

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komoditas hortikultura merupakan salah satu komoditas pertanian Indonesia yang cocok dikembangkan dengan sistem agribisnis, komoditas hortikultura terdiri dari tanaman hias, tanaman buah-buahan, tanaman obat-obatan, dan sayuran. Tanaman hias merupakan salah satu komoditas yang sangat berarti di Indonesia. Hal ini disebabkan karena jenis tanaman hias ini dapat ditanam pada areal yang relatif sempit, memiliki nilai jual yang tinggi, serta diterima oleh masyarakat. Tanaman hias memiliki keindahan yang membuat masyarakat sangat menikmatinya yang dapat mendorong kualitas tanaman hias semakin tinggi.

Tanaman hias dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu dari segi karakteristik dan dari segi bentuk hasil dan fungsi. Dari segi karakteristik tanaman hias digolongkan menjadi 4 bagian, yaitu tanaman hias tangkai, tanaman hias kilogram, tanaman hias pohon, dan tanaman hias rumpun. Sedangkan dari segi bentuk hasil dan fungsi tanaman hias dibedakan menjadi 5 bagian, yaitu bunga potong, bunga tabur, daun potong, tanaman pot, dan tanaman lansekap (Kementerian Pertanian Direktorat Jenderal; Hortikultura 2014).

Tanaman hias merupakan tanaman yang manfaat utamanya adalah sebagai hiasan untuk memberikan keindahan dan ketertarikan yang dapat dinikmati, baik ditanam di luar (outdoor plant) maupun di dalam ruangan (indoor plant). Tanaman

hias yang berada di Indoor plant merupakan tanaman yang dapat tumbuh dengan baik walaupun sirkulasi udaranya rendah dan berada dibawah kondisi intensitas cahaya misalnya tanaman hias daun dan ada juga beberapa tanaman bunga. Sedangkan outdoor plant adalah tanaman yang tahan terhadap cahaya matahari yang tinggi bahkan kelembaban yang berfluktuasi, tanaman outdoor plant ini sangat banyak jenisnya.

Salah satu fungsi tanaman hias adalah sebagai pelestari lingkungan dan penyejuk jiwa. Tanaman hias bisa menjadi paru-paru lingkungan karena dapat memberikan udara yang bersih dan segar. Menata lingkungan dengan berbagai jenis tanaman hias dapat menciptakan kenyamanan, keindahan, dan keharmonisan lingkungan. Di dalam lingkungan tanaman hias akan memberikan kepuasan tersendiri yang tak ternilai harganya, yang bisa membuat seseorang lebih santai karena rasa penat dan kelelahannya sudah di sembuhkan oleh keindahan tanaman hias tersebut yang memiliki bentuk dan warna yang unik baik itu bunganya, daunnya, bahkan batangnya.

Jumlah pecinta tanaman hias dari waktu ke waktu semakin meningkat, banyak masyarakat yang mencari tanaman hias karena tanaman hias memiliki daya tarik yang tinggi akan keindahan yang dimilikinya. Dalam mengoleksi tanaman hias banyak orang menjadikannya menjadi sebuah hobi guna menghabiskan waktu yang lebih produktif. Apalagi dimasa pandemi covid-19 ini penggemar tanaman hias meningkat drastis bahkan harga tanaman hias memiliki harga yang tinggi diantaranya tanaman Monstera atau Janda Bolong, Sri Rejeki alias Aglonema, lidah mertua, anthurium,

Calatea, dan masih banyak lagi yang lainnya. Viralnya tanaman hias ini adalah soal tren, karena mencuatnya secara tiba-tiba. Faktor penyebab trennya tanaman hias ini karena orang jenuh di rumah selama pandemi dan hendak mencari hobi baru yaitu koleksi tanaman hias. Penyebab berikutnya yaitu terpengaruh akan informasi yang ada di media sosial mengenai tren tanaman hias yang katanya harganya tinggi. Sehingga dengan boomingnya tanaman hias orang akan berlomba-lomba mengoleksinya dengan berpikir bahwa tanaman hias tersebut barang langka serta tidak merasa ketinggalan zaman. Namun, disisi lain banyaknya orang yang mencari tanaman hias ini karena adanya tuntutan akan keindahan lingkungan misalnya seperti pembangunan kompleks perumahan, industri pariwisata, perkantoran bahkan pembangunan pusat-pusat perbelanjaan.

