

PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK TANAMAN HIAS TANUKI BONSAI

Dimin^{*1)}, Ana Arifatus Sa'diyah²⁾, Dwi Asnawi Nurhananto³⁾

¹⁾Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang
Jl. Telaga Warna, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

²⁾³⁾Fakultas Pertanian, Tribhuwana Tunggaladewi Malang
Jl. Telaga Warna, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65144

ABSTRACT

Tanuki Bonsai is an ornamental plant. This plant has great potential for development. The research aims to analyze consumer preferences for the attributes attached to tanuki bonsai plants (price, pot size, dead wood, and type of plant) and analyze the order of attributes of tanuki bonsai products based on level of importance. The research is located at Tanimeja PT. Graha Mitratama Innovation. The research uses the conjoint analysis method. Before carrying out conjoint analysis, the data was analyzed using validity and reliability tests. The analysis results show that all data is valid and reliable. Price is the most important attribute with an importance value of 30.526%. The second place is the size of the pot with a relative importance value of 30.526%, the third place is dead wood with a relative importance value of 18.397%, the fourth place is the type of plant with a relative importance value of 18.168%. The research results provide implications for attention to the price attribute of Tanuki Bonsai, considering that price is the most important attribute.

Keywords: Attribute, Conjoint, Importance

ABSTRAK

Tanuki Bonsai merupakan tanaman hias. Tanaman ini sangat potensial untuk dikembangkan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap atribut yang melekat pada tanaman tanuki bonsai (harga, ukuran pot, kayu mati, dan jenis tanaman) dan menganalisis urutan atribut produk tanuki bonsai berdasarkan tingkat kepentingan. Penelitian berlokasi di Tanimeja PT. Graha Mitratama Inovasi. Penelitian menggunakan metode analisis conjoint. Sebelum dilakukan analisis conjoint data dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil analisis menunjukkan semua data valid dan reliabel. Harga merupakan atribut paling penting dengan nilai kepentingan sebesar 30,526%. Urutan kedua adalah ukuran pot dengan nilai kepentingan relatif 30,526%, urutan ketiga adalah kayu mati dengan nilai kepentingan relatif 18,397%, urutan yang keempat adalah jenis tanaman dengan nilai kepentingan relatif 18,168%. Hasil penelitian memberikan implikasi perhatian terhadap atribut harga Tanuki Bonsai, mengingat harga merupakan atribut yang paling penting.

Kata Kunci: Atribut, Konjoin, Kepentingan

PENDAHULUAN

Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Selain itu tanaman hias mempunyai fungsi untuk keperluan hiasan di dalam dan di luar ruangan. Karena mengandung arti ekonomi, tanaman hias dapat diusahakan menjadi suatu bisnis yang menjanjikan keuntungan besar. (Lakamisi, 2010). Kebutuhan tanaman hias memang merupakan kebutuhan sekunder, tetapi telah menjadi tren masyarakat (Akbar, A., 2021); (Kristanti, B. A., 2021). Tanaman ini dibutuhkan masyarakat golongan bawah sampai golongan atas, meskipun tujuan pemakaiannya berbeda beda,

ada yang sekedar untuk menghijaukan rumah dan ada untuk menaikkan gengsi. Selain di rumah pribadi, tanaman hias juga dibutuhkan di perkantoran/instansi, pertokoan, hotel dan sebagainya. Banyaknya konsumen yang membutuhkan tanaman hias memberi prospek yang baik bagi masa depan bisnis tanaman hias.

Tanuki bonsai adalah salah satu jenis produk tanaman hias dalam pot yang diproduksi oleh Tanimeja (tanimeja.id) di bawah naungan PT. Graha Mitratama Inovasi, yang baru beroperasi pada akhir tahun 2022. Tanuki bonsai memperoleh respon pasar yang

*Alamat Email:

ana.arifatus@unitri.ac.id

sangat baik dan potensial untuk dikembangkan secara khusus. Pada proses penjualan di PT. Graha Mitratama Inovasi tanuki bonsai paling banyak memperoleh perhatian pengunjung dan produk laku terjual. Dengan harga yang terjangkau dan kualitasnya tidak jauh berbeda dengan tanaman hias bonsai sungguhan.

