

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor hortikultura menjadi subsektor yang berkembang menjadi perubahan kekuatan menjadi sumber ekonomi baru di pedesaan dan perkotaan, karena tanaman hortikultura merupakan jalan keluar untuk mengatasi masalah krisis pangan dunia, faktanya hortikultura memang termasuk dalam subsektor tanaman pangan, dan hortikultura juga terbukti menjadi sumber baru di sektor pertanian pangan. (Dirjen Hortikultura, 2015). Secara mikro, hortikultura tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan petani, tetapi juga meningkatkan pendapatan daerah setempat, selain itu budidaya hortikultura juga dapat menyerap maraknya pengangguran karena mereka yang sebelumnya menganggur berpeluang menjadi petani baru dengan skala kecil, sehingga hortikultura diyakini mampu menjadi sumber baru sektor pertanian pada masa kini dan masa yang akan datang, seiring dengan semakin menyempitnya lahan pertanian.

Komoditas hortikultura sendiri terdiri dari 4 bagian, diantaranya adalah tanaman hias, tanaman buah-buahan, tanaman sayur-sayuran serta tanaman obat, komoditas ini memiliki prospek yang bagus bila dikembangkan melihat sumberdaya alam dan sumber daya manusia yang amat tinggi, diantara banyak nya jenis tanaman hortikultura tanaman hias menjadi salah satu dari komoditas, karena keindahan fisik tanaman tersebut, mampu menambah nilai estetika, dan mempunyai keindahan tersendiri. Tanaman hias merupakan tanaman yang bagus bila dijadikan dekorasi baik interior maupun eksterior, tanaman hias juga beragam jenisnya mulai dari tanaman bunga hingga tanaman dengan jenis-jenis yang unik. Bentuk dari tanaman hias juga bermacam-macam masing-masing memiliki nilai keindahan nya

tersendiri untuk di dekorasi. Tanaman hias juga bisa menjadi tanaman untuk mengisi kekosongan tempat atau memperindah halaman rumah, taman, ruang tamu dan lain-lain. (Nurdiansyah, 2017)

Salah satu tanaman hias di Indonesia yang populer dan digemari oleh masyarakat adalah tanaman anggrek, dimana tanaman anggrek ini akan selalu menjadi daya tarik bagi penggemarnya walaupun ada jenis-jenis tanaman lain yang sedang populer (Junaedhie, 2014). Tanaman Anggrek merupakan tumbuhan epifit yang menempel pada tumbuhan lainnya, Bunga Anggrek ini merupakan jenis tanaman yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi, sehingga sangatlah bagus untuk di budidayakan dan dipasarkan. Budidaya dan pemasaran tanaman anggrek yang digunakan untuk berbisnis, sangatlah perlu diperhatikan dari jenis tanaman anggreknya, pemeliharaannya, perawatannya sehingga nilai keuntungan yang diperoleh dalam usaha anggrek akan maksimal. Pengembangan suatu organisasi dipengaruhi oleh manajemen dalam organisasi. Organisasi berperan dalam menentukan strategi dalam mengelola organisasinya (Dananjaya, et al, 2020).

Indonesia memiliki kekayaan jenis anggrek yang sangat tinggi, terutama anggrek epifit yang hidup di pohon-pohon hutan, dari Sumatera hingga Papua (Indayanti, 2014). Anggrek bulan (*Phalaenopsis sp*) telah ditetapkan sebagai puspa pesona bangsa Indonesia. Anggrek ini pertama kali ditemukan oleh seorang ahli botani Belanda, Dr. C.L. Blume. Spesies ini tersebar luas mulai dari Malaysia, Indonesia, Filipina, Papua, hingga Australia (Widiarsih & Dwimahyani, 2010). Hampir di semua pulau di Indonesia dapat dijumpai anggrek ini diantaranya Sumatra, Kalimantan, Ambon, Buru, Timor, Papua dan Jawa.

Tanaman hias di Jawa Timur merupakan komoditas yang bernilai ekonomi tinggi dan sangat prospektif untuk dibudidayakan di jaman sekarang ini yang tentunya dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan, penyedia lapangan kerja, dan penggerak ekonomi. Menurut para ahli botani, didunia terdapat lebih dari 43.000 spesies anggrek yang mencakup 800 genera dengan 75.000 hibrida terdaftar. Keanekaragaman jenis anggrek yang tinggi memberikan kemungkinan bagi pengembangan untuk memproduksi aneka jenis anggrek. Seperti dapat dilihat dari data tabel produksi berikut :

Tabel 1.1 Provinsi dengan Data Produksi Anggrek Terbesar Tahun 2017-2021

PROVINSI	Tahun/Tangkai				
	2017	2018	2019	2020	2021
ACEH	96	107	73	365	62
SUMATERA UTARA	208.506	119.586	67.761	74.001	36.037
SUMATERA BARAT	14.284	10.797	19.598	22.457	7.880
RIAU	5.197	5.502	1.220	1.945	9.104
JAMBI	10.690	2.025	786	549	300
SUMATERA SELATAN	16.162	7.627	2.886	5.582	3.866
BENGKULU	4.464	1.968	2.163	4.062	946
LAMPUNG	40.814	26.825	35.812	17.964	13.128
KEP. BANGKA BELITUNG	260	42	126	180	400
KEP. RIAU	1.487	2.918	2.675	2.885	435
DKI JAKARTA	1.227.525	168.770	368.533	302.662	91.972
JAWA BARAT	4.195.352	8.168.054	5.697.821	4.078.121	4.836.753
JAWA TENGAH	2.283.480	2.436.231	504.108	522.952	67.214
DIY	27.473	33.779	62.417	69.758	4.442
JAWA TIMUR	4.055.558	5.689.083	6.134.048	4.250.283	629.197

Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2021

Berdasarkan data diatas provinsi Jawa Timur menjadi salah satu provinsi dengan produksi anggrek yang berfluktuatif dengan rata-rata produksi dari tahun

2017-2021 mencapai 4.151.633 tangkai, penurunan produksi anggrek di Jawa Timur terjadi pada tahun 2020-2021.

