

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Industri bunga hias di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan dan semakin diminati oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya toko bunga yang bermunculan di berbagai kota, menawarkan beragam jenis bunga potong. Sektor ini memiliki potensi yang cerah untuk terus berkembang. Saat ini, bunga potong sering digunakan dalam berbagai aplikasi, seperti rangkaian bunga, dekorasi interior, pernikahan, lamaran, dan banyak lagi. Selain keindahannya, bunga potong dengan berbagai jenisnya juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi, menjadikannya sebagai peluang usaha yang menjanjikan. (Asri, 2025)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), produksi bunga buket di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 162,96 juta tangkai. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 25,68% dibandingkan tahun sebelumnya, yang hanya mencapai 121,07 juta tangkai. Kenaikan ini mencerminkan adanya permintaan yang semakin tinggi dan minat masyarakat yang terus berkembang terhadap bunga buket (Badan Pusat Statistik, 2023). Meningkatnya minat masyarakat terhadap penggunaan bunga dalam dekorasi, peluang untuk bisnis rangkaian bunga semakin luas. Selain itu, tren dalam perayaan dan acara khusus yang menekankan keindahan visual juga

mendorong *florist* untuk berinovasi dalam menciptakan desain yang menarik (Widyaningsih, 2014).

Toko Bunga Segar Shanum Florist merupakan UMKM di bidang industri bunga yang menawarkan produk bunga segar berkualitas untuk berbagai kebutuhan. Toko Bunga Segar Shanum *Florist* berupaya untuk terus berinovasi dalam desain dan variasi produk, sehingga dapat menarik minat konsumen yang beragam. Dengan komitmen terhadap kualitas produk dan layanan, Shanum Florist berupaya memberikan pengalaman belanja yang memuaskan, karena kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas yang diberikan. Semakin baik kualitas produk dan layanan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan (Rifki et al., 2022).

Toko Bunga Segar Shanum *Florist* adalah salah satu usaha Toko Bunga Segar yang terletak di Jalan Sunan Kalijogo, Kel. Latsari, Kec. Tuban. Operasi berjualan dimulai dari jam 16.00 – 22.00 WIB. Usaha ini di dirikan pada 15 Maret 2024 pada saat awal Bulan Ramadhan 1445H oleh Dian Agustina yang berusia 28 Tahun. Toko Bunga Segar Shanum *Florist* tidak hanya melayani pelanggan di *stand*, tetapi juga memiliki toko fisik yang beralamat di Perumahan Valencia Regency, Blok D12, Kel. Perbon, Kec. Tuban, Kab. Tuban.



**Gambar 1. 1 Toko dan Stand Bunga Segar Shanum Florist**

Menurut *Owner* Toko Bunga Segar Shanum Florist, Toko fisik memudahkan pelanggan untuk memilih bunga segar dan produk terkait secara langsung. Keberadaan toko fisik memperkuat hubungan dengan pelanggan dan memungkinkan layanan yang lebih personal, seperti konsultasi mengenai pilihan bunga dan perawatan. Shanum Florist berkomitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan berkesan bagi setiap pelanggan.

Toko bunga Segar Shanum Florist menawarkan produk-produk unik, modern, dan sesuai tren. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam, Shanum Florist menyediakan berbagai jenis bunga segar seperti *sunflowers*, *pikok*, krisan, *pompom*, *aster*, *gerbera*, *baby breath*, *calla lily*, anggrek, *hortensia blue*, *edelweiss*, sedap malam, dan lainnya. Setiap *bouquet* dikemas secara kreatif dengan tema sesuai momen tertentu, dari ukuran kecil hingga jumbo. Dengan variasi produk dan layanan tersebut, Shanum Florist berkomitmen memberikan pengalaman belanja yang memuaskan di setiap momen spesial. Sebagai ilustrasi, penulis melampirkan beberapa gambar

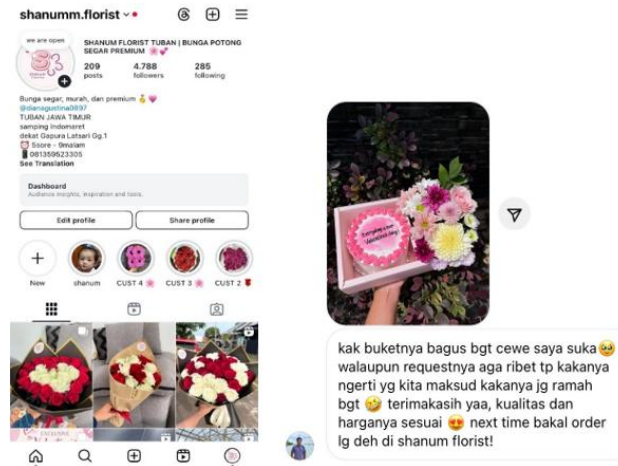
produk untuk menunjukkan keindahan dan keragaman yang ditawarkan pada gambar 1.2:



Sumber: Toko Bunga Segar Shanum Florist

**Gambar 1. 2 Produk Toko Bunga Segar Shanum Florist**

UMKM Toko Bunga Segar Shanum Florist juga memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Melalui platform digital, mereka menampilkan produk, memberikan informasi promosi, dan berinteraksi dengan pelanggan. Owner rutin memposting konten di Instagram @shanumm.Florist, yang telah memiliki 4.788 pengikut sejak diluncurkan pada 18 Maret 2024 seperti yang tertera di gambar 1.3. Hal ini menunjukkan minat tinggi masyarakat terhadap produk, terbukti dari banyaknya ulasan positif. Internet memberikan pemasar cara baru untuk menciptakan nilai dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Darmawan & Ekawati, 2017).