Tanuki bonsai memiliki keunikan tersendiri sebagai produk tanaman hias baru yang masih belum banyak dikenal oleh Masyarakat Kota Malang pada umumnya. Pengenalan produk baru merupakan suatu yang harus dilakukan oleh produsen untuk mengetahui preferensi masyarakat khususnya konsumen tanaman hias di Tanimeja PT. Graha Mitratama Inovasi yang menjadi sumber informasi untuk mengetahui pendapat mereka mengenai produk tanuki bonsai tersebut, sehingga nantinya akan diperoleh preferensi konsumen mengenai produk tersebut sehingga dapat di kembangkan sesuai dengan preferensi konsumen sehingga diminati konsumen dari berbagai segi atribut produk. Atribut produk yang terdapat di tanuki bonsai meliputi harga, ukuran pot, kayu mati, dan jenis tanaman untuk menyesuaikan selera konsumen.

Untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen, dibutuhkan dukungan informasi pasar yang akurat dan rinci mencakup preferensi konsumen. Preferensi menunjukkan tingkat kesukaan konsumen terhadap suatu produk yang mengartikan bahwa konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Dengan mengkaji preferensi konsumen, dapat diketahui segala informasi yang berhubungan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Preferensi Konsumen terhadap atribut harga, ukuran pot, jenis kayu mati dan jenis tanaman pada produk tanuki bonsai di PT. Graha Mitratama Inovasi dan menganalisis urutan atribut produk tanuki bonsai berdasarkan tingkat kepentingan menurut preferensi konsumen di PT. Graha Mitratama Inovasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini memiliki perbedaan atau persamaan antara penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terdapat pada suatu variabel yang akan diteliti dan tempat penelitiannya serta waktu penelitian ini dilaksanakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu

terdapat pada metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Konjoin untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut produk.

Preferensi konsumen diartikan sebagai selera subjektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari berbagai barang (Indarto, 2011; Nasution, A. A., 2020). Berbagai atribut seperti kualitas, harga, jenis pot, ukuran pot, jenis tanaman, jenis kayu dan keunikan yang melekat pada produk tanuki bonsai yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan produk tersebut. Preferensi konsumen adalah proses merangking seluruh hal yang dapat digunakan atau dimanfaatkan dengan tujuan memperoleh preferensi atas suatu produk maupun jasa (Wibisono, 2019).

Atribut menggambarkan karakteristik spesifik dari produk yang menimbulkan manfaat. Artinya, pembeli biasanya dapat menyimpan manfaat yang akan mereka terima dari produk dengan meneliti atribut produk tersebut. Seringkali beberapa produk sama dalam sejumlah besar atributnya. Atribut produk bisa dibagi menjadi dua yaitu: atribut teknis (fungsional) dan atribut non teknis (emosional). Atribut teknis pada suatu produk hanya menampakkan daya guna produk tersebut. Sedangkan atribut non teknis, bukan hanya memperlihatkan daya guna saja tetapi juga daya unik dan daya tarik pada suatu produk (Ritonga, Z., 2020).

Toko Tanimeja PT. Graha Mitratama Inovasi merupakan produsen yang membuat produk tanuki bonsai. Sebagai upaya peningkatan pemasaran produk tanuki bonsai diperlukan studi tentang preferensi konsumen. Dalam memasarkan produk tanuki bonsai diperlukan kejelian produsen untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk tanuki bonsai yang menjadi selera konsumen, sehingga produk tersebut bisa laku dipasaran.

Konsumen memilih produk tanuki bonsai berdasarkan kombinasi atribut-atribut yang melekat pada produk tanuki bonsai sesuai selera mereka. Selera konsumen inilah yang nantinya akan mempengaruhi preferensi konsumen sehingga pada akhirnya konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk tanuki bonsai.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan PT. Graha Mitratama Inovasi Kota Malang. PT. Graha Mitratama Inovasi dipilih sebagai tempat

penelitian karena PT. Graha Mitratama Inovasi merupakan salah satu produsen tanaman hias yang menjual produk tanaman hias tanuki bonsai yang merupakan jenis tanaman hias yang paling diunggulkan. Fenomena ini menjadi alasan peneliti melakukan penelitian disana, disamping itu PT. Graha Mitratama Inovasi perlu meningkatkan kualitas produk khususnya tanuki bonsai agar lebih baik lagi dengan melihat preferensi dari konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2023.

