

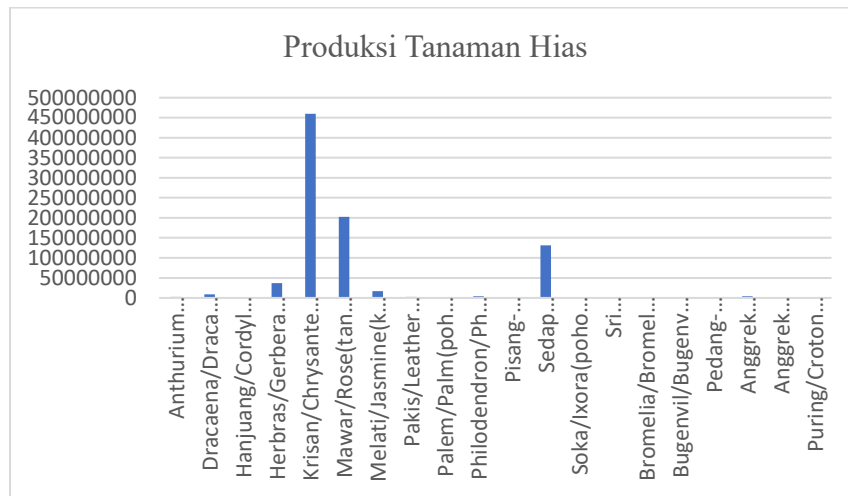
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian hortikultura merupakan salah satu sektor penting dalam bidang pertanian yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Komoditas hortikultura terdiri atas berbagai kelompok tanaman, seperti buah-buahan, sayuran, dan tanaman hias. Komoditi hortikultura tidak hanya berperan sebagai penyedia kebutuhan pangan masyarakat, tetapi juga memiliki nilai estetika dan nilai ekonomi yang tinggi. Khususnya tanaman hias yang menjadi salah satu komoditas unggulan karena keindahan dan daya tariknya. Selain memiliki fungsi estetika, tanaman hias merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi karena permintaan pasar yang terus meningkat, sehingga banyak orang yang melihatnya sebagai peluang usaha yang menguntungkan (Nurhandayani *et al.*, 2025).

Komoditi tanaman hias memiliki keunikan tersendiri yang menjadikannya bernilai tinggi di pasaran. Keindahan komoditi tanaman hias dapat dilihat dari variasi warna, bentuk, struktur daun yang unik, serta karakteristik tajuk dan batang yang beragam. Komoditi tanaman hias di Indonesia memiliki berbagai jenis tanaman yang beragam. Indonesia sebagai negara beriklim tropis, memiliki keanekaragaman hayati yang tinggi sehingga menjadi potensi besar bagi pengembangan berbagai jenis tanaman hias. Sejalan dengan Safitri *et al* (2024) Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan flora yang sangat melimpah dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi. Jenis tanaman hias yang dihasilkan di Indonesia antara lain yaitu mawar, anggrek, anthurium, dracaena, hanjuang, herbras, krisan, melati, pakis, palem, pedang-pedangan, philodendron, pisang-pisangan, sedap malam, soka, sri rejeki, bromelia, bugenvil, serta puring.



Gambar 1. 1 Produksi tanaman hias di Indonesia pada tahun 2024

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2025)

Salah satu jenis tanaman hias yang banyak dihasilkan dan memiliki peranan penting dalam subsektor florikultura di Indonesia adalah tanaman hias jenis bunga krisan. Menurut data Badan Pusat Statistik (2025), bunga krisan menempati posisi pertama sebagai tanaman hias dengan jumlah produksi tertinggi di Indonesia pada tahun 2024. Jumlah produksi bunga krisan di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 459.358.361 tangkai. Produksi bunga krisan yang tinggi menunjukkan bahwa bunga ini menjadi komoditas yang banyak diminati dan sering dibudidayakan oleh para petani di berbagai wilayah. Bunga krisan (*Chrysanthemum*) merupakan salah satu jenis bunga unggulan nasional yang populer di Indonesia dan banyak dibutuhkan atau digunakan masyarakat serta di produksi yang cukup masif (Pratama *et al.*, 2025).

