

## TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN PADA ATRIBUT BUNGA KRISAN DI DESA CIBODAS, CIPANAS

Oleh :

Ahmad Nur Rizal\*)

Endah Lisarini\*)

M. Imam Argadinata\*\*\*)

### ABSTRAK

Kebutuhan bunga potong di Indonesia, terutama di kota-kota besar semakin meningkat. Peningkatan kebutuhan ini sejalan dengan pertumbuhan restoran dan perkantoran sebagai konsumen utama bunga potong. Krisan (*Dendranthema grandiflora*) merupakan salah satu tanaman hias yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan mempunyai peluang besar untuk meningkatkan taraf hidup petani. Selama ini konsumen memilih bunga krisan karena beberapa alasan diantaranya atribut (karakteristik bunga krisan). Atribut bunga krisan yaitu antara lain warna, bentuk, dan daya tahan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui atribut bunga krisan yang disenangi konsumen dan mengetahui tingkat kesukaan (preferensi) konsumen pada atribut bunga krisan. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Selain dilakukan pengklasifikasian nilai skor rata-rata tanggapan responden ke kategori tidak kuat sampai sangat kuat, juga dilakukan proses perankingan untuk mendapatkan tingkat kesukaan pada atribut bunga krisan. Hasil penelitian menjawab tujuan penelitian sebagai berikut : 1) konsumen menyukai bunga krisan karena warnanya yang beragam dan cerah, bentuk bunga spray dan mempunyai daya tahan (tidak cepat layu). 2) tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan adalah sangat kuat pada atribut daya tahan.

kata kunci : warna, bentuk, daya tahan, bunga krisan, kesukaan.

### ABSTRACT

*The need for cut flowers in Indonesia, especially in big cities is increasing. This increase in demand is in line with the growth of restaurants and offices as the main consumers of cut flowers. Chrysanthemum (*Dendranthema grandiflora*) is an ornamental plant that has high economic value and has a great opportunity to improve farmers' lives. So far, consumers choose chrysanthemum flowers for several reasons including attributes (characteristics of chrysanthemum flowers). Chrysanthemum flower attributes are color, shape, and durability. The purpose of this study was to determine the attributes of chrysanthemum that consumers liked and to determine the level of preference (preference) of consumers in the attributes of chrysanthemum flowers. This research uses descriptive analysis method. In addition to classifying the average score of the respondents' responses into the weak to very strong category, a ranking process was also carried out to get the level of preference for the chrysanthemum flower attribute. The results answered the research objectives as follows: 1) consumers like chrysanthemums because of their diverse and bright colors, spray flower shapes and have durability (not quickly wither). 2) the level of consumer preference for the chrysanthemum flower attribute is very strong in the endurance attribute.*

*keywords: color, shape, durability, chrysanthemum, preferences.*

\*) Dosen Fakultas Sains Terapan UNSUR.

\*\*) Alumni Fakultas Sains Terapan UNSUR.

## PENDAHULUAN

Pembangunan pertanian di Indonesia saat ini mempunyai peranan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat terutama usaha pertanian yang meliputi hortikultura, perkebunan, perternakan, serta perikanan. Pembangunan pertanian bertujuan untuk selalu memperbaiki mutu hidup dan kesejahteraan manusia terutama petani, baik perorangan maupun masyarakat pada umumnya (Mardikanto, 2013). Bahwa pembangunan pertanian merupakan bagian dari pembangunan nasional yang memiliki tujuan untuk mensejahterakan para petani melalui peningkatan produksi. Dengan adanya hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan para petani.

Hortikultura merupakan salah satu bagian dari sektor pertanian yang dapat dijadikan sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia di masa yang akan datang. Salah satu komoditas florikultur yang memiliki peluang usaha yang cukup baik untuk dikembangkan adalah bunga potong. Komoditas bunga potong yang banyak digemari adalah bunga potong krisan, (Kurniawan, 2008).

Pesona tanaman hias seolah-olah tak pernah redup. Setiap saat selalu ada jenis tanaman yang menjadi kesukaan para konsumen. Ibarat dunia mode, selalu saja muncul tanaman-tanaman baru menggantikan tanaman lama yang trend nya mulai memudar. Meskipun demikian, tetap saja masing- masing tanaman memiliki penggemar setia. Komoditas tanaman hias terdiri dari tanaman hias daun, bunga potong, dan bunga pot. Usaha tanaman hias saat ini sedang berkembang. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyak nya peminat hal ini bisa dilihat dari konsumsi bunga potong dan tanaman hias di Indonesia terus meningkat. Rata-rata setiap tahun terjadi peningkatan 8 persen. Hal tersebut sejalan dengan peningkatan kesejahteraan dan kepedulian masyarakat terhadap keindahan.

Konsumen terbesar adalah perkantoran, rumah tangga industri dan petani, serta kawasan wisata. Bentuk yang diperdagangkan yaitu bunga potong, daun potong, tanaman pot dan bibit, dengan jenis beragam (Anonim, 2010). Tanaman hias tidak hanya berperan bagi pembangunan sektor pertanian, akan tetapi juga berperan pada agrowisata di Indonesia. Krisan merupakan salah satu bunga potong yang sangat populer dikalangan masyarakat luas karena keindahan dan kecantikan bentuk dan warna bunganya. Krisan dikenal juga dengan sebutan bunga ester atau seruni (Purwanto & Martini, 2009). Saat ini, krisan termasuk bunga potong *trendsetter* di Indonesia karena memiliki keunggulan kaya warna dan tahan lama. Warna-warni bunga sangat beragam sehingga dapat disusun dalam rangkaian kombinasi yang serasi. Krisan menjadi pilihan untuk hiasan meja, pelaminan, dekorasi ruangan dalam acara pesta dan pawai kendaraan. Krisan juga banyak digelar dalam upacara resmi kenegaraan, adat dan agama (Purwanto& Martini, 2009).