*Sumber: Toko Bunga Segar Shanum Florist, 2025*

### **Gambar 1. 3 Instagram Toko Bunga Segar Shanum Florist dan ulasan di Instagram**

Toko Bunga Segar Shanum *Florist* telah berhasil menarik perhatian banyak pelanggan. Popularitasnya dapat dilihat dari tingginya jumlah pelanggan yang melakukan pembelian ulang setiap bulannya. Keberhasilan ini tidak hanya disebabkan oleh variasi produk bunga yang ditawarkan, tetapi juga oleh kualitas layanan yang memuaskan dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan (Azhari et al., 2020). Toko Shanum Florist berkomitmen menyediakan bunga segar berkualitas, layanan yang baik, dan harga yang sebanding dengan kualitas produk. Lokasi strategis memudahkan akses bagi konsumen. Target pasar mencakup remaja dan orang dewasa. Dalam satu bulan, Shanum *Florist* menerima hingga sekitar 200 pesanan.

Harga produk di Shanum Florist berkisar antara Rp5.000 hingga Rp350.000. Harga menjadi salah satu faktor penting dalam kepuasan pelanggan, terutama bagi konsumen yang sensitif terhadap perubahan harga (Chrysant et al., 2023). Meski menawarkan harga kompetitif, Shanum Florist tetap menjaga kualitas produknya. Hal ini tercermin dari pendapatan bersih per bulan yang mencapai Rp6–15 juta sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1:

**Tabel 1. 1 Pendapatan Bersih Shanum Florist Dalam Satu Tahun**

Bulan	Tahun	
	2024	2025
Januari	-	Rp. 10.115.000
Februari	-	Rp. 13.075.000
Maret	Rp. 5.655.000	Rp. 10.985.000
April	Rp. 6.545.000	-
Mei	Rp. 7.675.000	-
Juni	Rp. 7.345.000	-
Juli	Rp. 7.465.000	-
Agustus	Rp. 15.875.000	-
September	Rp. 7.825.000	-
Oktober	Rp. 8.015.000	-
November	Rp. 15.355.000	-
Desember	Rp. 12.125.000	-
<b>Total</b>	<b>Rp 99.880.000</b>	<b>Rp. 24.288.500</b>

*Sumber: Toko Bunga Segar Shanum Florist, 2025*

Berdasarkan Tabel 1.1. terlihat bahwa pendapatan bersih Toko Bunga Segar Shanum Florist setiap bulan mengalami fluktuasi, dengan kenaikan dan penurunan yang bervariasi. Data pendapatan bersih Toko Bunga Segar Shanum Florist dalam satu tahun menunjukkan fluktuasi, dengan peningkatan signifikan saat *event* khusus seperti Ramadan, Lebaran, Karnaval, Hari Guru, Hari Ibu, Hari Natal, Tahun Baru, dan *Valentine*. Bulan tanpa *event* seperti bulan Mei,

Juni, Juli, September, dan oktober menunjukkan ketidakstabilan pendapatan akibat faktor musiman dan kebutuhan pribadi. Pada periode tertentu dalam setahun, di mana permintaan terhadap produk atau layanan dapat meningkat atau menurun secara signifikan.

Fluktuasi penjualan juga dapat dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah pesaing yang menawarkan harga kompetitif. Harga yang ditetapkan untuk suatu produk dapat secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak pada penjualan (Arsyad, 2023). Penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan persepsi nilai dan mendorong keputusan pembelian (Wanda Wahidah, 2023). Terdapat beberapa pesaing sejenis yang juga menyediakan layanan dan produk bunga yang sama dengan harga yang kompetitif, yang dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini :

**Tabel 1. 2 Harga yang ditawarkan Pesaing Shanum Florist**

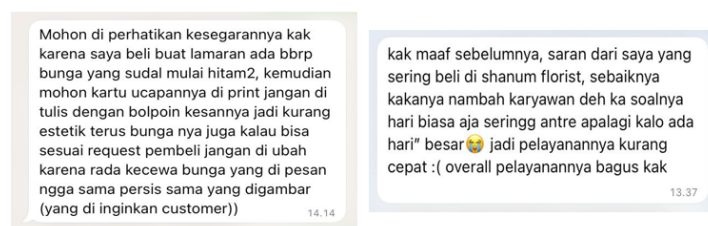
No.	Nama Florist	Kisaran Harga
1.	Ophaleen.flowers	Rp. 150.000 – Rp. 2.000.000
2.	NR Florist	Rp. 10.000 – Rp. 1.500.000
3.	Bouquettuban	Rp. 25.000 – Rp. 700.000
4.	Smely.id	Rp. 48.000 – Rp 550.000
5.	Riana.Florist	Rp. 10.000 – Rp. 480.000
6.	Neisya Florist	Rp. 5.000 – Rp. 300.000
7.	Shanum Florist	Rp. 5.000 - Rp. 350.000