Semakin tingginya kesadaran masyarakat terhadap keindahan dan estetika lingkungan, tanaman hias mulai digunakan sebagai bagian dari dekorasi interior dan eksterior. Pertumbuhan sektor jasa, seperti industri dekorasi, acara, serta pariwisata dan perhotelan, juga meningkatkan permintaan bunga potong, termasuk bunga krisan. Tanaman hias memiliki nilai estetika atau keindahan tersendiri sehingga banyak diminati. Selain aspek keindahan, tanaman hias juga memiliki potensi ekonomi yang besar, sehingga bisa

dijadikan peluang bisnis yang menguntungkan. Menurut Fauzia Kamila *et al.* (2022) Perkembangan bisnis tanaman hias terjadi sangat pesat karena komoditas ini mempunyai nilai ekonomi yang relatif tinggi dan mudah dikembangkan. Usaha dibidang tanaman hias memberikan manfaat sebagai sumber pendapatan bagi para petani dan pedagang tanaman hias serta membuka peluang kerja baru disektor ini.

Peluang usaha tanaman hias meningkat karena tren dikalangan masyarakat yang melakukan kegiatan merawat tanaman sehingga minat beli masyarakat terhadap tanaman hias meningkat. Tingginya minat beli masyarakat mengakibatkan munculnya persaingan antara pedagang tanaman hias, baik antar pelaku usaha tradisional maupun dengan platform online. Munculnya berbagai toko tanaman hias berbasis digital dan *e-commerce* membuat konsumen memiliki lebih banyak pilihan untuk membeli produk yang diinginkan dengan mudah dan cepat. Munculnya berbagai platform *e-commerce* yang menjual tanaman hias memberikan alternatif bagi konsumen dalam berbelanja secara lebih mudah, cepat, dan terpercaya tanpa harus datang langsung ke toko (Sarastila *et al.*, 2021).

Persaingan yang semakin ketat ini menjadi tantangan serius bagi setiap pelaku usaha untuk dapat mempertahankan pangsa pasar yang sudah dibangun. Untuk dapat bertahan dan berkembang di tengah kompetisi yang sengit, para pelaku usaha selain berfokus pada peningkatan penjualan juga dituntut memahami kebutuhan, keinginan, serta perilaku konsumen yang terus berubah seiring perkembangan zaman. Pemahaman ini menjadi aspek penting dalam memberikan kepuasan yang optimal pada konsumen. Persaingan bisnis yang semakin sengit menuntut perusahaan untuk menentukan strategi yang paling efektif dalam memasarkan produk maupun jasanya. Perusahaan perlu terus memantau dinamika dan perubahan yang terjadi dalam lingkungan persaingan bisnis yang selalu berkembang (Mardhiyah & Safrin, 2021).

Persaingan bisnis yang semakin kompetitif ini turut dirasakan oleh Toko tanaman hias bita, sebuah toko konvensional yang sudah lama beroperasi di pasar lokal dalam bidang penjualan tanaman hias. Toko tanaman hias bita

merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Bojonegoro yang menjual berbagai jenis produk tanaman hias, bunga, bibit buah, serta perlengkapan kebun seperti pot, paranet, dan lain lain. Salah satu komoditas unggulan yang ditawarkan oleh toko ini adalah tanaman hias bunga krisan. Toko Tanaman Hias Bitu menyediakan berbagai pilihan bunga krisan dengan variasi warna dan ukuran yang beragam. Produk tersebut dipasarkan dengan harga Rp 30.000 per pot, sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan konsumen. Keunggulan ini menjadi salah satu daya tarik utama toko dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Konsumen saat ini dihadapkan pada berbagai pilihan toko dengan produk yang relatif serupa, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu menarik dan mempertahankan minat konsumen. Toko tanaman hias bitu dituntut untuk mampu menawarkan keunggulan kompetitif dibandingkan toko sejenis disekitarnya agar dapat mempertahankan konsumen ditengah persaingan yang ketat. Dalam situasi persaingan tersebut, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi aspek yang sangat penting, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Melalui pemahaman atas perilaku konsumen seorang pemasar dapat memahami apa yang diharapkan pelanggan yang pada gilirannya dapat menciptakan kepuasan kepada pelanggan (Isa & Istikomah, 2019).