Secara umum, tanaman hias dikelompokkan menjadi dua, yaitu tanaman hias daun dan tanaman hias bunga. Tanaman hias daun yaitu jenis tanaman hias yang memiliki bentuk dan warna daun yang unik. Sementara daya tarik tanaman hias bunga

terletak pada bentuk, warna, dan aroma bunganya (Ratnasari, 2007).

Kebutuhan bunga potong di Indonesia, terutama di kota-kota besar semakin meningkat. Peningkatan kebutuhan ini sejalan dengan pertumbuhan restoran dan perkantoran sebagai konsumen utama bunga potong. Bunga potong bisa di gunakan sebagai rangkaian bunga diberbagai acara. Bunga potong banyak dibutuhkan oleh dekorator, hotel, restoran, konsumen rumah tangga dan perusahaan. Pertumbuhan penduduk dan perekonomian dalam negeri memunculkan kebutuhan bunga potong dalam negeri. Peluang pasar di tingkat regional dan internasional pada masa yang akan datang amat cerah (BALITHI,2000). Hasil survei di tingkat petani menunjukkan bahwa permintaan bunga krisan potong semakin meningkat, dengan harga yang stabil yaitu Rp. 1.000per tangkai.

Krisan (*Dendranthema grandiflora*) merupakan salah satu tanaman hias yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan mempunyai peluang besar untuk meningkatkan taraf hidup petani (Wasito dan Komar 2004). Dalam penggunaannya, krisan dapat dibedakan atas krisan bunga potong dan krisan pot. Prospek agribisnis tanaman hias di dalam negeri sangat cerah dibandingkan dengan kondisi 10 tahun silam (Nurmalinda dan Hayati, 2014 ).

Berdasarkan uraian di atas, maka akan dilakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul "TINGKAT KESUKAAN KONSUMEN PADA ATRIBUT BUNGA KRISAN DI DESA CIBODAS, CIPANAS".

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk,

- a. Mengetahui atribut bunga krisan yang disenangi konsumen.
- b. Untuk mengetahui tingkat kesukaan (preferensi ) konsumen pada atribut bunga krisan.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilakukan di desa cibodas kecamatan Cipanas, Kabupaten Cianjur. Pemilihan tempat dilakukan dengan sengaja. Tempat tersebut dipilih karena di desa cibodas, cipanas memiliki komoditas unggulan bunga potong yaitu bunga krisan. Salah satu tempat penyedia dan pertanian bunga potong krisan di wilayah desa cibodas, kecamatan Cipanas. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji tingkat kesukaan konsumen pada atribut bunga krisan di desa cibodas,cipanas. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Januari 2020 sampai bulan April 2020.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Malhotra (2010) mengemukakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari elemen dengan beberapa perangkat karakteristik yang terdiri dari alam semesta. Keseluruhan dari elemen itu dapat menunjukkan jumlah, elemen merupakan subjek dengan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu (Sanusi, 2014).

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli bunga krisan di wilayah desa cibodas, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui.

Sedangkan sampel adalah sebuah sub- kelompok elemen dari populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian ini (Malhotra, 2010). Sampel yang diambil dari populasi harus bersifat representatif (Sugiyono, 2015). Menurut Sugiyono (2010), cara menentukan jumlah sampel dalam penelitian yaitu :Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang. Berdasarkan pendapat tersebut, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 konsumen.

### **Teknik Sampling**

Populasi konsumen bunga krisan tidak diketahui jumlahnya, maka dilakukan teknik sampling dengan cara teknik non probability sampling. Teknik tersebut merupakan pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiyono (2012), bahwa sampling kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Pengumpulan data dilakukan secara langsung pada unit sampling. Setelah kuota terpenuhi, pengumpulan data dihentikan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen bunga krisandi Kabupaten Cianjur.

### **Sumber dan Jenis Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang informasinya diperoleh secara langsung dari sumber aslinya, misalnya informasi didapatkan dari wawancara, jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi, hasil pengujian, dan lain- lain (Maulidi, 2016). Malhotra (2010) mengemukakan bahwa data primer merupakan data yang berasal dari peneliti dengan tujuan khusus untuk menangani masalah penelitian. Data primer yang diperoleh langsung dari lapangan melalui observasi wawancara kepada responden yaitu kepada konsumen bunga krisan. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui dengan cara wawancara secara langsung yang telah disiapkan sebelumnya dan menyebarkan kuisioner. Dalam penelitian ini data primer didapat dari observasi wawancara di Mangunkerta Horti Nusantara dan konsumen bunga potong krisan.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mencatat dan mengutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain ( Sugiyono,

2012). Data sekunder ini diperoleh dari instansi terkait dan berbagai pustaka yang dapat menunjang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal-jurnal, literasi, dan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah sebagai berikut :

#### **1. Observasi ( Pengamatan )**

Teknik ini untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Observasi adalah suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menaikkan gambaran riil suatu peristiwa atau kajian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut (Sekaran, 2011). Observasi yang dilakukan di penelitian ini bertujuan untuk melihat langsung kondisi di lapangan terkait penjualan.

