

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah tanaman bunga (*floriculture*), sehingga tanaman florikultura dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis yang banyak, ketersediaan sumberdaya lahan dan teknologi serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Tingginya kebutuhan masyarakat untuk menggunakan bunga potong dalam berbagai kesempatan atau sebagai dekorasi, meningkatkan permintaan bunga dan potensi pengembangan usahatani (Setyanti, 2016).

Pemasaran sangat penting dalam dunia perusahaan atau pengusaha dalam skala kecil, menengah, atau besar. Pemasaran telah berkembang untuk mencakup tidak hanya distribusi barang dan jasa kepada pelanggan atau konsumen dalam suatu perusahaan, tetapi juga berbagai operasi yang dilakukan oleh organisasi nirlaba, perguruan tinggi, dan organisasi lainnya. Pemasar sangat penting dalam dunia korporat sehingga para ekonom menyebut mereka “agen perusahaan terkemuka”. Kemajuan teknologi informasi semakin cepat. Berbagai kegiatan usaha kecil hingga besar menggunakan pengembangan ini untuk mengelola operasi mereka. Banyaknya pesaing menjadi faktor bagi pengusaha yang ingin memasuki pasar yang sangat kompetitif. Taktik pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk menjangkau pasar sasaran, sehingga menghasilkan peningkatan volume penjualan.

Berikut merupakan perkembangan produksi bunga potong di Jawa Timur pada tahun 2019-2022:

Tabel 1.1 Produksi Bunga Potong di Jawa Timur Pada Tahun 2019-2022

Jenis Tanaman <i>Kind of Plants</i>	2019	2020	2021	2022*
Anggrek Pot	1.339.030	1.074.513
Anggrek Potong	629.197	150.793
Anthurium Bunga	525.924	457.898	370.905	866.254
Balanceng	27.845	37.555
Dracaena	32.175	23.746	25.072	44.590
Euphorbia	28.863	21.103
Hanjuang	183.850	78.294	47.883	136.752
Herbras/ <i>Gerbera</i>	256.824	175.227	193.849	199.363
Kamboja Jepang/ <i>Adenium</i>	81.030	138.870
Keladi Hias/ <i>Caladium</i>	48.806	45.424
Krisan/ <i>Chrysantemum</i>	138.061.336	121.181.724	118.162.783	121.260.888
Mawar/ <i>Rose</i>	166.324.899	105.603.966	86.328.773	117.120.983
Melati/ <i>Jasmine (kg)</i>	3.062.098	2.254.169	1.654.026	665.222
Monstera/ <i>Monstera</i>	2.735	7.783
Pakis/ <i>Leather Leaf Fern</i>	27.599	35.893	109.976	61.549
Palem/ <i>Palm (pohon/tree)</i>	135.110	78.736	36.143	79.513
Pedang-Pedangan/ <i>Sansevieria</i>	317.947	252.955	169.052	80.486
Philodendron/ <i>Philodendron</i>	2.206.978	1.447.473	1.373.002	1.435.322
Pisang-Pisangan/ <i>Heliconia</i>	114.685	67.347	47.276	52.384
Sedap Malam/ <i>Tuberose</i>	90.128.385	87.360.266	90.229.492	91.068.501
Soka/ <i>Ixora</i>	300.201	136.776	92.521	316.655
Sri Rejeki/ <i>Aglaonema</i>	179.353	223.778	242.573	280.675
Bromelia/ <i>Bromelia</i>	93.187	160.780
Bugenvil/ <i>Bugenvil</i>	54.846	379.663
Puring/ <i>Croton</i>	26.839	340.025
Catatan/Note : * Angka Sementara/ <i>Preliminary Figure</i>				
Sumber/Source : BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH-TH/ <i>BPS-Statistics Indonesia, Agricultural Statistic for Horticulture SPH-TH</i>				

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 perkembangan produksi bunga potong yang terus meningkat pertahunnya adalah krisan dan sedap malam, Produksi bunga potong dari tahun 2019-2022 rata-rata mengalami penurunan dan peningkatan. Adanya peningkatan produksi bunga potong pada tahun terakhir diakibatkan karena pada

zaman sekarang pedagang sudah mulai menggunakan media *online* dalam penjualan bunga potong, sehingga adanya media *online* pada saat ini dapat mempermudah pedagang dalam menjual produknya.

