



# Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Tanaman Anggrek Di Kebun Sekar Gumilang Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas.

## Analysis of Levels Consumer Satisfaction Orchid in Sekar Gumilang Gardens Ketenger Village, Baturraden District, Banyumas Regency.

Ilham Wardoni<sup>1)\*</sup>, Sri Widarni<sup>1)</sup>, Djeimy Kusnaman<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup> Program Studi Magister Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman  
Jalan Dr. Soeparno nomor 63, Purwokerto, Banyumas-Jawa Tengah, Indonesia, 53122

**Abstract:** *Orchid is an ornamental plant has an aesthetic value in flowers. Everyone likes orchids to decorated for outside or inside of the house. One of the gardens sells various types of orchids is the Sekar Gumilang Orchid Garden which is located in Ketenger Village, Baturraden District, Banyumas Regency. This research to determine level of customer satisfaction for orchid plants and to find out which attributes give the highest satisfaction and the lowest satisfaction. The research was conducted from July to August 2022. The object of the research was consumers who were buying or had bought orchids at the Sekar Gumilang orchid garden. The sampling method used Accidental Sampling is 100 people. The questionnaire data analyzed using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that the consumer satisfaction level, 68.01%, was included in the satisfied criteria. The attribute that has the highest performance is being active in promotions in social media, while the attribute that has the lowest performance is the absence of complete and clear signage or road signs.*

**Keywords:** *Orchid plants, satisfaction Level, Sekar Gumilang orchid garden.*

**Abstrak:** Anggrek merupakan tanaman hias yang memiliki nilai keindahan pada bunganya. Hampir semua orang menyukai bunga anggrek untuk menghiasi luar atau dalam rumah. Salah satu kebun yang menjual berbagai jenis tanaman anggrek adalah Kebun Anggrek Sekar Gumilang yang terletak di Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen tanaman anggrek dan mengetahui atribut apa saja yang memberikan kepuasan tertinggi dan kepuasan terendah. Penelitian dilakukan pada bulan Juli sampai Agustus 2022. Obyek penelitian adalah konsumen yang sedang membeli atau pernah membeli anggrek di kebun anggrek Sekar Gumilang. Metode pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling yaitu sebanyak 100 orang. Data kuesioner kemudian dianalisis menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sebesar 68.01% masuk dalam kriteria puas. Atribut yang memiliki kinerja paling tinggi adalah aktif dalam promosi lewat media sosial, sedangkan atribut yang memiliki kinerja paling rendah adalah tidak tersedianya papan nama atau petunjuk jalan yang lengkap dan jelas.

**Kata Kunci:** tanaman anggrek, indeks kepuasan, kebun anggrek Sekar Gumilang.

### Pendahuluan

Anggrek merupakan salah satu jenis tanaman hias yang paling populer di Indonesia. Disebut populer karena tanaman ini tetap bertahan dirawat dan disukai oleh masyarakat. Saat tanaman

lain muncul menjadi tren seperti Adenium, Euphorbia dan Anthurium. Anggrek tetap menempati ruang istimewa di hati para penggemarnya, karena anggrek mempunyai harga yang stabil jika dibandingkan dengan bunga hias lainnya. Hal ini membuktikan bahwa potensi bunga anggrek yang dimiliki bangsa Indonesia cukuplah besar. Potensi tersebut harus dimanfaatkan dan dikembangkan dengan baik. Tanaman yang dinobatkan sebagai Puspa Pesona ini memiliki warna bunga yang indah sehingga anggrek memiliki pecinta sejati yang loyal. Tidak heran jika penghobi anggrek terus melakukan teknik budidaya sebaik mungkin mengedepankan kualitas maupun kuantitas untuk memenuhi permintaan pasar (Andiani, 2015).

Berdasarkan data Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan tahun 2021 Kabupaten Banyumas, bahwa produksi anggrek di Banyumas pada tahun 2020 sebanyak 25.900 tanaman. Angka tersebut cukup tinggi karena sebagian daerah Banyumas berupa dataran tinggi lereng Gunung Slamet yang mempunyai suhu dingin rata-rata 26 °C. Daerah yang tinggi dan suhu yang dingin merupakan tempat yang tepat untuk budidaya anggrek sehingga pertumbuhan lebih cepat dibandingkan daerah yang rendah dan panas. Produksi anggrek di Banyumas didominasi oleh kelompok-kelompok tani dan toko tanaman hias atau sering disebut nursery. Tidak sedikit juga peorangan yang melakukan pembibitan anggrek di pekarangan rumahnya walaupun tidak untuk kebutuhan komersil.

Anggrek yang tersebar di daerah Banyumas bermacam-macam jenisnya, namun hanya beberapa jenis yang mudah dibudidayakan dan diminati masyarakat umum. Diantaranya adalah anggrek Bulan, Dendrobium, Vanda dan Cattelya. Masing-masing jenis mempunyai bentuk tersendiri dan nilai keindahan yang berbeda-beda. Konsumen anggrek cenderung memilih dengan menilai beberapa faktor seperti kombinasi warna bunga yang indah, harga yang ekonomis, mudah perawatannya dan lama periode hidup bunganya sampai layu.

