

**ANALISIS RANTAI NILAI DAN SALURAN PEMASARAN SERTA
STRATEGI PENENTUAN HARGA BUNGA POTONG KRISAN**

(Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)

Oleh:

DEVI HARDIANTI



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS PERTANIAN

MALANG

2016

**ANALISIS RANTAI NILAI DAN SALURAN PEMASARAN SERTA
STRATEGI PENENTUAN HARGA BUNGA POTONG KRISAN
(Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)**

Oleh:
Devi Hardianti
125040101111036

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

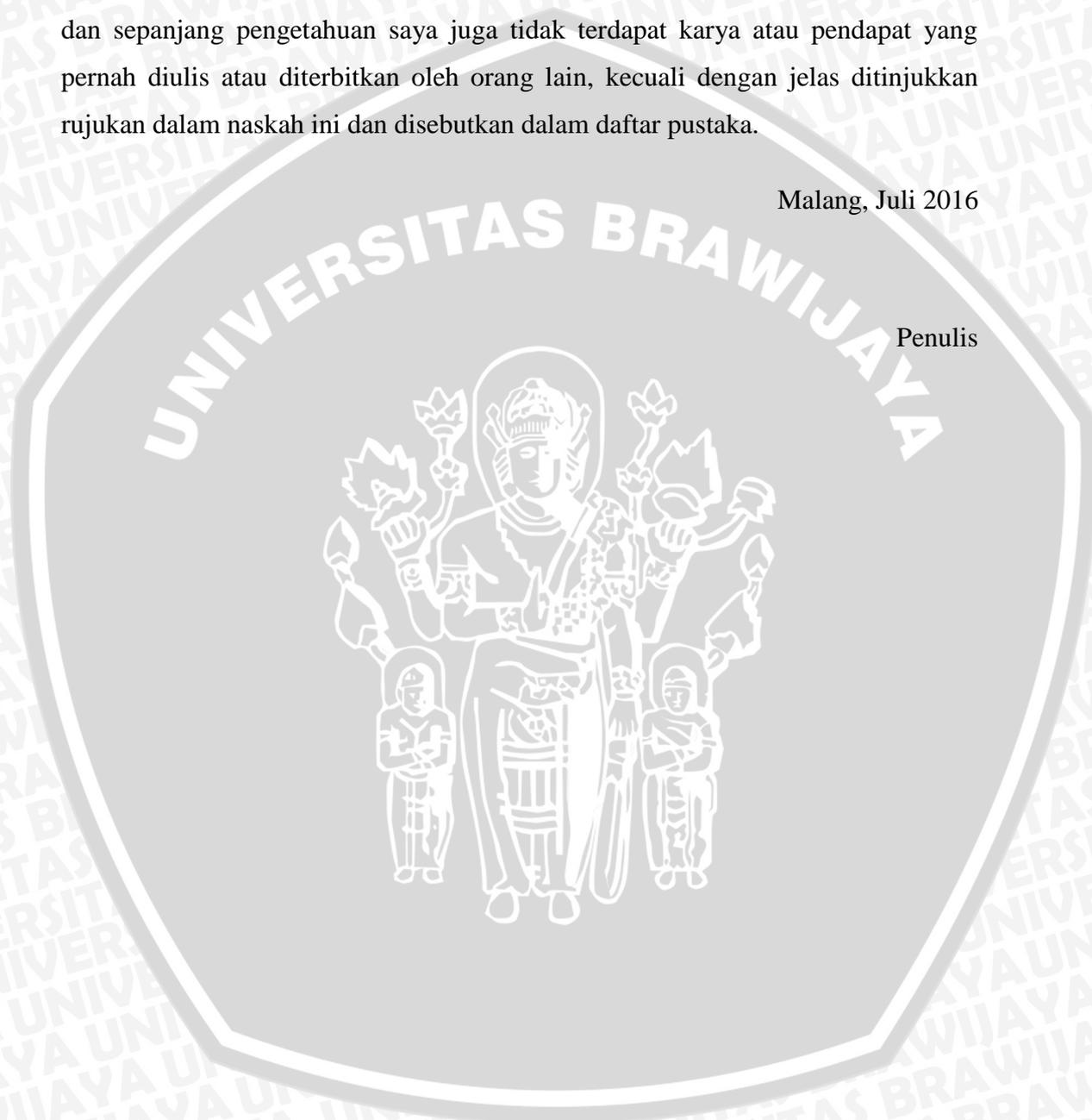
**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS PERTANIAN
MALANG
2016**

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa segala pernyataan dalam skripsi ini merupakan hasil dari penelitian saya sendiri, dengan bimbingan komisi pembimbing. Skripsi ini tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar diperguruan tinggi manapun dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah diulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali dengan jelas ditunjukkan rujukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, Juli 2016

Penulis



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran serta Strategi Penentuan Harga Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)

Nama Mahasiswa : Devi Hardianti
NIM : 125040101111036
Jurusan : Sosial Ekonomi Pertanian
Program : Agribisnis
Menyetujui : Dosen Pembimbing

Disetujui Oleh :
Dosen Pembimbing,

Wisynu Ari Gutama, SP.M,MA
NIP. 197609142003011002

Mengetahui,
a.n Dekan
Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian

Mangku Purnomo,SP,M.Si,Ph.D
NIP. 197704202005011001

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PENGESAHAN

Mengesahkan

MAJELIS PENGUJI

Penguji I

Prof. Dr. Ir. Budi Setiawan, MS
NIP. 19550327 198103 1 003

Penguji II

Bayu Adi Kusuma SP., MBA
NIP. 19810728 200501 1 005

Penguji III

Wisynu Ari Gutama, SP., M.MA
NIP. 19760914 200501 1 002

Tanggal Lulus :



LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirrohim

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Karya sederhana ini kupersembahkan kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi..

