

RINGKASAN

Fitria Yusvitasari Yusuf (08320200043). Motivasi Konsumen dan Strategi Pengembangan Pemasaran Tanaman Hias Melalui Lokapasar (*Marketplace*) Di Kota Makassar (Studi Kasus di Toko Bunga Algren Indonesia) Dibawah bimbingan Ibu Sitti Rahbiah dan Bapak Tsalis Kurniawan.

Algren Indonesia adalah toko bunga yang terletak di Kota Makassar dengan konsep *flower shop*. Algren Indonesia sudah mampu menjual tanaman hias hingga luar daerah. Seiring dengan meningkatnya permintaan pasar juga ada kendala tentang pemasaran karena munculnya pesaing baru, sehingga perlu strategi pengembangan dalam pemasaran tanaman hias. Kemajuan teknologi memunculkan beragam media dalam memasarkan suatu produk, salah satu pasar digital yang ada di Indonesia adalah lokapasar (*marketplace*). Namun, tidak semua pengusaha tanaman hias mampu mengimplementasikan strategi pemasaran yang tepat, sehingga banyak usaha tanaman hias yang mengalami kesulitan untuk berkembang karena perputaran usaha yang lambat. Oleh karena itu, pentingnya mengetahui motivasi konsumen untuk memutuskan pembelian serta diperlukan strategi pengembangan agar usaha dapat menarik perhatian konsumen secara lebih luas.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Mendeskripsikan jenis-jenis dan harga tanaman hias di Toko Bunga Algren Indonesia. (2) Menganalisis tingkat motivasi konsumen yang berbelanja melalui lokapasar. (3) Menganalisis persentase volume penjualan pada lokapasar dan non lokapasar. (4) Mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan pemasaran tanaman hias melalui lokapasar. (5) Menganalisis strategi pengembangan pemasaran tanaman hias melalui lokapasar. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja melalui lokapasar di Toko Bunga Algren Indonesia sebanyak 100 orang dan informan dalam penelitian ini ialah 1 orang pemilik usaha dan 3 orang karyawan Toko Bunga Algren Indonesia. Metode analisis yang digunakan deskriptif, kuantitatif, analisis kuantitatif dengan menggunakan Skala *Likert*, dan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Total keseluruhan tanaman hias berjumlah 82 tanaman hias, terdiri dari 13 kategori jenis tanaman hias yaitu tanaman hias semak, tanaman hias *aglonema*, tanaman hias *alokasia*, tanaman hias *anthurium*, tanaman hias bambu, tanaman hias *bromelia*, tanaman hias *calathea*, tanaman hias sukulen dan kaktus, tanaman hias krokot, tanaman hias lidah mertua, tanaman hias *monstera*, tanaman hias pakis dan tanaman hias *philodendron*. Range harga tanaman hias yang dijual mulai dari harga Rp.10.000 – Rp.1.000.000. (2) Tingkat motivasi konsumen terhadap tanaman hias keseluruhan skor sebesar 5.038 dan berada di skala 3.268 – 5.134 yang artinya motivasi konsumen terhadap produk tanaman hias yang dipasarkan melalui lokapasar (*marketplace*) di Toko bunga Algren Indonesia berada di tingkat kategori sedang. (3) Persentas\e volume penjualan di Toko Bunga Algren Indonesia pada Lokapasar (Shopee, Tokopedia) 43% dan non lokapasar (*offline*) yaitu 57%, yang artinya penjualan di non lokapasar lebih besar dibandingkan lokapasar. (4) Faktor internal dari pemasaran tanaman hias melalui lokapasar yaitu tampilan produk, kualitas produk, promosi penjualan, proses pemesanan, perhatian konsumen, kerusakan produk, dan tenaga kerja. Faktor eksternal antara lain peminat, ulasan pembeli, perubahan perilaku, jasa kirim, munculnya pesaing baru dan harga tanaman. (5) Berdasarkan analisis matriks SWOT pemasaran tanaman hias menggunakan strategi agresif yaitu memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang yang ada (SO) berada pada kuadran 1 yaitu merupakan situasi yang sangat menguntungkan.

Kata Kunci : Lokapasar, Motivasi Konsumen, Strategi Pengembangan, Tanaman Hias.