

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemanasan global merupakan salah satu tantangan lingkungan terbesar yang dihadapi dunia saat ini. Aktivitas manusia terutama pembakaran bahan bakar fosil dan deforestasi telah meningkatkan konsentrasi gas rumah kaca di atmosfer yang menyebabkan kenaikan suhu global dan perubahan iklim yang signifikan. Dampak dari pemanasan global termasuk peningkatan suhu udara, naiknya permukaan laut, perubahan pola cuaca dan peningkatan frekuensi kejadian cuaca ekstrem yang berpotensi merusak ekosistem dan mengancam kehidupan manusia. Upaya untuk mengurangi dampak negatif dari pemanasan global telah dikembangkan salah satunya adalah melalui peningkatan vegetasi di lingkungan perkotaan dan perumahan salah satunya menanam tanaman hias. Sejalan dengan pernyataan Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2017) bahwa tanaman hias merupakan tanaman dengan nilai keindahan dan estetika karena bentuk bunga, daun, bentuk pohon, warna, serta harumnya yang biasa digunakan sebagai penghias rumah, kantor, hotel, dan sebagai kelengkapan upacara adat maupun keagamaan.

Florikultura adalah salah satu jenis komoditas hortikultura yang berupa berupa bunga hias potong, tanaman dalam pot maupun tanaman penghias taman. Tanaman hias memiliki potensi ekonomi untuk indonesia karena banyak jenis tanaman hias asli indonesia yang memiliki nilai jual tinggi di pasar internasional sejalan dengan pendapat Purnamasari dkk., (2017) yang menyatakan bahwa pengembangan agribisnis di indonesia memiliki nilai ekonomi serta memberikan kontribusi terhadap perdagangan internasional, perkembangan agribisnis tanaman hias di Indonesia semakin pesat dengan berkembangnya bidang sarana dan prasarana seperti permukiman, perkantoran, perhotelan sampai kepada infrastruktur publik yaitu bahu jalan dan sebagai pembatas jalan.

Fungsi dari tanaman hias tidak hanya dilihat dari nilai estetika saja namun tanaman hias juga mampu menyerap polutan dan sebagai penghasil oksigen, penempatan tanaman hias di dalam ruangan juga dapat membantu mengatur suhu dan kelembaban udara yang berkontribusi terhadap pengurangan penggunaan energi tanaman hias selain memberikan keindahan estetika juga memiliki potensi

yang signifikan dalam mitigasi pemanasan global. Budidaya dan perdagangan tanaman hias juga memberikan peluang usaha bagi masyarakat terutama di daerah pedesaan akan tetapi tantangan dalam budidaya dan pemasaran tanaman hias masih perlu di atasi seperti teknik perawatan yang tepat, pengendalian hama dan pengelolaan distribusi. Pada Tabel 1 dapat dilihat data jumlah produksi tanaman hias nasional periode tahun 2020-2023 yang dihimpun dari Kementerian Pertanian mengalami perkembangan yang signifikan.

Tabel 1. Produksi Tanaman Hias Nasional Tahun 2020-2023

| No | Tanaman Hias | Produksi Tanaman Hias Nasional |             |             |             |
|----|--------------|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|    |              | 2020                           | 2021        | 2022        | 2023        |
| 1  | Aglonema     | 856.521                        | 1.382.243   | 1.396.552   | 1.595.039   |
| 2  | Phylodendron | 9.982.429                      | 15.719.919  | 4.175.888   | 4.100.602   |
| 3  | Dracaena     | 8.329.555                      | 12.410.655  | 13.311.329  | 11.228.022  |
| 4  | Mawar        | 147.658.256                    | 126.750.881 | 169.106.617 | 204.630.736 |
| 5  | Anggrek      | 27.339.266                     | 28.124.669  | 25.057.506  | 21.709.881  |

Sumber: Kementerian Pertanian (2023)

Berdasarkan data kementerian Pertanian pada Tabel 1, jenis tanaman hias yang paling banyak diproduksi di Indonesia adalah bunga mawar dengan jumlah produksi pada tahun 2023 sebesar 204.630.736 pohon, termasuk tanaman hias lain seperti aglonema, phylodendron, dracaena, dan anggrek sehingga cukup untuk memenuhi permintaan konsumen dalam negeri.

