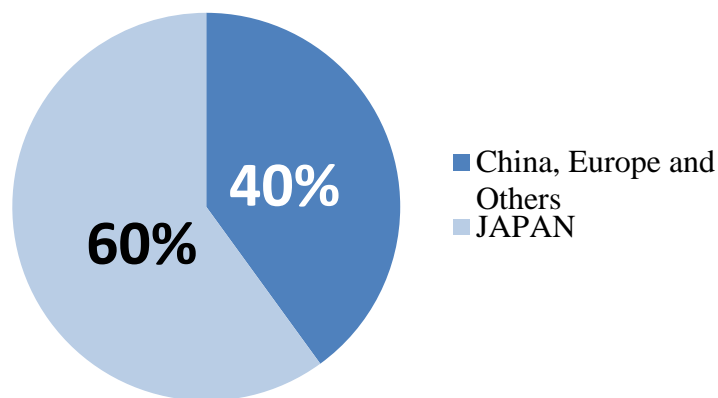


## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Usaha pengawetan bunga (*preservation flower*) merupakan bisnis yang sudah banyak dijumpai di negara Jepang, Korea, Amerika dan Belanda. Pada saat ini, Jepang merupakan negara yang menguasai pangsa pasar produk *preserved flower* yaitu senilai 60% dan sisanya sebesar 40% dikuasai oleh negara lain seperti China, Europe dan negara lainnya. Florever merupakan perusahaan Jepang nomor satu yang bergerak di bidang *preserved flower*.

**Preserved Flower Market Share in the World**



Source: Rural Development Administration, 2015

**Gambar 1. Pangsa Pasar Produk Preserved Flower di Dunia**

Pasar global produk *preserved flower* bernilai sekitar USD 1378,93 juta pada tahun 2018 dan diperkirakan akan tumbuh dengan tingkat pertumbuhan yang sehat lebih dari 14,61% selama periode perkiraan 2019-2026 (*The Expresswire*, 2020). Sehingga, bisnis ini mempunyai prospek yang bagus karena pengawetan bunga merupakan solusi terbaik untuk membuat semua jenis komposisi bunga asli lebih eksklusif. Produk ini juga ekologis dan ekonomis sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang banyak dalam bisnis.

Produk bunga yang diawetkan merupakan yang mempunyai keunggulan dibandingkan dengan bunga segar biasa. Adapun keunggulannya yaitu dapat bertahan bertahun-tahun jika disimpan di ruangan dengan sirkulasi yang baik, tidak lembab dan tidak terkena cahaya matahari langsung. Lalu, produk ini bersifat fleksibilitas sehingga dapat disesuaikan dengan tema acara yang ada. Produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*) juga mengurangi limbah sampah dan biaya karena pengantiannya dilakukan setahun sekali. Selain itu, bunga yang dipilih untuk pengawetan hanya bunga dengan kualitas terbaik yang bebas dari hama dan penyakit dan bahan kimia yang digunakan hanya bahan kimia kosmetik tidak beracun sehingga aman.

Di Indonesia, tanaman bunga merupakan jenis tanaman potensial yang dapat dikembangkan untuk usaha baik skala kecil ataupun besar. Hal ini mendorong meningkatnya pelaku bisnis tanaman bunga. Salah satu alasan mengapa permintaan bunga meningkat yaitu karena bunga mempunyai sisi filosofis. Selain itu, bunga juga dibutuhkan oleh hotel, restoran, kedai, sampai kantor untuk menghias ruangan.

Tingkat kebutuhan bunga potong di Indonesia belakangan ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan, terutama di kota-kota besar. Hal ini ditandai dengan meningkatnya produksi bunga potong di Indonesia yang sejalan dengan pertumbuhan perhotelan, restoran dan perkantoran yang merupakan konsumen utama bunga potong. Beberapa momentum seremonial seperti pernikahan, wisuda, belasungkawa, *valentine*, dan hari ibu yang bisa membuat permintaan bunga makin tinggi.

Menurut Badan Pusat Statistik, pada Tahun 2018 produksi semua tanaman dalam kelompok bunga potong mengalami peningkatan. Peningkatan tertinggi dialami oleh mawar dengan peningkatan sebesar 17,61 juta tangkai (9,55 persen) diikuti oleh herbras, krisan, anggrek, sedap malam, anturium bunga, gladiol, pisang-pisangan, dan anyelir. Sedangkan, Tiga jenis tanaman hias bunga potong yang mempunyai produksi terbesar pada Tahun 2018 adalah krisan dengan produksi 488,18 juta tangkai, diikuti mawar dengan produksi 202,06 juta tangkai, dan sedap malam dengan produksi 116,91 juta tangkai.