Salah satu pengusaha tanaman hias adalah Bapak Yusuf yang berlokasi di Jl. William Iskandar Psr.VII Medan Estate. Berdasarkan observasi dalam penelitian ini, pengelola usaha tanaman hias Bapak Yusuf selain menjual langsung tanaman hias di tokonya, beliau juga melakukan budidaya tanaman hias di rumahnya dengan maksud ketika tanaman hias yang di toko sudah habis terjual maka tanaman hias yang ada di rumah siap diangkut ke toko untuk dijual. Penjualan tanaman hias masih dilakukan dengan tradisional yaitu dengan menunggu konsumen datang ke toko untuk membeli tanaman hias hal ini terjadi karena masih kurangnya pengetahuan pengelola akan pentingnya promosi dalam melakukan penjualan suatu produk. Kebersihan dan kenyamanan lokasi tanaman hias ini sangat baik sehingga menjadi suatu nilai tambah

bagi toko ini. Ditambah lokasi yang strategis tidak jauh dari akses jalan utama membuat pembeli mudah mengakses lokasi tanaman hias milik Bapak Yusuf.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Pengunjung Tanaman Hias Di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Pengunjung</b>
Januari	104 Orang
Februari	72 Orang
Maret	125 Orang
April	132 Orang
Mei	146 Orang
Juni	90 Orang
Juli	119 Orang
Agustus	111 Orang
September	113 Orang
Oktober	108 Orang
<b>Jumlah</b>	<b>1.120 Orang</b>

*Sumber: Pemilik Tanaman Hias Bapak Yusuf (2021)*

Dari tabel 1.1 di atas dapat Kita lihat bahwa jumlah pengunjung yang datang ke toko tanaman hias milik Bapak Yusuf mengalami fluktuasi, hal ini disebabkan

karena banyak orang memiliki waktu luang apalagi ibu-ibu rumah tangga yang melaksanakan kegiatan di rumah saja yang membuat mereka merasa stres, sehingga pada akhirnya mereka mencari kegiatan baru atau hobi baru untuk menghilangkan stress. Apalagi sekarang sedang ramai-ramainya orang mencari berbagai jenis tanaman hias yang memicu meningkatnya pembelian tanaman hias, terlebih dari kalangan perempuan baik yang muda dan ibu rumah tangga. Disisi lain juga adanya pembangunan kompleks perumahan seperti di Citraland dimana pembeli perumahan tersebut membutuhkan tanaman hias untuk menata lingkungannya agar terlihat lebih indah sehingga pembeli perumahan tersebut datang berkunjung ke toko tanaman hias Bapak Yusuf. Namun, walaupun pengunjung toko Bapak Yusuf mencapai 100 orang perbulannya Bapak Yusuf merasa bahwa pengunjung tokonya masih kurang maksimal setiap harinya karena jika dirata-ratakan pengunjung setiap harinya hanya mencapai 1-5 orang saja dan dihari-hari tertentu hanya mendapat 1-2 pengunjung, bahkan ada hari dimana tidak adanya pengunjung yang membeli di Yusuf Flower. Dilain sisi Bapak Yusuf juga masih harus berhadapan dengan pembeli khususnya ibu-ibu yang melakukan penawaran harga tanaman yang rendah, jika harga yang ditawarkan masih normal dan memberi untung pada Bapak Yusuf maka bunga tersebut akan dijual, sebaliknya jika harga bunga sudah ditawarkan terlalu rendah dan pembeli tersebut masih tetap pada pendiriannya maka tanaman hias tidak jadi dijual.