Salah satu kelompok tani di Banyumas yang bergerak dibidang produksi tanaman anggrek adalah Kelompok Tani Sekar Gumilang yang berada di Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden. Kebun Anggrek Sekar Gumilang merupakan pelopor usaha pembibitan tanaman hias yang fokus pada jenis tanaman anggrek. Usaha yang sudah lama berdiri dan sudah dikenal masyarakat sekitar bahkan luar daerah tentang hasil produksi bunga anggreknya yang indah dan sehat-sehat. Kebun anggrek Sekar Gumilang memiliki *green house* seluas 15 x 30 meter dan mampu menampung hingga 1000 pot anggrek. Budidaya anggrek di kebun Sekar Gumilang sejak awal berdiri tahun 2010 sampai sekarang selalu mengalami perubahan tiap tahunnya. Perkembangan selera konsumen, penambahan jenis anggrek baru, pembuatan teknik tanam anggrek yang unik, serta perbaikan pelayanannya merupakan contoh penyesuaian yang perlu

dilakukan agar konsumen puas dan loyal. Banyaknya Nursery yang bermunculan disepanjang jalan raya Baturraden menjadi kompetitor kebun anggrek Sekar Gumilang, persaingan semakin kompetitif karena jenis anggrek yang sama. Semua Nursery saling berlomba-lomba menyajikan display tanaman hias yang menarik dengan harapan membuat orang yang lewat dapat mampir masuk kebun. Konsumen yang puas akan menjadi konsumen loyal dan kembali lagi untuk membeli tanaman hias yang sama atau jenis lainnya di kemudian hari.

Menurut Kotler dan Keller (2015) kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seorang konsumen setelah melakukan pembelian yang berasal dari perbandingan antara harapan terhadap kinerja suatu produk yang dirasakan. Jika kinerja produk mempunyai nilai lebih atau sama dengan harapannya, maka dikatakan konsumen tersebut puas. Apabila kinerja produk dibawah nilai harapannya, maka dikatakan konsumen tersebut tidak puas. Salah satu cara utama mendiferensiasikan sebuah perusahaan adalah dengan memberikan jasa atau pelayanan yang lebih tinggi dari harapannya. Apabila konsumen merasakan kepuasan, maka konsumen akan: 1) membeli produk tersebut kembali, 2) mengatakan hal baik tentang produk tersebut kepada orang lain, 3) tidak memperhatikan merek lain yang sejenis dari kompetitor dan 4) Mencoba jenis produk lain dari perusahaan yang sama.

Tingkat kepuasan konsumen menurut Supranto dalam Nitisusastro (2013) sebagian besar tergantung pada kualitas produk yang dijual. Produk dikatakan berkualitas baik bagi konsumen apabila sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen untuk memenuhi kepuasannya. Sebaliknya apabila produk tidak sesuai dengan apa yang diiklankan dan tidak sesuai dengan harapan konsumen maka tingkat kepuasan konsumen rendah. Pemilik usaha yang mempelajari persepsi dan perilaku konsumen dengan baik, akan meningkatkan peluang keputusan bisnis yang baik dan mencapai kepuasan konsumen.

Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) sangat ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance (kinerja) suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan saat sebelum membelinya. Pelanggan akan merasa puas apabila produk yang dibeli dapat memenuhi harapannya. Sebaliknya apabila kinerja suatu produk tidak memenuhi harapan konsumen maka pelanggan tidak puas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Menurut Rangkuti (2016) selain menggunakan *Customer Satisfaction Index* terdapat metode *Important Performance Analysis* (IPA) yang bisa digunakan untuk mengukur atribut tingkat kepuasan produk berdasarkan sejumlah atribut. Diagram Important Performance Analysis

dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan pemasaran produk sehingga dapat mencapai target dan meningkatkan kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain dapat menunjukan atribut yang paling tinggi dan paling rendah. Atribut yang memiliki nilai rendah perlu ditingkatkan untuk menjaga kepuasan konsumen agar tetap loyal. Selain itu, diagram hasil perhitungan Important Performance Analysis mudah untuk diinterpretasikan dan mudah dimengerti.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui berapa besar tingkat kepuasan konsumen yang membeli anggrek di kebun Sekar Gumilang Desa Ketenger Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas. Atribut apa saja yang memiliki kinerja tinggi dan apa saja atribut yang memiliki kinerja rendah sehingga dapat dirumuskan kegiatan apa yang perlu dilakukan untuk memperbaiki kinerja agar tingkat kepuasan konsumen menjadi lebih tinggi dan konsumen loyal berbelanja anggrek di kebun Sekar Gumilang.