Populasi dan Sampel Penelitian

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Karena keterbatasan jawaban dari responden saat penelitian diperoleh sampel yaitu 42 responden yang mengisi kuesioner dari 83 responden yang disebarkan.

Teknik Analisis Data

Dalam pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel lalu dijelaskan secara deskriptif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner, uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah kuesioner layak digunakan atau tidak. Uji validitas menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment , dengan kriteria $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan nilai signifikansi 0,05 maka dapat dikatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Analisis konjoin merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui bagaimana responden mengembangkan preferensi terhadap suatu produk. Analisis didasarkan pada pemikiran konsumen dalam mengevaluasi nilai dari sebuah objek terhadap kombinasi atributnya masing-masing (Hair, 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Harga, Ukuran Pot, kayu mati, dan Jenis Tanaman

Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja merupakan analisis yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Kepuasan konsumen merupakan dampak dari

perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang telah dibeli tersebut (Sumarwan, 2013). Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut harga, ukuran pot, kayu mati, dan jenis tanaman, terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk mengetahui kuesioner yang dibuat pada penelitian ini layak digunakan atau tidak.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji pernyataan tersebut valid atau tidak valid menggunakan teknik statistik korelasi. Dimana suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (signifikan 5%). Dalam penelitian ini jumlah responden yang diperoleh adalah sebanyak 42 responden, jadi $r \text{ tabel}$ dengan signifikan 5% menghasilkan $r \text{ tabel}$ sebesar 0,304. Dari data yang telah diperoleh terdapat 10 item pernyataan untuk atribut harga, ukuran pot, kayu mati, dan jenis tanaman.

1. Atribut Harga

Hasil uji validitas atribut harga dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut :

Tabel 1.

Hasil Uji Validitas Atribut Harga

Atribut Harga	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,674	0,304	Valid
P2	0,760	0,304	Valid
P3	0,710	0,304	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 1 menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 42 responden terhadap tiga pernyataan pada atribut harga produk tanuki bonsai, menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat bahwa $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Hal ini mengindikasikan bahwa 3 item pernyataan layak dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Atribut Ukuran Pot

Hasil uji validitas atribut ukuran pot dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2.

Hasil Uji Validitas Atribut Ukuran Pot

Atribut Ukuran Pot	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,590	0,304	Valid
P2	0,714	0,304	Valid
P3	0,651	0,304	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 2 menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 42 responden terhadap tiga pernyataan pada atribut ukuran pot produk tanuki bonsai, menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat bahwa r hitung $>$ r tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa 3 item pernyataan layak dan dapat digunakan untuk penelitian.

3. Atribut Kayu Mati

Hasil uji validitas atribut kayu mati dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3.

Hasil Uji Validitas Atribut Kayu Mati

Atribut Kayu Mati	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,787	0,304	Valid
P2	0,735	0,304	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 3 menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 42 responden terhadap dua pernyataan pada atribut kayu mati produk tanuki bonsai, menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat bahwa r hitung $>$ r tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa 3 item pernyataan layak dan dapat digunakan untuk penelitian.

4. Atribut Jenis Tanaman

Hasil uji validitas atribut Jenis Tanaman dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4.

Hasil Uji Validitas Atribut Kayu Mati

Atribut Kayu Mati	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	0,661	0,304	Valid
P2	0,782	0,304	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 4 menunjukkan bahwa uji validitas yang dilakukan kepada 42 responden terhadap dua pernyataan pada atribut jenis tanaman produk tanuki, bonsai menghasilkan semua item pernyataan dinyatakan valid dengan melihat bahwa r hitung $>$ r tabel. Hal ini mengindikasikan bahwa 3 item pernyataan layak dan dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan uji Cronbach's Alpha, digunakan untuk menentukan instrumen penelitian reliabel atau tidak terhadap suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap 42 responden untuk atribut harga dengan tiga

pernyataan, ukuran pot dengan tiga pernyataan, kayu mati dengan dua pernyataan dan jenis tanaman dengan dua pernyataan sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap atribut harga, ukuran pot, kayu mati dan jenis tanaman dapat dilihat pada Tabel 5 berikut:

Tabel 5.