#### **2. Interview (Wawancara)**

Metode wawancara yaitu metode pengambilan data dengan wawancara secara luas dan mendalam dengan responden sampel dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Kuisisioner*) yang telah dipersiapkan. (Sekaran, 2011). Menurut Yusuf (2014) wawancara juga dapat diartikan sebagai suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (*interviewee*) melalui komunikasi langsung. Kegiatan wawancara ini dilakukan dengan menggunakan kuisisioner yang berisi pertanyaan terkait perihal tentang penelitian yang dilakukan.

Wawancara dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan langsung jawaban dari pertanyaan dan pernyataan kuisisioner yang sudah dipersiapkan sebelumnya dari konsumen bunga krisan sebagai responden dalam penelitian.

#### **3. Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang datanya diperoleh dari buku, internet, atau dokumen lain yang menunjang penelitian yang dilakukan. Dokumen merupakan catatan mengenai peristiwa yang sudah berlalu. Peneliti mengumpulkan dokumen yang berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2012). Dokumentasi diambil untuk mendapatkan bukti fisik telah dilakukannya penelitian terkait atribut bunga krisan dari konsumen bunga krisan potong.

#### **4. Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2005) dalam Maulida (2018) Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan

atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Dengan menggunakan kuesioner, peneliti berupaya mengukur apa saja yang ditemukan dalam wawancara, selain itu juga untuk menentukan seberapa luas atau terbatasnya sentiment yang diekspresikan dalam satu wawancara. Dari penjelasan tersebut, untuk memudahkan dalam penelitian, peneliti menyusun bentuk pertanyaan yang diambil dari indikator-indikator variabel penelitian. Kuisisioner disebarakan agar memudahkan pengukuran sikap, kondisi ataupun gejala-gejala yang terkait dalam penelitian.

Kuisisioner ini digunakan untuk mendapatkan jawaban dari konsumen bunga krisan terkait pernyataan-pernyataan tentang atribut yang ada pada krisan. Jawaban tersebut kemudian digunakan sebagai data yang akan diolah lebih lanjut menjadi sebuah informasi mengenai penelitian yang sedang dilakukan.

### **Operasional Variabel**

Operasional variable menurut Sugiyono (2015), adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkandata.

### **Metode Analisis Data**

Menurut Sugiyono,(2014) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku buat umum atau generalisasi.(Sugiyono,2017).

Tabel 1. Operasional Variabel.

Variabel Penelitian	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Warna	Varietas <i>Lilac Cindy</i> (bunga warna ping keungu-unguan), <i>Pearl Cindy</i> (putih kemerah-merahan), <i>White Cindy</i> (putih dengan tengahnya putih kehijau-hijauan), <i>applause</i> (kuning cerah), <i>Yellow Mandalay</i> (semuanya dari Belanda). Krisan indroduksi berbunga banyak ditanam sebagai bunga pot, terdapat 12 varietas krisan pot di Indonesia, yang terbanyak ditanam adalah varietas <i>Delano</i> (ungu), <i>Rage</i> (merah) dan <i>Time</i> (kuning). (Andiani, 2013)	1. Warna sesuai dengan krisan 2. Warna Cerah 3. Warna pucat	Ordinal
Bentuk	Ciri umum tanaman krisan adalah batang tegak, bulat, sedikit bercabang, permukaan kasar, hijau. Daun tunggal, berseling, lonjong, ujung runcing, pangkal membulat, tepi bertoreh, kelopak bentuk cawan, ujung runcing, hijau, benang sari dan putik halus, berkumpul di tengah bunga, mahkota lonjong (Cahyono, 1999 dalam Helda, 2011)	1. Bentuk kelopak bunga mahkotanya lebar. 2. Bentuk bunga krisan yang kecil-kecil. 3. Batang tegak	Ordinal
Daya Tahan	Nilai penting untuk pemasaran bunga krisan potong adalah panjang tangkai. Panjang tangkai akan mempengaruhi lama kesegaran bunga (vaselife) sehingga semakin panjang tangkai bunga, masa simpan bunga tersebut semakin lama. (Mufarrika, dkk, 2014)	1. Daya tahan krisan terhadap hama. 2. Daya tahan krisan terhadap penyakit. 3. Waktu simpan bunga krisan	Ordinal

Sedangkan menurut Punaji (2010) dalam Maulida (2018) analisis deskriptif adalah analisis yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek atau orang atau bahkan segala suatu yang terikat dengan variabel yang dapat dijelaskan baik dengan angka maupun kata-kata.

Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang karakteristik responden terhadap jawaban yang diberikan responden pada kuisisioner. Selanjutnya analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa tingkat kesukaan (preferensi) konsumen pada bunga krisan.

Nilai rata-rata responden dimasukkan dalam kelas interval, dimana rumus yang digunakan menurut Sudjana (2008) dalam Maulida (2018) adalah :

$$\text{Interval kelas} = (\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah})/(\text{Jumlah kelas})$$

Keterangan:

Nilai tertinggi 5

Nilai terendah 1

Jumlah kelas 5

Interval nilai :  $5-1 / \text{jumlah kelas} = 4-5 = 0,8$

Dari rumus tersebut diperoleh besarnya kelas interval adalah 0,8.

### Penskoran Nilai Rata-rata

Untuk menjawab tujuan penelitian pertama, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu penskoran nilai rata-rata tanggapan responden. Untuk menentukan skor nilai rata-rata tanggapan responden data yang terhitung yaitu skor nilai dibagi jumlah responden, hasil tersebut dibandingkan dengan kategori nilai interval yaitu : 1). Tidak kuat, 2). Kurang kuat, 3). Cukup kuat, 4). Kuat, 5). Sangat kuat. Kategori nilai interval adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Kategori nilai interval.

