

ISSN : 2085-5788

# e-MAGRI

Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Agribisnis

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH ATRIBUT BUNGA *ADENIUM OBESUM* DAN *ADENIUM ARABICUM* DI DESA KARANGANDONG KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK  
Ledy Julian Mirtha dan Sudyarto

KETAHANAN PANGAN RUMAH TANGGA PETANI PADA WILAYAH BASIS PADI DAN NON PADI DI KABUPATEN SUMENEP  
(Studi Kasus di Kecamatan Kota Sumenep dan Kecamatan Bluto)  
Arfinsyah Hafid Anwari

ANALISIS PENGARUH *NET PROFIT MARGIN*, *RETURN ON ASSETS* DAN *RETURN ON EQUITY* TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN PERTAMBANGAN INDEKS LQ 45  
Eko Purwanto

KINERJA KEUANGAN BEBERAPA PERUSAHAAN AGRIBISNIS DI JAWA TIMUR SEBELUM DAN SESUDAH KRISIS KEUANGAN GLOBAL  
Yessy Kurnia DW, Soeparlan P, dan Eko Nurhadi

DETERMINAN NIAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI SURABAYA  
Bhimo Soenaryo Putro dan Muhadjir Anwar

POLA PEMASARAN SAPI POTONG DI PULAU MADURA  
Yudi Heryadi,

FAKTOR DETERMINAN PETANI DALAM MENGAKSES PASAR KREDIT PERDESAAN  
Mia Rosmiati, Burhan Arief, Maman H. Karmana, dan Lies Sulistyowati

ANALISIS USAHATANI TEMBAKAU BESUKI NA -OOGST DI KABUPATEN JEMBER  
(*FARM MANAGEMENT ANALYSIS OF BESUKI NA -OOGST TOBACCO IN JEMBER REGENCY*)  
Nur Inayatin, Evita Soliha Hani, dan Anik Suwandari

Volume 4

Nomor 2

Juli

2011

**PROGRAM PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**  
**SURABAYA**

## DAFTAR ISI

<b>PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH ATRIBUT BUNGA ADENIUM OBESUM DAN ADENIUM ARABICUM DI DESA KARANGANDONG KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK</b> Ledy Julian Mirtha dan Sudyarto .....	1
<b>KETAHANAN PANGAN RUMAH TANGGA PETANI PADA WILAYAH BASIS PADI DAN NON PADI DI KABUPATEN SUMENEP (Studi Kasus di Kecamatan Kota Sumenep dan Kecamatan Bluto)</b> Arfinsyah Hafid Anwari.....	9
<b>ANALISIS PENGARUH <i>NET PROFIT MARGIN, RETURN ON ASSETS,</i> DAN <i>RETURN ON EQUITY</i> TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN PERTAMBANGAN INDEKS LQ 45</b> Eko Purwanto .....	19
<b>KINERJA KEUANGAN BEBERAPA PERUSAHAAN AGRIBISNIS DI JAWA TIMUR SEBELUM DAN SESUDAH KRISIS KEUANGAN GLOBAL</b> Yessy Kurnia DW, Soeparlan P, dan Eko Nurhadi .....	33
<b>DETERMINAN NIAT NASABAH MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DI SURABAYA</b> Bhimo Soenaryo Putro dan Muhadjir Anwar.....	41
<b>POLA PEMASARAN SAPI POTONG DI PULAU MADURA</b> Yudi Heryadi, .....	53
<b>FAKTOR DETERMINAN PETANI DALAM MENGAKSES PASAR KREDIT PERDESAAN</b> Mia Rosmiati, Burhan Arief, Maman H. Karmana, dan Lies Sulistyowati .....	62
<b>ANALISIS USAHATANI TEMBAKAU BESUKI NA-OOGST DI KABUPATEN JEMBER (<i>FARM MANAGEMENT ANALYSIS OF BESUKI NA-OOGST TOBACCO IN JEMBER REGENCY</i>)</b> Nur Inayatin, Evita Soliha Hani, dan Anik Suwandari .....	82

Oleh :

