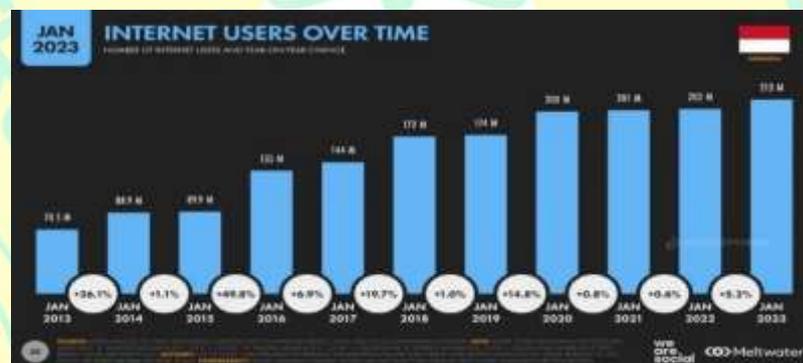


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Tingkat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia menunjukkan angka yang sangat mengesankan. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya tempat-tempat yang menyediakan koneksi internet. Bahkan kini juga bisa memasang koneksi internet di rumah dengan menggunakan *wifi* ataupun modem USB. Fenomena ini menunjukkan bahwa 5 sampai 10 tahun yang akan datang teknologi informasi akan menguasai sebagian besar pola kehidupan masyarakat. Indonesia termasuk dalam 10 besar negara Asia dengan pengguna internet terbanyak (Rustam, 2017). Jumlah pengguna internet, baik secara global maupun hanya pengguna di Indonesia saja mengalami peningkatan pesat tiap tahunnya. Berikut adalah data pengguna internet di Indonesia.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Tahun 2023

(Sumber: wearesocial.com, 2023)

Apabila dilihat dari data survey dari *wearesocial* di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2023 mencatat ada sebanyak 213 juta jiwa pengguna internet, atau meningkat 5,2 persen dari tahun 2022. Meningkatnya perkembangan internet mengakibatkan terjadinya perubahan yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat, dimana salah satu perubahan itu adalah tempat berbelanja dari masyarakat. Mereka tidak lagi hanya berbelanja di toko *offline* namun juga di toko *online*.

Belanja *online* menjadi cara yang populer dikalangan masyarakat. Setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang bervariasi dan akan terus mengalami perubahan. Seorang konsumen akan menjalani tahapan-tahapan pengambilan keputusan yang diawali dari pengenalan masalah, pengumpulan informasi, mengevaluasi alternatif, mengambil keputusan, dan evaluasi setelah pembelian. Hal ini berlaku untuk setiap pembelian dengan jenis produk apapun dan dalam kondisi apapun, termasuk pembelian tanaman hias secara *online*.

Tanaman hias (*florikultura*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang semakin diminati. Tanaman hias, selain untuk estetika juga berfungsi memproduksi oksigen, menyerap karbon dioksida, mengurangi stress dan menimbulkan kesan tenang bagi pemilik rumah (Cahyanti, 2020). Tanaman hias adalah semua jenis tanaman yang indah, menarik, dan juga mempunyai nilai ekonomis dalam penataan, penanaman, maupun hiasan untuk mempercantik lingkungan, baik di dalam maupun di luar ruangan (Handriatni, 2022). Tanaman hias juga penting dalam menjaga kelembapan udara serta mengurangi pengaruh

cuaca panas di lingkungan rumah (Ersa Oktaviani, 2022). Beberapa jenis tanaman hias juga digunakan untuk obat tradisional, untuk kegiatan spiritual, dan mengurangi suhu udara sekitar (Suhane, 2016). Setidaknya ada sembilan jenis tanaman hias yang dapat digunakan untuk mengusir nyamuk demam berdarah.

Tanaman hias memiliki prospek yang sangat cerah untuk dijadikan bisnis atau peluang usaha karena nilai ekonomisnya yang cukup tinggi. Usaha budi daya tanaman hias umumnya dikembangkan sebagai usaha kecil dan mikro (UMKM) dan berkontribusi penting pada daerah (Junaidi, 2021). Dalam usaha agrowisata, tanaman hias dapat meningkatkan minat pengunjung (Noviana et al. 2014). Tanaman hias merupakan salah satu alternatif usaha yang dapat dikembangkan petani untuk meningkatkan taraf ekonominya (Widayanto, 2006). Indonesia sebagai negara tropis memiliki keragaman jenis hortikultura yang banyak dan indah sehingga memiliki daya saing yang tinggi di pasar dalam maupun luar negeri (Sukmayanti et al, 2022).

Pada tahun 2020 tren tanaman hias sedang terjadi di Indonesia, termasuk di Jalan Pisok II Kota Tangerang Selatan. Ada banyak jenis tanaman hias yang diminati oleh para konsumen, misalnya tanaman jenis Aglonema, Anthurium, Monstera, Philodendron, Syngonium, dan lain sebagainya. Alasan para konsumen memutuskan untuk membeli tanaman hias juga bermacam-macam, mulai dari untuk koleksi, sebagai hadiah, untuk kebutuhan landscaping halaman, untuk hiasan meja, dan lain-lain.