Nilai interval	Kategori
1-1,8	Tidak kuat
1,81-2,6	Kurang kuat
2,61-3,4	Cukup kuat
3,41-4,2	Kuat
4,21-5	Sangat kuat

Untuk mengetahui seberapa kuat variabel warna bunga, bentuk bunga, dan daya tahan bunga pada atribut bunga krisan, skor nilai rata-rata dari tanggapan responden dibandingkan dengan kategori pada 5 kelas interval.

### Perangkingan nilai skor rata-rata

Untuk menjawab tujuan penelitian ke dua, peneliti menggunakan perangkingan skor rata-rata. Untuk menentukan perangkingan nilai skor rata-rata, rangking ditentukan dengan cara mengurutkan nilai skor responden dari nilai tertinggi sampai nilai terendah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen bunga potong atau pot krisan. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang. Karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, alamat, pendidikan terakhir, seberapa sering membeli bunga krisan.

Karakteristik responden diperlukan dalam penelitian ini karena karakteristik yang berbeda-beda dapat mempengaruhi penilaian responden. (Damayanti, 2010).

### Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 3. jenis kelamin responden

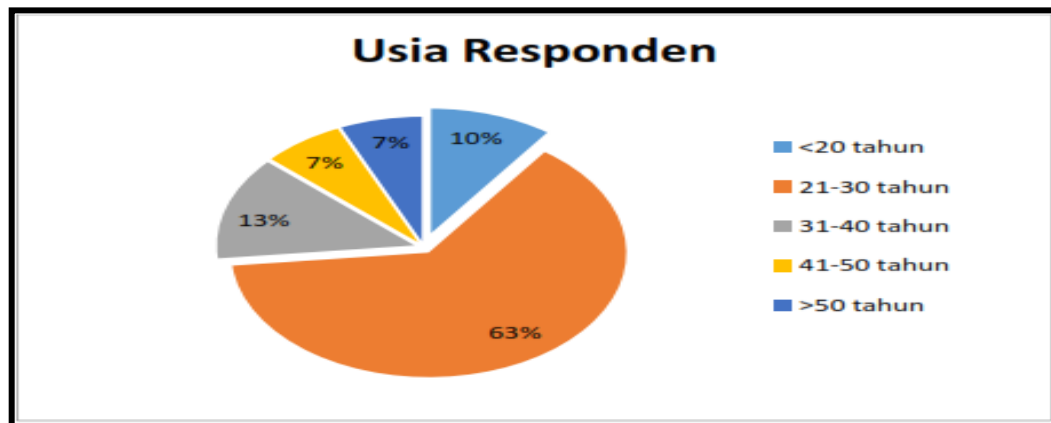
No	Jenis kelamin	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
1	Pria	8	27%
2	Wanita	22	73%
3	Total	30	100%



Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen bunga krisan didominasi oleh wanita sebanyak 22 orang dari 30 yang dijadikan sebagai responden atau sekitar 73%, sedangkan pria berjumlah 8 orang atau sekitar 27%. Pada umumnya perempuan lebih menyukai keindahan tanaman dibandingkan dengan laki-laki, begitu pula pada tanaman bunga krisan yang dijadikan objek penelitian. Perempuan juga memiliki peranan yang lebih besar dalam membeli bunga krisan dibandingkan dengan laki-laki.

### Usia

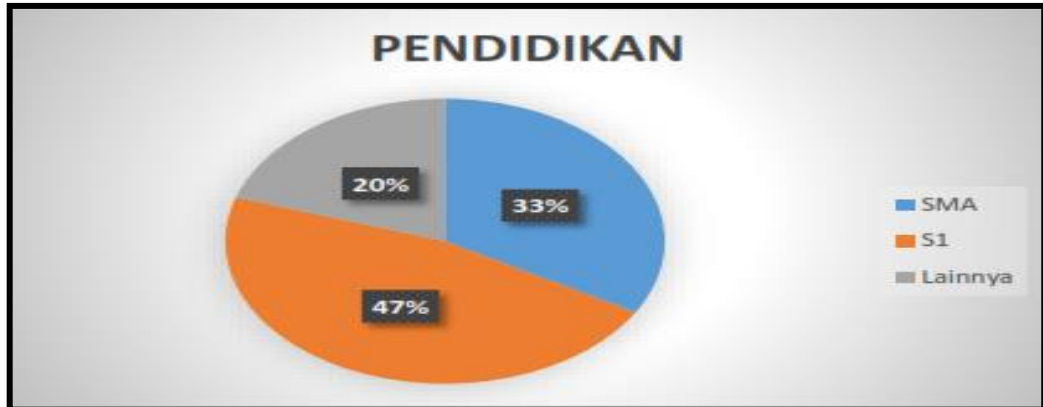
Hasil penelitian berdasarkan sebaran umur, menunjukkan jumlah responden yang membeli bunga krisan didominasi oleh kelompok masih relatif muda yaitu 21-30 tahun. Hal ini disebabkan karena pembeli bunga krisan pada umur tersebut sering membeli tanaman-tanaman hias, yang digunakan untuk berbagai keperluan mulai dari dekorasi, hiasan, atau sebagai souvenir. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1 bahwa responden yang berumur 21-30 tahun sebesar 63% lebih banyak dari pada kelompok lainnya yaitu <20 tahun sebesar 10%, 31-40 tahun sebesar 13%, 41-50 tahun sebesar 7%, >50 tahun sebesar 7%. Dapat disimpulkan bahwa bunga krisan banyak diminati oleh kaum muda, sekitar umur 21-30. Karena responden bunga krisan sering menggunakan bunga krisan untuk digunakan dalam berbagai bidang atau kegiatan.



