

**Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Aglaonema
(Studi Kasus Taman Tiga Saudara Vorvo, Samarinda Ulu)**

***Consumer Preference of Ornamental Plant : Aglonema
(A Case Study of Tiga Saudara Park, Vorvo, Samarinda Ulu)***

¹Tetty Wijayanti, ²Firda Juita, ³Asraful Hadi

^{1,2,3}*Program Studi Agribisnis Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Mulawarman
Jl. Kuaro, Gn. Kelua, Kec. Samarinda Ulu, Kabupaten Paser,
Kalimantan Timur 75119
¹email: tettywijayanti_akbar@yahoo.com*

Diterima : 20 Mei 2021

Disetujui : 27 Juli 2021

ABSTRAK

Aglaonema merupakan tanaman hias yang banyak digemari di Indonesia. Preferensi konsumen dan sikap konsumen terhadap tanaman hias Aglaonema dipengaruhi oleh beberapa faktor. Penelitian ini untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap tanaman hias Aglaonema, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi dan mengetahui sikap konsumen terhadap tanaman hias Aglaonema. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Agustus 2018 di Kota Samarinda. Data yang diambil meliputi data primer dan sekunder. Penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan metode *purposive* (sengaja) dan metode pengambilan sampel dilakukan secara *accidental*. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan skala *semantik differential*. Hasil penelitian preferensi konsumen terhadap tanaman hias Aglaonema menunjukkan bahwa preferensi konsumen tertinggi terhadap tanaman hias Aglaonema adalah karena perilaku setelah pembelian dengan rata-rata skor 20,17 termasuk kategori tinggi dan faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen Tanaman Hias Aglaonema adalah faktor pribadi dengan skor 20,28. Sikap konsumen terhadap tanaman hias adalah semua tindakan dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut, untuk mendapatkan, mengkoleksi, tanaman hias Aglaonema.

Kata kunci: Preferensi konsumen, Tanaman Hias, Aglaonema

ABSTRACT

Aglaonema is an ornamental plant that is very popular in Indonesia. consumer preferences and consumer attitudes towards Aglaonema ornamental plants are

influenced by several factors. This study aims to knowing consumer preferences for Aglaonema ornamental plants, the factors that influence preferences and consumer attitudes towards Aglaonema ornamental plants. This research was conducted in June-August 2018 in Samarinda City. The data was taken includes primary and secondary data. The determining of the research location used purposive methods and the sampling technique used is accidentally. The research method used qualitative descriptive analysis with the semantic differential scale. The results of research on consumer preferences for Aglaonema ornamental plants shows that the highest consumer preference for Aglaonema ornamental plants because the behavior after purchase with an the average score of 20.17 include the high category and the factors that influence the consumer preferences of Aglaonema Ornamental Plants are personal factors with a score of 20.28. Consumers attitudes towards ornamental plants are all psychological action processes that drives these actions at the time before buyed, buyed, used, spend products and serviced after doing these things, to got, and collect, ornamental plants Aglaonema.

Keywords: Consumer preferences, Ornamental Plants, Aglaonema

PENDAHULUAN

Tanaman hias mempunyai prospek yang sangat baik sehingga kita bisa mengembangkan dan membudidayakan sebagai usaha agrobisnis (Soeryowinoto, 2003). Tanaman hias *Aglaonema* adalah tanaman hias dengan nama *aglaonema* sp. Tanaman ini diperkirakan berasal dari Asia Tenggara, tetapi ada beberapa varietasnya berasal dari Indonesia. *Aglaonema* termasuk tanaman hias daun. Selain terkenal sebagai tanaman pembawa rezeki, tanaman hias *Aglaonema* juga dipilih sebagai tanaman untuk menghias tanaman maupun ruangan. Fenomena bisnis tanaman hias *Aglaonema* sangat menjanjikan dan menguntungkan bagi penggemar atau pencinta dan penjualnya. Keindahan tanaman hias *Aglaonema* dapat dilihat dari penampilannya dan indikator-indikator yang mempengaruhi, diantaranya adalah motif daun, jumlah daun, warna daun, tekstur daun, bentuk daun, dan harga. Tidak mengherankan jika muncul komunitas tanaman hias *Aglaonema*, baik sebagai hobi maupun sebagai bisnis. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam dunia

tanaman hias *Aglaonema*, hal ini ditunjang oleh kecocokan iklim dan tersedianya berbagai jenis tanaman hias *Aglaonema*, sehingga memudahkan mengembangbiakkan sebagai tanaman *Aglaonema* yang bagus dan cantik.