Anggrek (*Orchid*) merupakan *famili Orchidaceae* yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi dalam industri pembudidayaan tanaman hias di Indonesia. Anggrek mempunyai ciri khas tersendiri karena memiliki suatu keunikan bentuk bunga, ukuran, warna yang bervariasi, serta keawetan bunga yang bisa bertahan dalam waktu yang cukup lama. Keanekaragaman dalam bentuk bunganya ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para ahli botani dan kolektor berabad-abad lamanya (Ferziana, 2013).

Menikmati anggrek tidak perlu lagi menghabiskan biaya hingga puluhan juta rupiah guna mengunjungi ke Luar Negeri karena di Junrejo Batu terdapat beraneka ragam jenis anggrek yang cantik. DD Orchid Nursery menghadirkan lahan pembibitan dan penyilangan berbagai jenis tanaman anggrek. Tempat tersebut berada di kecamatan Junrejo, kabupaten Batu. Sebagian besar jenis anggrek disini adalah anggrek Dendrodium, anggrek Bulan, anggrek Cattleya, anggrek Vanda. Bunga-bunga yang ada disini tertata rapi dengan pengelolaan profesional dari tangan-tangan yang ahli di bidang florikultura. Peningkatan dan penganekaragaman produk anggrek menjadi sangat penting. Memperluas pasar dan meningkatkan kemampuan bersaing di pasar dalam negeri maupun luar negeri, diperlukan teknologi untuk menghasilkan anggrek dengan warna yang beragam, bentuk yang menarik, dan tahan lama dengan harga yang relatif terjangkau. Pengembangan usaha tanaman dan bunga anggrek yang berkualitas sesuai standar yang diminta pasar, diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja, menambah devisa dan

membuka peluang tumbuhnya industri sarana produksi, produk sekunder dan jasa transportasi.

Banyaknya pelaku usaha di bidang anggrek maka diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan agar dapat tetap bertahan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah bauran pemasaran. Proses penyediaan anggrek terdapat beberapa komponen-komponen bauran pemasaran yang sangat inti yaitu *product*, yang merupakan barang atau anggrek itu sendiri yang bisa dipasarkan atau ditawarkan pada konsumen. *Price*, yaitu jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh anggrek yang telah ditawarkan untuk memperoleh produk yang diinginkan. *Place*, yaitu lokasi dimana terjadinya aktivitas penyediaan produk, dan untuk anggrek sendiri berada pada tempat penjualan yang strategis, dekat dengan jalan raya sehingga mudah untuk terlihat dan dihindari oleh konsumen. *Promotion*, yaitu bauran pemasaran yang ditargetkan untuk mencapai sasaran dari penjualan anggrek ke konsumen sehingga anggrek dapat dikenal oleh masyarakat atau konsumen untuk mencari informasi sehingga mengambil keputusan pembelian. *People*, yaitu semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. *Process*, terdapat hal penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu proses pemesanan, proses pengemasan, proses pembayaran. *Physical Evidence*, yaitu fasilitas tambahan yang ditawarkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah.

Pelaku usaha harus mempunyai strategi pemasaran yang juga merupakan bauran pemasaran sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian dalam menghadapi ketatnya persaingan produk sejenis. Badan usaha lain yang juga

bergerak pada bagian pemasaran anggrek mulai banyak bermunculan di kota Batu, hal tersebut berdampak pada persaingan baik dalam harga maupun dalam keragaman jenis-jenis tanaman anggrek. Meningkatkan hasil pendapatan pemasaran tanaman anggrek perlu dilakukan promosi yang gencar, serta memiliki keunggulan dan kualitas tanaman anggrek yang baik, sehingga diperlukan tambahan informasi mengenai bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik.

Berdasarkan hal tersebut, penulis bermaksud ingin meneliti pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian anggrek. Penelitian secara langsung tersebut dapat dilakukan dengan judul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Anggrek di DD Orchid Nursery Kecamatan Junrejo Kabupaten Batu.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini adalah :

1. Bagaimana karakteristik konsumen anggrek di DD Orchid Nursery?
2. Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian anggrek di DD Orchid Nursery?
3. Bagaimana selera konsumen dalam membeli anggrek di DD Orchid Nursery?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen anggrek di DD Orchid Nursery.
2. Menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian anggrek di DD Orchid Nursery.

3. Mengidentifikasi selera konsumen dalam membeli anggrek di DD Orchid Nursery.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah :

1. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di perkuliahan dengan kondisi yang sebenarnya di lapangan.
- b. Mahasiswa dapat menyajikan pengalaman-pengalaman dan data-data yang diperoleh selama penelitian ke dalam sebuah Laporan Skripsi.
- c. Mahasiswa dapat mengembangkan dan mengaplikasikan pengalaman di lapangan untuk dijadikan sebagai bahan skripsi atau Tugas Akhir.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebagai wadah kerjasama yang saling menguntungkan antara perguruan tinggi dengan perusahaan sebagai penyempurna dalam dunia bisnis nyata.
- b. Memperoleh masukan-masukan ataupun sumbangan pikiran hasil dari analisa para calon sarjana agribisnis yang tentunya akan sangat bermanfaat bagi perusahaan, khususnya dalam pemasaran.

3. Bagi Perguruan Tinggi

- a. Sebagai sarana pengenalan instansi pendidikan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- b. Laporan Skripsi dapat digunakan sebagai referensi yang dapat dijadikan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penulisan karya sejenis.