Gambar 1. Diagram Responden Berdasarkan Usia.

### Tingkat Pendidikan responden

Dapat dilihat pada gambar 2. bahwa tingkat Pendidikan responden dalam penelitian ini yang paling banyak yaitu di tingkat Pendidikan sarjana (S1) sebanyak 14 orang atau sekitar 47%, sedangkan responden dengan jenjang Pendidikan SMA yaitu berjumlah 10 orang atau sekitar 33% dan sisanya dengan Pendidikan lainnya antara jenjang D3 dan S2 berjumlah 6 atau sekitar 20%. Dari hasil olah data diketahui bahwa jenjang Pendidikan yang terbanyak sebagai responden adalah S1. Dapat dijelaskan bahwa tingkat Pendidikan mempengaruhi proses pembelian. Responden lebih memilih krisan yang dibeli sesuai dengan kriteria maksimum pada jenis bunga krisan.



Gambar 2. diagram responden berdasarkan Pendidikan.

**Seberapa seringnya responden membeli bungakrisan**

Dari hasil diagram di bawah membuktikan bahwa responden yang membeli bunga krisan lebih dari sekali dalam setahun berjumlah 8 orang atau sekitar 27%. Responden yang membeli selama satu bulan sekali berjumlah 4 orang atau sekitar 13%. Responden yang membeli selama lebih dari sekali dalam 6 bulan berjumlah 9 atau sekitar 30%. Responden yang membeli selama acak (lainnya) berjumlah 9 orang yaitu sekitar 30%. Berdasarkan hasil diagram di bawah diketahui bahwa responden tidak terlalu sering membeli bunga krisan dalam jangka waktu yang relatif singkat. Hal ini dikarenakan oleh kegunaan dan tujuan membeli disesuaikan dengan kebutuhan. Bunga krisan biasanya digunakan untuk acara-acara tahunan seperti pada perayaan idul fitri. Tidak seperti bungahias lainnya yang sering dibeli sebagai hiasan rumah.

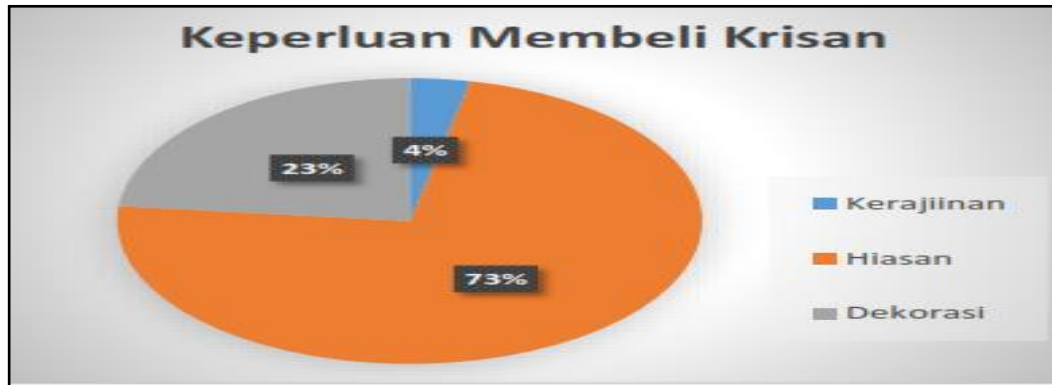


Gambar 3. diagram responden berdasarkan seringnya membeli bunga krisan.

**Keperluan membeli krisan**

Dari hasil diagram di bawah membuktikan bahwa responden dengan alasan membeli krisan untuk keperluan hiasan yaitu berjumlah 22 orang atau sekitar 73%. Responden yang membeli dengan alasan untuk keperluan dekorasi 7 orang yaitu 23%. Responden dengan alasan membeli krisan untuk keperluan kerajinan 1 orang yaitu 4%. Dapat disimpulkan bahwa para responden mayoritas membeli dan menggunakan bunga krisan sebagai hiasan khususnya pada hiasan di dalam ruangan Seperti untuk

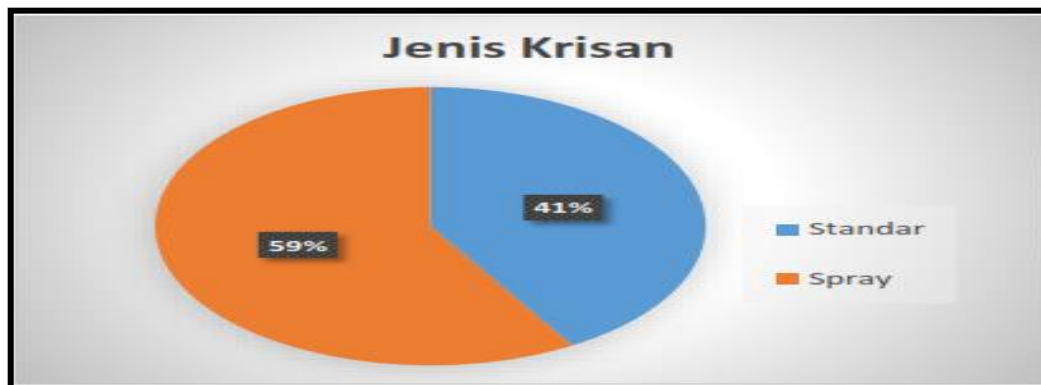
kegiatan hari raya idul fitri, pengindah ruang tamu, atau hiasan meja kerja. Kemudian hanya sedikit digunakan untuk keperluan dekorasi berbagai acara.