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah Tanaman Hias Yang Terjual Di Yusuf Flower Kampung Hijau**  
**Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
Januari	328 Pcs
Februari	303 Pcs
Maret	403 Pcs
April	405 Pcs
Mei	438 Pcs
Juni	315Pcs
Juli	494 Pcs
Agustus	618 Pcs
September	742 Pcs
Oktober	502 Pcs
<b>Jumlah</b>	<b>4.548 Pcs</b>

*Sumber: Pemilik Tanaman Hias Bapak Yusuf (2021)*

Dari tabel 1.2 di atas dapat Kita lihat bahwa jumlah tanaman hias yang terjual di toko Yusuf Flower mengalami fluktuasi juga, hal ini disebabkan karena jumlah kebutuhan/keinginan konsumen akan tanaman hias mengalami perubahan baik meningkat maupun menurun. Saat jumlah tanaman hias yang terjual meningkat itu

karenakan satu konsumen bisa membeli puluhan tanaman hias bahkan sampai seratus tanaman hias, dimana banyaknya tanaman hias ini digunakan untuk proyek komplek perumahan. Sedangkan ketika tanaman hias yang terjual menurun dikarenakan konsumen yang membeli tanaman hias hanya membeli beberapa pieces saja untuk mengoleksi tanaman hias disekitar lingkungan.

Keputusan pembelian melewati proses panjang sebelum pembelian sebenarnya dan tidak langsung berakhir setelah pembelian berlangsung, melainkan proses tersebut masih tetaap berlanjut dalam kurun waktu tertentu setelah pembelian. Dalam membuat keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya konsumen melewati 3 tahap utama, yaitu sebelum pembelian, konsumsi (pembelian), dan setelah pembelian. Menurut Tjiptono (2019) proses keputusan pembelian dapat digolongkan menjadi 3 tahap, yaitu : pra pembelian, konsumsi, dan evaluasi setelah pembelian. Tahap pra-pembelian merupakan semua aktivitas konsumen yang terjadi sebelum dilakukannya transaksi pembelian produk serta pemakaian produk. Pada tahap ini melewati 3 proses, diantaranya identifikasi kebutuhan, pencarian informasi mengenai produk dan kemudian evaluasi alternatif. Tahap konsumsi adalah tahap proses keputusan konsumen dalam hal ini konsumen sudah membeli dan menggunakan produk maupun jasa. Sedangkan tahap evaluasi setelah pembelian merupakan tahap proses pembuatan keputusan konsumen pada saat konsumen menentukan apakah ia sudah membuat keputusan yang benar.

Sikap konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan itu pada saat sebelum membeli, memakai, serta

menghabiskan suatu produk atau jasa setelah melakukan hal-hal tersebut atau kegiatan mengevaluasi (Sumarwan, 2014). Sikap konsumen bersifat dinamis (pemikirannya, perasaannya, dan tindakannya, kelompok target serta masyarakat luas berubah secara konstan), sikap konsumen melibatkan hubungan (antara pemikiran seseorang, perasaan, tindakan dan lingkungan), sikap konsumen juga melibatkan pertukaran antar sesama manusia (dimana seseorang memberikan sesuatu yang berharga kepada yang lainnya dan menerima sesuatu sebagai gantinya).

Variasi produk selaku unit tersendiri dalam suatu brand atau merek, dan lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan harga, ukuran, dan ciri-ciri lainnya (Kotler, 2012). Semakin beragamnya jumlah jenis produk yang dijual disuatu usaha maka konsumen akan merasakan kepuasan dan tentunya melakukan pembelian pada produk di tempat itu dan konsumen tidak akan melakukan pembelian pada produk yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa variasi produk dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan dalam penelitian ini, keputusan pembelian konsumen untuk membeli tanaman hias dipengaruhi oleh beberapa hal, salah satunya adalah sikap konsumen. Sikap dapat membantu untuk memilih produk yang mereka ingin beli sehingga melakukan keputusan pembelian. Konsumen tanaman hias Bapak Yusuf memiliki sikap yang berbeda-beda, ada yang bersikap positif (suka) atau bersikap negatif (tidak suka) terhadap produk tanaman hias Bapak Yusuf. Konsumen yang bersikap positif (suka) adalah konsumen yang sudah sering membeli dan merasakan manfaat dari tanaman hias, sedangkan konsumen yang



bersikap negatif (tidak suka) adalah konsumen yang belum pernah dan masih jarang berbudidaya tanaman hias. Fakta yang terjadi di lapangan didukung oleh (Sumarwan, 2011) yang menyatakan sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen mengenai suatu produk apakah disukai atau tidak, dimana sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai ciri dan manfaat dari produk tertentu. Kepercayaan konsumen merupakan pengetahuan konsumen tentang suatu produk, ciri-cirinya, dan manfaatnya.

