

BAB 1

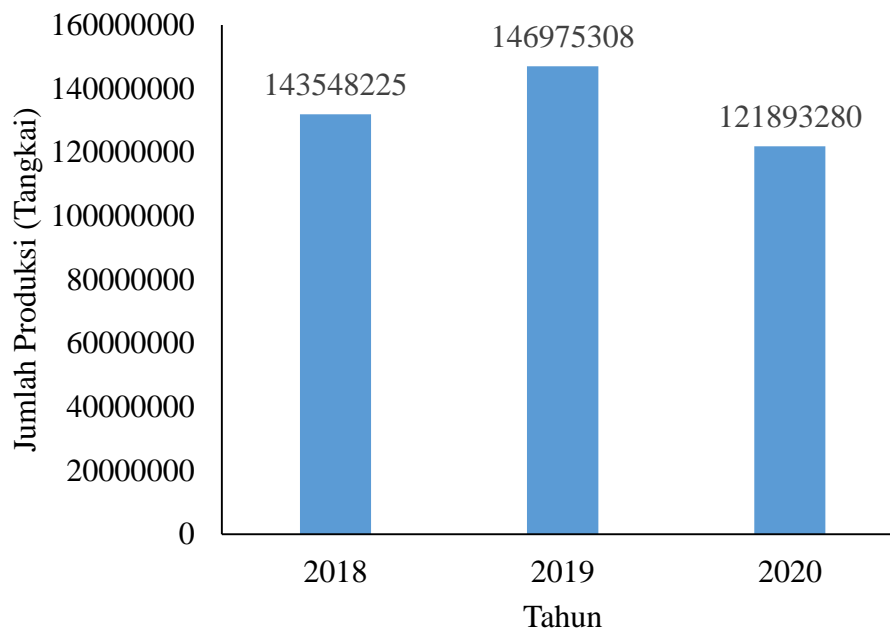
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tanaman hias menjadi salah satu komoditi pertanian yang berpotensi untuk dikembangkan di Indonesia. Komoditi florikultura terdiri dari tanaman hias pot, tanaman hias bunga potong, tanaman hias daun dan tanaman taman. Tanaman hias bunga potong diambil dari kuntum bunga dan batangnya yang biasanya dimasukan dalam vas (Wulandari, 2009). Tren masyarakat untuk menggunakan tanaman hias dalam setiap kegiatan yang dilakukan menunjukkan perkembangan positif dengan rata-rata konsumsi sebesar 25% dan produksi 20% (Lakamisi, 2010). Permintaan pasar terhadap tanaman hias yang relatif tetap mencakup jenis tanaman hias yang dibutuhkan untuk pernikahan, bunga potong atau daun potong, sedangkan permintaan pasar terhadap tanaman hias yang dangat dipengaruhi oleh tren meliputi aglonema, anthurium dll (Wiraatmaja, 2016).

Salah satu daerah di Jawa Tengah Indonesia yang dikenal memiliki tingkat produksi tanaman hias yang tinggi utamanya bunga potong yaitu Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. Data jumlah produksi tanaman hias bunga potong di Kabupaten Semarang periode 2018-2020 pada Ilustrasi 1 menggambarkan bahwa antara tahun 2018 hingga tahun 2020, produksi tanaman hias bunga potong di Kabupaten Semarang tertinggi terjadi pada tahun 2019. Produksi tanaman hias bunga potong di Kabupaten Semarang antara tahun 2018 hingga tahun 2020 paling rendah terjadi pada tahun 2020. Pertumbuhan produksi tanaman hias bunga potong

di Kabupaten Semarang antara tahun 2018-2019 diketahui sebesar 3.427.083 (tangkai). Penurunan produksi tanaman hias bunga potong di Kabupaten Semarang antara tahun 2019-2020 diketahui sebesar 25.082.028 (tangkai) (Badan Pusat Statistik, 2021).



Ilustrasi 1. Grafik produksi Tanaman hias potong (Tangkai) di Kabupaten Semarang Tahun 2018-2020.