1) Ledy Julian Mirtha

2) Sudyarto

1) Alumni Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

2) Dosen Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

#### **Abstract**

Consumers hold important role in disposition what a product have advantage or not. Consumers flower in Indonesia has unique taste about florist. Openly most people that likely plant which have beautiful flower, thus move on protect plants for garden. Recently, people like the potting flower that can take indoor the house. Demand gains of adenium including more higher than compared anothers florist, so make more people want to efforts adenium flowers as bussinees. This research aimed to analyzed 'consumers taste' within choice attribute of adenium flower's. This research used by analysis Fishbein Multiattribute Models. The result it showed that the most important attribute for consumers on adenium flower's is colours flower and form of root, so Adenium Obesum more consumers choiced. The best attribute on Adenium Obesum based on consumers is variation colour flower's and uniquely form root. The best attribute on Adenium Arabicum is form root that formed unique stems and goods branches.

*Keywords: Consumer's trust attitude, Attributes and Adenium.*

#### **PENDAHULUAN**

Masyarakat Indonesia mempunyai selera yang unik mengenai tanaman hias. Mula-mula banyak orang yang menggandrungi tanaman yang memiliki bunga indah, lalu bergeser pada tanaman pepohonan pelindung untuk taman. Belakangan masyarakat menyukai bunga dalam pot yang bisa dipelihara dalam rumah. Saat ini agribisnis tanaman hias kian gencar dikembangkan. Keadaan ini dapat memberikan peluang bisnis yang menjanjikan keuntungan di dalamnya. Tanaman hias telah memasyarakat mulai dari masyarakat bawah sampai menengah ke atas dimana tujuan pemakaiannya juga berbeda-beda. Ada yang hanya sekedar untuk menghijaukan rumah dan ada yang bertujuan untuk menaikkan gengsi. Golongan orang-orang yang mempunyai status ekonomi menengah ke atas semakin meningkat. Sehingga kemampuan untuk memenuhi kebutuhan sekunder semakin meningkat pula, menghias rumah dengan tanaman hias merupakan salah satu hobi masyarakat yang memiliki status ekonomi menengah ke atas. Dengan demikian, konsumen yang membutuhkan tanaman hias pun semakin meningkat pula. (I Made Riyan Permana, I Ketut Suamba dan Putu Udayani Wijayanti, (2013).

Menurut Dadang dkk (dalam Anonymous, 2007a), tanaman hias yang diduga akan tren lagi adalah tanaman yang memiliki keunggulan lebih, baik daun maupun bunganya, tersedia cukup dipasar dan mudah diperbanyak. Menurut beberapa

pemerhati, hobiis, dan pelaku usaha tanaman hias yang akan tren lagi salah satunya adalah *Adenium*, hal ini karena tren adenium tetap terpelihara dengan tampilnya variasi-variasi dari warna bunga yang berbeda dari sebelumnya, adenium yang rajin berbunga dan adenium berbonggol besar (Tamasoww & Sitanggang, 2006).

*Adenium* adalah tanaman hias bunga keluarga *Apocinaceae* yang hidup di padang pasir. Tanaman ini bisa hidup di daerah kering dengan keadaan alam tropis dan dapat tumbuh didataran rendah karena batangnya memiliki bonggol yang berfungsi sebagai penyimpan cadangan air. Di Indonesia adenium belum relatif lama dibudidayakan namun langsung populer dikalangan masyarakat luas. Daya tarik adenium adalah kaya variasi warna bunga dan bentuk akar yang membesar membentuk bonggol, nilai inilah yang membuat jatuh cinta orang yang melihatnya (Budiarto, 2007).

Menurut Tamasoww & Sitanggang (2006), adenium yang banyak digemari adalah adenium alam (asli) dan adenium kultivar hasil silangan. Beberapa jenis adenium alam yang banyak diburu pengemar diantaranya *Adenium Obesum* dan *Adenium Arabicum*. Menurut Sudirman (2008), arabicum menjadi incaran karena bentuk bonggolnya besar dan unik, cabang batangnya banyak, daun tebal dan bunganya berwarna pink cerah. Bonggol dan tampilan cabang inilah yang menjadi daya tarik arabicum. Sementara itu, jenis adenium yang banyak dicari adalah *Adenium Obesum* yang lebih dipilih karena bunganya. Obesum alias mawar gurun maupun arabicum sama-sama mempunyai penggemar fanatik.

Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo yang merupakan salah satu sentra produksi tanaman hias adenium yang ada di wilayah Kabupaten Gresik. Ini dimulai sekitar tahun 2003 kawasan itu dikenal sebagai pusat tanaman hias adenium. Hal ini dikarenakan Desa Karangandong mempunyai beberapa keunggulan yang dimanfaatkan untuk menjadikan usahatani tanaman hias adenium sebagai sentra penghasil tanaman hias adenium dimasa yang akan datang seperti di Kabupaten Tulungagung, Kabupaten Ponorogo dan Kabupaten Blitar (Anonymous, 2007b). Sebagai sentra Adenium, para petani tentu ingin tahu kemana arah trend selera konsumen dalam memilih atribut-atribut *Adenium Obesum* maupun *Arabicum*. Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut diatas, maka penelitian ini penting untuk dilakukan, maka tujuan yang ingin dicapai adalah : Untuk mengetahui arah selera konsumen tanaman hias Adenium berdasarkan sikap kepercayaan konsumen di Desa Karangandong sebagai sentra penghasil tanaman hias Adenium di masa yang akan datang.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini, penentuan daerah dilakukan dengan sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Karangandong, Kecamatan Driyorejo, Kabupaten Gresik. Dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut sangat potensial sebagai sentra agribisnis dari tanaman hias *Adenium*.

Penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan pada konsumen tanaman hias adenium di Desa Karangandong. Sampel konsumen dibatasi pada yang membeli tanaman hias *Adenium Obesum* atau *Adenium Arabicum* dengan menggunakan metode *accidental sampling* dimana pemilihan sampel secara sengaja kepada konsumen yang datang membeli tanaman hias *Adenium Obesum* atau *Adenium Arabicum* dengan jumlah sampel sebanyak 30 konsumen.

### **Analisis Model Multiatribut Fishbein**

Analisis ini menggunakan *Model Multi Atribut Sikap dari Fishbein*. Menurut Mowen dan Minor (2002), bahwa model sikap multiatribut menjelaskan bahwa sikap konsumen terhadap suatu obyek sikap (produk atau merek) sangat ditentukan oleh sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang dievaluasi. Alasan penggunaan model sikap Fishbein ini adalah :

- a. Model ini dapat mengungkap evaluasi konsumen terhadap atribut-atribut yang melekat pada produk (bunga Adenium).
- b. Selanjutnya juga dapat mendeskripsikan nilai sikap konsumen terhadap multiatribut tersebut.
- c. Hasil analisis dari masing-masing merek atau asal produk juga dapat dibandingkan, sehingga dapat dilihat produk mana yang lebih diminati konsumen.

Menurut Engel; Blackwell dan Miniard , (1995), model Fishbein menggambarkan bahwa sikap konsumen terhadap sebuah produk atau merek sebuah produk ditentukan oleh dua hal, yaitu : 1). Kepercayaan terhadap atribut yang dimiliki produk atau merek (komponen  $b_i$ ) dan 2). Evaluasi tingkat kepentingan atribut suatu produk/merek.

Formulasi Fishbein merupakan model multiatribut yang dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i e_i$$

Keterangan :

$A_o$  : Sikap terhadap objek

$b_i$  : Kekuatan kepercayaan bahwa objek memiliki atribut  $i$ .

$e_i$  : Evaluasi mengenai atribut  $i$ , dalam penelitian ini jumlahnya= 5

n : Jumlah atribut yang menonjol, dalam penelitian ini jumlahnya= 5

Dari analisis tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran tentang karakteristik tanaman hias adenium yang memenuhi selera konsumen. Sehingga dapat dijadikan salah satu pertimbangan pemasaran tanaman hias adenium di masa yang akan datang sesuai dengan kondisi setempat untuk dapat dikembangkan kearah yang penting didalam alternatif pemasaran.