Fenomena sikap yang muncul tidak hanya ditentukan oleh keadaan objek yang sedang dihadapi namun ada juga hubungannya dengan pengalaman-pengalaman masa lalu yang mengarah pada proses pengambilan keputusan pembelian. Konsumen yang bersikap positif dipengaruhi oleh beberapa hal pertama karena keadaan tanaman hias yang memiliki daun, tangkai, dan bunga segar serta tanpa cacat. Kedua karena pengalaman dan rekomendasi dari orang lain, karena konsumen sudah pernah membeli di Yusuf Flower dan mendapat kualitas yang baik mendorong konsumen tersebut untuk membeli kembali tanaman hias di Yusuf Flower. Sikap positif konsumen juga mendapat pengaruh dari luar yaitu direkomendasikan orang sekeliling yang sudah pernah membeli di Yusuf Flower serta mendapat informasi bahwa tanaman itu memang sedang digandrungi banyak orang dan cocok untuk dikoleksi. Begitu pula dengan sikap negatif konsumen yang dipengaruhi oleh tanaman itu sendiri konsumen menjadi kurang tertarik karena ukuran, bentuk, dan harga tanaman tidak sesuai dengan keinginan konsumen, bahkan ada juga konsumen yang membandingkan produk Yusuf Flower dengan produk toko lain. Menurut penelitian

terdahulu yang dilakukan oleh Naashir (2016) dikatakan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Miauw (2016) yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tanaman hias adalah variasi produk. Ketatnya persaingan dalam memperebutkan pasar yang begitu kompetitif antar toko bunga di kampung hijau JL. William Iskandar menyebabkan beberapa permasalahan salah satunya konsumen dihadapkan pada beberapa pilihan jenis tanaman hias dengan produk tanaman hias lain disekitar kampung hijau. Oleh karena itu Bapak Yusuf membuat berbagai variasi produk tanaman hias agar dapat menarik perhatian konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di tempatnya. Toko-toko yang tidak memiliki variasi produk tanaman hias akan lebih mudah untuk digeser karena semakin sedikit variasi produk yang ditawarkan toko sebelah, maka akan semakin mudah toko Bapak Yusuf untuk menarik perhatian konsumen. Namun, adakalanya juga konsumen tidak jadi membeli di tempat Bapak Yusuf karena tanaman hias yang dicari konsumen terkadang sudah habis barangnya dan ada juga beberapa konsumen yang mencari tanaman hias yang berukuran kecil, namun di toko hanya tersedia tanaman hias yang berukuran besar begitu juga sebaliknya ketika konsumen mencari tanaman hias berukuran besar yang tersedia justru tanaman hias berukuran kecil. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nurrahman, 2016) dimana hasil penelitiannya menyatakan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Didukung juga dengan penelitian yang

dilakukan oleh Dian, dkk (2018) yang menunjukkan bahwa secara parsial variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan secara simultan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 1. 3**

**Variasi Tanaman Hias Di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar  
Psr.VII Medan Estate 2021**

No	Nama Tanaman Hias	Jenis-Jenisnya
1	Aglonema	Aglonema lipstik, rubi, hipapa, lulaiwan, roromendut, rekocin, snowwhite, merodoklo, donakarmen, dan hengheng
2	Monstera	Monstera king, jari dan ekor naga
3	Anthorium	Anthorium garuda, sirih, dan corong
4	Keladi	Keladi dragon, zebra, varigata, wayang, baret, merak, doa, dan tikus
5	Selendang Putri	-
6	Kalatea	Kalatea maranta dan maranta bamboo
7	Kuping Gajah	-
8	Sengonium	-
9	Janda Bolong	-
10	Sirih Gading	Sirih gading biasa dan sirih gading lemon
11	Vitonia	-