Kota Bekasi sebagai sentra industri dan tempat tinggal kaum urban dimana lahan permukimannya yang terbatas, akan tetapi masyarakat memiliki kesadaran akan lingkungan tempat tinggal yang nyaman dengan menanam tanaman hias sebagai perindang dan memperindah lingkungan tempat tinggal, sejalan dengan pendapat Listyowati, dkk., (2023) yang menyatakan bahwa urban farming memiliki manfaat yaitu untuk menjaga ketahanan pangan dan ruang hijau di lingkungan sekitar rumah agar terlihat lestari dan menyegarkan sehingga tanaman hias semakin banyak diminati dan menjadi kebutuhan bagi perkembangan sarana dan prasarana. karena tanaman hias yang mudah di tanam di lahan yang terbatas dengan konsep vertikal garden maupun di tanam dalam pot sehingga memudahkan untuk di letakan di teras ataupun di dalam rumah.

Tanaman hias dalam pot sebagai pilihan yang bagus sebagai dekorasi, beberapa tanaman hias cocok untuk ditanam di dalam pot seperti kaktus, sukulen, monstera, dan tanaman hias lain yang mudah dalam pemeliharaannya akan tetapi

penting untuk menyiramnya secara teratur serta harus terkena sinar matahari yang cukup sehingga tanaman akan selalu segar dan enak untuk dipandang. Seiring dengan mudahnya perawatan terhadap tanaman hias sehingga masyarakat tertarik untuk merawat salah satu tanaman hias, permintaan tersebut tidak terlepas dari jumlah produksi tanaman hias sebagai pemenuhan permintaan oleh konsumen tanaman hias salah satunya di Kota Bekasi. Data produksi tanaman hias di Kota Bekasi tahun 2021-2023 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Tanaman Hias di Kota Bekasi Tahun 2021-2023

| No | Tanaman Hias | Produksi Tanaman Hias Kota Bekasi Tahun 2021- 2023 |       |           |
|----|--------------|--|-------|-----------|
|    |              | 2021   | 2022  | 2023      |
| 1  | Anthurium    | 9.350  | 4.300 | 28. 635   |
| 2  | Anyelir      |  |       | 9.982.429 |
| 4  | Mawar        | 9.500  | 5.410 | 5.298     |
| 5  | Anggrek      | 9.600  |       | 13.862    |

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan Tabel 2 Produksi tanaman hias pada tahun 2022 menurun akibat peralihan masa pandemi sehingga memengaruhi daya beli konsumen akan tetapi pada tahun 2023 produksi tanaman hias di Kota Bekasi meningkat karena masyarakat mulai menyadari bahwa dengan menanam tanaman salah satunya yaitu tanaman hias dapat mengurangi dampak dari meningkatnya suhu lingkungan. Kebutuhan tanaman hias menjadi semakin meningkat berdampingan dengan banyaknya varietas tanaman hias yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Keanekaragaman varietas ini tidak hanya memperkaya estetika ruang hijau di rumah, kantor, dan tempat umum tetapi juga memberikan fleksibilitas dalam penataan *landscape* dan desain *interior*.

Pengembangan varietas baru yang lebih tahan terhadap berbagai kondisi lingkungan serta memiliki perawatan yang mudah akan mendorong minat masyarakat terhadap tanaman hias. Menurut Khairunnisa (2023) dalam penelitiannya membuktikan bahwa, preferensi konsumen terdapat pada tanaman hias *araceae* secara berurutan mempertimbangkan atribut ukuran tanaman, warna daun, kelengkapan daun, dan harga. Selain itu didukung oleh penelitian Afiati dkk., (2023) yang membuktikan bahwa preferensi konsumen terhadap bunga krisan potong mempertimbangkan atribut warna, bentuk, dan jenis tanaman. Hal ini sejalan dengan penelitian Purnamasari dkk., (2017) atribut yang dianggap sangat

penting pada tanaman hias oleh konsumen meliputi jenis bunga, warna, dan bentuk bunga.

Atribut produk yang melekat pada tanaman hias menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yang meliputi harga maupun varietas. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk memengaruhi permintaan produknya, Bauran pemasaran terdiri dari 4P terdiri atas produk, harga, tempat, dan promosi (Kotler dan Armstrong, 2008).

Keputusan pembelian bisa dipengaruhi oleh bauran pemasaran karena setiap individu mempunyai persepsi serta penilaian untuk memastikan produk yang ingin dibelinya, mulai dari segi produk, harga, tempat, dan promosi yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya (Natakusumah dan Yuliati, 2016). Fenomena *trend* tanaman hias semakin populer seiring masyarakat yang gemar menanam tanaman hias sebagai media untuk memperindah pekarangan rumah maupun sebagai penyejuk lingkungan rumah karena tanaman hias mudah di tempatkan pada lahan yang terbatas dengan menggunakan pot ataupun *polybag*. Melihat perkembangan terhadap permintaan tanaman hias sehingga mendorong usaha-usaha baru salah satu usaha yang menggeluti dalam bidang tanaman hias yaitu Linsy Nursery.