Selain tanaman hias *Aglaonema* sebagai komoditas langsung yang diperdagangkan, tanaman hias *Aglaonema* juga menjadi peluang usaha yang cukup menjanjikan. Pada umumnya masyarakat atau suatu barang ditentukan oleh banyak faktor diantaranya hargadan selera konsumen. Selera konsumen dipengaruhi oleh banyak hal yang menyebabkan mengapa konsumen menyukai suatu barang dan membelinya. Selera dari masing-masing konsumen berbeda antara satu dan lainnya, dengan kata lain yang diperoleh konsumen dipengaruhi oleh terpenuhinya selera mereka terhadap suatu barang yang ingin dibelinya.

Di Kota Samarinda banyak terdapat penjual tanaman hias *Aglaonema* dan berbagai jenis tanaman hias lainnya. Penjual tanaman hias *Aglaonema* dapat kita jumpai di kios-kios atau di lahan taman pinggir jalan vorvo. Tidak hanya itu para pencinta dan

pedagang tanaman hias *Aglaonema* sering mengadakan pameran tanaman hias tersebut. Tampilan *Aglaonema* yang bervariasi akan mempengaruhi selera konsumen, maka peluang bisnis dibidang tanaman hias di Kota Samarinda sangat banyak dan tingkat selera konsumen yang berbeda-beda, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* (Studi Kasus Taman Tiga Saudara Vorvo, Samarinda Ulu). Adapun **tujuan penelitian** ini adalah untuk mengetahui tingkat preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dilihat dari kebutuhan, manfaat, pilihan alternatif, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian; mengetahui faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli tanaman hias *Aglaonema* dilihat dari kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi; serta mengetahui sikap konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* ditinjau dari kepercayaan dan evaluasi.

MATERI DAN METODE

Penelitian telah dilaksanakan selama 3 bulan, dari bulan Juni-Agustus 2018. Lokasi penelitian penjual tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara, Vorvo Kota Samarinda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survei. Metode ini menggunakan teknik komunikasi langsung ataupun tidak langsung (Simamora, 2004) peneliti melakukan perlakuan dalam mengumpulkan data dengan cara mengedarkan kuesioner. Jenis data yang diambil adalah data primer dan data sekunder. Penentuan Lokasi dalam penelitian ini menggunakan *purposive*

sampling, yaitu pada penjual tanaman hias *Aglaonema* yang menjual 6 jenis macam (Kios Taman Tiga Saudara) yang berada di Jalan Vorvo Samarinda. Penentuan sampel responden di Kios Taman Tiga saudara dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja selama 6 minggu dan setiap minggunya diambil 6 responden, sehingga total responden sebanyak 36 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode *accidental* yaitu metode pemilihan sampel yang tidak terencana, peneliti langsung mengumpulkan data dari responden yang ditemuinya (Simamora, 2004) dengan beberapa kriteria yang diambil dalam penentuan responden (data yang diambil *Aglaonema* secara umum tanpa melihat nama atau jenis tanaman *Aglaonema*)

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, skala pengukuran yang digunakan yaitu Skala *Semantic Differential* yang dikembangkan oleh Osgood dalam Effendi (2000). Data yang diperoleh adalah data interval, skala ini digunakan untuk mengukur sikap atau karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang. Responden dapat memberi jawaban, pada rentang jawaban yang positif sampai dengan negatif (Sugiyono, 2014). Setiap pertanyaan diberi skor sesuai dengan pilihan responden, yang mana setiap jawaban diberi skor yang berbeda. Pilihan dengan jawaban sangat setuju diberi skor 4 sedangkan jawaban setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju diberi skor 3, 2 dan 1. Skor minimum dan maksimum dari faktor internal yang berpengaruh terhadap preferensi atau pilihan konsumen tanaman hias *Aglaonema* dapat dilihat pada Tabel 1 dan interval kelas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Skor Minimum dan Maksimum dari Indikator Preferensi Konsumen terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* di Kota Samarinda