Hasil Uji Reliabilitas

Atribut	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga	3	0,611	Reliabel
Ukuran Pot	3	0,638	Reliabel
Kayu Mati	2	0,703	Reliabel
Jenis Tanaman	2	0,693	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada atribut harga dengan tiga item pernyataan menghasilkan Cronbach's Alpha 0,611 $>$ 0,60, maka atribut harga pada tanuki bonsai dinyatakan reliabel. Selanjutnya Nilai Cronbach's Alpha pada atribut ukuran pot dengan tiga item pernyataan menghasilkan Cronbach's Alpha 0,638 $>$ 0,60, maka atribut ukuran pot pada tanuki bonsai dinyatakan reliabel. Selanjutnya Nilai Cronbach's Alpha pada atribut kayu mati dengan dua item pernyataan menghasilkan Cronbach's Alpha 0,703 $>$ 0,60, maka atribut kayu mati pada tanuki bonsai dinyatakan reliabel. Kemudian Nilai Cronbach's Alpha pada atribut jenis tanaman dengan dua item pernyataan menghasilkan Cronbach's Alpha 0,693 $>$ 0,60, maka atribut kayu mati pada tanuki bonsai dinyatakan reliabel.

Tingkat Keakuratan Prediksi Model Analisis Konjoin

Tingkat keakuratan prediksi model hasil analisis konjoin dapat dilihat melalui nilai korelasi Pearson's dan Kendall's Tau dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6.

Nilai Korelasi Hasil Proses Konjoin

	Value	Sig.
Pearson's R	0,862	0,001
Kendall Tau	0,743	0,003

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel 6 menunjukkan bahwa angka korelasi Pearson's R sebesar 0.862 dan

Kendall's Tau sebesar 0,743 menghasilkan angka korelasi yang baik, yang menunjukkan keakuratan proses konjoin. Berdasarkan nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's Tau masing-masing sebesar 0,001 dan $0,003 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada uji keakuratan (predictive accuracy) yang tinggi pada proses konjoin. Sehingga korelasi antara Pearson's R dan Kendall Tau pada analisis konjoin yang sangat baik yang menunjukkan hasil analisis layak dijadikan rekomendasi kebijakan.

Urutan Atribut Tanuki Bonsai Berdasarkan Tingkat Kepentingan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan proses analisis konjoin dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7.

Hasil Analisis Konjoin pada Tanuki Bonsai

Atribut	Level	Nilai Kepentingan Relatif (%) (Importance value)
Harga	Harga Mahal	32,910 %
	Harga Murah	
	Harga Bervariasi	
Ukuran Pot	Pot Kecil Pot Sedang Pot Besar	30,526 %
Kayu Mati	Lebih Dari Satu Kayu Mati Hanya Satu Kayu Mati	18,397 %
Jenis Tanaman	Sukulen Beringin	18,168 %

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tanuki Bonsai yang menjadi preferensi konsumen dapat dilihat dari nilai kegunaan dan nilai kepentingan yang paling tinggi diantara level atribut. Berdasarkan hasil penelitian pada tanuki bonsai urutan atribut yang paling penting menurut konsumen di PT. Graha Mitratama yaitu