Gambar 4. Diagram responden berdasarkan keperluan membeli krisan.

### Jenis Krisan

Dari hasil diagram di bawah membuktikan bahwa responden yang membeli jenis krisan spray berjumlah 17 orang atau sekitar 59%. Responden yang membeli jenis krisan standar berjumlah 12 orang yaitu 41%. Diketahui bahwa mayoritas responden membeli bunga krisan jenis spray karena pada saat membeli bunga krisan jenis spray biasanya dapat dicampur warna satu dengan warna lainnya, sehingga konsumen dapat berbagai macam warna dalam sekali beli. Bunga krisan jenis spray juga secara visual terlihat lebih banyak dibanding dengan yang standar karena memiliki banyak cabang di batangnya.



Gambar 5. Diagram responden berdasarkan jenis krisan yang dibeli Analisis Hasil Penelitian.

Untuk menjawab tujuan penelitian pertama, penulis melakukan observasi lapang di sejumlah petani, pedagang dan pembeli bunga krisan di desa Cibodas, Cianjur. Dari hasil observasi yang penulis lakukan diperoleh informasi mengenai sejumlah atribut bunga krisan yang menjadi menarik bagi pembeli. Sejumlah atribut tersebut yaitu warna, bentuk dan daya tahan.

Untuk menjawab tujuan penelitian yang kedua, penulis menghimpun data tanggapan responden terhadap atribut bunga krisan desa Cibodas, Cianjur. Data yang diperoleh dari 30 responden akan dianalisis secara deskriptif dengan : (1) penskoran nilai rata-rata berdasarkan kategori, (2)perangkingan nilai skor rata-rata.

### Penskoran Nilai Rata-rata Berdasarkan Kategori

Untuk menentukan penskoran nilai rata-rata tanggapan responden. Data yang terhitung yaitu skornilai dibagi jumlah responden. Hasil yang diperoleh di bandingkan dengan kategori interval yaitu : 1). Sangat tidak setuju, 2). Tidak setuju, 3). Ragu, 4). Setuju, 5). Sangat setuju. Nilai rata-rata responden dimasukkan ke dalam kelas interval, dimana rumus yang digunakan menurut Sudjana (2008) adalah :

Interval kelas = (Nilai tertinggi-Nilai terendah)/(jumlah kelas)

Keterangan : Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah kelas = 5

Interval nilai =  $5-1 / \text{jumlah kelas} = 4-5 = 0,8$

Dari rumus yang diperoleh besarnya kelas interval 0,8

Table 4. Kategori nilai interval.

Nilai interval	Kategori
1 - 1,8	Tidak kuat
1,81 – 2,6	Kurang kuat
2,61 – 3,4	Cukup kuat
3,41 – 4,2	Kuat
4,21 – 5	Sangat kuat

### Hasil pengukuran variabel warna

Pengukuran variabel warna yaitu untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen pada atribut bunga krisan yaitu variabel warna. Hasil pengukuran tersebut dapat dilihat pada table 5. di bawah ini.

Table 5. Hasil nilai variabel warna.

Variable warna	Rata-rata	Nilai Interval	Kategori
1. Saya menyukai bunga krisan karena warnanya beragam.	4,6	4,21-5	Sangat kuat
2. Saya menyukai bunga krisan karena warnanya.	4,6	4,21-5	Sangat Kuat
3. Saya menyukai bunga krisan yang tidak warnanya tidak pudat	3,19	2,61-3,4	Cukup kuat
4. Saya menyukai bunga krisan yang tidak pudar warna bunganya.	4,6	4,21-5	Sangat kuat
<b>Total</b>	<b>16,9</b>		
<b>Skor rata-rata atribut warna</b>	<b>4,2</b>		

Sumber : Data Primer, 2020.

Berdasarkan perhitungan dari rata-rata indikator dikemukakan bahwa perhitungan hasil jawaban responden pada sub variabel warna didapat nilai rata-rata sebesar 4,6 termasuk dalam kategori sangat kuat. Dalam hal ini dapat dipahami mengingat sebagian besar konsumen bunga krisan adalah menyukai bunga krisan yang berwarna, beragam dan tidak pudar warna bunganya. Kebanyakan responden lebih menyukai warna yang beragam sehingga membuat penampilan bunga krisan menjadi indah, serta responden juga menyukai warna bunga yang tidak pudar dan banyak pilihan sesuai kebutuhan responden. Selain warna yang beragam warna cerah dan warna tidak pudar adalah salah satu faktor yang membuat responden tertarik

untuk membeli bunga krisan. Sedangkan hal yang kurang disukai oleh responden adalah jika bunga krisan mempunyai warna yang pucat, karena warnanya tidak menarik untuk dijadikan hiasan atau dekorasi. Bentuk fisik bunga krisan dianggap penting oleh konsumen karena berkaitan dengan warna beragam akan memberi responden banyak pilihan dan bentuk yang utuh mencerminkan kualitas dan kesehatan bunga krisan. Sehingga dalam penelitian bunga krisan ini konsumen menyukai bunga krisan yang cerah dan beragam. Dan sebagian responden juga menyukai bunga krisan yang warnanya tidak pucat.

