

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara tropis yang memiliki sumberdaya alam yang melimpah. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian dan produk nasional yang berasal dari pertanian (Mubyarto, 1995). Berdasarkan hasil survei pada bulan Agustus 2013, jumlah penduduk Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian sebanyak 38.068.254 jiwa atau 34,35% dari total penduduk Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas (Badan Pusat Statistik, 2014). Hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian sangat potensial untuk menunjang pertumbuhan ekonomi. Salah satu sumber pertumbuhan ekonomi yang sangat potensial dalam pembangunan sektor pertanian adalah hortikultura. Komoditas hortikultura merupakan komoditas perdagangan (Soekartawi, 1996^a). Hortikultura sebagai komoditas perdagangan, pengembangannya memegang peran strategis dalam menunjang peningkatan perkembangan ekonomi wilayah (Solihin dkk, 2006).

Komoditas hortikultura yang meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, bunga-bunga atau florikultura dan obat-obatan mulai mendapat perhatian besar dari pemerintah. Salah satunya adalah tanaman bunga-bunga atau florikultura yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Berdasarkan data tahun 2008, sumbangan sub sektor agribisnis tanaman florikultura terhadap PDB nasional adalah sebesar Rp. 6,4 trilyun (Ditjen Hortikultura, 2014). Selain itu, tanaman florikultura bunga potong merupakan salah satu komoditas ekspor non migas yang dapat memberikan nilai tambah bagi devisa Indonesia. Volume dan nilai ekspor bunga potong di Indonesia dapat di lihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Ekspor Bunga Potong Tahun 2012

| Komoditi | Ekspor | |
|----------------------|--------------|--------------|
| | Volume (Ton) | Nilai (US\$) |
| Anggrek | 57 | 668.956 |
| Krisan | 50 | 1.031.511 |
| Mawar | 43 | 528.027 |
| Tanaman Hias Lainnya | 6.341 | 16.584.580 |
| Jumlah | 6.493 | 18.813.074 |

Sumber: Data ekspor impor BPS diolah Ditjen Hortikultura (2013^a)

Tabel 1 menunjukkan data ekspor bunga potong pada tahun 2012, bunga potong anggrek, krisan, dan mawar memiliki volume dan nilai ekspor yang tinggi dibandingkan dengan bunga potong yang lain. Volume ekspor bunga anggrek 57 ton dengan nilai US\$ 668.956, bunga potong krisan 50 ton dengan nilai US\$ 1.031.511, dan bunga potong mawar 43 ton dengan nilai US\$ 528.027. *Image* akan bunga potong meningkat dimasyarakat seiring meningkatnya konsumsi akan bunga potong dan beragamnya konsumen.

Salah satu bunga potong yang populer di kalangan masyarakat serta mempunyai nilai ekonomi yang tinggi yaitu bunga potong krisan. Warsito, 2004 (*dalam Sari, 2010*) menyatakan bahwa lebih dari 80 persen perdagangan bunga potong di pasar domestik dan internasional didominasi oleh krisan. Bunga potong krisan disamping memiliki keindahan karena keragaman bentuk dan warna, juga memiliki kesegaran yang relatif lama dan mudah di rangkai. Keunggulan lain yang di miliki adalah bahwa pembungaan dan penennya dapat di atur menurut kebutuhan pasar. Peningkatan permintaan pasar akan bunga potong krisan juga diimbangi dengan produksi bunga krisan yang meningkat dari tahun ke tahun. Produksi bunga potong krisan di Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Produksi Bunga Potong Krisan di Indonesia Tahun 2009-2012

| Tahun | Produksi (Tangkai) |
|-------|--------------------|
| 2009 | 107.847.072 |
| 2010 | 185.232.970 |
| 2011 | 305.867.882 |
| 2012 | 397.651.571 |

Sumber: Badan Pusat Statistik (2013^b)

Berdasarkan data pada Tabel 2 menunjukkan produksi bunga potong krisan dari tahun 2009 hingga tahun 2012 terus mengalami peningkatan. Peningkatan produksi ini menunjukkan bahwa konsumsi terhadap bunga potong krisan semakin meningkat. Permintaan bunga potong krisan saat ini dipengaruhi gaya hidup masyarakat Indonesia karena selain memiliki nilai estetika, penggunaan bunga segar juga dapat meningkatkan prestise atau kewibawaan seseorang. Hal ini merupakan gambaran prospek positif bagi bisnis bunga potong krisan.