Atribut-atribut yang terdapat pada tanaman hias adenium yang dapat dinilai oleh konsumen meliputi :

- a. *Variabel ei*, yang terdiri atas lima buah pertanyaan yaitu evaluasi terhadap atribut, a) ukuran akar, b) alur batang, c) alur cabang, d) jenis daun, e) warna bunga (Budiman, 2007; Soenanto, 2005 dan Sugih, 2002.). Setiap responden diminta untuk menyatakan sikapnya dalam 5 angka skala, mulai +2 yang berarti sangat penting sampai -2 yang berarti sangat tidak penting. Pertanyaan untuk mengukur komponen ei adalah sebagai berikut :

**Tabel 1. Unsur Evaluasi (ei) Atribut Tanaman Hias Adenium**

Bentuk Akar/umbi Sangat Penting	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Penting
Alur Batang Sangat Penting	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Penting
Alur Cabang Sangat Penting	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Penting
Jenis Daun Sangat Penting	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Penting
Warna bunga Sangat Penting	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Penting

- b. *Variabel bi*, adalah kekuatan kepercayaan bahwa tanaman hias adenium obesum dan arabicum memiliki kelima atribut tersebut. Setiap konsumen responden diminta untuk menyatakan sikapnya terhadap pernyataan bagaimana daya tarik *Obesum* dan *Arabicum* dalam hal atribut-atribut a) ukuran akar, b) alur batang, c) alur cabang, d) jenis daun, e) warna bunga, dalam 5 angka skala, mulai +2 yang berarti sangat baik sampai -2 yang berarti sangat buruk. Skor rata-rata setiap variabel tersebut digunakan untuk menghitung skor *Model Sikap Multiatribut Fishbein*. Model ini menggambarkan sikap konsumen terhadap kelima atribut tersebut. Pertanyaan untuk mengukur kepercayaan terhadap atribut tanaman hias adenium adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. Unsur Kepercayaan (bi) Terhadap Atribut *Adenium Obesum* dan *Arabicum***

Bentuk Akar/umbi Sangat Unik	+2	+1	0	-1	-2	Sangat Unik
Alur Batang Seimbang dgn akar	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Seimbang
Alur Cabang Seimbang dgn Batang	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Seimbang
Jenis Daun Varigata	+2	+1	0	-1	-2	Bukan Varigata
Warna bunga Sangat Bervariasi	+2	+1	0	-1	-2	Tidak Bervariasi

**Penilaian Responden Terhadap Bentuk akar/umbi, Alur batang, Alur cabang, Jenis daun, dan Warna bunga**

Penilaian responden terhadap bentuk akar/umbi, alur batang, alur cabang, jenis daun, warna bunga menggunakan skala antara -2 hingga +2. Hal ini dimaksudkan untuk penyesuaian pada pembentukan skala Fishbein pada metode analisis kuantitatif selanjutnya. Dimana penilaian diatas nantinya disesuaikan dengan atribut produk yang dinilai, sesuai dengan kriteria pada kuesioner.

Berikut ini disajikan hasil penilaian responden mengenai atribut dari kedua produk tersebut dengan langkah-langkah sebagai berikut :

**1. Menentukan Skor Evaluasi Atribut Tanaman Hias *Adenium***

Evaluasi adalah evaluasi baik atau buruknya suatu atribut yaitu menggambarkan pentingnya suatu atribut bagi konsumen dimana konsumen belum memperhatikan jenis dari tanaman hias adenium ketika mengevaluasi tingkat kepentingan atribut tersebut. ei mengukur seberapa senang persepsi konsumen terhadap atribut tanaman hias adenium. Evaluasi tanaman hias adenium diukur dalam skala ganjil bipolar mulai (-2) tidak penting sampai (+2) sangat penting. Dengan demikian pada penilaian responden terhadap bentuk akar/umbi, alur batang, alur cabang, jenis daun dan warna bunga dibentuk interval kelas dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval kelas} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kelas}} \\ &= \frac{+2 - (-2)}{5} = \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut penilaian sebagai berikut :

- Skor (-2,00) – (-1,20) mendapatkan penilaian tidak penting
- Skor (-1,19) – (-0,40) mendapatkan penilaian kurang penting
- Skor (-0,39) – (0,40) mendapatkan penilaian cukup penting
- Skor (0,41) – (1,20) mendapatkan penilaian penting
- Skor (1,21) – (2,00) mendapatkan penilaian sangat penting

## 2. Menentukan Skor Kepercayaan Atribut Tanaman Hias

### *Adenium*

Kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen akan mengungkapkan kepercayaan terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh tanaman hias adenium yang dievaluasinya, Skor kepercayaan diperoleh dengan cara konsumen diminta pendapatnya mengenai bentuk akar/umbi, alur batang, alur cabang, jenis daun dan warna bunga dimana konsumen sudah mengetahui jenis dari tanaman hias adenium yang dievaluasi. Kepercayaan terhadap suatu atribut diukur menggunakan skala ganjil bipolar mulai (-2) sampai (+2).