Tanaman hias jenis bunga pot berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2019 terdiri dari bunga Adenium, Aglonema, Anthurium daun, *caladium*, *cordyline*, *diffenbachia*, *dracaena*, *euphorbia*, soka, monster, pakis, palem dan *philodendron*. Produksi tanaman hias bunga pot pada tahun 2017 di Kabupaten Semarang sebesar 499.576 pot, sedangkan pada tahun 2018 sebesar 486.770 pot (Badan Pusat Statistik, 2019). Pasar Bunga Bandungan dikenal masyarakat sekitar Kabupaten Bandungan sebagai tempat kegiatan jual beli tanaman hias bunga pot dan potong yang paling banyak dicari pedagang ecer, grosir maupun wisatawan di wilayah

Jawa Tengah. Letak Pasar Bunga Bandungan berada di sepanjang Jalan Diponegoro, Jetis, Kecamatan Bandungan di depan kantor Kecamatan Bandungan. Ramainya kegiatan jual beli di Pasar Bunga Bandungan ini menjadi faktor terjadinya kemacetan di Jalan Diponegoro karena hanya terdapat satu akses jalan transportasi menuju tempat wisata Bandungan. Kemacetan dan kondisi jalan yang kumuh menyebabkan banyak wisatawan yang berniat membeli bunga di Pasar Bunga Bandungan kemudian batal karena kondisi dan situasi yang tidak nyaman. Permasalahan tersebut menyebabkan pemerintah Kabupaten Semarang memutuskan untuk memindahkan Pasar Bunga Bandungan ke lokasi lain yang lebih strategis dan nyaman.

Lokasi Pasar Bunga Bandungan yang baru terletak di Terminal Banyukuning yang baru, Jalan Tirtomoyo, Krajan, Jetis, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang dengan jarak kurang lebih 300 meter dari lokasi lama. Letak Pasar Bunga Bandungan baru berbeda dengan Pasar Tradisional Holtikultura Bandungan. Lokasi Pasar Bunga Bandungan menjadi satu dengan terminal Banyukuning sehingga dikelola oleh Dinas Perhubungan Kabupaten Semarang.

Relokasi Pasar Bunga Bandungan dirancang lebih baik dari segi tata ruang pasar, lahan parkir serta fasilitas umum. Beragam perbaikan dilakukan pemerintah untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan konsumen tanaman hias di Pasar Bunga Bandungan. Secara umum dengan adanya relokasi pasar, konsumen lebih leluasa memilih-milih barang tanpa harus berdesak desakan. Konsumen tanaman hias bunga pot dan potong yang mayoritas adalah pedagang ecer, konsumen yang bergelut dalam bidang dekorasi, serta wisatawan luar daerah banyak menggunakan

kendaraan motor keranjang maupun mobil. Ketersediaan lahan parkir Pasar Bunga Bandung baru sudah lebih diperluas sehingga dapat memuat transportasi konsumen tanaman hias dengan kapasitas yang lebih banyak.

Konsumen dalam melakukan pembelian berulang terkadang memperhatikan tempat berbelanja. Meskipun suatu produk memiliki kualitas yang baik namun tidak nyaman dengan lokasi dan tempat berbelanja, konsumen memutuskan untuk tidak membeli kembali. Konsumen dalam menggunakan produk tidak jarang memperhatikan lingkungan, bangunan fisik, akses menuju tempat (Imam *et al.*, 2020). Perbaikan fasilitas umum dan pemindahan lokasi Pasar Bunga Bandung dipandang sebagai strategi bauran pemasaran *place* (lokasi) dari komoditas tanaman hias pot dan potong untuk membentuk pengalaman terhadap psikologis konsumen dan mempengaruhi keputusan yang berkaitan di waktu yang akan datang. Minat beli ulang konsumen tanaman hias di Pasar Bunga Bandung juga bisa didorong karena kualitas produk dan harga produk yang terjangkau. Pasar Bunga Bandung yang terletak di bahu jalan dapat juga mempengaruhi tampilan dan kesegaran tanaman hias karena secara langsung terkena debu, polusi dan sinar matahari. Adanya perpindahan lokasi ini, memungkinkan untuk menambah minat beli ulang konsumen tanaman hias karena tampilan dan kesegaran bunga yang lebih baik dibanding ketika letak pasar di bahu jalan. Penelitian ini tidak hanya membahas mengenai produk, tetapi juga pengaruh pemindahan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen.