Tabel 1.1 Produksi Tanaman Bunga Potong Tahun 2017-2018

No.	Jenis Tanaman	Produksi (tangkai)		Selisih Absolut	Perkembangan (%)
		2017	2018		
1.	Krisan	480 685 420	488 176 610	7 491 190	1,56
2.	Mawar	184 455 598	202 065 050	17 609 452	9,55
3.	Sedap malam	112 289 567	116 909 674	4 620 107	4,11
4.	Herbras	14 751 610	26 608 911	11 857 301	80,38
5.	Anggrek	20 045 577	24 717 840	4 672 263	23,31
6.	Anthurium Bunga	2 625 565	5 390 417	2 764 852	105,31
7.	Gladiol	1 412 553	2 341 720	929 167	65,78
8.	Anyelir	1 672 956	1 732 585	59 629	3,56
9.	Pisang-pisangan	1 385 870	1 583 467	197 597	14,26

Sumber: Statistik Tanaman Hias Indonesia 2018 oleh Badan Pusat Statistik

Bunga dalam keadaan segar memiliki karakteristik mudah layu, rusak dan memiliki umur simpan yang relatif singkat. Suhu lingkungan yang tinggi juga menyebabkan bunga potong tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama. Kondisi ini menjadi tidak menguntungkan untuk suatu usaha karena hilangnya nilai tambah produk dan pengembangan investasi (Rachmat, 2013). Oleh sebab itu, diperlukan upaya untuk mempertahankan mutu dan memperpanjang umur simpan bunga potong melalui kegiatan pengolahan.

Salah satu cara yang dilakukan untuk menambah umur simpan bunga potong adalah dengan pemberian larutan pengawet yang berfungsi untuk mempertahankan kesegaran bunga potong. Penggunaan bahan pengawet telah meluas digunakan pada kebanyakan tanaman hias. Bahan pengawet bunga umumnya mengandung gula untuk sumber energi, yang kemudian dikombinasikan dengan germisida untuk mengendalikan mikroorganisme dan asam sitrat untuk menurunkan pH larutan (Amiarsih, 2011).

Bisnis pengawetan bunga (*preservation flower*) juga mulai berkembang di Indonesia, terutama di kota-kota besar seperti Surabaya. Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, sehingga menjadi pusat kegiatan perekonomian di daerah Pulau Jawa dan sekitarnya. Oleh sebab itu, Surabaya menjadi kota yang tepat untuk mengembangkan bisnis pengawetan bunga (*preservation flower*) karena bisnis ini mempunyai prospek yang bagus. Adapun jumlah produsen *preserved flower* yang sudah terkenal di Surabaya ada empat produsen, diantaranya yaitu *Conserve Flower*, *Bell Florist*, *Roseveelt Florist* dan *Ivy Florist*.

Seperti yang kita tahu bahwa bunga merupakan kebutuhan sekunder yang berarti tidak semua orang mau dan mampu membelinya. Apalagi produk *preserved*

*flower* dijual dengan harga yang relatif mahal, sehingga diperlukan target pasar yang khusus. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik, persepsi dan harapan konsumen terhadap produk *preserved flower* sehingga diharapkan bisnis ini dapat terus berkembang di Indonesia dan produsen dapat memberikan produk yang terbaik sesuai dengan harapan konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik konsumen produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)?
2. Bagaimana persepsi dan harapan konsumen terhadap produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan oleh produsen untuk memperluas pasar produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis karakteristik konsumen produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)
2. Menganalisis persepsi dan harapan konsumen terhadap produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)
3. Menganalisis upaya yang dilakukan oleh produsen untuk memperluas pasar produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*)

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan:

##### 1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan berkaitan dengan topik penelitian sebagai wadah pembelajaran dan penerapan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dunia pertanian yang sesungguhnya serta merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

##### 2. Bagi Produsen

Manfaat bagi produsen yang menjual produk *preserved flower* yaitu mengetahui persepsi dan harapan konsumen terhadap produk *preserved flower*. Sehingga, diharapkan bahwa produsen dapat menentukan upaya strategis untuk memperluas pasar produknya dan mengembangkan usahanya.

##### 3. Bagi Universitas

Manfaat untuk universitas yaitu 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 penulisan karya sejenis.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya, tidak ada daerah yang spesifik karena produsen bunga yang diawetkan tersebar di beberapa daerah yang ada di Surabaya

2. Fokus dalam penelitian ini :

- Konsumen yang pernah membeli produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*) di produsen yang berlokasi di Surabaya
- Konsumen dapat berupa instansi, perusahaan, toko maupun perorangan

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Sari dan Kustijina (2012) dengan judul Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Pelayanan dan *Trust* pada Kepuasan Konsumen di Perusahaan Taksi Pt. Kosti Solo. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi, uji t, uji F, dan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ). Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kosti Solo, (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kosti Solo (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *trust* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kosti Solo (4) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan *trust* terhadap kepuasan konsumen pada PT. Kosti Solo.