1. Harga

Tabel 7 menunjukkan atribut harga memiliki nilai kepentingan sebesar 32,910%. Harga produk tanuki bonsai yang menjadi preferensi konsumen yaitu harga tanuki bonsai lebih mahal dari tanaman hias lain yang dijual di PT. Graha Mitratama Inovasi dan kenyataan itu benar adanya, harga bervariasi tergantung jenis dan ukuran tanuki bonsai dan harga tanuki bonsai lebih murah dari tanaman hias lainnya. Harga menjadi atribut yang paling

penting pada produk tanaman hias tanuki bonsai, harga akan lebih dulu ditanyakan oleh konsumen saat ingin membeli suatu barang sama halnya dengan konsumen yang pernah berbelanja di Tanimeja mereka akan selalu menanyakan harga. Salah satu penyebab atribut harga menjadi atribut yang paling penting yaitu karena konsumen tanaman hias tanuki bonsai yang menyatakan setuju rata-rata berusia 41-50 tahun, karena pada usia tersebut konsumen lebih peduli tentang masalah keuangan sehingga lebih selektif dan suka mencari perbandingan saat membeli suatu barang yang akan dibeli. Temuan ini mendukung hasil penelitian dari Nuryuliani, H., Kassa, S., & Howara, D (2013) dengan judul Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nursery Krismalin Di Kota Palu. Hasil penelitian menunjukkan Harga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen tentunya diikuti dengan kualitas produk tanaman hiasnya agar konsumen dapat memenuhi kepuasannya dalam memilih tanaman hias.

2. Ukuran Pot

Tabel 7 Menunjukkan atribut ukuran pot memiliki nilai kepentingan sebesar 30,526%. Ukuran pot pada produk tanaman hias tanuki bonsai yang menjadi preferensi konsumen masing-masing dari ketiga pernyataan memperoleh nilai setuju yang besar yaitu 45,2% yang artinya ukuran pot kecil maupun besar semuanya sangat diperhatikan oleh konsumen. Salah satu penyebab atribut ukuran pot menjadi atribut yang paling penting yaitu karena konsumen tanaman hias tanuki bonsai yang menyatakan setuju rata-rata adalah pegawai karena pada jenis pekerjaan pegawai swasta tersebut konsumen lebih melihat dari segi jenis tanaman dan kayu mati yang digunakan sehingga ukuran pot menjadi perhatian khusus bagi kebanyakan responden setelah harga produk tanuki bonsai. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian (Sari, E. N., Santosa, M. E., Anggara, M. F., & Prasetyo, A., 2022; Wardoni, I., 2023) yang menyatakan bahwa pot merupakan atribut penting dalam tanaman hias Sering dijumpai beberapa konsumen setelah menanyakan harga pasti akan melihat ukuran pot yang digunakan apakah sesuai dengan jenis tanaman, jenis kayu mati yang digunakan dan harga yang dilabelkan.

3. Kayu Mati

Tabel 7 menunjukkan atribut jenis kayu mati yang digunakan memiliki nilai

kepentingan sebesar 18,397%. Kayu mati pada produk tanaman hias tanuki bonsai yang menjadi preferensi konsumen paling banyak menyatakan setuju terhadap pernyataan "Terdapat dua atau lebih kayu mati dan lebih bervariasi namun harga tinggi" responden yang menyatakan setuju pada pernyataan tersebut adalah 15 responden atau 35,7%, yang artinya konsumen menyukai lebih dari satu kayu mati meskipun harganya mahal akan tetapi nilai keindahan lebih penting. Salah satu penyebab atribut kayu mati menjadi atribut yang paling penting setelah harga dan ukuran pot yaitu karena konsumen tanaman hias tanuki bonsai yang menyatakan setuju rata-rata adalah jenis kelamin perempuan karena pada konsumen perempuan lebih melihat dari sisi nilai keindahan yang terdapat pada kayu mati, semangkin banyak dan bervariasi kayu mati yang digunakan pada tanaman hias tanuki bonsai maka akan lebih menarik dilihat dan menjadi koleksi meja yang menarik. Sering dijumpai beberapa konsumen khususnya ibu-ibu saat membeli tanaman hias tanuki bonsai selalu tertarik pada jenis tanuki bonsai yang memiliki kayu mati yang bervariasi walaupun harganya mahal.