Dengan demikian pada penilaian responden terhadap bentuk akar/umbi, alur batang, alur cabang, jenis daun dan warna bunga dibentuk interval kelas dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval kelas} &= \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah kelas}} \\ &= \frac{+2 - (-2)}{5} = \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut penilaian sebagai berikut :

- Skor (-2,00) – (-1,20) mendapatkan penilaian sangat rendah
- Skor (-1,19) – (-0,40) mendapatkan penilaian rendah
- Skor (-0,39) – (0,40) mendapatkan penilaian sedang
- Skor (0,41) – (1,20) mendapatkan penilaian tinggi
- Skor (1,21) – (2,00) mendapatkan penilaian sangat tinggi

Dimana penilaian diatas nantinya disesuaikan dengan atribut produk yang dinilai, sesuai dengan kriteria pada kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Tingkat Kepentingan Konsumen dalam Memilih Atribut-atribut pada Tanaman *Adenium*

Sejauh mana konsumen memandang penting suatu atribut dapat dianalisis melalui Evaluasi kepentingan (*ei*) konsumen terhadap atribut-atribut pada tanaman hias *Adenium* dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan hasil evaluasi responden dapat diketahui bahwa atribut yang terpenting bagi konsumen pada tanaman hias adenium menurut penilaian responden adalah bentuk akar/umbi dan warna bunga (Nelistya & Tim Persada Adenium. 2007) dalam penelitian diperoleh hasil skor antara 1,21 – 2,00. Sedangkan untuk alur cabang, alur batang dan jenis daun mendapatkan penilaian penting dengan skor antara 0,41 – 1,20. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menyukai tanaman hias adenium dikarenakan bentuk akar/umbi dan warna bunga. Nilai evaluasi atribut yang paling rendah adalah alur batang hal ini menunjukkan bahwa konsumen kurang memandang penting terhadap bentuk alur batang dibanding atribut adenium lainnya.

**Tabel 3. Skor Evaluasi Tingkat Kepentingan (*ei*) Konsumen Terhadap Atribut *Adenium*.**

Atribut	Rata-rata ( <i>ei</i> )	Penilaian
bentuk akar/umbi	1,53	Sangat penting
Alur batang	1,07	Penting
Alur cabang	1,13	Penting
Jenis daun	1,17	Penting
Warna bunga	1,80	Sangat penting

Sumber: Data primer diolah, 2008

## 2. Analisis Sikap Kepercayaan konsumen Terhadap Tanaman Hias *Adenium Obesum*

Penilaian konsumen terhadap atribut *Adenium Obesum* berdasarkan 'keunikan' dari atribut pada bagian tanaman. Pada Tabel 4. dapat terlihat hasil perhitungan skor kepercayaan terhadap atribut tanaman hias adenium obesum:

**Tabel 4. Skor Tingkat Kepercayaan (*bi*) Konsumen Terhadap Atribut *Adenium Obesum*.**

Atribut	Rata-rata ( <i>bi</i> ) Obesum	Penilaian
Bentuk akar/umbi	1,43	Sangat unik
Alur batang	1,13	Seimbang dengan akar
Alur cabang	1,13	Seimbang dengan batang
Jenis daun	1,20	Bervariasi
Warna bunga	1,90	Sangat bervariasi

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 4. di atas dapat diketahui bahwa tingkat kepercayaan konsumen responden terhadap atribut tanaman hias *Adenium Obesum* lebihnya terletak pada bentuk akar/umbi dan warna bunga dimana oleh konsumen responden diberikan penilaian sangat tinggi dengan skor rata-rata antara 1,21 – 2,00 yang artinya sangat unik untuk bentuk umbi/akar dan sangat bervariasi untuk warna bunga. Sedangkan untuk Alur batang, alur cabang, dan jenis daun mendapatkan penilaian lebih rendah yakni dengan tingkat kepercayaan antara 0,41 – 1,20, yang berarti kurang diminati selera konsumen dalam memilih adenium obesum.

