

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi akibat *Corona Virus Disease* yang muncul pada tahun 2019 lalu, biasa disebut dengan Pandemi Covid-19 berdampak besar pada beberapa sektor yang berhubungan dengan pembangunan suatu bangsa atau negara, salah satunya adalah sektor ekonomi. Beberapa negara merasakan dampak dari adanya Covid-19 tidak terkecuali Indonesia. Akibat dari menurunnya perekonomian Indonesia, banyak kebijakan baru yang dilakukan oleh beberapa lembaga ataupun perusahaan di era Pandemi Covid-19 salah satunya dengan melakukan pengurangan biaya tenaga kerja melalui Pemutusan Hubungan Kerja (PHK).

Tabel 1.1. Pengurangan Tenaga Kerja Per. April 2020

Sektor Pekerja	Jumlah Perusahaan	Jumlah Tenaga Kerja
Formal	41.876	1.052.216
Informal	36.298	374.851
TOTAL	78.174	1.427.067

Sumber : Kemnaker.go.id, 2020

Data tersebut menunjukkan Covid-19 mengakibatkan banyaknya masyarakat yang pendapatannya berkurang bahkan kehilangan pendapatan. Meningkatnya masyarakat yang kehilangan pendapatan atau pendapatannya berkurang dapat diduga turut berdampak pada daya beli masyarakat yang juga berkurang. Dugaan kuat masyarakat yang kehilangan pendapatan atau pendapatannya berkurang akan cenderung memprioritaskan daya belinya

pada memenuhi kebutuhan pokok atau kebutuhan sehari-hari agar dapat bertahan ditengah krisis ekonomi akibat Pandemi.

Pada sisi lain, masih ada masyarakat yang tetap memiliki pekerjaan serta pendapatan dan diduga akan tetap pada daya beli mereka sebelumnya dimana mereka tidak hanya fokus pada membeli kebutuhan pokok, namun juga mampu membelanjakan pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan sekunder diantaranya memenuhi kebutuhan akan hobi. Hal itu didukung oleh pernyataan dari Dirjen Hortikultura (Prihasto Setyanto) dalam wawancaranya di TribunNews.com yang menyebutkan :

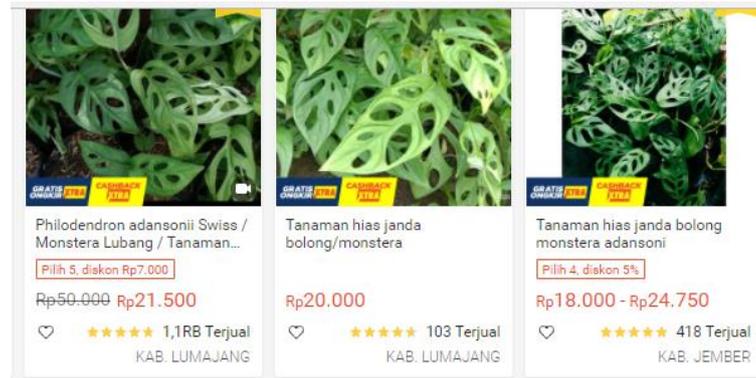
“dengan banyaknya masyarakat berada di rumah semasa Pandemi, terkuak bahwa bukan hanya kebutuhan bahan pangan untuk fisik yang diperlukan namun juga "asupan" jiwa. Asupan jiwa ini salah satu bentuknya adalah hobi atau kegemaran masyarakat akan suatu hal diluar kebutuhan pokok fisik.”
(Yulianto, 2020)

Sedangkan dalam unggahan TribunNews.com disebutkan Menanam tanaman hias menjadi tren baru saat pandemi covid-19. Sederet tanaman pun meroket harganya. Terakhir sedang hits Monstera atau yang lebih dikenal dengan janda bolong. Janda bolong ini tengah digandrungi para penggemar tanaman hias. Disebut-sebut tanaman ini dijual sampai jutaan rupiah. Vanda Fakhrozi, seorang pedagang tanaman hias di Jakarta menuturkan,

“kenaikan harga tanaman janda bolong dipicu budaya latah setelah tanaman tersebut jadi tren para pemilik rumah elit dan rumah-rumah dengan desain minimalis.” (Anita K Wardhani, 2020)

