

RINGKASAN

DAUD KUNCORO. 0810440199. Analisis Pendapatan Usahatani dan lembaga Pemasaran Bunga Potong Krisan (*Chrysanthemum morifolium*) (Kasus pada Kelompok Tani dan Non Kelompok Tani di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu). Di bawah bimbingan Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS. dan Ir. Nidamulyawaty, MSi.

Jumlah produksi bunga potong di Indonesia semakin meningkat. Hal tersebut dipengaruhi oleh peningkatan jumlah permintaan pasar, baik yang berasal dari pasar lokal maupun pasar internasional. Cukup banyak negara yang meminta bunga potong dari Indonesia karena memiliki keragaman serta ciri khas tersendiri sebagai bunga tropis. Salah satu diantara bunga potong tersebut adalah bunga potong krisan. Bunga potong krisan banyak digunakan sebagai dekorasi pada acara keagamaan maupun pesta, sehingga mendorong peningkatan produksi serta permintaan dari bunga tersebut. Akan tetapi, naiknya jumlah permintaan akan bunga potong tersebut tanpa diimbangi dengan usaha efisiensi pemasaran akan kurang memberi arti.

Di Desa Sidomulyo terdapat beberapa petani yang melakukan usahatani bunga potong krisan, baik dalam kelompok tani maupun non kelompok tani. Hasil usahatani bunga potong krisan tersebut mereka pasarkan melalui pedagang pengumpul. Petani yang mengikuti kelompok tani memiliki saluran pemasaran yang berbeda dengan petani non kelompok tani. Dalam penelitian ini akan dikaji bagaimana tingkat pendapatan petani yang mengikuti kelompok tani dan non kelompok tani, bagaimana mekanisme atau jalannya pemasaran, serta berapa besar tingkat efisiensi saluran pemasaran yang digunakan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Mengetahui dan menganalisis besar perbedaan pendapatan yang diperoleh petani anggota kelompok tani dan non kelompok tani pada usaha agribisnis bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, 2) Menganalisis perbedaan saluran pemasaran bunga potong krisan pada petani anggota kelompok tani dan non kelompok tani di Desa Sidomulyo, 3) Menganalisis efisiensi pemasaran bunga potong krisan pada kelompok tani dan non kelompok tani di Desa Sidomulyo.

Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja, yaitu di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu dengan pertimbangan bahwa Desa Sidomulyo merupakan desa yang dikenal sebagai kawasan bunga dan menjadi salah satu potensi wisata bunga yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung dengan konsumen berupa pemberian dan pengisian lembar kuisioner dan data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur sebagai penunjang. Untuk penentuan responden dari petani, digunakan metode sensus yang melibatkan seluruh petani bunga potong krisan pada Kelompok Tani Krisan Mulyo dan non kelompok tani di Desa Sidomulyo. Untuk pengambilan data dari lembaga pemasaran digunakan metode pengambilan sampel yang bersifat tidak acak, melalui pendekatan komoditi, yaitu menentukan terlebih dahulu komoditi yang akan diteliti. Sampel lembaga pemasaran diambil dengan metode *Snow Ball Sampling*, yaitu dengan cara

mengikuti jalannya komoditi dari petani sampai dengan konsumen akhir dan dibatasi pada lembaga yang berada di daerah penelitian. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan melalui analisis deskriptif untuk mendeskripsikan lembaga pemasaran beserta fungsinya. Serta analisis kuantitatif untuk menghitung pendapatan petani dan margin pemasaran pada tiap saluran pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani bunga potong krisan di daerah penelitian dari kelompok tani dan non kelompok tani termasuk usahatani yang menguntungkan, sehingga layak untuk diusahakan. Tingkat pendapatan pada kelompok tani adalah sebesar Rp 32.738.554,00 per hektar yang lebih tinggi dibandingkan dengan pendapatan non kelompok tani yaitu Rp 27.296.841,00 per hektar. Dari hasil uji beda rata-rata dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara rata-rata pendapatan usahatani bunga potong krisan pada kelompok tani dengan rata-rata pendapatan usahatani bunga potong krisan non kelompok tani. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil uji beda rata-rata yang menghasilkan t hitung sebesar 17,133 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 2,007 yang berarti pada kedua komponen tersebut terdapat perbedaan yang nyata sehingga berpengaruh pada besarnya pendapatan yang diperoleh kelompok tani dan non kelompok tani.

Pada kelompok tani digunakan tiga saluran pemasaran, yaitu 1) Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen, 2) Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer Malang → Konsumen, 3) Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer Kediri → Konsumen, dengan nilai efisiensi masing-masing adalah sebesar 1,4; 0,83; dan 1,71. Pada non kelompok tani, juga digunakan tiga saluran pemasaran, yaitu 1) Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen, 2) Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer Malang → Konsumen, 3) Petani → Konsumen. Nilai efisiensi pada saluran I, II, dan III adalah 1,94; 0,83; dan 6.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, adapun saran yang diberikan yakni Dalam rangka peningkatan pendapatan, petani sebaiknya lebih memajemen lagi tentang biaya variabel yang digunakan terutama pada petani non kelompok tani. Selain itu, perlu adanya sosialisasi dari pihak kelompok tani tentang himbuan keikutsertaan kelompok tani, karena dalam kelompok tani sudah dilakukan pengorganisasian dan dilakukan koordinasi yang baik antara petani dan lembaga pemasaran, sehingga pendapatan petani semakin meningkat. Serta perlu adanya tinjauan ulang pada lembaga pemasaran terutama dalam hal melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang ada, sehingga keuntungan yang diperoleh lembaga juga akan lebih meningkat, dan saluran pemasaran dapat lebih efisien.