## **Metode**

Penelitian dilakukan di kebun anggrek Sekar Gumilang baik di dalam kebun maupun diluar kebun menyesuaikan dengan keberadaan responden. Sasaran penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli tanaman anggrek atau yang sudah pernah membeli tanaman anggrek di kebun Sekar Gumilang minimal satu kali. Penelitian bersifat deskriptif yaitu penelitian menggunakan sifat-sifat dari suatu keadaan dan diambil melalui survei menggunakan kuesioner penilaian terhadap atribut atau faktor-faktor indikator sebagai alat pengukur data pokok. Pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*. Metode *Accidental Sampling* merupakan metode pengambilan sampel acak secara kebetulan dalam kumpulan populasi. Teknik pengambilan sampel ini digunakan karena tidak tersedianya daftar unit pengamatan (*Sampling Frame*) untuk populasi masyarakat konsumen tanaman hias anggrek.

Pengolahan data menggunakan CSI untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut yang dinilai. Pengukuran CSI menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013) meliputi tahap-tahap sebagai berikut: 1) Menghitung Mean Important Score (MIS); 2) menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS); 3) Menghitung *Weight Factor* (WF); 4) menghitung *Weight Score* (WS); 5) Menghitung *Weighted Total* (WT); dan 6) Menentukan nilai CSI. Hasil perhitungan CSI dapat dikelompokkan ke dalam kriteria tingkatan kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut: sangat tidak puas (0% - 35%), tidak puas (36% - 50%), cukup puas (51% - 65%), puas (66% - 80%) dan sangat puas (81% - 100%).

Metode pengukuran IPA menurut Rangkuti (2016), digunakan untuk mengukur atribut-atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan produk berdasarkan sejumlah atribut, sehingga dapat dirumuskan suatu strategi pengembangan program pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Tahapan yang dilalui untuk menentukan titik-titik diagram kartesius IPA adalah sebagai berikut; 1) menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan untuk setiap pertanyaan ; 2) menghitung rata-rata seluruh faktor tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius; dan 3) tahapan terakhir yaitu penjabaran tiap atribut masuk kedalam blok prioritas.

## Hasil

Kebun Anggrek Sekar Gumilang merupakan kelompok tani yang memiliki jumlah anggota sembilan orang. Saat ini Kebun Anggrek Sekar Gumilang diketuai oleh Bapak Riyono asal Karanglewas. Kebun anggrek Sekar Gumilang memiliki greenhouse seluas 15 x 30 meter, mampu menampung kapasitas 4000 anggrek. Kebun Anggrek Sekar Gumilang buka setiap hari dengan jam operasional pukul 08.00 WIB sampai sore sekitar pukul 17.00 WIB. Diluar jam kerja kebun dapat buka sewaktu-waktu jika ada konsumen yang akan melakukan transaksi. Saat ini kebun Sekar Gumilang sudah mulai berkembang dengan bahan material yang lebih bagus dan kuat tiang penyangga menggunakan baja ringan dan pipa bes, net samping kebun menggunakan insek tipe kerapatan 60 persen, rak untuk meletakkan pot menggunakan BRC dan penyusunan anggrek menggunakan tray sehingga tertata rapi. Sarana dan prasarana yang memadai seperti alat sterilisasi media, springkel untuk penyiraman dan pemupukan yang terletak diatas greenhouse. Selain itu juga terdapat kursi dan meja khusus untuk tamu, taman kolam ikan hias dan fasilitas toilet. Tanaman anggrek yang dibudidayakan antara lain anggrek Dendrobium, anggrek Bulan, anggrek Vanda, anggrek Catleya dan berbagai tanaman hias lokal lainnya.

Kegiatan karyawan bermacam-macam seperti; membuat media tanam, mengganti pot anggrek, membersihkan gulma, memberi pupuk, menyiram tanaman anggrek, menyemprot pestisida dan pelayanan konsumen. Hari kerja antara hari Senin sampai Jumat biasanya kebun cenderung sepi pengunjung walaupun ada satu atau dua orang konsumen datang berkunjung, namun jika akhir pekan seperti hari Sabtu dan Minggu biasanya pengunjung lebih banyak. Kebanyakan pengunjung adalah wisatawan arah pulang selesai berwisata dari Curug Bayan, Curug Gede, Curug Jenggala, Bukit Pandang Munggang, Curug Gomblang, Desa Melung atau Bukit Tranggulasih.

Tabel 1. Hasil perhitungan CSI.

Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1	3.99	3.88	7.42	28.80
2	3.20	3.39	5.95	30.18
3	2.76	3.18	5.13	16.33
4	3.49	3.43	6.49	22.27
5	3.90	3.50	7.25	25.39
6	3.74	3.41	6.96	23.72
7	3.35	3.26	6.23	20.31
8	3.33	3.35	6.19	20.75
9	3.66	3.70	6.81	25.19
10	3.57	3.43	6.64	22.78
11	3.27	3.06	6.08	18.61
12	3.14	3.34	5.84	19.51
13	3.04	2.87	5.65	16.23
14	3.64	3.95	6.77	26.74
15	2.68	3.09	4.99	15.40
16	3.00	3.20	5.58	17.86
<i>WT</i>				340.07
<i>Customer Satisfaction Index</i>				68.01%
Kriteria Kepuasan				<b>Puas</b>

Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh nilai persepsi atas kinerja suatu produk dalam memenuhi suatu harapan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi. Sebaliknya apabila kinerja suatu produk tidak dapat memenuhi harapannya maka pelanggan merasa tidak puas. Tingkat kepuasan pelanggan dapat diukur menggunakan metode Customer Satisfaction Index. Hasil perhitungan menggunakan Excel tersaji pada Tabel 1.

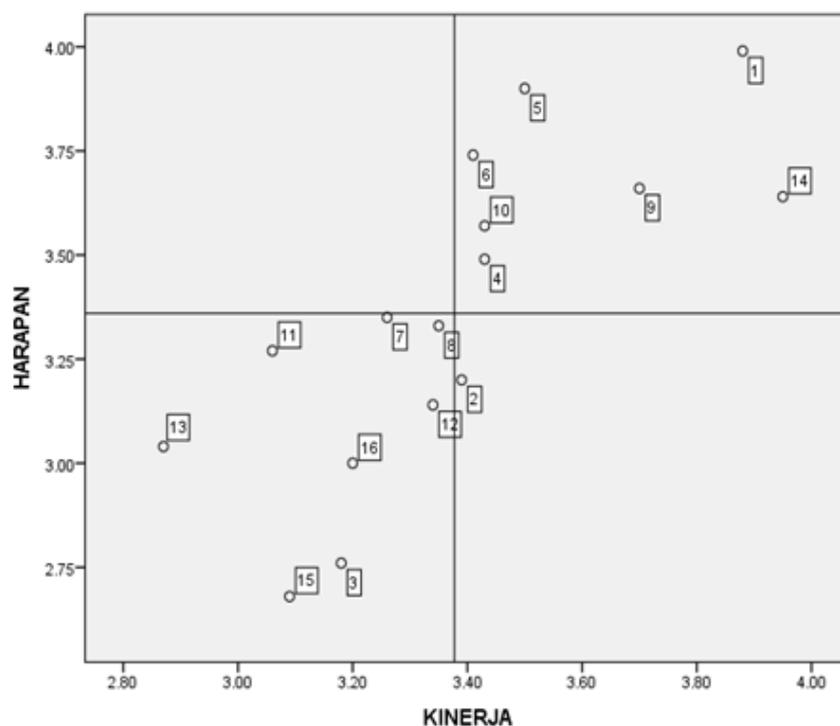
Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 1 menunjukkan, bahwa indeks kepuasan konsumen tanaman hias jenis anggrek di Kebun Sekar Gumilang sebesar 68.01 sehingga masuk dalam kriteria puas karena berada pada rentang 60% sampai 80%. Hal ini menandakan bahwa secara umum konsumen tanaman anggrek pada Kebun Sekar Gumilang merasa puas terhadap beberapa atribut penting didalamnya.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 1 menunjukkan, bahwa indeks kepuasan konsumen tanaman hias jenis anggrek di Kebun Sekar Gumilang sebesar 68.01 sehingga masuk dalam kriteria puas karena berada pada rentang 60% sampai 80%. Hal ini menandakan bahwa secara umum konsumen tanaman anggrek pada Kebun Sekar Gumilang merasa puas terhadap beberapa atribut penting di dalamnya.

Atribut yang memiliki kinerja paling tinggi adalah atribut nomor 14 tentang keaktifan promosi pemilik kebun melalui sosial media. Nilai kepuasan sebesar 3.95 artinya konsumen puas dengan keaktifan kebun anggrek Sekar Gumilang dalam promosi di sosial media. Selanjutnya atribut yang memiliki kinerja paling rendah adalah atribut nomor 13 tentang papan nama yang terpasang pada kebun. Nilai kepuasan sebesar 2.87 artinya konsumen kurang puas dengan papan nama atau petunjuk jalan yang kurang lengkap dan kurang jelas di kebun anggrek Sekar Gumilang.

Metode *Important Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu cara untuk mengetahui posisi beberapa atribut berdasarkan tingkat kepentingan (harapan konsumen) dan tingkat kepuasan konsumen (kinerja yang dirasakan konsumen). Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner menggunakan software SPSS 16.9 for Windows, menunjukkan bahwa beberapa atribut pertanyaan menempati Kuadran yang berbeda-beda. Selengkapnya tersaji pada Gambar 1.