Perkembangan bisnis bunga potong krisan juga mendorong timbulnya persaingan diantara pelaku-pelaku bisnis bunga potong. Hal ini seperti yang kemukakan oleh Soekartawi (1996^b) bahwa akan segera muncul pengusaha-pengusaha baru, pedagang bunga potong baru yang muncul bersamaan dengan berkembangnya bisnis bunga potong tersebut. Salah satu persaingan dalam bisnis bunga potong yaitu persaingan pada tingkat pemasok. Upaya yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan tersebut yaitu dengan merancang strategi pemasaran. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) strategi pemasaran merupakan logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan. Kunci untuk membangun hubungan pelanggan adalah dengan menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang setia dan memberikan pangsa bisnis yang lebih besar kepada perusahaan.

Strategi pemasaran yang dapat dilakukan untuk memuaskan pelanggan salah satunya dengan cara memperhatikan kinerja pelayanan. Kinerja pelayanan merupakan strategi yang digunakan sebagai langkah awal keberhasilan pemasok bunga potong krisan di masa mendatang dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pelanggan. Pemasok bunga potong krisan harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan untuk menjaga kepuasan mereka. Hal ini dikarenakan, apabila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka akan berdampak pada keberlanjutan kerjasama.

Menurut Parasuraman et al. (1988) kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa karena inti dari produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Pemasok bunga potong krisan yang sebagian besar merupakan petani yang tergabung dalam sebuah organisasi pemasaran seperti kelompok tani, penting untuk memperhatikan kinerja pelayanan dalam suatu organisasi pemasaran. Kinerja pelayanan selain untuk menumbuhkan kepuasan pelanggannya, juga diperlukan untuk dapat bersaing dengan organisasi pemasaran yang lain. Menurut soekartawi (1993) organisasi pemasaran yang baik akan melahirkan strategi pemasaran yang baik pula.

Pada kenyataannya sebagian besar pemasok bunga potong krisan masih memiliki kinerja pelayanan yang rendah. Hal ini terlihat dari tingkat kesadaran yang masih rendah untuk berkomitmen dan bekerjasama dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggannya, fasilitas yang dimiliki pemasok masih terbatas dan sederhana, serta lemahnya informasi pasar dalam memanfaatkan peluang pasar. Dengan adanya hal ini, pemasok bunga potong krisan masih sulit untuk dapat bersaing dalam menghadapi pemasok-pemasok lain yang mulai banyak bermunculan. Oleh karena itu, diperlukan suatu penilaian kinerja pelayanan untuk mengetahui sejauh mana kinerja pelayanan yang telah diterapkan pemasok bunga potong krisan selama ini.

Penilaian kinerja pelayanan dapat dilakukan dengan cara membandingkan antara tingkat kepentingan atau harapan yang diinginkan pelanggan dengan kinerja aktual yang diberikan penyedia jasa layanan. Tingkat kepentingan atau harapan pelanggan merupakan dasar yang harus diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana ekspektasi dari pelanggan terhadap kinerja pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Rangkuti (2003) kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut. Kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respons pelanggan terhadap evaluasi dan ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sehingga, dapat dikatakan kinerja pelayanan yang baik merupakan kinerja pelayanan yang dapat melebihi tingkat kepentingan atau harapan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas penting dilakukan penelitian mengenai pengukuran tingkat kepuasan kinerja pelayanan dari pemasok bunga potong krisan. Hal ini dilakukan untuk menilai tanggapan pelanggan atas sarana dan prasarana yang berhubungan dengan kinerja pelayanan pemasok sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan kerja.

1.2. Perumusan Masalah

Florikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi dan telah diusahakan secara komersial sejak lama dalam upaya memenuhi permintaan yang semakin meningkat. Permintaan nasional akan tanaman hias meningkat 15-20% setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik, 2012^a). Kebutuhan pasar dalam negeri Indonesia untuk bunga potong cukup tinggi, termasuk untuk konsumsi hotel, rumah sakit, rumah makan, mall dan sebagainya belum terpenuhi. Permintaan bunga potong didalam negeri mencapai puncaknya pada perayaan Idul Fitri, Natal, Tahun Baru, dan Imlek (Harry, 1994).