Sumber : Survei Penulis, 2025

Shanum Florist menawarkan harga yang lebih terjangkau, namun konsumen tetap memiliki banyak pilihan untuk membeli produk dan layanan serupa. Hal ini disebabkan oleh adanya pesaing yang menerapkan strategi

pemasaran yang efektif dan mampu menarik perhatian pelanggan. Keberadaan toko bunga lain yang menawarkan kualitas produk dan layanan yang baik dengan harga kompetitif menciptakan persaingan yang ketat (Asri, 2025). Situasi ini memaksa Shanum Florist untuk terus berinovasi dan meningkatkan produk serta layanan demi menjaga kepuasan pelanggan. Pesaing-pesaing tersebut tidak hanya menyediakan bunga yang sebanding, tetapi juga menerapkan strategi pemasaran yang menarik, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Syifa et al., 2025).

Peneliti mencantumkan kritik dan saran yang dapat menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan, yang berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan dan minat untuk melakukan pembelian ulang di toko bunga segar Shanum Florist. Dengan menganalisis umpan balik dari pelanggan, dapat diidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki, seperti kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman berbelanja secara keseluruhan (Rifki et al., 2022). Jika aspek-aspek ini tidak ditangani dengan baik, pelanggan akan beralih ke pesaing yang menawarkan pengalaman yang lebih memuaskan.



Sumber : Toko Bunga Segar Shanum Florist, 2025

**Gambar 1. 4 Kritik Dan Saran Pelanggan Shanum Florist**



Berdasarkan kritik dan saran dari pelanggan pada gambar 1.5, ditemukan beberapa masalah yang dapat mengakibatkan fluktuasi penjualan. Fluktuasi penjualan suatu produk juga dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang, seperti bunga yang tidak selalu segar, penulisan dalam kartu ucapan, serta layanan yang tidak memenuhi harapan. Pelanggan mengusulkan penambahan staf saat hari sibuk untuk mempercepat pelayanan dan solusi agar bunga tetap segar, terutama saat cuaca panas. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, produk, dan harga masih perlu ditingkatkan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal (Wanda Wahidah, 2023)

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas, yang pada akhirnya akan berdampak pada keberlanjutan bisnis perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif (Sari & Hariyana, 2019). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan, dan harga. Kepuasan muncul ketika kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas, yang dapat mendorong loyalitas terhadap merek atau produk (Chrysant et al., 2023). Konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan setia

cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain atau kerabat mengenai produk/jasa tersebut.

Penulis menggunakan teori manajemen pemasaran oleh Buchari Alma dan Djaslim Saladin (2010:5), untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan. Melalui manajemen pemasaran, perusahaan dapat merancang strategi yang mencakup perencanaan produk, penetapan harga, promosi, serta distribusi agar mampu memenuhi kebutuhan pasar sasaran dan mencapai tujuan organisasi. Dalam konteks penelitian ini, teori manajemen pemasaran menjadi landasan untuk memahami bahwa kualitas layanan yang baik, produk yang berkualitas, serta harga yang sesuai dengan nilai yang dirasakan pelanggan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan.

Objek dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Bunga Segar Shanum Florist yang berlokasi di Kota Tuban. Dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap pembelian bunga untuk berbagai keperluan, penting untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga, serta satu variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan**

**Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Bunga Segar  
Shanum Florist di Tuban.”**

## **1.2. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari Latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1) Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang teori kepuasan pelanggan dalam konteks industri florist, memberikan kontribusi pada pengembangan teori kepuasan pelanggan yang lebih relevan dengan konteks industri yang spesifik, serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya

kualitas layanan, kualitas produk, dan harga dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang kepuasan pelanggan dan industri florist.

## **2) Manfaat Praktikal**

Penelitian ini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Toko Bunga Segar Shanum Florist, meningkatkan penjualan dan kesuksesan bisnis Toko Bunga Segar Shanum Florist, serta memberikan wawasan bagi Toko Bunga Segar Shanum Florist untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Penelitian ini juga dapat meningkatkan kualitas layanan dan produk Toko Bunga Segar Shanum Florist, serta meningkatkan kemampuan Toko Bunga Segar Shanum Florist untuk menetapkan harga yang kompetitif.

## **3) Manfaat bagi Universitas**

Penelitian ini dapat meningkatkan reputasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan penelitian berkualitas. Hasilnya dapat digunakan sebagai bahan ajar dalam kurikulum terkait manajemen pemasaran dan membuka peluang kolaborasi dengan industri, khususnya sektor usaha kecil dan menengah.