Gambar 1 menunjukkan, bahwa posisi beberapa atribut dari satu sampai 16 tersebar di tiga bidang Kuadran yaitu Kuadran Dua, Kuadran Tiga dan Kuadran Empat. Kuadran satu tidak terdapat satupun atribut karena tidak ada atribut yang mempunyai nilai harapan tinggi namun disertai kinerja rendah dibawah rata-rata. Semua atribut tidak ada yang masuk dalam prioritas tinggi untuk segera diubah. Secara umum konsumen merasa puas dengan beberapa atribut yang menyertainya, tidak ada konsumen yang merasakan kekecewaan terhadap suatu atribut secara signifikan. Kuadran Tiga ditempati atribut terbanyak yakni ada delapan atribut, kemudian Kuadran dua ditempati tujuh atribut dan Kuadran empat hanya terdapat satu atribut. Nilai batas harapan antara Kuadran satu dan tiga dengan Kuadran dua dan empat adalah sebesar 3,36. Sedangkan nilai batas kepuasan antara Kuadran satu dan tiga dengan Kuadran dua dan empat adalah sebesar 3,37. Garis tersebut membentuk sumbu horizontal dan vertikal memisahkan menjadi empat Kuadran. Pengelompokan atribut sesuai penempatan Kuadran selengkapnya tersaji pada Tabel 2.



Gambar 1. Diagram kartesius menggunakan SPSS.

Tabel 1. Pengelompokan atribut kedalam kuadran.

Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran II (Pertahankan)
-	1. Warna bunga yang indah dan cerah. 4. Lama periode hidup bunga sampai layu 5. Kesuburan tanaman saat dibeli 6. Tingkat harga yang terjangkau 9. Pelayanan yang diberikan ramah 10. Respon penjual sigap dan cepat 14. Aktif promosi lewat media sosial
Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)
3. Ukuran tanaman dan bunga yang besar 7. Perbandingan harga dengan kebun lain 8. Harga yang sesuai dengan kualitasnya 11. Tempat mudah diakses 12. Fasilitas kebun lengkap, bersih dan rapi 13. Papan nama terpasang lengkap dan jelas 15. Keinginan sejak lama (pribadi / orang lain) 16. Mengikuti tren dari tetangga atau kerabat.	2. Bentuk bunga yang unik

## Pembahasan

Perbaikan dapat dilakukan untuk menutupi kekurangan atribut nomor 13 dengan memasang papan nama yang besar dan jelas tepat didepan kebun serta memasang beberapa petunjuk arah disetiap tikungan dimulai dari pertigaan jalan raya Baturraden sampai depan Kebun Anggrek Sekar Gumilang. Menurut Etta dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa sebuah papan nama baik berbentuk listplang, neonbox, banner atau yang lainnya merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan dalam promosi. Cara ini adalah langkah yang dianggap cukup efektif untuk menyampaikan Brand bisnis kepada calon konsumen, sehingga konsumen akan merasa percaya diri dan tidak ragu-ragu untuk mengkonsumsinya karena nama Brand yang sudah terkenal. Pemasangan papan nama di suatu tempat yang strategis merupakan usaha jangka panjang, dengan harapan konsumen akan sering melihat secara terus menerus sehingga terbiasa lalu mudah mengingatnya dalam memori ingatan jika suatu saat membutuhkannya.

Berdasarkan Tabel 2 pembagian atribut kedalam kuadran, maka dapat diuraikan bahwa;

1. Kuadran Satu (Prioritas Utama) tidak terdapat satupun atribut yang masuk ke dalam Kuadran ini. Sebagian besar konsumen merasa puas dan tidak merasakan kekecewaan (harapan yang tinggi dengan kinerja yang rendah). Sebenarnya ada beberapa atribut yang dirasa kurang puas oleh beberapa konsumen dalam kuesioner tertentu namun tertutupi dengan kuesioner lain yang memiliki nilai kepuasan tinggi.
2. Kuadran Dua (Pertahankan) terdapat tujuh atribut yang menempati didalamnya. Kuadran ini menunjukkan atribut yang nilai harapan atau tingkat kepentingan yang tinggi disertai kinerja yang dirasakan konsumen juga tinggi. Ketujuh atribut tersebut adalah sebagai berikut:
  - a. Atribut nomor 14 dengan nilai kepuasan 3.95 yaitu pemilik kebun aktif promosi lewat sosial media. Pemilik kebun sering mengunggah foto-foto dan video terbaru tentang anggrek-anggrek koleksinya ke alamat web, facebook jual beli tanaman hias dan instagram sehingga menarik, jangkauan konsumen semakin luas dan mudah konsumen menemukannya dalam mesin pencarian. Hal ini sejalan dengan Gustin, Purwito dan Sukma (2016) bahwa di era globalisasi saat ini sangat dibutuhkan media sosial untuk menyebarluaskan iklan serta sarana komunikasi dengan calon konsumen. Sifat konsumen saat ini cenderung menyukai hal praktis dengan melihat iklan di sosial media sudah cukup mewakili gambaran toko atau tempat penjualannya. Biasanya jika konsumen tertarik dengan iklan tersebut maka akan menghubungi nomor telepon yang tertera atau mendatangi langsung alamat yang tertera. Apabila konsumen tidak

tertarik maka akan mengabaikan iklan tersebut, namun tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat nanti akan membutuhkan dan masih mengingat iklan tersebut dalam memori ingatannya.

