

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang mampu menopang perekonomian negara. Subsektor hortikultura tidak hanya terdiri dari kebun pangan saja, namun mencakup florikultura atau tanaman hias yang tidak kalah tumbuh seiring dengan industrialisasi dan urbanisasi (Simbolon *et al.*, 2024). Tanaman hias memiliki daya tarik tersendiri karena nilai estetika dari bentuk bunga dan keindahan warna sehingga memberikan rasa kagum baik bagi seseorang yang memiliki hobi mengoleksi maupun bagi mereka yang sekedar menikmati keindahannya. Tanaman hias memiliki peluang usaha yang menjanjikan karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat (Yodfiatfinda dan Rahayu, 2024). Salah satu komoditas tanaman hias yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah bunga anggrek.

Produksi anggrek di Indonesia pada periode 2023 – 2025 masih memiliki kontribusi dalam subsektor tanaman hias. Produksi anggrek meningkat dari 3.785.454 pohon pada tahun 2023 menjadi 4.429.467 pohon pada tahun 2024, kemudian menurun menjadi 4.130.718 pohon pada tahun 2025 (BPS, 2025). Selain itu, volume impor anggrek juga fluktuatif mengalami peningkatan 10,59% dari 321 ton pada tahun 2023 menjadi 355 ton pada tahun 2024, kemudian menurun signifikan sebesar 44,51% menjadi 197 ton pada tahun 2025 (Kementrian Pertanian, 2025). Produksi anggrek yang masih tinggi disertai dengan volume

impor yang masih berlangsung menunjukkan bahwa anggrek mampu bertahan di pasar tanaman hias. Hal tersebut menunjukkan bahwa anggrek masih memiliki permintaan pasar yang masih cukup sehingga keberadaannya tetap eksis di tengah persaingan dengan tanaman hias lainnya.

Anggrek pada dasarnya merupakan produk yang menawarkan nilai estetika, bukan seperti sayuran maupun komoditas pangan lain yang dikonsumsi dan perlu dipenuhi oleh masyarakat. Anggrek dapat dikatakan sebagai barang mewah yang merupakan kebutuhan tersier (Rangkuti, 2018). Fungsi dari tanaman hias tersebut lebih ditujukan pada keindahan, dekorasi, serta pemenuhan preferensi visual pemiliknya. Meskipun bukan kebutuhan pokok, anggrek memiliki daya tarik tersendiri bagi sebagian masyarakat karena memiliki nilai estetika seperti warna dan bentuk bunga yang menjadi penentu dalam penilaian konsumen terhadap kualitas dan harga produk. Anggrek tidak seperti bahan pokok yang selalu dibutuhkan masyarakat setiap hari, sehingga pebisnis perlu mencari celah dan peluang tanaman anggrek yang diminati konsumen dan sesuai dengan kisaran harga yang mampu dibeli (Anggraeni, 2022).

Kabupaten Semarang merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah yang memiliki beragam komoditas agribisnis unggulan, khususnya pada subsektor hortikultura seperti sayuran, buah-buahan, dan tanaman hias. Wilayah Kabupaten Semarang memiliki kondisi geografis dan iklim yang mendukung pertumbuhan hortikultura yakni salah satunya pada tanaman anggrek. Potensi tersebut menjadikan Kabupaten Semarang banyak mengembangkan usaha tanaman hias, salah satunya pada bunga anggrek karena dapat menunjang pertumbuhan anggrek

secara optimal. Raja Bunga Anggrek merupakan salah satu usaha yang menjual tanaman anggrek di Bandungan, Kabupaten Semarang. Raja Bunga Anggrek menawarkan produk anggrek dengan kualitas yang baik serta melakukan proses *grading* untuk memastikan kualitas setiap produk yang dijual. Beberapa jenis anggrek yang dibudidayakan Raja Bunga Anggrek yakni meliputi *Phalaenopsis* (Anggrek Bulan), *Dendrobium*, *Vanda*, dan *Cattleya*. Fokus penelitian ini tertuju pada produk Anggrek Bulan yang didasarkan pada bunga tersebut menjadi salah satu jenis anggrek yang paling diminati konsumen. Anggrek bulan memiliki bentuk bunga yang menarik dan daya tahan yang relatif lebih lama sehingga memiliki tingkat penjualan paling banyak pada tanaman yang sudah berbunga di Raja Bunga Anggrek.