No	Atribut	Skor Minimum	Skor Maksimum
1	Kebutuhan	5	20
2	Manfaat	5	
3	Pilihan Alternatif	5	20
4	Keputusan Pembelian	5	20
5	Perilaku Setelah Pembelian	5	20
Jumlah		25	100

Sumber : Data Primer (diolah), 2018

Indikator preferensi konsumen

$$C = \frac{X_n - X_i}{K} = \frac{25 - 100}{3} = 25$$

Tabel 2. Interval kelas dari Atribut Preferensi Konsumen Tanaman Hias

No	Interval Kelas	Tingkat Konsumsi
1	25,00 – 50,00	Rendah
2	50,01 – 75,00	Sedang
3	75,01 – 100,00	Tinggi

Sumber : Data Primer (diolah), 2018

Tabel 3. Skor Minimum dan Maksimum dari Faktor Preferensi Konsumen terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* di Kota Samarinda

No.	Atribut	Minimum	Skor Maksimum
1	Kebudayaan	5	20
2	Sosial	5	20
3	Pribadi	5	20
4	Psikologi	5	20
Jumlah		20	80

Sumber : Data Primer (diolah), 2018

Apabila tingkat konsumsi dibagi menjadi 3 tingkatan maka menurut Supranto (2006), untuk menentukan

interval kelas dilakukan menggunakan persamaan berikut: Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen.

$$C = \frac{X_n - X_i}{K} = \frac{80 - 20}{3} = 20$$

Keterangan:

C = Interval kelas K = Jumlah kelas

X_n = Skor maksimum X_i = Skor minimum

Tabel 4. Interval kelas dari Atribut Preferensi Konsumen Tanaman Hias

No	Interval Kelas	Tingkat Konsumsi
1	20,00 – 40,00	Rendah
2	40,01 – 60,00	Sedang
3	60,01 – 80,00	Tinggi

Sumber : Data Primer (diolah), 2018

Selanjutnya digunakan Analisis Chi Square untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema*.

Analisis *Multiattribute Fishbein*

digunakan untuk mengetahui atribut tanaman hias *Aglaonema* yang paling dipertimbangkan oleh konsumen. Model analisis ini merupakan salah satu model yang sangat tepat untuk mengukur sikap terhadap objek (Tono, 2002), dengan rumus sebagai berikut:

Analisis *Multiattribute Fishbein*

$$A_o = \sum_{i=1}^n B_i E_i$$

Keterangan:

A_o = sikap konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara. B_i = tingkat kepercayaan konsumen bahwa tanaman *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara memiliki variabel tertentu (variabel ke-*i*).

E_i = dimensi evaluasi konsumen terhadap variabel ke-*i* yang dimiliki tanaman hias *Aglaonema*.

l = kategori atribut dari tanaman hias *Aglaonema* (*i* = 1,2,3,..., *k*).

Nilai kepercayaan konsumen dapat diperoleh dengan cara menentukan standar penilaian (*scoring*) dengan menggunakan skala *Likert* (Sunyoto, 2012) yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Standar Penilaian (*Scoring*) Skala *Likert*

Nilai (<i>score</i>)	Keterangan Nilai
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sunyoto, (2012).