- b. Atribut nomor satu dengan nilai kepuasan 3.88 yaitu warna bunga anggrek yang indah dan cerah. Hampir semua konsumen Kebun Anggrek Sekar Gumilang merasa puas dengan kombinasi warna yang ada pada bunga anggrek. Beberapa konsumen mengungkapkan bahwa sebelumnya hanya sebatas melihat di sosial media saja dalam jumlah yang sedikit, namun setelah datang ke kebun melihat langsung ternyata lebih bagus dari iklan yang di sosial media.
- c. Atribut nomor sembilan dengan nilai kepuasan 3.70 yaitu pelayanan yang diberikan penjaga kebun ramah. Sebagian besar konsumen puas dengan pelayanan yang diterima, konsumen merasa diperhatikan dalam memilih anggrek yang diinginkan serta penjual dapat menjelaskan beberapa hal yang berkaitan dengan anggrek tersebut. Penjual menggunakan bahasa yang sopan dan sedikit bercanda sehingga suasana menyenangkan. Konsumen juga diperbolehkan untuk melihat-lihat dan selfie dengan semua anggrek. Hal ini sejalan dengan Etta dan Sopiah (2013) bahwa pelayanan sebuah perusahaan adalah mutlak hal yang penting apalagi perusahaan dibidang jasa. Perusahaan non jasa juga sebenarnya memegang andil yang besar dalam bagian pemasarannya. Saat ini kebanyakan perusahaan saling berlomba memberikan pelayanan apa saja yang sekiranya membuat konsumen puas dan loyal.
- d. Atribut nomor lima dengan nilai kepuasan 3.50 yaitu kesuburan tanaman anggrek saat dibeli. Sebagian besar konsumen merasa puas dengan kondisi tanaman anggrek saat dibeli karena kebanyakan konsumen membeli dengan memilih batang yang kuat dan daun yang sehat. Pembeli juga dapat memilih tanaman yang sedang kuncup bunganya ataupun yang sudah mekar, namun tidak jarang juga konsumen yang membeli tanaman anggrek yang belum muncul bunganya dengan mempertimbangkan batang dan daun yang sehat. Penjual anggrek menjaga kualitas tanaman yang dibeli konsumen sehingga anggrek yang tidak sehat dan berpenyakit sementara tidak dijual terlebih dahulu sampai anggrek tersebut subur kembali. Hal ini sejalan dengan Etta dan Sopiah (2013) bahwa sebuah perusahaan jika ingin mempunyai pelanggan yang loyal maka tidak hanya mengutamakan produk hanya cepat laku, namun perusahaan dapat menyortir produk mana yang masih layak dan tidak layak. Produk yang tidak layak

- jual harus diperbaiki sedemikian rupa sampai kualitas membaik, tidak dijual dalam kondisi buruk walaupun dengan harga yang murah.
- e. Atribut nomor 10 dengan nilai kepuasan 3.43 yaitu respon penjual sigap dan cepat dalam melayani konsumen. Sebagian besar konsumen merasa puas dengan pelayanan di Kebun Anggrek Sekar Gumilang dalam melayani konsumen, yaitu cepat dalam merespon hal yang diinginkan konsumen baik menjelaskan langsung saat bertemu di kebun, ataupun secara online lewat sosial media. Pemilik kebun cepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen.
  - f. Atribut nomor empat dengan nilai kepuasan 3.43 yaitu lama periode hidup bunga dari mekar sampai layu kemudian rontok. Sebagian besar konsumen yang sudah pernah membeli tanaman anggrek di Kebun Sekar Gumilang merasa puas, karena setelah dipelihara memang benar umur bunga anggrek dari mulai mekar sampai layu kemudian rontok tergolong waktu yang cukup lama dibandingkan dengan bunga lainnya. Konsumen pertama yang akan membeli anggrek juga sebagian besar tertarik dengan penjelasan penjaga kebun bahwa usia bunga anggrek yang cukup lama, sehingga konsumen merasa puas.
  - g. Atribut nomor enam dengan nilai kepuasan 3.41 yaitu tingkat harga yang terjangkau. Sebagian konsumen puas dengan harga yang terjangkau khususnya anggrek *Dendrobium* yang dapat dikatakan murah jika dibandingkan dengan tanaman bunga hias lainnya. Konsumen cocok dengan harga bunga anggrek *Dendrobium* yang relatif murah dengan kualitas bunga anggrek yang cukup indah. Atribut nomor enam, sepuluh dan empat yaitu respon penjual sigap dan cepat, tingkat harga yang terjangkau, dan lama periode hidup bunga sampai layu masih berada pada titik yang tipis dengan batas Kuadran satu. Masih bisa ditingkatkan kembali untuk menciptakan kepuasan konsumen yang lebih tinggi.
3. Kuadran Tiga (Prioritas Rendah) terdapat delapan atribut didalamnya. Kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat harapan yang sedang dan kinerja yang diterima juga sedang tidak berlebihan. Kedelapan atribut tersebut antara lain; ukuran tanaman dan bunga yang besar, perbandingan harga dengan kebun lain, harga yang sesuai dengan kualitasnya, tempat mudah diakses, fasilitas kebun lengkap bersih dan rapi, papan nama terpasang lengkap dan jelas, keinginan sejak lama konsumen tersebut atau untuk orang lain dan mengikuti tren dari tetangga atau kerabat. Jika diurutkan dan dijelaskan dari tingkat kepuasan tinggi ke rendah adalah sebagai berikut:

- a. Atribut nomor delapan dengan nilai kepuasan 3.35 yaitu harga yang sesuai dengan kualitasnya. Sebagian konsumen merasa puas dengan harga kesepakatan setelah tawar-menawar. Semakin mahal harga yang ditawarkan maka kualitas anggrek semakin bagus kualitasnya baik dari segi warna, ukuran, tingkat kelangkaan atau yang lainnya.
- b. Atribut nomor 12 dengan nilai kepuasan 3.34 yaitu fasilitas kebun lengkap, bersih dan rapi. Sebagaimana besar konsumen merasa puas dengan fasilitas yang ada di Kebun Anggrek Sekar Gumilang karena merasa fasilitas yang lengkap seperti tersedia kursi tamu di beranda kebun, tempat duduk yang nyaman dibelakang kebun, lorong antara tanaman yang bersih, lahan parkir yang cukup luas di depan kebun serta terdapat toilet dibelakang kebun. Susunan antara jenis tanaman anggrek dengan jenis tanaman lain tidak berantakan sehingga kesan konsumen nyaman berada di kebun. Hal ini sejalan dengan Etta dan Sopiah (2013) bahwa sebuah usaha di bidang jasa saat ini jika ingin mempunyai pelanggan yang loyal maka tidak hanya mengutamakan produknya saja, namun pemilik usaha dapat mengatur suasana tempat transaksi sedemikian rupa untuk menciptakan kenyamanan konsumen berada di tempat tersebut. Secara tidak langsung tempat yang nyaman akan menciptakan transaksi yang nyaman dan santai oleh penjual dan pembeli.
- c. Atribut nomor sembilan dengan nilai kepuasan 3.70 yaitu perbandingan harga dengan kebun lain, konsumen cenderung merasa puas dengan merasakan perbedaan harga kebun anggrek Sekar Gumilang dengan harga anggrek di competitor lain. Hal ini dikarenakan kebun ini fokus dengan tanaman anggrek dengan populasi yang banyak sehingga harga relatif lebih murah. Hal ini sejalan dengan Kurniawan (2016) bahwa, toko tanaman hias yang terfokus pada suatu jenis tanaman dan mengembangkannya akan relatif lebih murah dibandingkan toko tanaman hias yang menjual berbagai jenis tanaman hias. Hal ini dikarenakan dari biaya perawatan yang relatif murah memelihara tanaman satu jenis, tidak memerlukan perlakuan yang berbeda-beda seperti toko tanaman hias yang serba ada.
- d. Atribut nomor 16 dengan nilai kepuasan 3.2 yaitu mengikuti tren orang lain baik dari tetangga atau kerabat. Sebagaimana besar konsumen merasa puas dalam penilaiannya bahwa sudah memenuhi keinginan mengikuti tren yang sedang berkembang disekitarnya. Konsumen ingin membeli karena merasa iri dengan koleksi bunga anggrek milik orang lain, akhirnya dapat memiliki anggrek yang hampir sama. Tidak

hanya itu, konsumen yang membeli anggrek untuk hiasan tempat kerja atau tempat lainnya juga merasa puas.

