

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan *flora* yang luar biasa dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi, memiliki lebih dari 28.000 spesies tanaman berbunga yang tersebar di seluruh Nusantara. Potensi *flora* lokal ini tidak hanya penting dari segi ekologis, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang dapat dikembangkan dalam berbagai sektor bisnis, termasuk industri *florist*. Seiring dengan berkembangnya tren penggunaan bunga dalam berbagai acara dan kebutuhan dekorasi, bisnis *florist* telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di berbagai daerah Indonesia. penggunaan tanaman lokal dalam industri florikultura dapat mengurangi ketergantungan terhadap impor dan mendorong pemberdayaan petani lokal. Hal ini sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan yang mengedepankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Jepri Utomo, 2022).

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat, berbagai kebutuhan akan suatu jenis produk semakin banyak dan bervariasi di pasar, dengan banyaknya pilihan produk yang tersedia di pasar, konsumen akan menilai setiap sisi dari produk yang dibutuhkannya, baik dari sisi harga maupun kualitas produk tersebut. Indonesia, bisnis ritel atau eceran mengalami perkembangan cukup pesat yang tidak terlepas dari tiga faktor utama yaitu ekonomi, geografis, dan sosial budaya. Faktor ekonomi yang menunjang pertumbuhan ritel di Indonesia adalah pendapatan perkapita penduduk Indonesia yang didukung dengan tingginya pertumbuhan

perbelanjaan modern di Indonesia. Faktor geografis Indonesia yang luas menjadikan Negara ini sebagai pasar yang sangat potensial. Faktor lain adalah meningkatnya penduduk golongan menengah (*Middle income group*). Golongan ini adalah pasar yang menjanjikan (Aeni dkk., 2022).

Florikultura di Indonesia sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat sebagai salah satu sektor produksi yang baik dan menguntungkan. Bunga merupakan tanaman yang memiliki keindahan yang dapat membuat orang menyukai dan menyenangkannya. Salah satu bentuk inovasi dalam usaha tanaman hias, khususnya bunga adalah rangkaian bunga atau bucket bunga. Buket bunga adalah salah satu bentuk seni yang menggambarkan kreatifitas atau mengekspresikan emosi manusia yang tidak dapat diungkap dengan kata-kata. Selain itu, bunga juga dapat menyegarkan jiwa dan pikiran bagi perangkai maupun penikmatnya. Pelaku bisnis atau jasa profesional yang berhubungan dengan bunga disebut sebagai florist (Fatma dkk., 2022).

Bunga potong sering digunakan sebagai bahan dekorasi ruangan, menghias meja, vas bunga dan sebagai rangkaian bunga. Berbagai jenis bunga potong tersebut memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi untuk dijadikan komoditas perdagangan dan komersil Nilai estetika dari bunga potong akan menarik konsumen untuk membeli produk bunga potong dalam bentuk rangkaian bunga. Usaha rangkaian bunga memiliki prospek yang cukup bagus apabila dikelola secara intensif dan komersial. Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai komersial tinggi dan bagus adalah rangkaian bunga (Ardelia dkk., 2021).

Salah satu toko penjual bunga di Makassar adalah Flowers by Khansa yang memproduksi berbagai bunga yaitu bunga mawar, aster, pikok, garbera, gompi dan aster puma dengan data penjualan 5 bulan terakhir sebagai berikut :

Tabel 1. Data Penjualan Toko Flowers by Khansa 5 bulan Terakhir (November – Maret)

No	Nama Bunga	Jumlah Penjualan Tangkai Perbulan					Total	Rata-Rata
		I	II	III	IV	V		
1.	Mawar	150	250	200	500	280	1.380	276
2.	Aster	1.800	2.000	2.150	3.000	2.300	11.250	2.250
3.	Pikok	100	100	150	200	100	650	130
4.	Gerbera	100	130	120	300	130	780	156
5.	Gompi	100	130	120	300	130	780	156
6.	Aster Puma	700	650	700	1.000	650	3.700	740

Sumber : *Data Sekunder, 2025.*

Berdasarkan Tabel 1, di atas menunjukkan data jumlah penjualan tangkai bunga segar per bulan untuk enam jenis bunga dari November 2024 hingga Maret 2025. Diantara jumlah penjualan bunga, Aster menjadi penjualan tertinggi yaitu 11.250 tangkain karena bunga aster memiliki banyak macam warna, bentuk, jumlah bunga yang banyak dalam setangkai dan memiliki daya simpan yang cukup lama dan bunga pikok menjadi penjualan terendah yaitu 650 tangkai karena cepat layu atau tidak tahan lama setelah dipetik.