Perhitungan nilai evaluasi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* (*e_i*) juga dilakukan dengan cara yang sama seperti perhitungan nilai

(b).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data Preferensi Konsumen Tingkat Preferensi Konsumen

Tingkat preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dilihat dari atribut kebutuhan, manfaat, pilihan alternatif atau produk pengganti,

keputusan pembelian atau penentuan pilihan dalam memilih *Aglaonema* yang akan dibeli, perilaku setelah pembelian yaitu rasa puas atau tidak puas setelah membeli produk. Preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dilihat dari beberapa atribut yaitu kebutuhan, manfaat, pilihan alternatif, kepuasan pembelian dan perilaku setelah pembelian secara keseluruhan sebesar 99,17.

Tabel 6. Skor rata-rata dan kategori Preferensi Konsumen dari beberapa atribut

No	Atribut	Rata-Rata	Kategori
1	Kebutuhan	19,89	Tinggi
2	Manfaat	19,64	Tinggi
3	Pilihan Alternatif	20,14	Tinggi
4	Keputusan Pembelian	19,33	Tinggi
5	Perilaku Setelah Pembelian	20,17	Tinggi
	Total	99,17	Tinggi

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Kebutuhan

Preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* berdasarkan kebutuhan, menurut (Ambarwati, 2014) didasarkan ketika salah satu kebutuhan normal seseorang seperti rasa ingin timbul pada tingkat yang cukup tinggi, sehingga kebutuhan menjadi alasan preferensi konsumen. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema* terhadap atribut kebutuhan dengan skor tinggi sebesar 19,89. Preferensi tertinggi terhadap atribut kebutuhan adalah pada konsumen bentuk daun karena berbentuk daun lonjong, bulat oval dan elips yang indah baik dilihat dari jauh maupun dekat akan menimbulkan rasa ketertarikan bagi konsumen untuk memilikinya.

Manfaat

Preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema* terhadap manfaat karena ada beberapa jenis tanaman hias *Aglaonema* yang menurut pendapat dan

kepercayaan masyarakat memiliki manfaat serta dipercaya dapat membawa banyak rejeki. Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa preferensi konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat sebesar 19,64. Preferensi konsumen tertinggi berdasarkan atribut manfaat bentuk daun adalah karena bentuk daun yang indah jika diletakkan di rumah dan di lingkungan kerja, pemilikinya akan merasa senang, maka berdampak pada ketenangan hati.

Pilihan Alternatif

Preferensi tanaman hias *Aglaonema* dalam pilihan alternatif karena pilihan alternatif merupakan tahap keputusan pembeli dimana konsumen membeli tanaman hias tersebut. Sebagai pilihan pengganti atau alternatif dari tanaman hias yang mereka inginkan. Berdasarkan hasil penelitian preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema* secara keseluruhan terhadap pilihan alternatif memiliki rata-rata 20,14. Preferensi konsumen tertinggi terhadap pilihan alternatif

adalah bentuk daun karena bentuk daun bulat oval sangat jarang ditemukan, sehingga *Aglaonema* dengan bentuk daun bulat oval menjadi pilihan alternatif yang ingin dimiliki konsumen sebagai tanaman penghias rumah yang unik dan menarik.

Keputusan Pembelian

Preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema*, (Syamsi, 2000), terhadap keputusan pembelian pada umumnya merupakan niat dalam menentukan pembelian, konsumen membeli produk mana yang mereka pilih dan mereka gemari. Berdasarkan hasil penelitian di dapat bahwa rata-rata preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema* secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian adalah 19,33, bila dijelaskan dari masing-masing atribut preferensi tertinggi terhadap atribut keputusan pembelian adalah jumlah daun karena tanaman hias *Aglaonema* yang memiliki jumlah daun lebih banyak maka harga jualnya juga akan tinggi, sehingga konsumen lebih tertarik untuk segera membeli *Aglaonema* yang jumlah daunnya lebih banyak.