12	Lidah Katak	-
13	Pakis Mini	-
14	Mican	-
15	Anggrek	Anggrek dendro, katalia, dan bulan
16	Begonia	-
17	Pandan Thailand	-
18	Sungub India	-
19	Bambu	Bambu florida, varigata, kuning telur, dan air
20	Palem	Palem jari, anggur, kuning, dan roma
21	Bromolia	-
22	Keris Papua	-
23	Polibeauty	-
24	Gelombang Cinta	-
25	Zamaika	-
26	Cerut	Cerut biasa, novianti, dan merah
27	Bougenvil	-
28	Lohan	-
29	Anjuang	-

30	Sente Varigata	-
31	Kamboja	Kamboja bali dan thailan
32	Kumis Kucing	-
33	Pucuk Merah	-
34	Alamanda/Terompet	-
35	Cemara	Cemara kipas, lilin, buanda, dan emas
36	Balai Angin	-
37	Bunga Kenari	-
38	Miana	-
39	Melati	Melati mini, kampong, dan silver
40	Lidah Mertua	-
41	Sensivera Pagoda	-
42	Beringin Kerang	-
43	Karet Tebu	-
44	Walisongo	-
45	Mawar	Mawar bogor dan mawar belanda
46	The-The'an	-
47	Asem Keranji	-
48	Nona Makan Sirih	Air mata pengantin

49	Brokolo	-
50	Krokot	-
51	Kalifa	-
52	Pacira	-
53	Tanduk Rusa	-
54	Kaktus	Kaktuk sekulen, ekor cicak, sangkar emas, timun, koboi, dan ekor tupai
55	Ivvy	-

*Sumber : Pemilik Tanaman Hias Bapak Yusuf (2021)*

Sengitnya persaingan bisnis saat ini membuat para pemilik usaha membutuhkan informasi dan data konsumen yang membeli dan mengoleksi tanaman hias agar memiliki gambaran tentang potensi pasar, karakteristik pasar, dan kebutuhan konsumen tentang tanaman hias sehingga pemilik usaha dapat menyusun strategi pemasaran tanaman hias sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Sesuai dengan permasalahan di atas, maka hal ini membuat Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sikap Konsumen Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan identifikasi masalah penelitian adalah :

1. Pengunjung ke Yusuf Flower masih kurang maksimal setiap harinya
2. Masih adanya sikap negatif (tidak suka) pengunjung terhadap variasi produk di Yusuf Flower
3. Ukuran tanaman hias di Yusuf Flower tidak sesuai dengan keinginan pengunjung
4. Pengunjung membuat penawaran harga tanaman hias terlalu rendah

## 1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini mempengaruhi temuan terfokus pada permasalahan dan terhindar dari penafsiran yang berbeda, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Penelitian ini berfokus pada “Sikap Konsumen Dan Variasi Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Tanaman Hias Di Yusuf Flower”.

## 1.4 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Sikap Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate?

2. Apakah Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate?
3. Apakah Sikap Konsumen dan Variasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate
2. Untuk mengetahui Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate
3. Untuk mengetahui Pengaruh Sikap Konsumen dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau Jl.William Iskandar Psr.VII Medan Estate



## 1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca maupun yang terkait secara langsung di dalamnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan, terutama menyangkut masalah tentang Pengaruh Sikap Konsumen dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias di Yusuf Flower Kampung Hijau

2. Bagi UNIMED

Menambah kepustakaan dibidang pemasaran agribisnis khususnya mengenai Pengaruh Sikap Konsumen dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai referensi dan informasi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan Pengaruh Sikap Konsumen dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Hias

4. Bagi Pelaku Usaha

Sebagai bahan masukan dalam mengambil keputusan guna memperbaiki kualitas sesuai dengan keinginan konsumen dan sebagai landasan dalam penyusunan strategi penjualan demi meningkatkan profit pelaku usaha.