Suharyanto, Rinaldi, Arya dan Mahaputra (2017) dengan judul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Petani terhadap Kebijakan Perlindungan Lahan Pertanian Pangan Berkelanjutan di Provinsi Bali. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan metode Ordinary Least Square (OLS). Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi petani terhadap kebijakan PLP2B dipengaruhi oleh : budaya bertani, sikap terhadap perubahan, keyakinan kemampuan diri, tingkat keberanian berisiko, tingkat intelegensia, rasionalitas, kerjasama, peran dalam kelompok tani serta intensitas penyuluhan ataupun sosialisasi terkait PLP2B.



Mahanani dan Nugraheni (2018) dengan judul Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dan dokumentasi. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,972. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (62%); dan (2) persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Moro Sakeco Grabag Magelang berada pada kategori sangat baik (70%).

Ali, Tolinggi dan Saleh (2018) dengan judul Persepsi Petani terhadap Kinerja Penyuluh Pertanian Lapangan di Desa Talumelito Kecamatan Telaga Biru Kabupaten Gorontalo. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dengan rumus persentase dan analisis Korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) persepsi petani berdasarkan aspek pengetahuan, sikap dan kemampuan terhadap indikator kinerja penyuluh pertanian berada pada kategori cukup dengan nilai persentase sebesar 74,7%. Sedangkan tingkat kinerja penyuluh pertanian dilihat dari aspek pengetahuan, sikap dan kemampuan penyuluh terhadap standar indikator kinerja penyuluh berdasarkan persepsi petani berada pada kategori sangat baik dengan persentase sebesar 91%. 2) hasil penelitian mengenai hubungan persepsi petani dengan kinerja penyuluh pertanian menunjukkan adanya hubungan antara persepsi petani (x) dengan kinerja penyuluh pertanian (y) dengan nilai hubungan sebesar 0,509 pada taraf kesalahan 0,05 dan termasuk dalam kategori hubungan/korelasi yang kuat.

Kurnia (2013) dengan judul *Persepsi dan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan di Restoran Roca, Artotel Surabaya*. Metode penelitian yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis*. Hasil analisa ini akan menunjukkan bagaimana persepsi dan harapan konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas layanan yang diberikan dan apa saja yang harus dipertahankan atau diperbaiki dalam kualitas layanan Restoran RoCA ARTOTEL Surabaya.

Hutami dan Rokhman (2013) dengan judul *Persepsi dan Harapan Konsumen Apotek terhadap Apoteker Farmasi Komunitas*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif menggunakan statistik frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan, hanya 62% responden yang mampu membedakan apoteker dengan petugas lain di apotek dan 75% responden mengetahui adanya layanan konsultasi obat oleh apoteker. Persepsi responden pada peran apoteker sebagai sumber informasi obat masih berada di bawah dokter (nilai gap -0,27) dan responden menempatkan apoteker pada peringkat 2 profesi kesehatan yang paling dipercaya setelah dokter. Harapan responden akan pengembangan layanan apoteker paling tinggi pada kemudahan dihubungi di luar jam kerja (80%) dan apoteker diharapkan melakukan pemantauan terapi (73,25%), sedangkan harapan responden akan pengembangan layanan apotek adalah buka 24 jam (87,25%) dan kelengkapan obat (92,25%). Meskipun konsumen belum menempatkan apoteker sebagai sumber informasi obat yang paling utama, namun terdapat kelompok konsumen yang sudah mulai memahami peran apoteker sebagai sumber informasi obat.

Pantoro, Jokom dan Harianto (2017) dengan judul *Harapan dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Kantin di Universitas Kristen Petra*. Teknik analisa yang

dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya *gap* negatif antara harapan dan persepsi konsumen kantin Universitas Kristen Petra, yang berarti harapan konsumen lebih tinggi dari persepsi konsumen terhadap lima dimensi kualitas layanan di kantin Universitas Kristen Petra.

Erwan Nurhidayat (2019) dengan judul *Perbedaan Harapan Pelanggan Persepsi Dimensi Kualitas Layanan di Pecel Solo Restaurant*. Dari hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini menggunakan Importance Performance Analysis terbagi menjadi empat kuadran, yaitu bahwa tidak terdapat atribut yang berada pada kuadran I dan kuadran IV. Pada kuadran II terdapat 13 atribut dari 21 atribut yang telah berjalan dengan baik dan harus dipertahankan. Pada kuadran III terdapat 8 atribut yang dianggap kurang penting dan kinerjanya biasa-biasa saja.