Perilaku setelah pembelian

Preferensi konsumen tanaman hias *Aglaonema* terhadap atribut perilaku setelah pembelian adalah keputusan konsumen dimana konsumen mengambil tindakan berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap suatu tanaman hias *Aglaonema*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata preferensi konsumen *Aglaonema* secara keseluruhan terhadap atribut perilaku setelah pembelian adalah 20,17. Preferensi konsumen tertinggi terhadap

perilaku setelah pembelian adalah bentuk daun karena konsumen merasa puas jika memiliki bentuk tanaman yang berbeda dengan tetangga di lingkungan sekitarnya dan diyakini memiliki manfaat yang baik. Simamora (2004) menyatakan kepercayaan dan sikap mempengaruhi perilaku konsumen, kepercayaan adalah suatu pernyataan deskriptif seseorang terhadap sesuatu yang berupa pengetahuan, pendapat atau sekedar percaya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap Tanaman Hias *Aglaonema*

Preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi preferensi konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* adalah faktor pribadi dengan persentase 25,63 % karena faktor pribadi seperti keadaan ekonomi dan gaya hidup mempengaruhi pola pikir konsumen dalam membeli tanaman hias untuk di rumah maupun di lingkungan kerja. Hal kebudayaan dan psikologis, warna bunga menjadi pilihan utama karena diyakini mengandung unsur-unsur *magic*, seperti warna merah, putih dan jingga. Pada hal sosial, harga menjadi pilihan utama karena masih disertai oleh gaya hidup rasa gengsi yang tinggi. Jika memiliki tanaman hias dengan harga yang mahal, maka pandangan terhadap perekonomian rumah tangga dianggap baik. Walau secara pribadi yang paling penting adalah bentuk daun yang bulat oval sehingga terlihat unik jika memilikinya.

Tabel 7. Distribusi Interval kelas faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen tanaman hias *Aglaonema*

No	Indikator	Rata-Rata	Persentase (%)
1	Kebudayaan	19,64	24,82
2	Sosial	19,89	25,13
3	Pribadi	20,28	25,63
4	Psikologi	19,33	24,42
Total		79,14	100

Sumber: Data primer (diolah), 2018

Preferensi Konsumen terhadap Sikap Konsumen Terhadap Tanaman Hias *Aglaonema*

Preferensi responden terhadap tanaman hias *Aglaonema* merupakan pilihan suka atau tidak sukanya seorang terhadap tanaman hias yang diinginkan. Preferensi responden terhadap tanaman hias *Aglaonema* dapat dianalisis dengan menggunakan analisis *Chi Square* (Tono, 2002). Preferensi responden dapat diketahui dari responden yang memilih atribut-atribut dari tanaman hias *Aglaonema* yang telah ditentukan. Atribut tersebut adalah jumlah daun,

motif, daun, warna daun, bentuk daun, tekstur daun, harga di Taman Tiga Saudara Vorvo.

Pertimbangan responden dapat diperoleh setelah mengetahui sikap responden terhadap atribut tanaman hias *Aglaonema*. Sikap responden merupakan bentuk kepercayaan dan evaluasi responden terhadap berbagai atribut tanaman hias *Aglaonema* tersebut. Kepercayaan dan evaluasi responden terhadap tanaman hias *Aglaonema* dapat dilihat pada Tabel 8 dan Tabel 9.

Tabel 8. Kepercayaan Responden (*bi*) terhadap Atribut Tanaman Hias *Aglaonema*

Atribut Tanaman Hias <i>Aglaonema</i>	Nilai					Nilai Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
Tekstur daun	3	19	14	0	0	36	3,69
	15	76	42	0	0	133	
Jumlah daun	2	13	21	0	0	36	3,47
	10	52	63	0	0	125	
Warna daun	7	24	5	0	0	36	4,06
	35	96	15	0	0	146	
Harga	0	10	26	0	0	36	3,28
	0	40	78	0	0	118	
Bentuk daun	2	11	22	1	0	36	3,39
	10	44	66	2	0	122	
Motif Daun	11	22	3	0	0	36	4,22
	55	88	9	0	0	152	

Sumber: Data Primer (diolah), 2018

Atribut yang paling dipercaya responden (Tabel 8) adalah bagian Motif daun merupakan atribut yang paling diyakini responden saat membeli tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara tersebut. Responden sangat

percaya bahwa mereka membeli tanaman hias *Aglaonema* yang mempunyai motif yang berbeda setiap tumbuh. Atribut yang paling penting bagi responden (Tabel 9) adalah atribut bentuk daun. Responden merasa

penilaian terhadap bentuk daun adalah hal yang paling utama saat melakukan

pembelian tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara.