Linsy Nursery merupakan salah satu usaha tanaman hias di Kota Bekasi yang berfokus pada bisnis tanaman hias, usaha tersebut masih tergolong industri rumahan. Penjualan dari usaha tanaman hias di Linsy Nursery cukup menjanjikan karena setiap harinya selalu ada yang datang dan membeli tanaman hias dan ada juga yang memesannya melalui *marketplace* seperti Tokopedia, hal ini memudahkan konsumen untuk membeli tanaman hias di Linsy Nursery karena konsumen tidak harus berkunjung langsung ke lokasi Linsy Nursery sehingga konsumen di luar Kota Bekasi bisa mengakses dan membeli tanaman hias yang berkualitas dengan mudah. Pada tahun 2014 Linsy Nursery memulai usahanya dengan membuka kios yang berdekatan dengan jalan raya sehingga memudahkan pembeli untuk datang berkunjung dan membeli tanaman hias. Tanaman hias seperti aglonema dan anthurium cocok diletakan di dalam ruangan hal ini menjadi faktor

yang memengaruhi konsumen tertarik untuk mengkoleksi tanaman ini adalah karena tanaman hias ini mudah dalam segi perawatannya.

Media sosial memberikan manfaat bagi pelaku usaha karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam secara efektif serta efisien. melalui *platform* penjualan *online* seperti Facebook ataupun Instagram penjual bisa memposting keindahan tanaman hias melalui foto ataupun video sehingga dapat menarik calon pembeli di luar daerah kemudian fitur interaktif seperti kolom komentar yang dapat digunakan calon pembeli dalam berinteraksi dengan penjual sehingga memudahkan dalam berbagi informasi untuk membeli tanaman hias. Tren mengkoleksi tanaman hias akan terus berkembang seperti yang terlihat pada Tabel 3 data penjualan tanaman hias di Linsy Nursery.

Tabel 3. Data Penjualan Linsy Nursery Tahun 2023

| Bulan     | Pendapatan (Rp) |
|-----------|-----------------|
| Januari   | 4.800.000,00    |
| Februari  | 6.320.000,00    |
| Maret     | 5.600.000,00    |
| April     | 6.920.000,00    |
| Mei       | 8.825.000,00    |
| Juni      | 7.982.000,00    |
| Juli      | 7.320.000,00    |
| Agustus   | 6.000.000,00    |
| September | 7.302.000,00    |
| Oktober   | 6.620.000,00    |
| November  | 6.020.000,00    |
| Desember  | 3.875.000,00    |

Penjualan yang diperoleh Linsy Nursery pada tahun 2023 setiap bulannya rata-rata mencapai Rp6.465.333,00. Pada bulan mei mengalami peningkatan karena cuaca yang mendukung seperti curah hujan yang sedikit sehingga ideal untuk menanam tanaman hias seperti tanaman hias daun akan tetapi pada bulan desember pendapatan Linsy Nursery mengalami penurunan karena pada bulan ini tingginya curah hujan yang mengakibatkan tanaman hias daun mudah terkena jamur dan karat pada daun sehingga konsumen enggan untuk membeli tanaman hias hal ini berdampak terhadap pendapatan Linsy Nursery.

Strategi pemasaran perlu di pahami oleh setiap pelaku usaha sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen yang diharapkan dapat berdampak kepada penjualan dalam menghadapi persaingan usaha serupa, Mengutip pendapat Supiani (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga yang terjangkau

membuat konsumen tertarik dan merasa puas sehingga konsumen menjadi loyal. Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada suatu produk, harga, tempat, dan promosi atau yang disebut sebagai bauran pemasaran. Sehingga dari alasan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias Daun pada Linsy Nursery”. Dengan tujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh bauran pemasaran yang dilakukan dapat memengaruhi keputusan pembelian tanaman hias daun terhadap konsumen di Linsy Nursery.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang, maka perumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian tanaman hias daun di Linsy Nursery?
2. Bagaimana pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian tanaman hias daun di Linsy Nursery?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang sudah diuraikan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara simultan terhadap keputusan pembelian tanaman hias daun di Linsy Nursery.
2. Untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran secara parsial terhadap keputusan pembelian tanaman hias daun di Linsy Nursery.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, seperti

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu Linsy Nursery untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan menawarkan jenis tanaman yang sesuai dengan permintaan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.
2. Untuk akademis diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk menambah pemahaman dan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya