BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan *Florikultura* di Indonesia dari masa ke masa mengalami peningkatan, Berdasarkan data Kementerian Pertanian, ekspor tanaman florikultura mengalami peningkatan yang cukup segnifikan pada tahun 2020, jumlah ekspor mencapai angka 2,980 juta kilogram (Kg). Pada periode 2021 jumlah ekpor kembali naik menjadi 3,414 juta kilogram, lalu pada 2022 dalam periode bulan yang sama jumlah ekspor mengalami peningkatan lagi menjadi 4,468 juta kilogram (kg) Perkembangan tanaman hias ini semakin meningkat, karena tanaman hias merupakan salah satu hiasan untuk dekorasi rumah dan bahkan menjadi suatu hobi yang banyak diminati oleh masyarakat. Namun, seiring dengan perkembangan zaman tanaman hias menjadi salah satu peluang usaha.

Di Indonesia akhir-akhir ini *florikultura* mendapat perhatian dari masyarakat karena menjadi salah satu alternatife bisnis. Ada beberapa komoditas *florikultura* yakni jenis tanaman seperti, *Anthurium, Aglaonema, Scindapsus, Monstera, Syngonium, Alocasia,* dan *Philodendron* komoditas tersebut sangat potensial prospektif untuk dikembangkan dan dikelola secara agribisnis mengingat potensi sumber daya alam, sumber daya manusia dan ketersediaan teknologi serta potensi serapan pasar di dalam negri dan pasar internasional.

Florikultura saat ini memiliki kesempatan yang sangat luar biasa dalam bersaing secara global, dengan adanya perkembangan yang begitu pesat peluang produksi budidaya tanaman memiliki prospek yang cerah dalam industri multinasional. Para pelaku usaha dapat berkerjasama dengan Negara lain dalam melakukan kegiatan seperti Pameran Tanaman Hias Internasional, termasuk dengan adanya program yang dilakukan oleh pemerintah dalam bidang pertanian tentu ini akan mendorong kewirausahaan mandiri berbasis tanaman hias yang berkualitas.

Perkembangan bisnis tanaman hias di Indonesia ini akan menjadi hal yang sangat istimewa termasuk di salah satu daerah Kota Bogor. Yang terkenal sebagai penghasil tanaman hias yang berkualitas. Oleh karena itu menunjukan bahwa saat ini perekonomian masyarakat di Indonesia mulai mengalami kebangkitan. Dengan begitu banyak

masyarakat saat ini mulai mencari dan memanfaatkan peluang khususnya para wirausahawan muda untuk mendirikan dan membuka berbagai macam usaha yang berhubungan dengan pertanian tanaman hias.

Seperti yang kita ketahui Kota Bogor menjadi salah satu penghasil tanaman hias yang bagus dan berkualitas. Maka ini menjadi salah satu peluang bisnis yang menjanjikan, hanya yang menjadi kendala adalah semakin banyak bisnis tanaman hias di Kota Bogor, sehingga penulis menjadi ingin mengetahui harga jenis tanaman hias. Disamping itu faktor apa saja yang menjadi acuan untuk konsumen membeli tanaman hias yang diingkan. Berikut penulis sajikan daftar harga beberapa tanaman hias yang ada di Kota Bogor yang akhir – akhir ini banyak diminati oleh konsumen.

Tabel 1.1 Daftar Harga Tanaman Hias Di Kota Bogor

NO	JENIS	KEUNGGULAN	HARGA
1	*Anthurium*	Warna cerah, cantik, dan akar kuat	Rp. 50 ribu – 5 Juta
2	*Aglaonema*	Kemampuan aglaonema menyaring polutan di ruangan	Rp. 50 ribu – 4 Juta
3	*Scindapsus*	Daun yang merambat menjadi ciri khas keindahannya	Rp. 50 ribu – 2 Juta
4	*Monstera*	Daun lebar dan seperti dipotong-potong/bolong bolong	Rp. 50 ribu – 2 Juta
5	*Syngonium*	Memiliki warna daun yang indah, cerah dan banyak warna	Rp. 50 ribu – 2 Juta
6	*Alocasia*	Memiliki warna yang indah, dan menjadi salah satu tanaman yang langka	Rp. 50 ribu – 1 Juta
7	*Philodendron*	Warna yang indah, akar yang kuat dan memiiki banyak jenis variasi	Rp. 50 ribu – 2 Juta

