

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aglonema adalah salah satu jenis tanaman hias yang saat ini sangat populer di kalangan masyarakat (Wijayanti, 2021). Tanaman aglonema terus mengalami perkembangan khususnya dari segi produksi pertahunnya. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh BPS Indonesia pada tahun 2019 menyatakan bahwa pada tahun 2018, Indonesia mampu memproduksi 853.544 pot tanaman Aglaonema. Jumlah ini lebih sedikit dibandingkan jumlah pada tahun 2017 yang hanya menghasilkan 874.822 pot (Akbar, 2021).

Salah satu usaha tanaman hias yang aktif melakukan penjualan tanaman hias aglonema yaitu UD Mitra Flora. UD Mitra Flora terletak di Kecamatan Batu, Kota Batu. Usaha tanaman hias Mitra Flora ini terletak di Jl Mawar Putih No. 85, Kelurahan Sidomulyo, Kec. Batu, Kota Batu. Lokasi usaha mitra flora ini cukup strategis karena terletak dipinggir jalan yang akan memudahkan pelaku usaha dalam melakukan distribusi pemasaran. Berdasarkan hasil survei penelitian terdapat permasalahan di usaha Mitra Flora yaitu menurunnya pendapatan hal ini dipengaruhi oleh menurunnya permintaan konsumen tanaman hias aglonema dan munculnya berbagai pesaing baik *online* ataupun *offline*.

Sebuah usaha tanaman hias saat ini tengah penuh dengan persaingan, sehingga pebisnis yang bergerak dibidang ini dituntut untuk lebih memahami perilaku konsumen terutama yang berkaitan dengan perilaku dalam membeli tanaman hias. Sebagai produsen seorang pelaku usaha dibidang tanaman hias, tentunya perlu untuk memiliki pengetahuan ini agar dapat menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar atau keinginan konsumen. Mengingat setiap individu memiliki karakteristik yang beda-beda maka perlu untuk penyediaan produk tanaman hias yang beragam agar dapat lebih potensial menjangkau pembelian tanaman hias (Fahrial, 2023).

Seorang pelaku bisnis perlu memahami berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Strategi pemasaran merupakan serangkaian rencana terpadu yang dirancang oleh

perusahaan untuk menetapkan target pasar, dengan tujuan utama memberikan kepuasan kepada konsumen melalui penerapan unsur-unsur dalam bauran pemasaran. Elemen-elemen bauran pemasaran ini dapat dimanfaatkan untuk mengidentifikasi respons yang diharapkan dari pasar sasaran oleh para pelaku usaha (Rifai, 2023).

Penelitian terdahulu yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yaitu faktor harga, lokasi, produk, promosi (Knuth *et al.*, 2021; Taufiq *et al.*, 2022; Wicaksana & Bintari, 2022) Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dengan mengutamakan tren dan selera (Iswad, 2021; Khairunnisa, 2023; Siregar *et al.*, 2021). Keputusan konsumen dalam membeli tanaman aglonema dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah mutu produk yang ditawarkan serta kualitas pelayanan yang diberikan (Pratiwi & Mardhiysh, 2023; Man, 2023; Abby & Daud, 2023) beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias yaitu *costumer review*, *costumer rating*, dan pengalaman berbelanja dari konsumen (Lestari *et al.*, 2023; Saifullah, 2022). Berbagai faktor seperti aspek sosial, dan juga aspek budaya, serta aspek individual seperti psikologis, dan karakteristik pribadi konsumen turut memengaruhi keputusan dalam membeli tanaman aglonema (Fauzi *et al.*, 2021; Rosalin *et al.*, 2023; Ananda & Tumanggor, 2022; Zumara, 2022; Elmita, 2021).

Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen secara definitif memilih untuk membeli salah satu produk dari berbagai alternatif yang tersedia. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengkaji topik terkait dengan judul penelitian “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam pembelian Tanaman Aglonema**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil pemaparan masalah di atas maka dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana varian, akses lokasi, pelayanan, harga dan kebersihan toko di UD Mitra Flora?
2. Bagaimana pengaruh varian, akses lokasi, pelayanan, harga dan kebersihan toko terhadap keputusan pembelian tanaman hias aglonema di UD Mitra Flora?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan terkait varian, akses lokasi, pelayanan, harga dan kebersihan toko di UD Mitra Flora
2. Menganalisis pengaruh dari varian, akses lokasi, pelayanan, harga dan kebersihan toko terhadap keputusan pembelian tanaman hias aglonema di UD Mitra Flora

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah yang telah di kemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi petani dapat memberikan informasi tentang bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk tanaman aglonema.
2. Bagi instansi terkait dapat memberikan pertimbangan referensi dalam mengambil kebijakan sektor pertanian pada tanaman aglonema.
3. Bagi akademisi atau peneliti sebagai salah satu referensi ilmiah dibidang usahatani yang dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional seperti serangkaian instruksi yang memberi tahu kita apa yang kita cari atau ukur. Ini membantu kita mengetahui batasan-batasan dari sesuatu yang ingin kita pelajari. Ini juga membantu kita mengetahui cara kita mengukur atau mengamati sesuatu yang membantu kita menciptakan alat untuk melakukan itu.

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian diartikan sebagai proses yang dialami konsumen yang terdiri dari proses pengenalan produk tanaman Aglonema, pencarian informasi yang berkaitan dengan Aglonema baik berupa varian jenis, warna dan sejenisnya dan kemudian menganalisisnya yang dilakukan sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian.

2. Varian Tanaman Aglonema

Varian tanaman Aglonema merupakan jenis-jenis dari tanaman aglonema yang berkaitan dengan warna daun, bentuk daun, dan juga corak serta keunikan yang dimiliki oleh tanaman Aglonema.

3. Lokasi

Lokasi adalah tempat yang menjadi sebuah lokasi pembelian tanaman aglonema seperti UD Mitra Flora Nusantara. Lokasi adalah hal yang sangat diperhitungkan konsumen yang akan membeli tanaman aglonema dalam mengambil keputusan pembelian dengan memperhitungkan jarak, waktu, dan akses lokasi dari sebuah tempat penjualan.

4. Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian tanaman Aglonema. Pelayanan yang berkaitan dengan aktivitas jual beli tanaman Aglonema dapat diukur dengan indikator-indikatornya yaitu, keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), dan empati (*emphaty*), yaitu keramahan karyawan dalam melayani konsumen (Laruke *et al.*, 2021).

5. Harga

Harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk Rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli tanaman aglonema untuk mendapatkan tanaman hias Aglonema yang dibelinya.

6. Display Toko

Display merupakan salah satu dari alat-alat promosi penjualan yang mempunyai fungsi sebagai penarik perhatian konsumen agar dapat melakukan pembelian pada toko tersebut. Display adalah penataan barang dagangan di tempat tertentu dengan tujuan menarik minat konsumen untuk melihat dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Display barang sangat penting dilakukan, karena display yang baik akan menimbulkan minat pelanggan untuk membelinya.