

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Masalah

Usaha agribisnis tanaman hias saat ini sedang berkembang cukup pesat. Tanaman hias tidak hanya berperan dalam pembangunan sektor pertanian, akan tetapi juga berperan bagi pembangunan sektor agrowisata di Indonesia. Perkembangan agrowisata yang memanfaatkan usaha pertanian sebagai objek wisata membuat bisnis tanaman hias memiliki prospek yang bagus untuk dikembangkan. Menurut Latief (2012), pertumbuhan industri properti di tanah air diperkirakan akan mendorong kinerja pasar tanaman hias. Seiring bertambahnya perumahan, apartemen, hotel dan juga perkantoran, membuat bisnis tanaman hias semakin menjanjikan.

Tanaman hias adalah tanaman yang memiliki karakteristik morfologi bernilai estetik dan eksotik, di antaranya adalah tanaman hias bunga (anggrek, krisan, mawar, sedap malam, anthurium), tanaman hias berdaun indah (aglonema, puring, pucuk merah, siprus), serta tanaman hias perdu dan pohon (bugenvil, palem, sikas, beringin). Tanaman hias merupakan salah satu komoditas yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan memiliki prospek yang sangat cerah sebagai komoditas unggulan ekspor maupun untuk pemasaran di dalam negeri (Direktorat Budidaya Tanaman Hias, 2008).

Tanaman hias sebagai komoditas ekspor beberapa tahun ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Negara-negara yang berada di kawasan Asia yang menjadi pasar potensial tanaman hias di dunia di antaranya adalah Jepang, Korea, Taiwan, China dan Singapura. Selain di kawasan Asia, negara-negara lain yang merupakan pasar ekspor tanaman hias Indonesia terbesar adalah Amerika Serikat dan Belanda (Direktorat Budidaya Tanaman Hias, 2008). Secara nasional, data volume dan nilai ekspor komoditi tanaman hias dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Volume dan nilai ekspor komoditi tanaman hias di Indonesia, tahun 2007–2011

Tahun	Volume ekspor (ton)	Nilai ekspor (US\$)
2007	4.621	6.899.222
2008	3.258	6.725.862
2009	5.111	7.718.570
2010	4.294	9.041.872
2011	4.888	13.160.381

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura, 2012

Ekspor tanaman hias Indonesia ke beberapa negara tujuan mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya, baik dari volume maupun nilainya. Volume ekspor tertinggi dicapai pada tahun 2009, sedangkan volume ekspor terendah terjadi pada tahun 2008. Nilai ekspor tertinggi dicapai pada tahun 2011 dengan nilai 13,2 juta dollar.

Tanaman hias merupakan bisnis yang menguntungkan untuk dikembangkan tidak hanya untuk komoditas ekspor, tetapi juga untuk pemasaran di dalam

negeri. Jenis tanaman hias yang diproduksi di Indonesia terdiri dari berbagai macam jenis disesuaikan dengan kondisi alam masing masing daerah di Indonesia. Data produksi tanaman hias di Indonesia disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi tanaman hias di Indonesia, tahun 2007-2011

Komoditas (tangkai)	Tahun				
	2007	2008	2009	2010	2011
Anggrek	9.484.393	15.309.964	16.205.949	14.050.445	15.490.256
Anthurium Bunga	2.198.990	2.627.498	3.833.100	7.655.542	4.724.730
Anyelir	1.901.509	3.024.558	5.320.824	7.607.588	5.130.332
Gerbera (Herbras)	4.931.441	4.101.631	5.185.586	9.693.487	10.543.445
Gladiol	11.271.385	8.581.395	9.775.500	10.064.082	5.448.740
Heliconia	1.427.048	5.278.477	4.124.174	2.961.385	2.791.257
Krisan	66.979.260	101.777.126	107.847.072	185.232.970	305.867.882
Mawar	59.492.699	39.265.696	60.191.362	82.351.332	74.319.773
Sedap Malam	21.687.493	25.598.314	51.047.807	59.298.954	62.535.465
Dracaena*)	2.041.962	1.863.764	2.262.505	4.625.925	2.447.314
Melati**)	15.775.751	20.388.119	28.307.326	21.600.442	22.541.485
Palem*)	1.171.768	1.149.420	1.260.408	1.098.197	1.261.445