Sumber : CV. Kebun Indah Jaya

Melihat Table 1.1 memperlihatkan bahwa jumlah jenis tanaman hias yang ada di Kota Bogor cukup beragam. Dengan hal ini tentunya para pelaku usaha tanaman hias perlu berfikir strategis dan kreatif dalam meningkatkan kompetisi. Dunia bisnis saat ini tentunya berkaitan

dengan sistem pemasaran, Kualitas produk, harga, promosi bahkan kepuasan pelanggan. Harapannya agar konsumen merasa puas dalam melakukan pembelian tanaman hias khususnya di Kota Bogor. Oleh karena itu para pelaku usaha tentunya perlu memperhatikan aspek penting dalam pemasaran sebagai kunci dari keberhasilan.

Pemasaran merupakan proses manajeral yang menjadikan individu atau kelompok mendapatkan yang diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen Philip Kotler (2019). Sedangkan arti manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi secara efektif dan efisien Philip Kotler (2019). Adapun beberapa hal yang seharusnya dilakukan oleh manajemen untuk memenangkan persaingan bisnis tersebut antara lain yang berhubungan dengan kualitas produk, harga dan promosi di dalam bisnis.

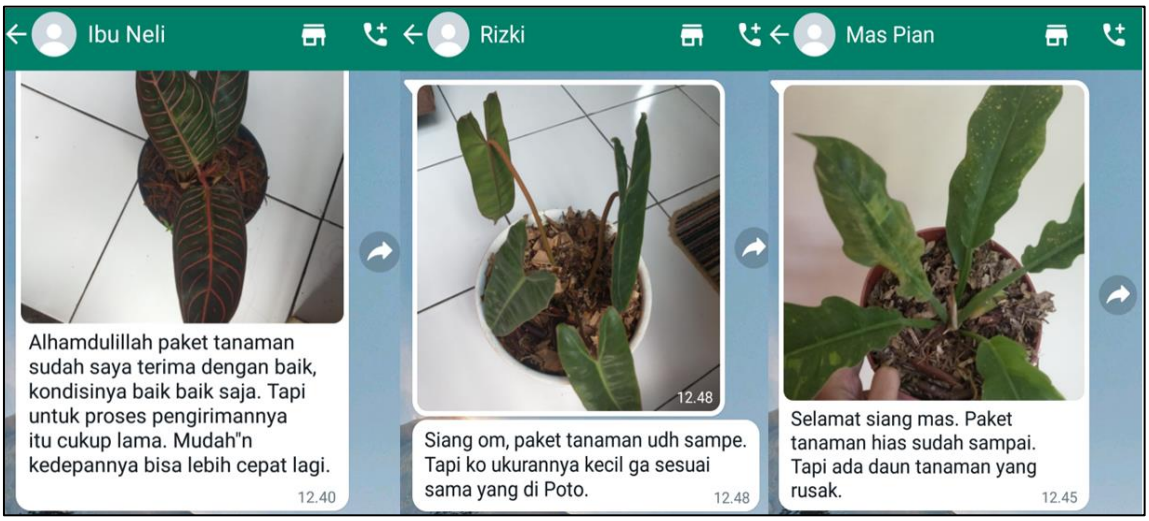
Kualitas produk adalah suatu faktor yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli suatu produk Ernawati (2019). Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Dengan produk yang berkualitas konsumen pun akan mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dijual.

Selain kualitas produk penetapan harga juga merupakan satuan terpenting. karena harga merupakan suatu nilai tukar dari sebuah produk atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Selain itu, harga merupakan salah satu penentu dari keberhasilan dalam menjalani usaha. bisnis yang berhasil dinilai dari seberapa besar perusahaan itu bisa mendapatkan keuntungan dari besaran harga yang ditentukannya dalam menjual suatu produk.

Promosi juga sangat berperan penting dan dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan dengan tujuan mengenal dan mengetahui produk-produk yang dijual, maka dari itu promosi bisa menjadi kegiatan yang memperkenalkan suatu produk yang ditawarkan oleh pebisnis kepada konsumen salah satunya dengan ber iklan atau brosur yang menarik. Hal ini bisa menyebabkan hal positif bagi konsumen untuk berkunjung dan melakukan keputusan pembelian, mengingat promosi ini begitu penting maka manajemen harus meningkatkan

promosi untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang dijual memiliki keunggulan dibanding pesaing.