- e. Atribut nomor tiga dengan nilai kepuasan 3.18 yaitu ukuran tanaman dan bunga yang besar. Sebagian besar konsumen merasa puas dengan ukuran bunga yang cukup besar. Menurut beberapa konsumen yang sudah paham mengenai bunga anggrek mengungkapkan bahwa bunga di Kebun Anggrek Sekar Gumilang mempunyai ukuran bunga sedikit lebih besar saat mekar jika dibandingkan dengan bunga sejenis lainnya di kebun atau nursery lain. Selain ukuran bunga sedikit lebih besar juga jumlah bunga lebih banyak dalam satu tangkai. Hal ini sejalan dengan Arianto (2013) pertumbuhan bunga anggrek sangat dipengaruhi oleh suhu sekitarnya. Kebun Sekar Gumilang berada pada daerah dataran tinggi dengan suhu rata-rata 26 derajat celsius. Perkembangan bunga semakin cepat dan besar dalam suhu relatif dingin tersebut, dibandingkan dengan daerah dataran rendah bersuhu panas.
- f. Atribut nomor 15 dengan nilai kepuasan 3.09 yaitu keinginan sejak lama dari konsumen itu sendiri. Sebagian besar konsumen untuk kebutuhan dirinya sendiri merasa puas karena sudah memenuhi keinginannya yang sejak lama. Biasanya penghobi yang sudah mengetahui beberapa kriteria keindahan tanaman anggrek akan lebih selektif dalam membeli anggrek.
- g. Atribut nomor 11 dengan nilai kepuasan 3.06 yaitu tempat mudah diakses. Sebagian besar konsumen merasa cukup puas dengan lokasi kebun anggrek Sekar Gumilang yang mudah diakses menggunakan kendaraan sepeda motor atau mobil. Lokasi kebun 500 meter dari jalan raya utama Baturraden, namun kondisi jalan menuju lokasi normal tidak terlalu jauh dan ekstrim. Bantuan dari google maps tentang kebun anggrek Sekar Gumilang juga membantu konsumen dalam mencari lokasi.
- h. Atribut nomor 13 dengan nilai kepuasan 2.87 yaitu papan nama terpasang lengkap dan jelas. Sebagian konsumen merasa cukup puas dengan papan nama yang ada di pinggir jalan didepan kebun, sehingga konsumen yakin bahwa itu kebun anggrek tujuannya, namun papan nama berukuran kecil sehingga konsumen kurang puas. Hal ini sejalan menurut Arianto (2013) menyatakan bahwa sebuah papan nama baik berbentuk listplang, neonbox, banner atau yang lainnya merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan dalam promosi. Pemasangan papan nama di suatu tempat yang strategis merupakan usaha jangka panjang, dengan harapan konsumen akan sering melihat

secara terus menerus sehingga terbiasa lalu mudah mengingatnya dalam memori ingatan jika suatu saat membutuhkannya.

4. Kuadran 4 (Berlebihan) hanya terdapat satu atribut yaitu bentuk bunga yang unik. Mayoritas konsumen sebenarnya tidak menginginkan bentuk bunga dan media tanam anggrek yang unik, namun faktanya konsumen puas dengan keunikan media tanam anggrek yang sebelumnya tidak diharapkan konsumen tersebut. Contohnya adalah media tanam anggrek yang biasanya diketahui konsumen adalah dari pot tanah liat atau pot plastik, namun di kebun anggrek Sekar Gumilang media tanam ada yang berupa potongan batang kayu. Sebelumnya tidak diinginkan konsumen namun dinilai unik oleh konsumen.

## Simpulan

Tingkat kepuasan konsumen tanaman anggrek di kebun Sekar Gumilang, Desa Ketenger, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas masuk dalam kriteria Puas. Atribut yang memiliki kinerja paling tinggi adalah pemilik kebun aktif dalam promosi lewat media sosial, sedangkan atribut yang memiliki kinerja paling rendah adalah papan nama atau petunjuk jalan yang lengkap dan jelas. Strategi pengembangan yang direkomendasikan yaitu agar segera dibuat papan nama yang besar di pinggir jalan depan Green House serta dipasang papan penunjuk jalan disetiap persimpangan dimulai dari jalan raya sampai depan Green House Sekar Gumilang.

## Daftar Pustaka

- Andiani, Y. (2015). Usaha pembibitan anggrek dalam botol. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Arainto, A. (2013). Pengaruh atribut produk, harga, kebutuhan mencari variasi dan ketidakpuasan konsumen terhadap tanaman hias di Kota Malang. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(2), 294-305.
- Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan Banyumas, 2021. Statistik tanaman hias 2020 (Statistics of Ornamental Plants). Dinas Pertanian, Perkebunan dan Kehutanan <http://www.dinperinhut.banyumas.go.id>. Diakses pada tanggal 10 Desember 2022.
- Etta, S. M. & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- Gustin (2016). Budidaya anggrek Phalaenopsis: produksi anggrek Phalaenopsis untuk ekspor di PT. Eka Karya Graha Flora, Cikampek Jawa Barat. (Skripsi). Fakultas Pertanian IPB, Bogor.
- Kurniawan, J. 2016. *Peluang usaha anggrek dan membuat anggrek cepat berbunga*. Agromedia Pustaka, Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Nitisusastro. M. (2013). *Perilaku konsumen dalam perspektif kewirausahaan*. Alfabeta, Bandung.
- Rangkuti, F. (2016). *Measuring customer satisfaction: teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suryawan, S. & Dharmayanti, D. (2013). Analisa hubungan antara *experiential marketing, customer satisfaction dan customer loyalty* Café Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-10.