### Hasil pengukuran variabel bentuk

Pengukuran variabel bentuk yaitu untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan. Hasil pengukuran tersebut dapat dilihat pada tabel 6. di bawah ini.

Tabel 6. pengukuran variabel bentuk.

Variable warna	Rata-rata	Nilai Interval	Kategori
1. Saya menyukai bentuk bunga krisan yang tunggal	4,0	3,41-4,2	Kuat
2. Saya menyukai bentuk bunga krisan yang spray	4,2	3,41-4,2	Kuat
3. Saya menyukai bentuk bunga krisan yang mahkotanya lebar	4,2	3,41-4,2	Kuat
4. Saya menyukai bentuk bunga krisan yang bunganya kecil-kecil	3,6	3,41-4,2	Kuat
<b>Total</b>	<b>16</b>		
<b>Skor rata-rata atribut bentuk</b>	<b>4</b>		

Sumber : Data Primer 2020.

Berdasarkan perhitungan dari rata-rata indikator dikemukakan bahwa perhitungan hasil jawaban responden pada sub variabel bentuk didapat nilai rata-rata sebesar 4.2 termasuk dalam kategori kuat. Dalam hal ini dapat dipahami mengingat sebagian besar konsumen bunga krisan adalah menyukai bentuk bunga krisan yang spray dan bermahkota lebar. Konsumen lebih menyukai bentuk bunga yang demikian karena bentuk bunga yang bercabang terkesan menjadikan satu ikat bunga menjadi lebih banyak dibandingkan satu ikat bunga krisan yang tunggal. Dengan kesan yang lebih banyak inilah konsumen lebih memilih bunga krisan yang bercabang sehingga kesan yang timbul adalah lebih banyak. Ditambah dengan bentuk mahkota yang besar menjadi nilai tambah bagi konsumen, penambahan tampilan bunga yang besar ini menjadikan konsumen lebih menyukai bunga krisan yang besar dan juga bercabang (Spray). Maka didapatkan hasil bahwa bentuk bunga krisan yang bercabang (Spray) dan bermahkota besar menjadi pilihan utama konsumen terhadap kesukaan konsumen terhadap bentuk bunga krisan.

Kebalikan dari bunga krisan yang berbentuk spray yaitu bunga krisan yang berbentuk tunggal kurang disukai konsumen karena lebih terkesan sedikit dibandingkan yang berbentuk spray dan konsumen kurang menyukai bunga krisan yang berbentuk kecil disebabkan kurang menambah nilai estetika dan jumlah dibandingkan bunga krisan yang berbentuk spray dan bermahkota besar. Hal ini

diketahui juga dalam perhitungan di atas didapatkan bahwa nilai rata-rata bentuk bunga tunggal dan berbunga kecil- kecil dibandingkan dengan bunga krisan yang bercang (Spray) dan bermahkota besar.

Rata-rata jawaban responden terhadap bentuk bunga krisan yang bunganya kecil-kecil sebesar 3.6, untuk rata-rata jawaban responden terhadap bentuk bunga krisan yang tunggal adalah sebesar 4.0. Hal tersebut lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata jawaban bentuk bunga krisan yang spray dan bentuk bunga krisan yang mahkotanya lebar adalah sebesar 4.2. Berdasarkan total rata-rata dari variabel warna dengan variabel bentuk, responden lebih melihat dari aspek warna dari pada bentuk. Karena responden lebih menyukai warna yang beragam dan cerah.

### Hasil pengukuran variabel daya tahan

Pengukuran variabel daya tahan yaitu untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan. Hasil pengukuran tersebut dapat dilihat pada tabel 7. di bawah ini.

Tabel 7. Pengukuran variabel daya tahan

Variable warna	Rata-rata	Nilai Interval	Kategori
1. Saya menyukai bunga krisanyang segar	4,8	4,21-5	Sangat kuat
2. Saya menyukai bunga krisanyang tidak cepat layu.	4,9	4,21-5	Sangat kuat
3. Saya menyukai bunga krisanyang tidak cepat layu.	4,7	34,21-5	Sangat kuat
<b>Total</b>	<b>14,4</b>		
<b>Skor rata-rata atribut daya tahan</b>	<b>4,8</b>		

Sumber : Data Primer 2020.

Berdasarkan perhitungan dari rata-rata indikator dikemukakan bahwa perhitungan hasil jawaban responden pada sub variabel Daya tahan didapat nilai rata-rata sebesar 4.9 termasuk dalam kategori sangat kuat. Dalam hal ini dapat dipahami mengingat sebagian besar konsumen bunga krisan menyukai bunga krisan yang tidak cepat layu. Bunga krisan yang tidak cepat layu lebih disukai konsumen karena lamanya menjadi hiasan dan bunga krisan lebih tahan lama untuk dinikmati oleh konsumen , sehingga lebih ekonomis tanpa membeli setiap hari. Konsumen juga menyukai bunga krisan yang segar karena, bunga yang segar lebih enak dipandang. Konsumen juga menyukai bunga krisan yang tidak mudah rontok bunganya, karena bunga mudah rontok mengurangi keindahan bunga krisan sehingga mengurangi nilai estetika bunga krisan tersebut.

Perbandingan antara dari daya tahan dan warna, responden lebih menyukai daya tahan karena dari aspek lama nya bunga krisan yaitu 1 minggu atau lebih dan lebih ekonomis. Sedangkan antara daya tahan dan bentuk responden lebih mengutamakan dari aspek daya tahan. Daya tahan fisik bunga krisan dianggap penting oleh konsumen karena berkaitan dengan daya simpan yang lama, sehingga dapat dinikmati dalam jangka yang panjang. Sehingga dalam penelitian bunga krisan ini konsumen menyukai bunga krisan yang memiliki daya tahan yang lama.