4. Jenis Tanaman

Tabel 7 menunjukkan atribut jenis tanaman yang digunakan memiliki nilai kepentingan sebesar 18,168%. Jenis tanaman pada produk tanaman hias tanuki bonsai yang menjadi preferensi konsumen paling banyak menyatakan setuju terhadap pernyataan "Tanaman Beringin, kurang variasi, tanaman bandel dan terlihat sangat menarik, namun harga tinggi" responden yang menyatakan setuju pada pernyataan tersebut adalah 21 responden atau 50%, yang artinya konsumen menyukai tanaman yang digunakan adalah beringin walaupun kurang bervariasi namun bandel serta tidak masalah pada harga yang mahal. Dan salah satu penyebab atribut jenis tanaman menjadi atribut yang paling penting setelah harga, ukuran pot, dan jenis kayu mati yaitu karena konsumen tanaman hias tanuki bonsai yang menyatakan setuju rata-rata adalah rentan usia 41-50 tahun, karena pada konsumen usia 41-50 tahun seperti yang sudah dijelaskan di pernyataan harga pada usia tersebut konsumen lebih selektif dan suka mencari perbandingan saat membeli suatu barang yang akan dibeli dan lebih melihat dari sisi nilai keindahan yang terdapat pada tanaman beringin karena lebih mirip dengan bonsai aslinya.

Rekomendasi

Berdasarkan beberapa pernyataan dan analisis diatas maka peneliti akan merekomendasikan atribut dan pernyataan level atribut yang paling disukai oleh responden atau konsumen di PT. Graha Mitratama Inovasi, dari atribut dan pernyataan level dari urutan teratas sampai urutan atribut dan pernyataan level atribut paling rendah berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut rekomendasinya:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tanuki bonsai merupakan atribut paling penting yang akan menjadi preferensi konsumen. Hal ini memberikan implikasi PT meja tani harus benar benar memilih metode penetapan harga yang paling tepat.
2. Atribut dan pernyataan level atribut ukuran pot pada produk tanaman hias tanuki bonsai tertinggi kedua setelah atribut harga yaitu dapat dilihat pada nilai kepentingan sebesar 30,526%. Yang menyatakan bahwa ukuran pot merupakan faktor kedua yang menjadi pertimbangan konsumen sehingga pada atribut ukuran pot harus diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak Tanimeja. Ukuran pot menjadi urutan kedua yang menjadi rekomendasi yang disarankan oleh peneliti, ukuran pot disini memiliki tiga jenis yang pertama adalah small atau kecil, pot medium atau sedang dan pot large atau besar. Dari ketiga pot yang digunakan oleh PT tani meja, konsumen lebih prefer terhadap pot kecil. Kondisi memberikan implikasi kepada PT Tani meja untuk lebih banyak menggunakan pot kecil pada tanaman tanuki bonsai.
3. Atribut dan pernyataan level atribut kayu mati pada produk tanaman hias tanuki bonsai tertinggi ketiga setelah atribut harga dan ukuran pot yaitu dapat dilihat pada nilai kepentingan sebesar 18,397%. Yang menyatakan bahwa kayu mati menjadi faktor ketiga yang menjadi pertimbangan konsumen sehingga pada atribut kayu mati yang harus dilakukan oleh Tanimeja adalah memproduksi tanuki bonsai lebih dari satu kayu mati, lebih diperbanyak dari yang hanya satu kayu mati saja sesuai dengan preferensi konsumen. Kayu mati pada produk tanuki bonsai menjadi salah atribut yang sangat penting, kayu mati ini dapat diperoleh di toko-toko penjual aksesoris aquarium, dan bisa juga mencarinya di hutan-hutan kayu mati ini bukan hanya sekedar kayu mati biaya akan tetapi kayu mati yang keras atau inti dari kayu yang

keras dan terlihat sangat tua. Kayu mati menjadi atribut ketiga yang direkomendasikan oleh peneliti untuk lebih diperhatikan lagi, sehingga nantinya dapat memberikan keindahan yang sempurna pada produk tanuki bonsai karena kayu mati merupakan seni yang membuat tanuki bonsai menjadi sangat indah dan terlihat seperti bonsai sungguhan.