Tabel 9. Evaluasi Responden (e) terhadap Atribut tanaman Hias *Aglaonema*

Atribut Tanaman Hias <i>Aglaonema</i>	Nilai					Nilai Total	Rata-rata
	5	4	3	2	1		
Tekstur daun	9	19	6	2	0	36	
	45	76	18	4	0	143	3,97
Jumlah daun	10	19	7	0	0	36	
	50	76	21	0	0	147	4,08
Warna daun	4	12	12	8	0	36	
	20	48	36	16	0	120	3,33
Harga	18	15	3	0	0	36	
	90	60	9	0	0	159	4,42
Bentuk daun	25	11	0	1	0	36	
	125	44	0	2	0	169	4,69
Motif daun	4	5	18	9	0	36	
	20	20	54	18	0	112	3,11

Sumber: Data Primer, (2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis

(H_a) diterima karena χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel, artinya terdapat perbedaan preferensi responden terhadap atribut-atribut tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara.

Tabel 10. Sikap Responden (Ao) terhadap keyakinan dan evaluasi

Atribut Tanaman Hias <i>Aglaonema</i>	Kepercayaan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat
Tekstur daun	3,69	3,97	14,68	II
Jumlah daun	3,47	4,08	14,18	IV
Warna daun	4,06	3,33	13,52	V
Harga	3,28	4,42	14,48	III
Bentuk daun	3,39	4,69	15,91	I
Motif daun	4,22	3,11	13,14	VI

Sumber: Data Primer diolah, (2018).

Tabel 11. Hasil Analisis Chi Square

Atribut Tanaman Hias <i>Aglaonema</i>	df	χ^2 tabel	χ^2 hitung	Keterangan
Tekstur daun	2	5,99	18,17	*
Jumlah daun	2	5,99	42	*
Warna daun	2	5,99	12,17	*
Harga	2	5,99	72	*
Bentuk daun	2	5,99	60,67	*
Motif daun	2	5,99	6,17	*

Sumber: Data Primer diolah, (2018).

*Berbeda nyata karena χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel.

Preferensi responden terhadap tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara dapat diketahui dengan melihat kategori atau kriteria atribut yang paling banyak dipilih oleh responden, hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanaman hias *Aglaonema* yang paling

disukai oleh responden di Kota Samarinda adalah tanaman hias *Aglaonema* yang mempunyai Jumlah daun sebanyak 5-7 helai, motif daun batik, warna daun merah, orange, dan putih, bentuk daun bulat oval, tekstur daun tebal dan harga kisaran Rp75.000,00 – Rp350.000,00.

Tabel 12. Preferensi Responden terhadap Tanaman Hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara

Atribut Tanaman Hias <i>Aglaonema</i>	Preferensi Responden
Tekstur daun	Tebal
Jumlah daun	5-7 Helai
Warna daun	Merah, jingga, putih
Harga	Rp. 75.000 – Rp, 350.000
Bentuk daun	Bulat dan oval
Motif daun	Batik

Sumber: Data Primer diolah, (2018).

Sikap yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut atau kegiatan mengevaluasi (Hidayati dan Guteti, 2016). Perilaku reponden terhadap pembelian tanaman hias *Aglaonema* untuk mendapatkan, mengkoleksi, tanaman hias tersebut. Mempelajari perilaku konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* merupakan usaha untuk memahami mengapa mereka membeli, berapa kali mereka membeli, dan berapa banyak mereka membeli tanaman hias di Taman Tiga Saudara Vorvo Kota Samarinda.