Rata-rata jawaban responden terhadap menyukai bunga krisan yang tidak cepat layu sebesar 4,9, untuk rata-rata jawaban responden terhadap bunga krisan yang segar sebesar 4.8. Rata-rata jawaban responden menyukai bunga krisan yang tidak mudah rontok sebesar 4,7.

### Perangkingan Skor Nilai Rata-rata

Dari butir pernyataan diperoleh skor nilai rata-rata tanggapan responden. Untuk melihat tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan, dilakukan perangkingan skor rata-rata tanggapan konsumen sebagai berikut.

Tabel 8. Hasil perangkingan Skor Nilai Rata-rata Tanggapan Responden.

No	Variabel	Rata-Rata	Nilai Interval	Kategori
1.	Daya tahan	4,8	4,21-5	Sangat Kuat
2.	Warna	4,2	3,41-4,2	Kuat
3.	Bentuk	4	3.41-4,2	Kuat

Sumber : Data Primer 2020.

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Daya tahan memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.8 termasuk dalam kategori sangat kuat. Dengan demikian bahwa dari hasil perangkingan skor nilai rata-rata tanggapan responden didapatkan nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,8. Sedangkan dari variabel warna memiliki rata-rata 4,2 dan variabel bentuk yang terkecil memiliki rata-rata 4. Daya tahan pada bunga krisan menjadi kriteria utama dalam tingkat kesukaan responden, karena konsumen biasanya menggunakan bunga krisan ini sebagai hiasan ruangan sehingga ketahanan bunga krisan sangat diperhitungkan.

Hasil jawaban dari responden terendah adalah variabel warna mengenai ketidak sukaan responden terhadap bunga krisan yang warnanya pucat. Hal ini dikarenakan bunga krisan yang sejatinya sebagai bunga hias perlu memiliki daya tarik dari segi warna, Warna yang beraneka ragam dan cerah banyak disukai oleh responden, tetapi sebaliknya bunga krisan yang berwarna pucat tidak disukai oleh responden.

Dari hasil perangkingan hasil skor nilai rata-rata dari butir pernyataan diperoleh skor nilai rata-rata tanggapan responden dari nilai tertinggi hingga nilai terendah yaitu didapat nilai tertinggi dari variabel daya tahan dan nilai terendah dari variabel warna. Dapat disimpulkan bahwa yang menentukan tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan yaitu dari daya tahan bunga krisan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada pembahasan penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Konsumen menyukai bunga krisan karena warnanya yang beragam dan cerah, bentuk bunga spray dan mempunyai daya tahan (tidak cepat layu).
2. Bahwa dari hasil perangkingan skor nilai rata-rata tingkat kesukaan responden terhadap atribut bunga didapatkan nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4.75 (skala

1-5) yaitu daya tahan. Sedangkan dari variabel warna memiliki rata-rata 4.13 (skala 1-5) dan variabel bentuk yang terkecil memiliki rata-rata 4 (skala 1-5).

### Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi petani bunga krisan

Setelah mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap atribut bunga krisan, diharapkan untuk petani dapat membudidayakan bunga krisan dari segi daya tahan yang lama ( tidak cepat layu ), warna yang beragam dan bentuk bunga krisan spray serta mahkota nya lebar.

#### 2. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk lebih menganalisis tingkat kesukaan konsumen atribut bunga krisan secara lebih lengkap lagi, dengan menambahkan variabel harga, kepuasan konsumen, jalur produksi bunga krisan dan lain-lain. Semoga bisa dijadikan referensi penelitian selanjutnya bagi peneliti.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- BALITHI. (2000). *Laporan Tahunan. Balai Penelitian Tanaman Hias Tahun Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cumming, R. W. (1994). *The Chrysanthemum Book*. Van Nostrand Comp. Inc,
- Damayanti, M. 2010. *Komunikasi Terapeutik dalam Praktik Keperawatan*. PT. Refika Aditama :
- Bandung. <https://www.pustakadunia.com/media/posts/72/type-bunga>. Usaha Perkebunan Tanaman Hias. Diakses pada tanggal 02 february 2020.
- Kotler Philip dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta. *Krisan (Chrysanthemum Morifolium) Pada Berbagai Lama Penambahan Cahaya Buatan. Produksi Tanaman*. 2(1): 10-16.
- Kurniawan, R. (2007). *Media Tanam Bibit Krisan*. Kanisius, Yogyakarta
- Mardikanto, Totok dan Poerwoko Soebiato. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Maulida nenden. (2018). *Tingkat kesukaan konsumen pada atribut beras padi pandanwangi murni cianjur*.
- Maulidi, Ali. (2016). *Teknik belajar Statistik 2*. Jakarta : Alim's Pupliching
- Naresh K. Malhotra. (2010). *Marketing Reseach : an Applied Oriented Sixt Edition* Pearson Education New Jersey. Halaman: 26.
- Nicholson, Walter. (1995). *Teori Ekonomi Mikro Prinsip Dasar dan Pengembangannya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Purwanto, A.W. dan T.
- Martini. (2009). *Krisan Bunga Seribu Warna*. Kanisius, Yogyakarta.
- Ratnasari, J. dan Krisantini. (2007). *Galeri Tanaman Hias Bunga*, Penebar Swadaya, Bogor, halaman 6971.