### 3. Analisis Sikap Kepercayaan konsumen Terhadap Tanaman Hias *Adenium Arabicum*

Penilaian / selera konsumen terhadap atribut *Adenium Arabicum* berdasarkan 'keunikan' dari atribut pada bagian tanaman. Pada Tabel 5. dapat terlihat hasil perhitungan skor kepercayaan terhadap atribut tanaman hias *Adenium Arabicum* :

**Tabel 5. Skor Tingkat Kepercayaan (bi) Konsumen Responden Terhadap Atribut Tanaman Hias *Adenium Arabicum*.**

Atribut	Rata-rata (ei)	Penilaian
Ukuran akar/umbi	1,30	Sangat unik
Alur batang	1,40	Sangat seimbang dengan akar
Alur cabang	1,47	Sangat seimbang dengan batang
Jenis daun	-0,77	Kurang bervariasi
Warna bunga	-1,53	Tidak bervariasi

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 5. dari tingkat kepercayaan konsumen responden terhadap atribut tanaman hias *Adenium Arabicum* dapat diketahui bahwa kelebihan dari *Adenium Arabicum* terletak pada bentuk akar/umbi, alur batang, alur cabang yang mendapatkan penilaian sangat tinggi dengan skor rata-rata antara 1,21 – 2,00 yang artinya sangat diminati selera konsumen dalam memilih bunga *Adenium arabicum*. Ciri yang menonjol antara lain adalah sangat unik untuk bentuk umbi/akar, sangat seimbang dengan akar untuk alur batang dan seimbang dengan batang untuk alur cabang. Sedangkan jenis daun varigata mendapatkan penilaian rendah dengan skor rata-rata antara 0,41 – 1,20 yang artinya kurang bervariasi. Untuk warna bunga mendapatkan penilaian sangat rendah dengan skor rata-rata antara (-2,00) – (-1,20) yang artinya tidak bervariasi dan kurang diminati konsumen.

#### 4. Penentuan Sikap konsumen Untuk Tanaman Hias *Adenium Obesum* dan *Adenium Arabicum*

Berdasarkan dari hasil yang diperoleh dari evaluasi atribut dan tingkat kepercayaan konsumen terhadap atribut-atribut yang sama maka dapat diukur sekaligus membandingkan antara sikap konsumen terhadap tanaman hias *Adenium Obesum* dan *Adenium Arabicum* dengan jalan mengalikan skor kepercayaan dengan skor evaluasi dengan pendekatan *Model Multiatribut Fishbein*. Adapun hasil analisisnya terdapat pada tabel 27. dibawah ini:

**Tabel 6. Hasil Analisis Sikap Multiatribut Fishbein Untuk Tanaman Hias *Adenium Obesum* dan *Adenium Arabicum*.**

Atribut	Skor evaluasi kepentingan (ei)	Skor kepercayaan (bi) Adenium			
		Obesum		Arabicum	
		bi	ei bi	Bi	ei bi
Bentuk akar/umbi	1,53	1,43	2,20	1,30	2,00
Alur batang	1,07	1,13	1,21	1,40	1,50
Alur cabang	1,13	1,13	1,28	1,47	1,66
Jenis daun	1,17	1,20	1,40	-0,77	-0,90
Warna bunga	1,80	1,90	3,42	-1,53	-2,75
$\sum ei bi$			9,51		1,51

Sumber: Data primer diolah, 2008

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa skor kepercayaan *Adenium Obesum* sebesar 9,51, skor kepercayaan *adenium arabicum* sebesar 1,51. hal tersebut menunjukkan bahwa *Adenium Obesum* lebih unggul dan akibatnya banyak diburu /diminati konsumen karena memiliki warna bunga yang bervariasi dan bentuk akar yang unik dimana kedua atribut tersebut merupakan esensi utama tanaman hias *Adenium*. Bagi konsumen awam dan pemula warna bunga dan bentuk akar paling banyak diminati.

