

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bunga Krisan (*Chrysanthemum sp.*) adalah tanaman hias yang berasal dari Asia Timur dan biasanya ditanam untuk diambil bunganya yang beraneka warna dan bentuk. Bunga Krisan memiliki keunggulan dalam hal keragaman warna seperti putih, kuning, violet, merah, merah muda, hijau, dan salem (Fathin & Marline, 2020). Selain itu, Bunga Krisan juga memiliki variasi kelopak yang beraneka ragam, mulai dari bentuk tunggal hingga bertumpuk, dengan ukuran kelopak yang bervariasi pula ada yang kecil hingga yang paling besar. Bunga Krisan memiliki hasil produksi tertinggi dibandingkan dengan bunga potong lainnya di Provinsi Jawa Tengah. Tabel 1 menunjukkan data jumlah produksi bunga potong di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2020-2021.

Tabel 1. Produksi Bunga Potong di Provinsi Jawa Tengah 2020 dan 2021

No.	Komoditas	Produksi	
		2020	2021
		---tangkai---	---tangkai---
1.	Anggrek (<i>Orchid</i>)	522.952	67.214
2.	Anthurium Bunga (<i>Flamingo Lily Flower</i>)	338.959	288.037
3.	Herbras (<i>Gerbera</i>)	2.183.025	1.574.206
4.	Pisang-pisangan (<i>Heliconia</i>)	282.441	34.003
5.	Krisan (<i>Chrysantemum</i>)	111.384.406	117.602.019
6.	Mawar (<i>Rose</i>)	20.571.219	18.040.251
7.	Sedap Malam (<i>Tuberose</i>)	19.724.386	10.665.343
	Total	155.007.388	148.271.073

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, 2022

Tabel 1 mendeskripsikan bahwa produksi bunga potong Krisan mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2020 hingga 2021 sebesar 6.217.613 tangkai, sementara produksi bunga potong lain justru menurun. Data Badan Pusat Statistik di atas menunjukkan bahwa Krisan merupakan komoditas terbesar yang memberi sumbangan dalam bunga potong, yaitu sebesar 79,32% dari total produksi. Krisan memiliki *trend* produksi yang tetap menarik baik produsen maupun konsumen. Provinsi Jawa Tengah menjadi sentra produksi bunga potong dan memiliki urutan ketiga dengan produksi tertinggi Bunga Krisan, yaitu sebesar 111.673.586 tangkai (BPS, 2023). Bunga potong Krisan yang dijual oleh petani akan dibeli pengepul dan pedagang besar yang kemudian menyebarkannya ke kota-kota besar (Rohmah, 2018).

Kota Semarang menjadi daerah dengan perekonomian terbesar di Jawa Tengah pada tahun 2020 yang terlihat dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB), yaitu sebesar Rp 189,26 triliun (BPS, 2023). Bunga potong untuk *florist* dan dekorasi termasuk ke dalam kebutuhan sekunder atau tersier, dimana masyarakat yang memiliki perekonomian baik agar dapat memenuhi kebutuhan setelah primernya. Tingginya pendapatan masyarakat dapat mempengaruhi gaya hidup yang cenderung berlebihan dan berdampak pada peningkatan permintaan Bunga Krisan. *Trend* dan gaya hidup sangat mempengaruhi konsumsi produk tanaman hias, termasuk bunga potong (Sumbodo *et al.*, 2023). Produk florikultura sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini (Nurmalinda & Hayati, 2016). Kota Semarang menjadi kota peminat cukup besar terhadap bunga potong Krisan, yang dapat dilihat dari

keberadaan sekitar 90 toko bunga yang tersebar di wilayah Semarang yang didapatkan dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Semarang.

Bunga potong Krisan digunakan dalam berbagai keperluan usaha *florist* dan dekorasi pada acara seperti pernikahan, peresmian usaha, hiasan dalam ibadah gereja, dan upacara kematian (Nurmalinda & Hayati, 2016). *Florist* dan usaha dekorasi merupakan konsumen antara yang dapat menyediakan barang atau jasa dalam usaha bunga potong. Konsumen antara (*intermediate consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali guna memperoleh keuntungan (Fahmi *et al.*, 2022).

Florist dan dekorasi menunjukkan preferensi yang berbeda dalam pemilihan bunga Krisan. *Florist*, yang mengelola toko yang menyediakan jasa atau barang dari rangkaian bunga seperti *bouquet*, bunga meja, dan papan bunga, cenderung memilih Krisan dengan warna dan bentuk yang menarik serta beragam (Wardana, 2018). Fokus mereka adalah pada penyediaan bunga yang estetis untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir, baik untuk hadiah pribadi maupun dekorasi sehari-hari. Usaha dekorasi berfokus pada penyediaan jasa dekorasi untuk acara seperti pernikahan, peresmian, dan acara lainnya, membutuhkan Krisan dalam jumlah besar serta dengan warna yang konsisten (Nurmalinda & Hayati, 2016). Usaha dekorasi membeli bunga potong dalam skala besar, mengutamakan ketersediaan dan konsistensi warna untuk memastikan keselarasan dekorasi acara. Perbedaan preferensi ini menandakan bahwa konsumen antara memiliki karakteristik yang berbeda dalam kebutuhan dan pemesanan bunga Krisan, yang mengakibatkan

variasi dalam permintaan dan kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian mengenai preferensi konsumen antara penting untuk mengidentifikasi atribut-atribut bunga Krisan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing kelompok, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan profitabilitas dalam penjualan bunga Krisan.