4. Atribut dan pernyataan level atribut jenis tanaman pada produk tanaman hias tanuki bonsai tertinggi keempat setelah atribut harga, ukuran pot dan kayu mati yaitu dapat dilihat pada nilai kepentingan sebesar 18,168%. Yang menyatakan bahwa jenis tanaman menjadi faktor keempat yang menjadi pertimbangan konsumen sehingga pada atribut jenis tanaman yang harus dilakukan oleh Tanimeja adalah memproduksi lebih banyak jenis tanaman beringin dan lebih meningkatkan nilai keindahan pada produk tanaman hias tanuki bonsai sehingga sesuai dengan preferensi konsumen. Jenis tanaman merupakan salah satu hal yang menjadi daya tarik pada tanuki bonsai, jenis tanaman yang digunakan adalah sukulen dan beringin, namun yang paling populer adalah sukulen karena memiliki ketangguhan dan tahan terhadap berbagai kendala seperti kekurangan air dan serangan hama dan penyakit sedangkan beringin sangat rentan akan kekurangan air dan serangan hama dan penyakit karena pengendalinya sangat sulit. Jenis tanaman ini menjadi rekomendasi yang peneliti rekomendasikan ke empat, sebenarnya jenis tanaman ini sangatlah penting karena selain kayu mati jenis tanaman ini juga menjadi faktor penentu nilai seni dari produk tanuki bonsai menjadi lebih indah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan:

1. Harga, ukuran pot, kayu mati, dan jenis tanaman merupakan atribut tanaman tanuki bonsai yang sangat berpengaruh terdapat preferensi konsumen
2. Urutan atribut tanuki bonsai berdasarkan tingkat kepentingan konsumen dari yang paling penting pertama yaitu atribut harga, kedua yaitu atribut ukuran pot, paling penting ketiga yaitu atribut kayu mati.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. (2021). Penggunaan dan nilai ekonomi dari tanaman *Aglaonema* sp. di kalangan pedagang tanaman hias sekitar Cengkareng dan Pulo Gadung. *Jurnal Bios Logos*, 11(2), 122-128.
- Asnahwati. (2021). Prospek bisnis tanaman hias di masa pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Alhuda Bussiness Community Pekanbaru). *Eko Dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, 12(3), 307-313.
- Desy, Liliana. (2020). PREFERENSI KONSUMEN PADA MEREK PAKAIANROPU MENGGUNAKAN ANALISA KONJOIN. Universitas Ciputra Surabaya. E-mail: dpermana01@student.ciputra.ac.id, Ldewi@ciputra.ac.id
- Krystallis, A & Ness, M. 2005. Consumer preferences for quality foods from a South European perspective: a conjoint analysis implementation on Greekolive oil, *Int. Food and Agribus. Manage. Rev.*, vol. 8, no. 2, pp. 62-91.
- Kristanti, B. A. (2021). Analisis Peningkatan Pendapatan Usaha Pertanian Tanaman Hias Pada Era Pandemi Covid-19. *JURNAL EKUIVALENSI*, 7(2), 414-428.
- Lakamisi, H. (2010). Prospek agribisnis tanaman hias dalam pot (POTPLANT). *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 3(2), 55-59. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.3.2.55-59>
- Nasution, A. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Desain Produk, Dan Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Xpander (Studi Kasus PT. Nusantara Berlian Motor Medan). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(3), 158-166.
- Nuryuliani, H., Kassa, S., & Howara, D., 2013. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Tanaman Hias Pada Toko Bunga Nurseri Krismalin Di Kota Palu. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 20(2), 124-130.
- Noor, Juliansyah. 2016. Metodologi penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sugiyono, 2007. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: ALFABETA.

- Pella, D. A., Sumarwan, U., & Daryanto, A. (2013). Factors affecting poor strategy implementation. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15(2), 183-204.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- Sari, E. N., Santosa, M. E., Anggara, M. F., & Prasetyo, A. (2022). Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Tanaman Hias di Bursa dan Pelelangan Menggung Forest Art 2 Kecamatan Tawangmangu. *Agricultural Socio-Economic Empowerment and Agribusiness Journal*, 1(1), 1.
- Wardoni, I. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Tanaman Anggrek Di Kebun Sekar Gumilang Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 25(1), 75-88.
- Yulianto, 2023. Prospek Cerah Tanaman Hias Kian Menghias Pasar Mancanegara: tabloid.sinartani.com