Konsumen memilih Kios Taman Tiga Saudara karena lokasi kios di tengah kota, kualitas tanaman hias baik, dan memiliki variasi bentuk, warna, tekstur yang sangat banyak. Frekuensi responden dalam pembelian tanaman hias *Aglaonema* ini rata-rata 2 kali dalam seminggu. Frekuensi pembelian

tanaman hias *Aglaonema* oleh responden di Taman Tiga Saudara Vorvo sangat beragam dengan alasan ingin mengoleksi tanaman hias *Aglaonema* dengan warna corak dari daun yang berbeda.

Hasil analisis *Chi Square* menunjukkan bahwa semua atribut yang diamati dalam penelitian ini berbeda nyata taraf kepercayaan 95% yang berarti bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima karena χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel, artinya terdapat perbedaan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut tanaman hias *Aglaonema* di Taman Tiga Saudara Vorvo Kota Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanaman hias *Aglaonema* yang paling disukai konsumen di Kota Samarinda adalah tanaman hias *Aglaonema* yang mempunyai Jumlah daun sebanyak 5-7 helai, motif daun batik, warna daun merah, jingga, dan putih, bentuk daun lonjong dan bulat oval, tekstur daun tebal dan harga kisaran Rp75.000,00 – Rp350.000,00.

Jumlah daun tanaman hias *Aglaonema* yang disukai oleh konsumen

di kota Samarinda yaitu tanaman dengan jumlah daun 5-7 daun, karena jumlah daun menentukan umur tanaman serta harga tanaman, semakin banyak jumlah daun maka tanaman hias akan semakin tua serta harga jual semakin mahal. Tanaman hias *Aglaonema* memiliki banyak Motif daun, motif batik adalah salah satu motif yang digemari konsumen Kota Samarinda selain karena motifnya yang unik, motif ini juga memiliki harga yang tidak murah serta memiliki keunikan yang membuat konsumen tertarik untuk membelinya di bandingkan dengan motif lainnya.

Warna daun pada tanaman *Aglaonema* yang paling diminati oleh konsumen di Kota Samarinda adalah warna merah, jingga, dan putih. Tanaman dengan warna tersebut cenderung umum dan dapat diterima oleh masyarakat baik yang paham tentang tanaman hias maupun yang tidak mengerti tanaman hias. Konsumen di Kota Samarinda juga menyukai bentuk daun bulat oval, selain karna unik, bentuk bulat oval juga cukup jarang dibandingkan dengan bentuk lonjong yang sudah cukup umum. Bentuk daun yang demikian tidak membutuhkan ruang yang besar jika dibandingkan dengan bentuk daun yang lonjong. Tekstur daun menjadi pilihan konsumen di Kota Samarinda. Konsumen lebih memilih tekstur daun yang tebal, karena jika dibandingkan dengan tekstur daun yang tipis, daun yang tebal lebih kuat dan tidak mudah sobek, jika daun tipis, daun itu cenderung mudah sobek dan mempengaruhi pertumbuhan tanaman tersebut. Kisaran harga yang paling sering dibeli konsumen beragam, antara Rp75.000,00- Rp350.000,00, harga yang paling rendah itu adalah harga tanaman hias yang tidak terlalu muda, dan harga tertinggi untuk tanaman hias yang memiliki motif, bentuk daun, tekstur daun, warna daun dan jumlah daun yang sangat menarik, sehingga harga nya pun tidak murah.

Hasil analisis Multiattribute Fishbein menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai sikap (Ao), maka atribut tanaman hias *Aglaonema* tersebut menduduki peringkat pertama yang paling dipertimbangkan oleh konsumen, begitu pula seterusnya. Atribut yang menduduki peringkat pertama adalah bentuk daun, peringkat kedua tekstur daun, peringkat ketiga harga, peringkat keempat jumlah, peringkat kelima warna daun dan peringkat keenam motif daun.

Atribut bentuk daun merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Kota Samarinda dalam proses pengambilan keputusan pembelian tanaman hias *Aglaonema*. Konsumen memiliki kecenderungan memilih atribut tersebut sebagai pertimbangan pertama karena bentuk daun adalah penentu dari baik atau tidaknya tanaman yang akan dibeli. Bentuk daun yang bagus menurut konsumen adalah bentuk yang bulat oval.