Menurut Tambayong, Tren tanaman hias terjadi karena dipengaruhi oleh dua sebab, sebab pertama adalah karena masa pandemi yang membuat masyarakat harus

melakukan sebuah kegiatan agar tidak merasa bosan saat tinggal di rumah. Sebab kedua karena dengan melakukan aktivitas bercocok tanam, merawat tanaman, dan berkebun adalah suatu bentuk terapi yang mana aktivitas tersebut bisa membuat sebuah harapan muncul dan orang akan merasa senang (Tambayong, 2021). Terlebih lagi saat ini para pelaku usaha tanaman hias sudah mulai mengadaptasi teknologi. Terdapat banyak penjual tanaman hias khususnya di Jalan Pisok II Kota Tangerang Selatan yang sudah memanfaatkan *platform* media sosial untuk memasarkan produknya, misalnya *instagram* dan *facebook*.

Online Plant Shop menjadi istilah baru yang disematkan untuk para pelaku usaha tanaman hias yang berjualan di sosial media. Perkembangan ini tentunya disambut dengan baik oleh para konsumen, karena dengan munculnya para *Online Plant Shop* ini di sosial media, ada banyak benefit yang bisa didapatkan oleh para konsumen, misalnya harga yang lebih murah, mudahnya melakukan transaksi, bisa memilih produk tanpa perlu keluar rumah, banyaknya promosi yang ditawarkan oleh para *Online Plant Shop* dan lain sebagainya.

Selain itu, fenomena ini juga memunculkan banyak kebiasaan baru bagi para konsumen, ada banyak perubahan-perubahan sikap dan perilaku yang mendasari terjadinya pembelian tanaman hias secara *online*. Dengan begitu perilaku konsumen secara langsung dapat terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan menurut (Schiffman dan Kanuk, 2007) menyatakan “proses pengambilan keputusan konsumen dapat dipandang sebagai tiga tahap berbeda namun berhubungan satu sama lain; tahap masuk (*input*), tahap proses (*process*) dan tahap keluar (*output*). Keputusan

konsumen dalam membeli merupakan suatu keputusan seorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dalam memenuhi kebutuhan berupa barang, maupun jasa.

Menurut Swastha dan Irawan (2008) bahwa keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan sesuatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

Kota Tangerang Selatan merupakan kota yang sektor tanaman hias nya sangat berkembang (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, 2020). Di Tangerang Selatan ini banyak toko tanaman hias yang bermunculan dan juga banyak menawarkan berbagai macam tanaman- tanaman yang indah.

Tabel 1. 1 Produksi Tanaman Hias Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman Kota Tangerang Selatan

Kecamatan	2020					
	Produksi Tanaman Hias Menurut Kecamatan dan Jenis Tanaman (Tongkal)					
	Anggrek	Krisan	Mawar	Sedap Malam	Kamboja Jepang	Sri Rejeki
Selu	130.080	--	--	--	--	--
Sopang	303.344	--	--	--	800	1.900
Pamulang	866.000	--	--	--	--	200
Ciputat	36.700	--	--	--	--	4.400
Ciputat Timur	--	--	--	--	240	1.854
Pondok Aren	17.080	--	1.700	--	800	14.400
Serpong Utara	--	--	--	--	140	110
Kota Tangerang Selatan	1.352.204	--	1.700	--	2.000	22.564

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Tangerang Selatan, 2020

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui produksi tanaman hias dikota Tangerang Selatan banyak. Terlihat dari masing-masing tanaman hias

yang terbagi menjadi tanaman Anggrek, Mawar, Kamboja Jepang dan Sri Rejeki. Untuk tanaman hias yang populer di kota Tangerang Hias yaitu tanaman Anggrek yang memiliki jumlah total produksi sebesar 1.352.297 tangkai. Di kota Tangerang Selatan khususnya di Jalan Pisok II memiliki komunitas tanaman hias yang tergabung dari orang-orang yang gemar dengan tanaman hias untuk memperindah rumahnya atau hanya hobi untuk mengkoleksi tanaman hias.

Jumlah warga di Jalan Pisok II itu sendiri adalah 100 orang, data ini didapat oleh ketua RT setempat. Peneliti menyebarkan angket kepada seluruh populasi yang ada, kemudian hasil yang didapat terdapat 80 responden yang membeli tanaman hias secara *online*.

Memperhatikan uraian tersebut di atas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Faktor Personal Pembelian Tanaman Hias secara *Online* oleh konsumen di Jalan Pisok II Kota Tangerang Selatan.

B. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti akan membatasi permasalahan. Permasalahan yang hendak diteliti adalah faktor personal pembelian tanaman hias secara *online* oleh konsumen di jalan Pisok II kota Tangerang Selatan.

C. Perumusan Masalah

Melihat peristiwa yang ada dalam latar belakang, maka peneliti akan mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Mengapa konsumen tanaman hias di Jalan Pisok II Kota Tangerang selatan tertarik membeli secara *online*?

2. Mengapa konsumen tanaman hias memilih menggunakan *e-commerce* dalam pembelian tanaman hias?
3. Faktor apa saja yang meningkatkan minat pembelian?

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

- a. Bagi lembaga pendidikan, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk memajukan sektor perdagangan.
- b. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan dan bahan pembandingan bagi peneliti yang membahas penelitian terkait.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi mahasiswa, dapat menjadi referensi dan informasi yang berwawasan keilmuan.