Sumber : BPS dan Direktorat Jenderal Hortikultura, 2012

Keterangan: *) Produksi dalam pohon

***) Produksi dalam Kg

Produksi tanaman hias di Indonesia dari tahun ke tahun selalu mengalami fluktuasi namun cenderung mengalami peningkatan. Hal tersebut terlihat dari produksi tanaman hias antara lain anthurium, gerbera, gladiol, krisan, mawar, sedap malam, dan dracaena. Peningkatan produksi terbesar terjadi tahun 2008 pada tanaman krisan, yaitu sebesar 34,8 persen dari tahun 2007. Peningkatan produksi tersebut berlanjut sampai tahun 2010 hingga mencapai produksi 185 juta tangkai.

Provinsi Lampung merupakan salah satu daerah yang mempunyai potensi sumber daya alam cukup besar untuk pengembangan usaha tanaman hias, karena letak geografis Provinsi Lampung sangat strategis dan dekat dengan pusat pertumbuhan ekonomi (Jakarta) serta memiliki aksesibilitas yang cukup baik dalam hal sarana dan prasarana serta penyalurannya. Perkembangan usaha tanaman hias di Provinsi Lampung hampir tersebar di seluruh kabupaten. Salah satu kabupaten di Provinsi Lampung yang potensial dalam bisnis tanaman hias adalah Kabupaten Lampung Timur. Data produksi semua jenis tanaman hias di Provinsi Lampung disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Produksi semua jenis tanaman hias di Provinsi Lampung, tahun 2007-2011 (pohon)

Kabupaten/Kota	Tahun				
	2007	2008	2009	2010	2011
Lampung Barat	30.724	122.535	25.761	32.491	68.337
Tanggamus	86.708	198.465	116.831	160.626	72.025
Lampung Selatan	311.323	352.983	459.107	188.967	119.506
Lampung Timur	19.151	561.610	597.430	165.191	117.810
Lampung Tengah	246.878	472.372	406.725	430.951	383.018
Lampung Utara	5.669	11.910	44.336	34.692	29.477
Way Kanan	25.945	19.408	283	1.234	10.752
Tulang Bawang	25.589	98.218	16.049	63.891	144.161
Pesawaran	-	36.033	47.518	16.125	11.598
Pringsewu	-	-	-	2.160	2.678
Mesuji	-	-	-	772	76
Tulang Bawang Barat	-	-	-	2.500	400
BandarLampung Metro	27.431	131.697	212.124	75.312	71.328
	38.519	2.954.936	2.379.708	537.780	279.366

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung, 2007-2011

Produksi tanaman hias di Lampung tidak berbeda jauh dengan jumlah produksi tanaman hias secara keseluruhan di Indonesia yang tidak stabil dan selalu mengalami fluktuasi. Produksi tanaman hias yang mencapai ratusan ribu pohon mengalami penurunan yang cukup drastis. Penurunan jumlah produksi ini terjadi hampir di semua kabupaten di Provinsi Lampung, tak terkecuali Kabupaten Lampung Timur. Penurunan produksi secara drastis terjadi pada tahun 2010, kurang lebih sebesar 72 persen dari tahun 2009, dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2011.

Kabupaten Lampung Timur, terdapat kawasan Agrowisata Pekalongan, Lampung Timur--BBI Hortikultura yang dikenal sebagai daerah pusat pembibitan dan budidaya tanaman hortikultura di Lampung yang sudah dikenal tidak hanya di Provinsi Lampung, tetapi juga dari luar daerah Lampung. Balai Benih Induk Hortikultura (BBIH) merupakan tempat penyiapan benih unggul dan bermutu bagi tanaman hortikultura (Balai Benih Induk Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Lampung, 2010). Meskipun BBIH yang berada di Pekalongan Lampung Timur adalah unit produksi benih tanaman buah, tetapi beberapa tahun terakhir juga terkenal sebagai pusat pembibitan dan penjualan tanaman hias mengikuti tren di masyarakat, serta memenuhi animo masyarakat yang besar tentang tanaman hias.