Sujana dan Pandu (2018) dengan judul *Pengaruh Ekspektasi Konsumen, Nilai Konsumen dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Melalui metode ini diharapkan penulis dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas Ekspektasi Konsumen (X1), Nilai Konsumen (X2) dan Kepuasan Konsumen (X3) terhadap variabel terikatnya yakni Loyalitas Konsumen (Y). Hasil dari penelitian ini yaitu: positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, (3) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen; (4) Ekspektasi, nilai dan kepuasan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Krisnawati, Purnaningsih, Asngari (2013) dengan judul *Persepsi Petani terhadap Peranan Penyuluh Pertanian Di Desa Sidomulyo dan Muari, Distrik Oransbari,*

Kabupaten Manokwari Selatan. Dianalisis menggunakan uji korelasi Rank Spearman pada taraf kepercayaan 0,05% untuk melihat tingkat keeratan hubungan antara variabel bebas. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) sebagian besar anggota kelompok tani di Desa Sidomulyo dan Muari Distrik Oransbari masih berada pada usia produktif masa bekerja yaitu 35-47 tahun, dengan tingkat pendidikan tamat SLTP, sering mengikuti kegiatan pelatihan yang berhubungan dengan usaha tani, memiliki pengalaman berusaha tani 10-20 tahun, aktif mengikuti pertemuan rutin kelompok tani, (2) persepsi petani terhadap peranan penyuluh pertanian sebagai teknisi, fasilitator dan advisor dikategorikan baik, (3) ada hubungan antara faktor internal karakteristik petani dan faktor eksternal (sistem sosial) terhadap persepsi petani terhadap peranan penyuluh pertanian sebagai teknisi, fasilitator dan advisor.

Sari dan Setyono (2011) dengan judul Analisis Harapan dan Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Toko Aksesoris "X" Di Pakuwon Trade Center, Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis gap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Perbedaan Diferensiasi antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas produk di Toko aksesoris "X" di Pakuwon Trade Center Surabaya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada topiknya. Pada penelitian ini, topik yang diambil yaitu mengenai produk bunga yang diawetkan (*preserved flower*). Bisnis produk *preserved flower* merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indosia, sehingga masih belum banyak produsen yang menjual produk ini. Produk ini mempunyai prospek yang baik untuk kedepannya sehingga topik ini menjadi topik yang menarik untuk diteliti.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Karakteristik Konsumen**

Karakteristik konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu barang. Karakteristik konsumen dapat dilihat berdasarkan demografi, psikografi, dan pengalaman konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009) terdapat beberapa karakteristik konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu:

#### **1. Faktor Budaya**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) budaya merupakan susunan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari anggota suatu masyarakat dari keluarga dan institusi penting lainnya. Budaya (*culture*) adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang (Kotler dan Keller, 2009).

Budaya adalah studi terhadap sifat masyarakat secara keseluruhan termasuk berbagai faktor seperti bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, musik, seni, teknologi, pola kerja produk dan barang-barang lainnya sebagai hasil kecerdasan manusia yang memberikan citra rasa tersendiri kepada masyarakat. Budaya didefinisikan sebagai keseluruhan kepercayaan nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari yang membantu mengarahkan perilaku konsumen para anggota masyarakat tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2007)

#### **2. Faktor Sosial**

Menurut Hakimi (2015) faktor sosial adalah keadaan dimana terdapat kehadiran orang lain kehadiran itu bisa nyata dilihat dan dirasakan namun juga hanya dalam bentuk imajinasi. Setiap Anda bertemu orang meskipun hanya melihat atau mendengarnya saja itu termasuk situasi sosial.

Konsumen lebih suka mencari pendapat orang lain untuk mengurangi usaha pencarian dan evaluasi atau ketidakpastian, terutama ketika risiko yang diperkirakan atas keputusan meningkat. Konsumen juga mencari pendapat orang lain sebagai panduan atas barang atau jasa baru, produk-produk dengan atribut-atribut yang berkaitan dengan citra (*image*) atau karena informasi atribut kurang bahkan tidak informatif

### 3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Faktor pribadi merupakan faktor yang unik bagi seseorang berbagai faktor pribadi dapat mempengaruhi faktor keputusan pembelian (Sangadji dan Sopiah, 2013).

Menurut Kotler dan Keller 2009 bahwa keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi:

#### a. Usia dan Tahap Siklus Hidup

Selera seseorang terhadap suatu produk sering berhubungan dengan usia konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah usia serta jenis kelamin orang rumah pada satu waktu tertentu

#### b. Pekerjaan dan Keadaan Ekonomi