

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agribisnis *florikultura* merupakan salah satu komoditi hortikultura yang mengalami perkembangan setiap tahunnya. Peminat tanaman hias saat ini menghasilkan suatu nilai ekonomi sehingga usaha tanaman hias banyak dijadikan mata pencaharian bagi sejumlah masyarakat. Menurut data Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura bahwa jumlah produksi tanaman di tahun 2019 sampai dengan tahun 2022 secara umum mengalami peningkatan terutama jenis Krisan dan Mawar (BPS, 2022). Bunga potong merupakan salah satu kegiatan pertanian yang diusahakan oleh petani dalam sektor pertanian. Perdagangan bunga di era modern mengalami perkembangan yang pesat dan menjadi terorganisir. Indonesia turut serta dalam pemenuhan kebutuhan bunga potong di dunia setiap tahunnya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), volume ekspor bunga Indonesia pada tahun 2022 mencapai 1.659 ton. Bunga potong Indonesia telah dikenal di pasar internasional karena memiliki kualitas yang baik. Jepang menjadi salah satu negara yang menjadi tujuan ekspor utama, diikuti oleh Singapura, Amerika Serikat, Belanda, dan Tiongkok.

Bunga potong di Indonesia menjadi suatu kebutuhan dalam negeri dan tidak terpisahkan dari upacara keagamaan, perkawinan, kelulusan, dan hari besar. Kebutuhan bunga potong dalam negeri khususnya di Jawa Tengah juga memiliki

permintaan yang tinggi. Seperti pasar bunga di Jawa Tengah terutama di Semarang mengandalkan pasokan lokal. Bunga yang dapat ditemukan di pasar bunga lokal seperti bunga mawar, anggrek, lily, krisan, dan bunga matahari. Beberapa pasar bunga tradisional yang terkenal di Kota Semarang salah satunya adalah Pasar Bunga Kalisari.

Pasar Bunga Kalisari menjadi salah satu pasar primadona bagi warga lokal, banyak pengrajin bunga merasa terbantu serta keberadaan pasar yang cukup strategis dapat menarik wisatawan lokal maupun masyarakat sekitar berkunjung dan membeli bunga di pasar bunga tersebut. Namun pasar tersebut memiliki kekurangan salah satunya adalah minimnya lahan parkir. Tantangan lain bagi penjual adalah menjamurnya kios-kios bunga baru di luar pasar bunga tersebut. Dengan demikian pengrajin bunga selain harus memenuhi kebutuhan konsumen, juga perlu mengetahui faktor yang berkaitan dengan keputusan konsumen untuk tetap melakukan pembelian. Mempertahankan keputusan pembelian konsumen menjadi faktor penting bagi pelaku usaha dalam teori Perilaku Konsumen menurut Kotler.

Keputusan pembelian merupakan aktivitas yang berkaitan dengan tindakan konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yakni faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Astuti dan Febriaty, 2017). Pelaku usaha yang baik akan memahami mengenai proses pengambilan keputusan konsumen untuk strategi usahanya sehingga konsumen membeli produknya.

Pelaku bisnis perlu mempertimbangkan aspek-aspek yang ada, sehingga usaha yang dijalankan mencapai keuntungan. Aspek harga yang ditawarkan oleh pelaku usaha menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Produk yang berkualitas baik dan memiliki harga terjangkau akan memiliki banyak peminat. Kualitas produk dan pelayanan suatu usaha yang sesuai standar akan menghasilkan kepuasan yang tinggi dan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian berulang (Putro, 2014). Sebaliknya jika pelaku usaha memberikan kualitas yang lebih rendah dari harapan konsumen, maka konsumen juga akan menilai usaha tersebut buruk serta kurangnya pengetahuan akan selera konsumen yang berubah-ubah, akan berdampak pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian buket bunga di Pasar Bunga Kalisari. Fokus pada penelitian ini yakni bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, selera konsumen, dan lokasi parkir terhadap keputusan konsumen dalam membeli buket bunga di Pasar Bunga Kalisari Semarang.

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini yaitu:

Menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, pendapatan, harga, selera konsumen, dan lokasi parkir terhadap keputusan pembelian bunga di Pasar Bunga Kalisari Semarang.

1.3 Manfaat

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat bagi konsumen bunga adalah konsumen memiliki kepuasan dalam melakukan pembelian buket bunga dan akan melakukan pembelian berulang serta dapat merekomendasikan konsumen lain untuk membeli di Pasar Kalisari Semarang.
2. Manfaat bagi Dinas Perdagangan Kota Semarang sebagai sarana atau bahan evaluasi untuk meningkatkan industri perdagangan di Kota Semarang dan kesejahteraan pedagang.
3. Manfaat bagi penjual bunga sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas produk, kualitas pelayanan, pendapatan, harga, dan memahami selera konsumen sehingga dapat meningkatkan laba.
4. Manfaat bagi peneliti adalah sebagai sarana dalam menerapkan ilmu dan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan dan menerapkannya dalam kehidupan bermasyarakat serta menambah ketertarikan terhadap pemasaran tanaman hias.