Pada era digital, perkembangan teknologi informasi saat ini mengalami transformasi dimana awalnya masih menggunakan media konvensional kini berkembang dengan adanya internet. Hermawan Kartajaya (2009) menyatakan bahwa internet adalah solusi efektif menarik dan memperkuat komunikasi *customer*. Penggunaan internet tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi saja, tetapi menjadi alat untuk aplikasi di bidang bisnis, misalnya: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Perkembangan internet mengalami perkembangan yang cepat di bidang bisnis karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar dalam kelancaran kegiatan bisnis. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk-produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce* (*ecommerce*) untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.

Berdasarkan data Liputan6.com Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyatakan bahwa survei penetrasi untuk pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil survei tersebut, jumlah pengguna internet naik hingga mencapai 171.17 juta pengguna pada tahun 2018. Diungkapkan oleh Sekretaris Jenderal APJII, Henri Kasyfi Soemartono, angka Pengguna internet mencapai 64.8% dari jumlah total penduduk Indonesia 264,16 juta jiwa. Hal ini menandakan bahwa internet menjadi peran penting bagi manusia di berbagai aspek kehidupan. Internet memang

memberikan kemudahan dalam mencari informasi terbaru di seluruh dunia (www.liputan6.com).

Toko Bunga Citra *Florist* merupakan salah satu usaha penjual kreasi aneka bunga segar seperti papan bunga, ucapan, bunga parcel dan bunga buket yang beroperasi di Surabaya. Dalam memasarkan produknya, Toko Bunga Citra Florist tidak hanya membuka toko tetapi juga melayani melalui *online*. Terdapat pelayanan khusus melalui *online* antara lain: pengemasan produk, jasa antar (*delivery*), pemesanan produk dan pelayanan pembayaran. Daya Tarik yang ditawarkan oleh pengalaman berbelanja secara daring (*online*) bagi konsumen diantaranya adalah kemudahan pemesanan, kemudahan berkomunikasi dengan penjual, kemudahan untuk membatalkan pesanan, kemudahan pembayaran, kecepatan pengiriman, serta faktor pendukung layanan konsumen lainnya (Schmitt, 2010). Perkembangan zaman dan teknologi menuntut pengusaha untuk menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi yang ada, jika tidak mampu maka cepat atau lambat akan tersisih dari lingkungan bisnis, sehingga pentingnya pemasaran *online* untuk meningkatkan volume penjualan produk. Berikut merupakan penjualan produk bunga potong pada Toko Bunga Citra Florist Surabaya periode bulan Januari 2019 - Desember 2019.

Tabel 1.2 Penjualan Produk Bunga Potong Pada Toko Bunga Citra Florist Surabaya Periode Bulan Januari 2019 - Desember 2019

No.	Bulan	Jumlah Order (produk)	Penjualan (Rp)
1.	Januari	446	271.935.000
2.	Februari	537	309.755.000
3.	Maret	524	317.810.000
4.	April	448	265.095.000
5.	Mei	335	206.685.000
6.	Juni	454	264.630.000
7.	Juli	431	257.570.000
8.	Agustus	528	324.775.000
9.	September	417	242.511.000

No.	Bulan	Jumlah Order (produk)	Penjualan (Rp)
10.	Oktober	575	349.430.000
11.	November	665	409.130.000
12.	Desember	719	435.097.000

Sumber: Citra Florist Surabaya, 2019

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan produk bunga potong pada Toko Bunga Citra Florist Surabaya mengalami naik turun setiap bulannya. Penjualan terendah terjadi pada bulan Mei dengan jumlah order 335 produk bunga potong sebesar Rp. 206.685.000 sedangkan Penjualan terbanyak pada bulan Desember, karena pada bulan ini konsumen membeli produk bunga potong dalam memperingati Hari Ibu Nasional dan Hari Natal dengan jumlah order mencapai 719 produk bunga potong sebesar Rp. 435.097.000. Dengan kata lain, masalah dalam penelitian ini adalah volume penjualan yang mengalami naik turun setiap bulannya, sehingga dapat mengancam perkembangan penjualan bunga potong. Oleh karena itu, penjualan online diharapkan mampu menjadi solusinya. Sebagaimana, dikatakan Martiah dan Meirani (2022) Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat Komunikasi maupun sebagai media promosi dalam bisnis.

Volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu yang didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Tujuan utama yang ingin diperoleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan secara maksimal, maka bila keuntungan (laba) yang dihasilkan maksimal dapat

menyokong pertumbuhan suatu perusahaan. Persaingan pasar pasti terjadi dalam dunia bisnis, terutama untuk mendapatkan pelanggan yang semakin banyak, untuk itu perlu adanya penelitian terhadap pemasaran melalui media *online* yang meliputi jenis media sosial, marketplace, kepercayaan, dan keterbukaan informasi dalam meningkatkan volume penjualan produk bunga potong.

Toko Bunga Citra *Florist* ini terletak di Jl. Embong ploslo 2B Surabaya yang sebelumnya penjualan hanya mengandalkan toko offline saja, namun saat ini mulai memanfaatkan media sosial maupun *website* untuk memasarkan bunga potong secara *online*, selain modal yang dibutuhkan sedikit, omset penjualan *online* juga berpengaruh jika dibandingkan dengan penjualan offline. Media pemasaran yang digunakan adalah media sosial, *website* dan *marketplace*. Adapun yang aktif digunakan dalam media sosial mulai tahun 2014 sampai sekarang salah satunya yaitu instagram (*account* IG : @citraflorist) dengan jumlah *follower* mencapai 12,2 ribu, alamat *website* yaitu (<https://citraflorist.com>) dan *marketplace* dapat ditemukan di tokopedia, shopee dan bukalapak.

Pengguna media sosial yang sangat banyak jumlahnya sehingga menjadi peluang yang menjanjikan untuk menghasilkan banyak keuntungan. Adanya media sosial dan marketplace dapat membantu mendapatkan target konsumen lebih efektif, memudahkan dalam memberikan feedback secara langsung, membagikan informasi lebih cepat dengan sosial media, dan kemudahan dalam berkomunikasi dengan konsumen. Oleh karena itu, Pemasaran melalui media sosial berpengaruh terhadap kenaikan volume penjualan Berdasarkan uraian diatas, maka perlu kiranya dilakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Pemasaran**

Melalui Media *Online* Bunga Potong Terhadap Volume Penjualan Pada Toko Bunga Citra Florist Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada Toko Bunga Citra *Florist* Surabaya?
2. Bagaimana pengaruh pemasaran melalui media *online* terhadap volume penjualan produk bunga potong di Toko Bunga Citra *Florist* Surabaya?
3. Bagaimana implementasi pemasaran bunga potong Citra Florist melalui media *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas permasalahan dalam penelitian ini Tujuan penelitian tersebut adalah :

1. Mengetahui karakteristik konsumen pada Toko Bunga Citra *Florist* Surabaya.
2. Menganalisis pengaruh pemasaran melalui media *online* terhadap volume penjualan produk bunga potong di Toko Bunga Citra *Florist* Surabaya.
3. Mengetahui implementasi pemasaran bunga potong citra florist melalui media *online*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh manfaat dan memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang terkait sertadapat berguna untuk kehidupan sehari-hari, dapat meningkatkan keterampilan dan

pengalaman kerja di bidang pengolahan hasil pertanian, serta dapat mengembangkan dan mengaplikasikan pengalaman kerja lapang untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan skripsi.

2. Bagi Universitas

Sebagai tambahan referensi yang dapat dijadikan perbendaharaan ilmu dan pengetahuan terutama tulisan mahasiswa yang dapat direkomendasikan di perguruan tinggi dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk tulisan karya sejenis.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai tambahan informasi dalam merencanakan strategi penjualan *online* bunga potong serta menjadi masukan dalam menerapkan penjualan sistem *online* yang akan dijalankan pada masa kini dan masa yang akan datang.