Namun hasil ini belum bisa dimaksimal oleh para pelaku usaha. Hal ini salah satunya ditandai dengan masih banyaknya komplain yang dilakukan oleh para konsumen atas berbagai hal tersebut. Hal ini menyebabkan timbulnya kekecewaan seorang konsumen atau keluhan yang disampaikan oleh seorang pelanggan. Tanpa kita sadari inilah faktor yang akan berpengaruh bagi keputusan pembelian, Adapun uraian ini merupakan sebuah komplain yang disampaikan oleh konsumen ataupun pelanggan ketika melakukan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya, seperti yang disampaikan dibawah ini.



Gambar 1.1. Komplain Konsumen CV. Kebun Indah Jaya
Sumber : CV. Kebun Indah Jaya

Dengan berbagai komentar atau komplain para konsumen yang melakukan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya. Tentunya masih ada kekecewaan lain dari konsumen, namun sebagian konsumen enggan berkomentar. Ini tentunya menjadi masalah bagi pemilik usaha dan hal ini bisa menjadikan masalah dalam keputusan pembelian. Dengan ini untuk mencapai keseimbangan produk CV. Kebun Indah Jaya, maka manajemen harus memperhatikan kualitas produk.

Dari pembahasan diatas sekaligus fenomena yang terjadi menunjukkan salah satu tempat pembelian tanaman hias yaitu CV. Kebun Indah Jaya, yang memang belum memaksimalkan kualitas produk sehingga ada beberapa konsumen yang masih belum puas setelah melakukan pembelian tanaman hias tersebut. Sehingga tidak heran banyak usaha-usaha tanaman hias yang tidak bisa bertahan. ditengah banyaknya kompetitor dan pada

akhirnya tutup dalam waktu yg relatif singkat.

Berdasarkan uraian dan data diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di CV. Kebun Indah Jaya".** Dengan penelitian ini dapat diketahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Tanaman Hias di CV. Kebun Indah Jaya, sehingga kedepannya dapat terus dilakukan Langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan kualitas kepuasan konsumen.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan dilapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Semakin maraknya para pelaku usaha baru yang menawarkan produk yang sama dan lebih menarik sehingga menimbulkan persaingan usaha yang sangat kuat diantara pelaku usaha tanaman hias di Kota Bogor.
2. Masih ada konsumen yang kecewa dikarenakan tingkat kualitas produk yang tidak sesuai dengan harapan, yang sekaligus menunjukkan masih rendahnya kinerja karyawan.
3. Harga yang ditetapkan oleh CV. Kebun Indah Jaya hampir setara dengan toko tanaman hias yang sudah terkenal.
4. Kurangnya strategi dalam menentukan harga sehingga minimnya diskon untuk para pelanggan.
5. Promosi yang belum maksimal dilakukan karena *owner* CV. Kebun Indah Jaya belum sepenuhnya menargetkan pemasaran digital.
6. Proses *packing* tanaman yang membutuhkan waktu yang lama karena terbatasnya karyawan.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada pada CV. Kebun Indah Jaya menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Penulis membatasi penelitian ini pada variabel Kualitas Produk, Harga dan promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di CV. Kebun Indah Jaya.

1. Penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian tanaman hias CV. Kebun Indah Jaya.

2. Variabel yang diteliti meliputi kualitas produk, harga, dan promosi sebagai variabel bebasnya dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.
3. Responden hanya dibatasi pada pelanggan yang melakukan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan berpengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.
2. Apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.
3. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.
4. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara simultan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tanaman hias CV. Kebun Indah Jaya
2. Untuk mengetahui secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.
3. Untuk mengetahui secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.
4. Untuk mengetahui secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.

1.6. Manfaat Penelitian

Sama halnya dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan secara umum dan informasi khususnya tentang pengaruh kualitas produk, harga dam promosi.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengembangkan pemasan guna meningkatkan kualitas produk, harga dan promosi.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian sebelumnya terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tanaman hias di CV. Kebun Indah Jaya.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami laporan ini, maka materi dalam skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari kutipan buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis yang lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.