Optimalisasi strategi pemasaran di toko menjadi penting untuk meningkatkan minat konsumen terhadap bunga yang kurang diminati seperti bunga pikok. Strategi ini dapat mencakup penataan display yang menarik, pemberian diskon khusus, serta edukasi kepada pelanggan mengenai keunikan dan cara merawat bunga tersebut. Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, secara perlahan mengubah perilaku masyarakat Indonesia kepada perilaku masyarakat digital. Sehingga, internet kini menjadi kebutuhan primer dalam

mencari informasi, berkomunikasi, dan bertransaksi karena kemudahan yang didapatkan (Salsabila, R. S., & Fauzi, A. 2022).

Selain strategi pemasaran, persepsi harga juga memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian kepuasan konsumen. Persepsi harga menilai kesesuaian antara harga dan nilai yang mereka dapat pada penjualan bunga. Harga yang ditetapkan toko dianggap dengan kualitas bunga, ketahanan, serta keindahan rangkaian bunga, maka konsumen akan merasa puas dengan harga yang ditetapkan. Sebaliknya, jika harga tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dapat menurunkan minat konsumen untuk membeli (Baehaqi dkk., 2022).

Selanjutnya, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Dalam bisnis Fresh Flowers, pelayanan tidak hanya transaksi jual beli, melainkan melibatkan komunikasi yang baik terhadap konsumen, keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kenyamanan konsumen, untuk memenuhi permintaan khusus dari pelanggan. Konsumen yang merasa dilayani dengan baik akan cenderung merasa puas dan melakukan pembelian ulang (Mariana, 2020).

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan antara harapan dengan hasil yang diterima Kotler & Keller (2016). Kepuasan konsumen ini sangat penting karena produk bunga tidak hanya sebatas objek jual, tetapi mengandung nilai emosional dan simbolik yang tinggi. Saat harapan konsumen dipenuhi atau terlampaui, mereka akan merasa puas dan cenderung kembali membeli serta merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan yang ada di toko Fresh Flowers by Khansa di Kota Makassar apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang di kemukakan, maka permasalahan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana karakteristik konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa?
2. Jenis bunga apa saja yang di jual pada Toko Fresh Flowers By Khansa?
3. Bagaimana pengaruh promosi yang dilakukan pada Toko Fresh Flowers By Khansa terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap harga jual pada Toko Fresh Flowers By Khansa terhadap kepuasan konsumen?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada Toko Fresh Flowers By Khansa terhadap kepuasan konsumen?
6. Bagaimana kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa?
7. Bagaimana pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi karakteristik konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa
2. Mengidentifikasi jenis bunga yang di jual pada Toko Fresh Flowers By Khansa
3. Menganalisis promosi yang dilakukan pada Toko Fresh Flowers By Khansa

4. Menganalisis persepsi konsumen terhadap harga pada Toko Fresh Flowers By Khansa
5. Menganalisis kualitas pelayanan pada Toko Fresh Flowers By Khansa
6. Menganalisis kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa
7. Menganalisis pengaruh promosi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana pada program studi agribisnis, Fakultas pertanian bioremediasi lahan tambang universitas muslim Indonesia dan sarana untuk mengaplikasikam berbagai teori yang diperoleh selama perkuliahan. Menambah pengalaman dan sarana Latihan dalam memecahkan masalah-masalah yang ada dimasyarakat sebelum terjun ke dunia kerja
1. Bagi pemilik usaha diharapkan adanya evaluasi berkelanjutan khususnya pemahaman mengenai jenis, promosi, persepsi harga, kualitas pelayanan di offline store terhadap Kepuasan kosnsumen pada Toko Fresh Flowers By Khansa
2. Bagi akademis, penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi serta bahan penelitian yang akan datang mengenai perilaku konsumen terhadap suatu produk