Jenis *Adenium Arabicum* mengandalkan bonggol besar dan unik serta jumlah cabang yang banyak karena *Adenium Arabicum* relatif malas (lambat) berbunga dan warna bunganya juga tidak bervariasi. Namun jenis tanaman ini terlihat gagah dan angker sehingga konsumennya masih terbatas dikalangan kolektor saja, dikalangan konsumen awam/pemula kurang diminati. Dengan demikian *Adenium Obesum* lebih mendekati harapan konsumen awam terhadap atribut –atribut tanaman hias *adenium* bila dibanding *Adenium Arabicum*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Perkembangan tanaman hias adenium dimasa yang akan datang dilihat dari hasil analisis sikap kepercayaan konsumen terhadap bunga adenium menunjukkan bahwa :

- Atribut yang terpenting bagi konsumen pada tanaman hias adenium adalah warna bunga dan bentuk akar/umbi.
- *Adenium Obesum* banyak dipilih konsumen karena lebih mendekati harapan konsumen dimana adenium obesum memiliki warna bunga yang bervariasi.
- Atribut yang terbaik pada *Adenium Obesum* menurut konsumen adalah warna bunga yang bervariasi dan bentuk akar yang unik.
- Atribut yang terbaik pada *Adenium Arabicum* adalah bentuk akar/umbi yang membentuk bonggol yang unik dan alur cabang bagus.

#### Saran

Dalam berusahatani tanaman hias adenium sebaiknya petani melakukan modifikasi pada tanamannya untuk menghasilkan hibrida yang baru dalam upaya untuk memenuhi perkembangan selera konsumen dengan tetap menjaga kualitas dan kuantitas dari tanaman yang dihasilkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. 2007a. Setelah Jenuh Dengan Anthurium. [www.i4te.com](http://www.i4te.com).
- \_\_\_\_\_. 2007b. Geliat Kota Gresik Mengembangkan Daerah Wisata Baru, Budiarto, S, Ir. 2007. Ciri dan Sifat Tanaman Adenium. [www.bijibunga.com](http://www.bijibunga.com)
- Budiman,A & Redaksi Trubus. 2007. Teknik Adenium Spektakuler. PT Trubus Swadaya. Jakarta
- Engel J.F; Blackwell R. D. dan P.W. Miniard , 1995. Perilaku Konsumen. Translation of Consumer Behavior. Six Edition. The Dryden Press, Chicago. Diterbitkan Binarupa Aksara Jakarta.
- I Made Riyan Permana, I Ketut Suamba dan Putu Udayani Wijayanti, 2013. Bauran Pemasaran Bunga Krisan pada Kelompok Usaha Bersama Manik Mekar Nadi di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata ISSN: 2301-6523 Vol. 2, No. 1, Januari 2013 <http://ojs.unud.ac.id/index.php/JAA> .PS Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana
- Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232 Bali
- Nelistya,A & Tim Penulis Persada Adenium. 2007. Adenium Arabicum. Penebar Swadaya. Jakarta
- Sintia,M & Kencana,P,I. 2007.Usaha Adenium di Rumah. PT Pustaka LP3ES. Jakarta
- Sitanggang,M & Sunardi. 2007. Budidaya & Bisnis Adenium. PT Agromedia Pustaka. Jakarta

**e-MAGRI**

Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Agribisnis

Soenanto,H. 2005. Pesona Adenium. Kanisius. Jakarta

Sudirman. 2008. Adenium Arabicum Bonggol Meliuk Makin Dicari.

[www.webmaster@mediaindonesia.co.id](mailto:www.webmaster@mediaindonesia.co.id)

Sugih,O. 2002. 88 Variasi Adenium. Penebar Swadaya. Jakarta.

Tomasoww,I & Sitanggang,M. 2006. Membuat Adenium Berbonggol Indah dan  
Berbunga Lebat. PT.Agromedia Pustaka. Jakarta.

Mowen & Minor. 2002. Perilaku Konsumen jilid 1. Penerbit Erlangga. Jakarta