tanaman lainnya, serta tanaman hias memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Tanaman hias memiliki karakteristik morfologi bernilai estetik dan eksotik, diantaranya tanaman hias bunga (anggrek, krisan, mawar, sedap malam, dan anthurium), tanaman hias berdaun indah (aglonema, puring, pu-cuk merah, dan siprus), serta tanaman hias perdu dan pohon (bugenvil, pa-lem, sikas, dan beringin) (Direktorat Budidaya Tanaman Hias, 2008).

Sejak awal perkembangan pertanian, bunga potong telah memiliki peran dalam industri tanaman hias yang dimanfaatkan sebagai bahan rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam daur hidup manusia. Jenis bunga potong yang banyak diminati di Indonesia yaitu bunga mawar, anggrek, krisan, anthurium, gerbera, anyelir, dan bunga sedap malam. Mawar memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi untuk dijadikan komoditas perdagangan dan komersil. Hal ini memberikan isyarat bahwa usaha budidaya mawar berorientasi agribisnis yang prospeknya sangat cerah (Ridhawarnadi, 2017). Salah satu sentra produksi mawar di Kabupaten Bandung Barat adalah Cisarua. Kecamatan Cisarua memiliki potensi terhadap budidaya tanaman hias, khususnya bunga mawar yang memiliki luas tanam 20.000 m<sup>2</sup> dengan

hasil pro-duksi 506.000 kg pada tahun 2013 (Dinas Pertanian Perkebunan dan Kehutanan Kabupaten Bandung Barat, 2015). Desa yang paling banyak mem-budidayakan bunga potongmawar di Kecamatan Cisarua adalah Desa Ker-tawangi, dengan jumlah luas lahan tanam mawar potong 14.330 m<sup>2</sup> (Profil Desa Kertawangi, 2015).

Petani mawar potong di Desa Kertawangi tidak menjual sendiri produknya langsung kekonsumen, sehingga membutuhkan satu atau lebih perantara agar produknya sampai ke konsumen akhir. Perantara-perantara tersebut antara lain bandar/tengkulak, pedagang besar dan pedagang pengecer. Adanya berbagai lembaga pemasaran serta alur pemasaran yang berbeda mengakibatkan perbedaan harga jual dan keuntungan yang diterima petani bunga mawar potong.

Bunga mawar potong memiliki target pasar pada para pedagang besar salah satunya di pasar Bunga Kayoon Surabaya. Pasar Bunga Kayoon dikenal sebagai pusat bunga yang lengkap di Surabaya. Pasar bunga ini memiliki berbagai bunga segar, bunga kering, taman buatan yang bagus baik impor maupun lokal. Terletak di Jalan Kayoon, dekat Kalimas dan dekat dengan jalan Panglima Sudirman, Pasar Bunga Kayoon merupakan pasar bunga terbesar dan terlengkap di Surabaya, dimana terdapat berbagai jenis bunga tropis dapat dibeli di sini. Pasar Bunga Kayoon yang utamanya adalah andalan para pemesan bunga untuk berbagai keperluan. Kalangan perias pengantin tercatat yang paling besar andilnya dalam pemesanan bunga di pasar ini. Berikutnya sejumlah pemesan untuk berbagai keperluan lain, mulai dari ucapan selamat, acara peresmian, bunga ucapan duka cita. Area edar bunga dari Pasar Bunga Kayoon sampai ke luar Jawa, antara lain Kalimantan, Bali dan Sulawesi.

Walaupun permintaan konsumen terhadap bunga dapat diprediksi, namun selera (preferensi) konsumen bunga merupakan faktor yang sangat berhubungan dengan penilaian subyektif seseorang terhadap bunga. Faktor selera merupakan sesuatu yang relatif, sehingga

dari waktu ke waktu dapat berubah menurut tren yang berlaku, oleh karena itu cukup sulit menentukan pastinya kesenangan seseorang. Sebagai contoh, selera konsumen mawar maupun anggrek berubah-ubah menurut tren yang berlaku pada waktu tertentu.

Penelitian Yatiman (2018), dengan judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Anggrek (Orchidaceae) Di Tempat Usaha Yusra Dan Windha-Wan Florist. Metode analisis data yang digunakan adalah metode dekriptif dan analisis faktor yaitu pengujian korelasi antara variabel dengan metode Bartlett's Test of Sphericity dan pengukuran Keiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO-MSA). Dari jumlah responden keputusan pembelian konsumen ingin membeli anggrek karena sedang ingin memiliki anggrek sebesar yaitu sebesar 46,7%, ingin menikmati keindahan anggrek yaitu sebesar 63,3% dan dengan output kepuasan yaitu sebesar 76,7%. Dari hasil pengujian KMO-MSA dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian anggrek ditempat usaha Yusra dan Windha-Wan Florist yaitu variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi memiliki pengaruh yang nyata terhadap keputusan konsumen dimana nilai masing-masing variabel melebihi kriteria yaitu  $> 0,5$ . Dalam pengujian KMO-MSA pada variabel bauran pemasaran yaitu faktor produk, faktor harga, faktor promosi, faktor lokasi didapatkan pengaruh yang nyata terhadap keputusan pembelian konsumen karena melebihi kriteria  $> 0,5$  yaitu faktor produk 0,528, harga 0,580, promosi 0,516, dan lokasi 0,600.

Dari informasi tersebut maka dapat dilakukan penelitian tentang Analisis Berbagai Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Bunga Potong Mawar (Studi Kasus Dipasar Bunga Kayoon (Pbk) Di Surabaya). Sehingga dari penelitian tersebut diharapkan mendapatkan hasil tentang pengaruh keputusan konsumen dalam pembelian bunga potong mawar.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan deskripsi pada latar belakang tersebut maka, permasalahan yang perlu dibahas sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga mawar potong pasar bunga Kayoon Surabaya secara simultan?
2. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga mawar potong di pasar bunga Kayoon Surabaya secara parsial?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah tersebut maka, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga mawar potong di pasar bunga Kayoon Surabaya secara simultan.
2. Mengetahui faktor apa saja yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian bunga mawar potong impor di pasar bunga Kayoon Surabaya secara parsial.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi pembaca yang memiliki ketertarikan terhadap perilaku konsumen bunga potong mawar.
2. Sebagai bahan pembantu pedagang di Pasar Bunga Kayoon untuk menganalisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian bunga potong mawar.
3. Bagi pemerintah daerah penelitian ini di harapkan dapat membantu memberikan masukan dalam pengembangan florikultura yang lebih marketable.

## **1.5. Batasan Penelitian**

Batasan Penelitian Penelitian dilakukan untuk mengetahui permintaan bunga mawar potong di pasar bunga Kayoon, Surabaya. Pengambilan data di tingkat konsumen yang berada pada pedagang pengecer pada bulan November 2019