Bunga Krisan memiliki karakteristik mudah rusak, layu, dan tidak dapat bertahan lama (Soleman & Polii, 2020). Pemasaran bunga potong Krisan harus cepat sampai ke konsumen agar meminimalisir kerusakan produk karena produk ini dituntut untuk tetap dalam keadaan segar agar dapat dinikmati konsumen. Berdasarkan karakteristik tersebut, maka diperlukan suatu penanganan yang tepat untuk menyalurkan Bunga Krisan dari produsen ke konsumen, dan produsen (petani) perlu memahami karakteristik permintaan konsumennya berdasarkan karakteristik dasar Bunga Krisan tersebut (Nurmalinda & Hayati, 2016).

Permasalahan utama dalam topik penelitian ini adalah tingginya jumlah bunga Krisan yang terbuang karena tidak laku, yang berdampak pada penurunan maksimal penjualan oleh produsen. Hal ini sering terjadi karena produk Krisan yang dihasilkan oleh petani tidak selalu sesuai dengan permintaan pasar, mengakibatkan sejumlah bunga tidak terjual dan terbuang. Situasi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara produksi dan kebutuhan pasar yang harus diatasi. Hal ini menunjukkan pula bahwa petani atau produsen belum sepenuhnya memahami preferensi konsumen di pasar. Kesalahan dalam menyesuaikan jenis dan atribut bunga Krisan yang dibudidayakan dengan permintaan aktual dapat menyebabkan penurunan penjualan dan pemborosan produk. Penelitian mengenai preferensi

konsumen antara menjadi krusial untuk mengidentifikasi atribut-atribut bunga Krisan yang sesuai dengan permintaan pasar dan mengurangi jumlah produk yang tidak terjual, sehingga meningkatkan efisiensi dan profitabilitas dalam penjualan bunga Krisan.

Penelitian mengenai preferensi konsumen antara, seperti *florist* dan usaha dekorasi, memiliki signifikansi yang penting karena mereka memainkan peran strategis dalam rantai pasok bunga potong Krisan. Konsumen antara ini memiliki pemahaman yang mendalam mengenai preferensi dan kebutuhan konsumen akhir, mengingat mereka berperan langsung dalam penyediaan produk yang disesuaikan dengan permintaan pasar. Preferensi konsumen antara sering kali dianggap representatif dalam mencerminkan preferensi konsumen akhir karena mereka berinteraksi langsung dengan berbagai segmen pasar dan memiliki wawasan mengenai tren serta selera konsumen.

Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Preferensi konsumen terhadap Bunga Krisan relatif berubah dari waktu ke waktu, dipengaruhi oleh perkembangan tren pasar dan perubahan selera (Fathin & Marline, 2020). Misalnya, pada satu periode, konsumen mungkin cenderung memilih Krisan dengan warna-warna terang dan mencolok seperti merah dan kuning. Namun, pada periode lain, preferensi tersebut bisa bergeser ke warna-warna yang lebih hangat dan netral seperti putih dan merah muda. Pergeseran ini mencerminkan perubahan dalam persepsi estetika dan kebutuhan fungsional konsumen, yang merupakan respons terhadap kondisi pasar dan sosial yang terus berkembang. Petani perlu memperhatikan atribut-atribut atau

kriteria yang sedang disukai konsumen. Akses informasi pemasaran terkait dengan preferensi dan perubahan konsumen terhadap Krisan belum memadai (Nurmalinda & Hayati, 2016).

Pemahaman yang mendalam terhadap preferensi konsumen antara memungkinkan produsen untuk menyesuaikan strategi produksi dan pemasaran secara lebih tepat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan bunga potong Krisan. Penelitian ini berjudul “Preferensi Konsumen Antara pada Bunga Potong Krisan (*Chrysanthemum sp.*) di Kota Semarang” yang bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen antara (*florist* dan usaha dekorasi) dan optimalisasi utilitas atribut produk untuk komoditas Bunga Krisan di Kota Semarang. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pemangku kepentingan utama, termasuk produsen Bunga Krisan serta berbagai pihak terkait yang beroperasi di bidang sub-subsektor tanaman hias.

1.2. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis atribut terpenting Bunga Krisan yaitu warna, diameter, jenis, panjang tangkai, tingkat kemekaran, dan bentuk kelopak bunga.
2. Menganalisis kombinasi atribut Bunga Krisan yang menjadi preferensi konsumen antara.

3. Menganalisis perbedaan preferensi konsumen antara *florist* dan usaha dekorasi dalam menentukan urutan kepentingan dari atribut bunga potong Krisan di Kota Semarang.

Manfaat dilaksanakannya penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan, wawasan, dan informasi terkait topik penelitian yaitu preferensi konsumen.
2. Bagi produsen, sebagai pemberi informasi, bahan masukan, dan saran kepada produsen terkait atribut-atribut bunga potong Krisan yang menjadi preferensi dan paling dipertimbangkan di Kota Semarang.
3. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi, wawasan, serta referensi yang berkaitan dengan preferensi konsumen.