Anggrek bulan yang merupakan tanaman hias yang nilainya ditentukan oleh kualitas visualnya, seperti tingkat kesegaran, mekar bunga, dan keindahan bentuk bunga. Kualitas visual pada tanaman dapat menurun seiring lamanya produk anggrek tersebut dipajang untuk dijual, sehingga perlu adanya penetapan harga secara tepat agar produk dapat terjual pada kondisi terbaiknya. Penetapan harga tersebut penting dilakukan untuk menghindari risiko produk sulit terjual. Ketika pelaku usaha menetapkan harga terlalu tinggi, konsumen cenderung mengurangi minat membeli sehingga anggrek dapat lebih lama terjual. Selain itu, kualitas anggrek akan semakin menurun dan pelaku usaha perlu memberikan potongan harga atau menjual produk pada kelas kualitas yang lebih rendah. Ketika harga ditetapkan terlalu rendah, pelaku usaha tidak memperoleh keuntungan yang optimal.

Inflasi juga menjadi salah satu faktor ekonomi yang dapat memengaruhi aktivitas produksi maupun konsumsi. Berdasarkan data inflasi tahun 2026, tingkat inflasi mengalami fluktuasi dari bulan Januari hingga Mei 2026 secara berturut-turut yaitu 3,55%; 4,76%; 3,48%; 2,42%; 3,08% (Bank Indonesia, 2026). Pada sisi produsen, peningkatan inflasi dapat menyebabkan kenaikan biaya produksi yang berpotensi mendorong produsen untuk melakukan penyesuaian harga jual guna mempertahankan keuntungan usahanya. Pada sisi konsumen, inflasi tersebut dapat mengurangi daya beli masyarakat karena lebih dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan pokok dibandingkan membeli produk tanaman hias yang tergolong sebagai kebutuhan tersier. Naiknya harga barang dan jasa menyebabkan daya beli konsumen cenderung menurun (Febriani, 2025). Hal tersebut menjadikan penelitian mengenai kesediaan membayar (*willingness to pay*) terhadap anggrek bulan perlu dilakukan untuk mengetahui batas harga yang masih dapat diterima oleh konsumen, sehingga produsen dapat menetapkan strategi harga ketika terdapat peningkatan harga di masa mendatang.

Kesediaan membayar lebih konsumen terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor demografis, persepsi mengenai produk, maupun psikologis seseorang. Faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan dapat memengaruhi preferensi, kemampuan ekonomi, serta keputusan membeli konsumen. Faktor pribadi atau karakteristik demografi konsumen dapat memengaruhi kesediaan membayar konsumen karena setiap individu memiliki kondisi dan latar belakang yang berbeda (Handoko dan Setiawan, 2021). Faktor psikologis dan preferensi konsumen seperti persepsi harga, kualitas

produk, persepsi warna, dan gaya hidup juga berpotensi memengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu produk. Produk florikultura seperti anggrek bulan yang menawarkan nilai estetika, cenderung membuat konsumen tidak hanya mempertimbangkan kemampuan untuk membeli saja, namun juga mempertimbangkan atribut visual produk, kualitas yang dirasakan, serta kesesuaian produk dengan gaya hidup seseorang. Oleh karena itu, analisis faktor-faktor yang memengaruhi kesediaan konsumen perlu dilakukan untuk mengetahui faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan nilai yang bersedia dibayarkan terhadap produk anggrek bulan.

Penelitian ini diharapkan dapat memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai perilaku konsumen dalam mengetahui berapa harga yang bersedia konsumen berikan untuk membeli produk anggrek bulan dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Raja Bunga Anggrek dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif serta bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan harga jual yang sesuai dengan persepsi konsumen.

1.2 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis karakteristik konsumen anggrek bulan di Raja Bunga Anggrek Kabupaten Semarang.
2. Menganalisis nilai rata – rata WTP (*willingness to pay*) konsumen terhadap produk anggrek bulan di Raja Bunga Anggrek Kabupaten Semarang.

3. Menganalisis faktor – faktor yang memengaruhi kesediaan membayar konsumen terhadap produk anggrek bulan di Raja Bunga Anggrek Kabupaten Semarang.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wawasan dan pemahaman tambahan terkait kesediaan membayar konsumen anggrek bulan serta menjadi bahan informasi untuk penelitian selanjutnya.

2. Bagi Produsen

Dapat dijadikan sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan penentuan strategi harga dan pengembangan produksi.