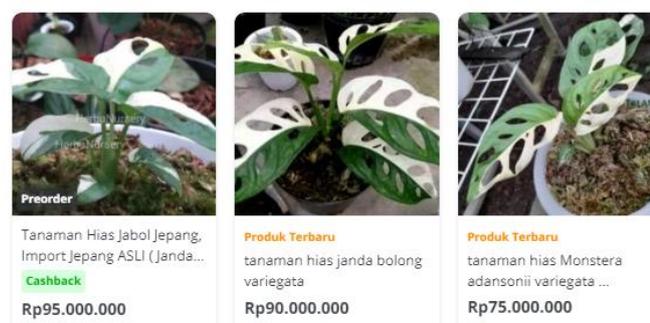
Hal ini menunjukkan selama Pandemi, masyarakat lebih banyak menghabiskan kegiatan di rumah. Kegiatan dirumah yang sedang digemari diantaranya menanam tanaman hias dan tanaman hias yang sedang tren adalah tanaman hias Monstera. Dalam banyak unggahannya, TabloidSinartani.Com mewawancarai masyarakat yang memiliki kegemaran menanam tanaman hias. Banyak diantaranya merupakan selebritis, *public figure*, dan pejabat pemerintahan (Aparatur Sipil Negara) yang juga membeli tanaman hias Monstera. Bahkan disebutkan pula bahwa *Menteri BUMN Erick Thohir terpesona Tanaman Monstera. Dirinya mengakui, merawat dan mempercantik rumah dengan tanaman hias jadi salah satu kegiatan yang sedang populer terutama saat Pandemi. Popularitas tanaman hias, termasuk “Janda Bolong” atau Monstera juga menghinggapi orang-orang di sekitar Erick. “Makin banyak penggemarnya, termasuk tim saya,” tandasnya.* (Gesha, 2021)

Fenomena ini sangat disorot karena ditengah pandemi ternyata masih ada beberapa kalangan masyarakat yang merespon positif fenomena ini. Permintaan konsumen terhadap tanaman hias *monstera* ini pun tetap mencapai angka yang tinggi meski bukan tergolong kebutuhan pokok sehari-sehari bahkan saat Pandemi.



Gambar 1.1. Penjualan Tanaman Hias *Monstera*
Sumber : Shopee.co.id, 2021

Indonesia sebenarnya memiliki banyak sekali tanaman hias mempesona, namun entah mengapa tanaman *monstera* ini tiba-tiba menjadi *trending topic* dikalangan masyarakat peminat tanaman hias. Hal ini diduga karena perubahan gaya hidup masyarakat dalam memenuhi asupan jiwanya ditengah pandemi dan di dukung pula dengan dikenalnya tanaman hias ini memiliki bentuk yang unik, sehingga banyak orang menganggapnya sebagai tanaman langka dan berlomba-lomba untuk memilikinya. Bahkan dengan jenis yang memiliki harga relatif mahal dibandingkan dengan tanaman hias lainnya, tanaman *monstera* tetap digandrungi masyarakat. Pada tahun 2020, tanaman *Monstera* sempat dibanderol dengan harga jual yang fantastis hingga puluhan juta rupiah untuk satu pot tanamannya.



Gambar 1.2. Tanaman Hias *Monstera* Harga Puluhan Juta
Sumber : Tokopedia.com, 2021

Mencermati fenomena tersebut, dapat diketahui bahwa masih ada masyarakat terutama kalangan menengah keatas yang memiliki animo atau minat akan tanaman hias *Monstera* ini meski ditengah Pandemi. Agar dapat mengerti lebih dalam fenomena tersebut maka kita perlu memahami dari sisi masyarakat yang berkaitan langsung dengan fenomena ini yaitu konsumen tanaman hias *Monstera*. Maka perlu untuk mengerti Perspektif Konsumen akan tanaman hias *Monstera* ini, yang berkaitan dengan pandangan akan tanaman hias *Monstera* serta apa yang menjadi sebab mereka memelihara tanaman hias ini.

Oleh karena itu, untuk menjawab hal tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Tanaman Hias *Monstera* Dalam Perspektif Konsumen” untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap tanaman hias *Monstera* serta faktor-faktor dominan apa saja yang menyebabkan konsumen memutuskan untuk membeli tanaman hias *Monstera* juga mengetahui Segmen, Target dan Posisi Pasar tanaman ini.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen tentang tanaman hias *Monstera*?
2. Apa saja faktor-faktor dominan yang mempengaruhi konsumen membeli tanaman hias *Monstera*?
3. Bagaimana segmentasi, target, dan posisi pasar tanaman hias *Monstera*?
4. Bagaimana prospektif bisnis tanaman hias *Monstera* menurut konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok bahasan yang ada pada perumusan masalah maka tujuan penelitian adalah:

1. Menganalisis persepsi konsumen tentang tanaman hias *Monstera*
2. Menganalisis faktor-faktor dominan yang mempengaruhi konsumen membeli tanaman hias *Monstera*
3. Mengetahui segmentasi, target, dan posisi pasar tanaman hias *Monstera*
4. Mengetahui prospektif bisnis tanaman hias *Monstera* menurut konsumen

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Mahasiswa dapat menambah wawasan dan mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan
2. Mahasiswa mendapat bekal pengetahuan dan pengalaman untuk masuk ke dalam dunia kerja yang penuh persaingan

1.4.2 Manfaat Bagi Perguruan Tinggi

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.

1.4.3 Manfaat Bagi Stakeholder

Hasil laporan penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam strategi pengembangan usaha tanaman hias yang ada di Indonesia.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

1. Penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya dipusatkan pada Pasar Bunga dan Tanaman Hias Kayoon, Surabaya yang merupakan Pusat Bunga dan Tanaman Hias terbesar di Kota Surabaya.
2. Fokus responden dalam penelitian ini adalah: Konsumen Tanaman Hias *Monstera*.