



ABSTRACT

One type of ornamental plant that is an advantage in Indonesia is cut roses. Not only is the beauty factor an advantage but it also has economic and social value high enough to be commercialized. Demand for roses usually increases, especially in big cities, by 10-15% per year, one of the big cities in Central Java is the city of Surakarta. In order to win the competition, flower shops/florists need to design appropriate marketing strategies. Analysis of consumers' preferences and willingness to pay for cut roses is needed to face competition between business actors. This research aims to determine (1) factors that form consumer preferences (2) combination of cut rose flower attributes (3) consumers' willingness to pay (4) factors that influence consumers' willingness to pay for cut roses. There were one hundred respondents who were selected using non-probability sampling techniques with the accidental sampling method. Data were analyzed using Factor Analysis to determine the factors that form consumer preferences, Conjoint analysis to determine the combination of consumer preference attributes, the contingent valuation method approach and multiple linear regression to determine consumers' willingness to pay and the factors that influence it. The research results show that the factors that shape consumer preferences for cut roses are specification factors (color, aroma, price, flower shape, length of stem) and quality factors (stem stiffness and flower durability). The combination of attributes that consumers are most interested in, respectively, are red roses, strong aroma, long stems and tough roses. Consumers are willing to pay more for red roses by 58%, pink roses by 50.4% and white roses by 49.6% compared to the average market price of IDR 5,000. Factors that have a positive influence are perception of color and lifestyle, while number of family members, price, gender and marital status have a negative influence.

Keywords: Cut Roses, Consumer Preferences, Willingness to Pay



INTISARI

Jenis tanaman hias yang menjadi keunggulan dari Indonesia salah satunya adalah bunga mawar potong. Tidak hanya faktor keindahan yang menjadi keunggulan tetapi juga memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi untuk dikomersilkan. Permintaan bunga mawar biasanya mengalami kenaikan terutama dikota-kota besar sebesar 10-15% per tahun, salah satu kota besar di Jawa Tengah adalah Kota Surakarta. Agar dapat memenangkan persaingan diperlukan perancangan strategi pemasaran yang tepat oleh toko bunga/florist. Analisis preferensi dan kesediaan membayar konsumen terhadap bunga mawar potong diperlukan untuk menghadapi persaingan antar pelaku usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) faktor pembentuk preferensi konsumen (2) kombinasi atribut bunga mawar potong (3) kesediaan membayar konsumen (4) faktor-faktor yang mempengaruhi *willingness to pay* konsumen bunga mawar potong. Responden berjumlah seratur orang yang dipilih menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan Analisis Faktor untuk mengetahui faktor pembentuk preferensi konsumen, analisis *Conjoint* untuk mengetahui kombinasi atribut preferensi konsumen, pendekatan *contingent valuation method* dan regresi linier berganda untuk mengetahui kesediaan membayar konsumen serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang membentuk preferensi konsumen bunga mawar potong adalah faktor spesifikasi (warna, aroma, harga, bentuk bunga, panjang tangkai) dan faktor kualitas (ketegaran tangkai dan ketahanan bunga). Kombinasi atribut yang paling diminati oleh konsumen secara berurutan adalah mawar berwarna merah, beraroma kuat, bertangkai panjang dan tegar. Konsumen bersedia membayar lebih tinggi untuk bunga mawar merah sebesar 58%, bunga mawar warna pink 50,4% dan mawar putih sebesar 49,6% dari harga rata-rata pasar yaitu Rp 5.000. Faktor yang berpengaruh secara positif adalah persepsi warna dan gaya hidup, sedangkan jumlah anggota keluarga, harga, jenis kelamin dan status pernikahan berpengaruh secara negatif.

Kata Kunci : Bunga Mawar Potong, Preferensi Konsumen, Willingness to Pay