Pada kawasan agrowisata Pekalongan, selain Balai Benih Induk (BBI) Pekalongan, juga terdapat banyak *nursery* yang membudidayakan dan menjual berbagai macam bibit dan tanaman berbentuk pohon yang sudah jadi. Bibit

yang dijual di antaranya bibit buah-buahan, tanaman perkebunan, dan tanaman hias. Tanaman hias yang dibudidayakan oleh *nursery* di daerah Pekalongan di antaranya adalah adenium, aglonema, anggrek, anthurium, keladi, sri rejeki, euphorbia, krisan, mawar, melati dan sebagainya. Pekalongan, selain memiliki kawasan agrowisata, daerah tersebut juga terkenal sebagai *supplier* pedagang eceran. Selain konsumen rumah tangga, terdapat juga konsumen antara atau pedagang pengecer yang berbelanja tanaman hias untuk tujuan komersial.

Perkembangan bisnis tanaman hias yang penuh persaingan menuntut setiap pelaku usaha yang bergerak dalam usaha penjualan tanaman hias memiliki pengetahuan mengenai perilaku konsumen dalam pembelian tanaman hias, terutama terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Produsen dan pemasar seyogyanya produsen dapat menyediakan tanaman hias sesuai keinginan konsumen dengan melihat perilaku konsumen dalam pembelian, karena karakteristik tanaman hias yang diinginkan konsumen tidak sepenuhnya sama dengan karakteristik tanaman yang dihasilkan oleh produsen. Hal ini juga berpengaruh pada produksi tanaman hias yang dihasilkan oleh produsen. Semakin besar animo masyarakat terhadap jenis tanaman tertentu, maka permintaan akan tanaman tersebut akan naik dan memicu produsen untuk meningkatkan produksinya, begitu pula sebaliknya.

Agar dapat memahami perilaku konsumen tersebut, maka produsen perlu memahami proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam pembelian tanaman hias dan faktor-faktor dominan yang menentukan

keputusan pembelian konsumen. Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dimulai dari pengenalan kebutuhan akan tanaman hias, pencarian informasi terkait tanaman hias, evaluasi alternatif, keputusan pembelian tanaman hias, dan perilaku pasca pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian adalah faktor lingkungan yang meliputi budaya, kelas sosial, dan pengaruh orang lain, dan faktor internal (perbedaan individu) meliputi sumber daya konsumen, pengetahuan, dan gaya hidup. Faktor psikologis konsumen adalah pengalaman yang diperoleh konsumen melalui proses belajar. Selain itu, terdapat penerapan strategi pemasaran yang didesain untuk mempengaruhi konsumen dalam rangka mencapai tujuan (Setiadi, 2010). Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan dan menyajikan bauran pemasaran yang diarahkan pada pasar sasaran yang dipilih. Bauran pemasaran merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran yang terdiri dari kombinasi empat variabel, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Keempat variabel tersebut merupakan inti dari sistem pemasaran suatu perusahaan dan dapat dikendalikan oleh pemasar atau pelaku bisnis seefektif mungkin.

Pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan bauran pemasaran yang berhubungan dengan produk yang ditawarkan. Faktor bauran pemasaran dari segi produk antara lain adalah tren, keunikan, ukuran, warna, dan nilai prestise dari produk. Bauran pemasaran lainnya adalah harga, promosi, dan distribusi. Selain variabel bauran pemasaran, sebagian besar faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumen tidak

dapat dikendalikan oleh pemasar, akan tetapi tetap harus diperhitungkan, dan sangat menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah penelitian, yaitu:

- (1) Bagaimanakah proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur?
- (2) Faktor-faktor apakah yang dominan menentukan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur?

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

- (1) Proses pengambilan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.
- (2) Faktor-faktor dominan yang menentukan keputusan konsumen rumah tangga dalam pembelian tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur.

C. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

- (1) Pelaku bisnis tanaman hias di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur, sebagai tambahan pengetahuan mengenai perilaku konsumen tanaman hias, sehingga dapat menyediakan tanaman hias sesuai

keinginan dan kebutuhan konsumen dan dapat meningkatkan volume penjualan.

- (2) Peneliti lain, yang akan melakukan penelitian sejenis dan sebagai bahan referensi bagi penulisan skripsi oleh mahasiswa yang lain.