

Agribusiness Journal

Volume 5, No. 1, Juni 2010

Diterbitkan oleh Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
setiap bulan Juni dan Desember

DAFTAR ISI

	Halaman
Respon Pertumbuhan Tanaman Bayam (<i>amaranthus Tricolor L.</i>) Pada Berbagai Komposisi Media Sitti Nurul	1 - 6
Analisis Pendapatan Usaha Ternak Itik Petelur Sebelum Dan Sesudah Isu Flu Burung Lilis Imamah Ichdayati dan Amaliah	7 - 17
Pengembangan Sentra Agroindustri Kerajinan Mendong Kabupaten Malang Dengan 'Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal Gunawan Prayitno, Achmad Tjachja, Fellan Fatih Abdillah, dan Surjono	17 - 27
Hasil Monitoring Dan Evaluasi Lembaga Mandiri Yang Mengakar Pada Masyarakat (LM3) Kabupaten Bogor Dan Sukabumi 2009 Siti Rochaeni	28 - 36
Strategi Hedging (Lindung Nilai) untuk Mengantisipasi Fluktuasi Harga Komoditi Olein di Pasar Berjangka Ahmad Mahbubi M, Arief Daryanto, dan Imam Teguh S	37 - 45
Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen Tanaman Hias dan Faktor yang Mempengaruhi Euis Dasipah, Dawud Ardisela, dan Moh. Soleh	45 - 55
Kontribusi Pendapatan Tenaga Kerja Wanita pada Pendapatan Rumah Tangga Dety Sukmawati dan Achmad Tjachja N	56 - 63

Di kelas Rujukan
hasil dari DP
jadi ada DP
Ramb. plajid.

PERILAKU PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN TANAMAN HIAS DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI

Euis Dasipah, Dawud Ardisela, dan Moh. Soleh

ABSTRACT

The one of ornament plant central in Bekasi city in Mustikasari village, Mustikajaya district. This research has purpose to understanding consumer characteristic ornamental plants in village mustikasari, understanding any factor that influencing customer to purchase ornamental plant, understanding customer demand of any kind ornamental plants. The method that being use in this research is survey and the technique to collect the data use purposive sampling. The object of this research is the final customers that purchase ornamental plants in mustikasari village. The total amounts of respondent are 100 persons. The result of this research show the customer characteristic purchase ornamental plants in mustikasari village dominated by women approximately 3-5 persons with age less than 30 years old and they already married. The respondent has educational background diploma and bachelor, they also has proffesion as housewife and the income per month more than RP2.500.000,-. The respondent purchasing ornament plants frequencies one per month. Kind of ornament plants that have high demand are *Adenium sp.*, *Codeanumvarigatum*, *Sansevieria sp.*, *Aglonema sp.*, and *Syzygium oleana*. The result of analysis shows 22 variables that arrange two main component. Those 22 variables have strong correlation to main component first. Main component consist of sale, friend, age, motivation, culture, place of living, occupation, advertising, family, environment habit, situation/time of purchase, spare time, price, kinds of ornament plants, social status, service, education, relatives, uniqueness, incomes, parents habit, religion/believe.

Keywords: Consumer decision maker behavior of ornamental plants and factor affecting

PENDAHULUAN

Kecintaan masyarakat akan tanaman hias bukan hanya sekedar hobi tetapi sudah dikembangkan sebagai usaha pokok yang bersifat komersil guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegiatan usaha tanaman hias berkembang di berbagai daerah di Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting. Berkembangnya kegiatan usaha tanaman hias di dalam negeri berhubungan dengan meningkatnya pendapatan konsumen, tuntutan keindahan lingkungan, pembangunan industri pariwisata, pembangunan kompleks perumahan, perhotelan dan perkantoran. Pembangunan usaha tanaman hias diharapkan mampu membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan petani, menambah devisa, dan membuka peluang tumbuhnya industri sarana produksi dan transportasi.

Industri florikultur nasional dalam periode lima tahun terakhir menunjukkan kinerja yang menggembirakan. Bisnis tanaman hias semakin semarak dengan meningkatnya luas area tanam, nilai transaksi penjualan, jangkauan pemasaran, dan tumbuhnya industri penunjang. Pemasaran tanaman hias tidak hanya dilakukan di dalam negeri, tetapi juga ke mancanegara. Menurut Marwoto (2004) pengusaha tanaman hias nasional turut memperebutkan pasar internasional yang bernilai \$ 180 milyar pada tahun 2004. Kalau pada tahun 2000, Indonesia menempati urutan ke 51 pengeksport tanaman hias dunia, maka pada tahun 2004 meningkat menjadi urutan ke 48 dunia.

Berbagai upaya perlu terus dilakukan untuk mendorong peningkatan daya saing produk florikultur nasional agar mampu berkompetisi dengan produk serupa dari negara lain.

Tanaman hias dapat dikelompokkan menjadi dua golongan yaitu tanaman hias daun dan tanaman hias bunga. Tanaman hias daun adalah tanaman hias yang keindahannya terletak pada warna dan corak daunnya. Tanaman hias daun biasanya diletakkan sebagai penghias ruangan (*indoor*). Sedangkan tanaman hias bunga adalah tanaman yang keindahannya terletak pada warna bunganya. Seringkali digunakan sebagai penghias halaman maupun taman (*outdoor*).

Salah satu sentra tanaman hias di Kota Bekasi adalah berada di Kelurahan Mustikasari, Kecamatan Mustikajaya. Sebagian besar penduduk Mustikasari berusaha dibidang agribisnis yaitu sebagai petani maupun pedagang tanaman hias. Salah satu peran masyarakat Kota Bekasi dalam mendukung dan mensukseskan visi dan misi pemerintah Kota dalam menciptakan Kota Bekasi sebagai kota yang Sehat, Cerdas dan Ikhlas adalah dengan menanam tanaman hias di lingkungan masing-masing. Karena dengan memelihara tanaman hias dapat terwujud lingkungan yang sehat. Berdasarkan uraian dapat dirumuskan masalah sebagai berikut, bagaimana karakteristik konsumen tanaman hias di Kelurahan Mustikasari Kota Bekasi, jenis tanaman hias apa saja yang diminati konsumen, faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian



Universitas Islam Negeri
SYARIF Hidayatullah JAKARTA

Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN)
Syarif Hidayatullah Jakarta
Jl. Ir. H. Juanda No. 95 Ciputat Jakarta 15412
Telp/Fax (021) 7493315
Homepage : http://agrribusiness_journal@yahoo.com