Atribut kedua yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian tanaman hias *Aglaonema* adalah tekstur daun. Konsumen memiliki kecenderungan memilih atribut tersebut sebagai pertimbangan kedua karena tekstur daun *Aglaonema* dapat terlihat secara kasat mata saat melakukan proses pembelian tanaman hias *Aglaonema*. Tekstur daun yang baik menurut konsumen adalah tekstur daun yang tebal. Atribut ketiga yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian tanaman *Aglaonema* adalah harga. Harga yang baik menurut konsumen yaitu Rp. 75.000 – Rp. 350.000.

Atribut keempat yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan tanaman hias *Aglaonema* adalah jumlah daun. Jumlah daun menempati posisi keempat dikarenakan konsumen cukup mempertimbangkan atribut tersebut saat

melakukan proses pembelian tanaman *Aglaonema*. Konsumen beranggapan bahwa jumlah daun mempengaruhi harga tanaman. Atribut kelima yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian tanaman hias *Aglaonema* adalah warna daun. Menempati posisi kelima dikarenakan konsumen cukup mempertimbangkan atribut tersebut saat melakukan proses pembelian tanaman hias karena warna banyak dan bervariasi. Atribut keenam yang menjadi pertimbangan konsumen dalam proses pembelian keputusan tanaman hias *Aglaonema* adalah motif daun. Atribut yang menempati posisi terakhir ini dikarenakan motifnya yang unik, motif ini juga memiliki harga yang tidak murah serta memiliki keunikan yang membuat konsumen tertarik untuk membelinya dibandingkan motif lainnya. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Hesti, dkk (2013) yang menunjukkan bahwa preferensi konsumen tanaman hias dipengaruhi oleh atribut ketahanan tanaman, ukuran tanaman, harga, wadah yang digunakan, warna dan kuntum bunga.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Preferensi konsumen tertinggi terhadap tanaman hias *Aglaonema* adalah Perilaku Setelah Pembelian karena konsumen lebih memilih bentuk daun yang berbentuk bulat oval berdasarkan kepuasan konsumen terhadap tanaman hias *Aglaonema* dengan rata-rata 20,17 dan termasuk kategori Tinggi.
2. Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen tertinggi terhadap tanaman hias *Aglaonema* adalah faktor pribadi karena keadaan ekonomi dan gaya hidup yang mempengaruhi pola pikir konsumen dalam membeli tanaman hias untuk di rumah maupun di lingkungan kerja dengan rata-rata 20,28 dan termasuk kategori tertinggi.
3. Sikap konsumen terhadap tanaman hias semua tindakan dan proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal tersebut, untuk mendapatkan, mengkoleksi, tanaman hias *Aglaonema*.

Saran

Penjual tanaman hias *Aglaonema* bisa lebih meningkatkan kualitas dalam merawat tanaman terutama bentuk daun bulat oval yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli tanaman *Aglaonema*. Motif daun dan tekstur daun juga perlu perawatan yang baik, Jika tanamannya terawat dengan baik tentunya harga jual akan meningkat diiringi dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, Fitri Respati. 2014. *Konsep Kebutuhan Dasar Manusia*. Yogyakarta: Dua Satria Offset.
- Effendi, O.U. 2000. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Remaja Rasda Karya. Bandung.
- Nuryuliani Hesti, Saharia K., Dafina H. 2013. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin di Kota Palu. *Agroland Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Tadulako*. Volume 20 No 2.
- Simamora, B. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2012. *Teori, Kuesioner, dan*

- Analisis Data Sumber Daya Manusia: Praktik Penelitian*. Caps. Soeryowinoto, S.M. 2003. *Flora Eksotika Tanaman Hias Berbunga*. Kanisius, Yogyakarta.
- Supranto. 2006. *Mengukur Tingkat Selera Konsumen*. Rineka, Cipta, Jakarta.
- Syamsi, Ibnu. 2000. *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tono. 2002. Analisis Preferensi konsumen terhadap Atribut Tanaman Hias dalam Ruangan (*Indoor Plant*) di Kota Bogor. Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.