Konsumsi bunga didalam negeri cenderung terus meningkat akibat pertumbuhan kota yang pesat, peningkatan kesejahteraan, pembangunan kompleks perumahan dan perkantoran, serta perkembangan sektor pariwisata (Harry, 1994). Hal ini membuka peluang yang besar untuk pengembangan usaha tani dan pemasaran tanaman hias terutama bunga potong. Salah satu bunga potong yang populer di kalangan masyarakat serta mempunyai nilai ekonomi yang tinggi yaitu bunga potong krisan. Wasito, 2004 (*dalam* Sari, 2008) menyatakan bahwa lebih dari 80 persen perdagangan bunga potong di pasar domestik dan internasional didominasi oleh krisan. Peningkatan permintaan dan peluang bisnis bunga potong dapat menimbulkan persaingan diantara pelaku bisnis, salah satunya adalah persaingan pada tingkat pemasok. Pemasok bunga potong krisan sebagai penyedia jasa harus memiliki kinerja pelayanan yang baik untuk meningkatkan penjualan dalam persaingan pemasaran. Menurut Parasuraman et al. (1988) kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa karena inti dari produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas dan kinerjalah yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen.

Pada kenyataannya pemasok bunga potong krisan yang merupakan petani yang tergabung dalam suatu organisasi seperti kelompok tani masih memiliki tingkat kesadaran yang rendah untuk berkomitmen dan bekerjasama dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya, fasilitas yang

dimiliki pemasok masih terbatas dan sederhana, serta lemahnya informasi pasar dalam memanfaatkan peluang pasar. Sedangkan pada sisi lain pemasok bunga potong krisan memiliki posisi yang lemah yaitu apabila pelanggan tidak puas dengan kinerja pelayanannya, maka pelanggan akan beralih ke pemasok lain.

Perbaikan dan peningkatan kinerja pelayanan pemasok bunga potong krisan perlu dilakukan dalam upaya menciptakan kepuasan dalam mempertahankan pelanggan. Kinerja pelayanan diberikan untuk menghindari adanya *gap* (kesenjangan) antara harapan dan kenyataan yang diinginkan pelanggan. Rangkuti (2003) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut. Kepuasan pelanggan berjalan berbarengan dengan ketidakpuasan. Artinya respons pelanggan terhadap evaluasi dan ketidakpuasan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaiannya. Oleh karena itu, penilaian tingkat kepentingan atau harapan pelanggan penting untuk dilakukan sebagai dasar penilaian keberhasilan kinerja pelayanan pemasok bunga potong krisan dalam mencapai harapan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan kinerja pelayanan pemasok bunga potong krisan berdasarkan penilaian pelanggan sebagai dasar evaluasi kinerja pelayanan. Apabila pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan pemasok maka perlu mempertahankan kerjanya, namun apabila pelanggan merasa tidak puas dengan kinerja pelayanan pemasok maka diperlukan perubahan sistem pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kinerja pelayanan dari pemasok bunga potong krisan pada kelompok tani di daerah penelitian?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan dari pemasok bunga potong krisan pada kelompok tani di daerah penelitian?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis tingkat kinerja pelayanan dari pemasok bunga potong krisan pada kelompok tani di daerah penelitian.
2. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan dari pemasok bunga potong krisan pada kelompok tani di daerah penelitian.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Bagi pemasok, diharapkan dapat membantu memberikan informasi sebagai bahan perbandingan dan pertimbangan dalam menentukan keputusan yang berhubungan dengan peningkatan kinerja pelayanan pemasok untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.
2. Bagi peneliti, dapat mengetahui dan mengerti kepuasan pelanggan dan kinerja kualitas layanan suatu bisnis produk maupun jasa.
3. Bagi pembaca, sumbangan pustaka dan bahan tambahan untuk penelitian selanjutnya yang ada kaitannya dengan topik penelitian ini.