Faktor-faktor yang dinilai berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebuah produk diantaranya kualitas produk, harga, serta lokasi (Febriani *et al.*, 2023). Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian. Apabila kualitas yang ditawarkan sesuai dengan harapan, maka konsumen akan lebih yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam pembeliannya, konsumen memutuskan melakukan pemilihan pada produk-produk yang memiliki kualitas yang baik dan dapat diandalkan (Paludi & Juwita, 2021). Harga juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen akan menilai apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas dan manfaat yang

diperoleh. Sejalan dengan pendapat Khoiriyah & Budi Utomo (2021) yang menyatakan bahwa konsumen menggunakan harga sebagai pertimbangan untuk menentukan pembelian suatu produk atau tidak.

Selain itu, faktor lain yang tidak kalah penting adalah lokasi usaha. Lokasi yang mudah dijangkau, mudah ditemukan, serta memiliki fasilitas pendukung yang memadai dapat memberikan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi yang strategis dapat menjadi keunggulan kompetitif yang memengaruhi pilihan konsumen. Lokasi juga menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya, karena pemilihan lokasi yang strategis akan menyebabkan tingkat minat konsumen yang tinggi untuk mengunjungi dan membeli produk atau jasa (Dewanti & Yuniarti, 2023). Dengan mempertimbangkan pentingnya beberapa faktor tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, serta lokasi terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu.

Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi secara akademik dalam pengembangan kajian agribisnis terutama terkait perilaku konsumen, tetapi juga memiliki manfaat praktis bagi pihak Toko Tanaman Hias Bitu. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, seperti peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang lebih kompetitif, serta pengelolaan lokasi usaha yang lebih optimal. Dengan demikian, usaha yang dijalankan dapat meningkatkan daya saing, menarik lebih banyak konsumen, serta mendorong peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu?

2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu?
4. Apakah kualitas produk, harga, serta lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan beberapa rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu.
2. Menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu.
3. Menganalisis pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian bunga krisan pada Toko Tanaman Hias Bitu.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti
Penelitian ini memberikan manfaat bagi peneliti dalam menambah wawasan dan pemahaman lebih mengenai perilaku konsumen, khususnya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli tanaman hias bunga krisan.
2. Manfaat bagi tempat penelitian
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak toko terkait keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tanaman hias krisan yang dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengevaluasi dan

meningkatkan strategi pemasaran yang diterapkan. Dengan ini, diharapkan toko tanaman hias Bitu dapat memperkuat strategi pemasaran dan daya saingnya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur dan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang agribisnis, khususnya penelitian yang sejenis dengan penelitian ini.

1.5 Batasan Masalah

Dalam menjaga konsistensi dan ketepatan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Bunga Krisan Pada Toko Tanaman Hias Bitu”, perlu adanya identifikasi batasan-batasan masalah untuk memfokuskan ruang lingkup penelitian. Batasan-batasan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan secara spesifik pada Toko Tanaman Hias Bitu yang berlokasi di Bojonegoro. Karena itu, penelitian ini mungkin tidak dapat secara langsung diterapkan pada toko bunga lainnya.

2. Jenis Tanaman Hias

Penelitian ini membatasi jenis tanaman hias yang diteliti adalah bunga krisan. Hasil penelitian ini tidak mencakup secara rinci variasi jenis tanaman hias lainnya yang tersedia di toko tanaman hias Bitu.

3. Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi kualitas produk, harga, dan lokasi sebagai variabel bebas serta keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Aspek-aspek lain yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian tidak mendapatkan pemahaman yang mendalam dalam penelitian ini.

4. Waktu penelitian

Waktu penelitian dibatasi oleh periode tertentu, sehingga perubahan kondisi di toko tanaman hias bita setelah periode tersebut tidak dicakup dalam analisis.

5. Batasan Analisis

Analisis yang dilakukan berfokus pada pengujian pengaruh langsung antara variabel bebas kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.