Perilaku keputusan pembelian setelah melalui banyak proses dari mulai pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif hingga sampai pada

tahap pembelian banyak berpengaruh terhadap penilaian pasca pembelian konsumen. Minat beli ulang salah satu perilaku konsumen pada tahap penilaian pasca pembelian yang mencirikan bahwa konsumen puas dengan pelayanan, lingkungan maupun produk yang akan dibeli (Mudfarikah & Dwijayanti, 2022). Minat beli ulang konsumen tanaman hias di Pasar Bunga Bandungan dapat menentukan kebijakan relokasi yang dilakukan pemerintah berhasil atau tidak untuk menarik minat pengunjung membeli kembali karena pada dasarnya relokasi dilakukan untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen. Terciptanya minat beli ulang bagi konsumen akan mengarah pada terjadinya pembelian masyarakat sehingga berpengaruh positif terhadap pendapatan pedagang di Pasar Bunga Bandungan.

Kebijakan relokasi Pasar Bunga Bandungan terhadap minat beli ulang penting untuk dikaji karena lokasi tersebut menjadi sentra kegiatan jual beli tanaman hias bunga potong di wilayah Jawa Tengah khususnya di sekitar Kabupaten Semarang, Kota Semarang, Temanggung dan sekitarnya. Minat beli ulang menjadi perilaku konsumen yang perlu diupayakan oleh produsen seperti pedagang tanaman hias karena menyumbang stabilitas kegiatan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap konsistensi konsumen tanaman hias terhadap pedagang tanaman hias di Pasar Bunga Bandungan setelah adanya relokasi.

1.2. Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sikap konsumen terhadap atribut – atribut lokasi, kondisi lingkungan, kemudahan berbelanja, akses transportasi, warna dan daya tahan tanaman hias pot dan potong di Pasar Bunga Bandungan Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang baik sebelum maupun sesudah relokasi.
2. Menganalisis perbedaan sikap konsumen terhadap atribut lokasi, kondisi lingkungan, kemudahan berbelanja, akses transportasi, warna dan daya tahan tanaman hias pot dan potong antara sebelum dan sesudah relokasi Pasar Bunga Bandungan, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang.
3. Menganalisis pengaruh lokasi, kondisi lingkungan, kemudahan berbelanja, akses transportasi, warna dan daya tahan tanaman hias pot dan potong terhadap minat beli ulang konsumen tanaman hias pasca relokasi di Pasar Bunga Bandungan, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang.

1.3. Manfaat

Manfaat penelitian ini yaitu:

1. Bagi Pedagang Tanaman hias, dapat menjadi sumber informasi terkait efektivitas relokasi Pasar Bunga Bandungan yang baru serta sebagai bahan pertimbangan pedagang tanaman hias untuk meningkatkan skala usaha.
2. Bagi Pemerintah Daerah atau instansi terkait (Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Semarang), dapat memberikan gambaran keberhasilan kebijakan relokasi Pasar Bunga Bandungan yang diterapkan serta sebagai bahan evaluasi program pemerintah sehingga dilakukan perbaikan atas kelemahan kebijakan yang telah diterapkan.

3. Bagi Peneliti, dapat mengetahui dampak relokasi Pasar Bunga Bandungan terhadap minat beli ulang dan sikap konsumen tanaman hias dari segi lokasi, kondisi lingkungan, kemudahan, akses transportasi, warna dan daya tahan tanaman hias; serta dapat menjadi dasar penelitian lanjutan mengenai relokasi Pasar Bunga Bandungan.