Bapak dan Mama Tercinta..



Untuk kedua orangtuaku tercinta, Bapak Mujiharto dan Mama Sri Mulyati. Sebagai tanda bakti, hormat dan terimakasih yang tiada akhir, kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Mama yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan doa yang tiada hentinya. Semoga ini menjadi Awal untuk membuat Bapak dan Mama bahagia, karena putri bungsu bapak dan mama ini selalu merepotkan, dan belum bisa memberikan apa-apa. Terimakasih Pak, terimakasih Ma, Devi sangat menyayangi dan mencintai Bapak dan Mama, tiada hal paling membahagiakan selain terlahir dan menjadi putri dari Bapak dan Mama, sehat terus ya pak, sehat terus ya maa..

Kakak-Kakak dan Keponakan Tercinta..

Untuk kakakku tercinta Mas Dian, Mba Aci, Mas Bagus, dan kakak ipar tercinta Mas Adit dan Mba Diah, serta keponakan tersayang dede Amira dan dede Nabila, tiada hal yang paling membahagiakan selain saat berkumpul dan bercanda dengan kalian, walaupun sering terjadi pertengkaran dan perdebatan namun itu menjadikan hidup kita lebih berwarna, terimakasih ats dukungan dan doa yang



selalu kalian berikan, hanya karya kecil ini yang dapat kupersembahkan, Devi sangat menyayangi dan mencintai kalian..

Aji Gunawan Tersayang..

Sebagai tanda cinta kasihku, kupersembahkan karya sederhana ini untukmu. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, dan doa serta dukungan semangat yang senantiasa Aji berikan selama kita bersama dan selama devi mengerjakan skripsi ini hingga dapat terselesaikan, terimakasih atas kesetiaan dan kesabaran selama 7 tahun ini, semoga ini menjadi awal yang baik untuk masa depan kita, terimakasih sayang, i love you...

Dosen Pembimbing..

Terimakasih yang tak terhingga kepada Bapak dosen pembimbing yaitu Bapak Wisynu Ari Gutama SP., M.MA yang selalu memberikan ilmu, dukungan, serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Sahabat-sahabat Tercinta..

Untuk sahabat-sahabat tercinta kupersembahkan karya kecil ini untuk kalian yang selalu memberikan dukungan dan doa selama ini, untuk sahabat dari SMP/SMA Alfi, Ayu, Dewi, Figih, Nurisa, Riyanti, Rizky, Suryadi, Umu, dan Venda terimakasih atas bantuan dan doa yang senantiasa kalian berikan. Sahabat dari semester awal Anggi, Anugrah, Ayu, Danang, Dita, Igun, Irfan, dan Tara terimakasih selama kuliah di Malang selalu menjadi sahabat dan keluarga yang setia mendengarkan keluh kesah selama ini. Keluarga Kos Kosasih, Ayu, Chindy, Nurisa, Mba Lila, Susy, dan Rachma terimakasih atas dukungan dan doa yang selalu kalian berikan. Sahabat satu bimbingan Anggya dan Shelvya terimakasih pejuang cantik, mulai magang setiap konsul selalu bareng, seminar proposal, seminar hasil, kompre, yudisium kita bareng-bareng terus, semoga wisuda bareng yaa, sukses untuk kita semua. I love you All..

**“Perjuangan Merupakan Pengalaman Berharga yang Dapat
Menjadikan Kita Manusia yang Berkualitas”**

RINGKASAN

DEVI HARDIANTI. 125040101111036. Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran Serta Strategi Penentuan Harga Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu) Di bawah Bimbingan Wisynu Ari Gutama SP. M,MA

Hortikultura merupakan salah satu potensi dalam pembangunan pertanian. Komoditas tanaman hortikultura yang dihasilkan dikelompokkan menjadi empat komponen penting yaitu, sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman biofarmaka (tanaman obat-obatan). Mengingat banyaknya jenis komoditas yang harus ditangani dan berbagai pertimbangan strategis lain, selama pengembangan hortikultura diprioritaskan pada komoditas-komoditas unggulan yang ada. (Harjono, 2011). Tanaman hias atau florikultura merupakan komoditi yang menjadikan keindahan sebagai daya tariknya. Indonesia memiliki berbagai macam florikultura yang tumbuh diberbagai wilayah. Bunga tidak hanya ditanam di perkebunan untuk dipandang dan dinikmati keindahannya, kini bunga menjadi salah satu komoditi yang diperdagangkan dan memiliki banyak peminat. Meningkatnya produksi krisan yang dihasilkan ternyata tidak dapat menghindarkan petani dari perbedaan harga yang diterima oleh petani dan konsumen, sehingga menyebabkan perbedaan harga pada tingkat petani dan yang diterima oleh konsumen akhir.

Petani perlu pemahaman yang lebih baik dalam proses memasarkan hasil panen dan bagaimana menerapkan manajemen rantai nilai dalam pemasaran hasil panen. Melalui pemahaman tersebut memberikan pelajaran dan informasi yang menguntungkan bagi petani khususnya dalam hal memasarkan hasil panen untuk mendapatkan keuntungan optimal dan dalam menentukan harga jual bunga potong krisan. Harga jual bunga potong krisan dipengaruhi oleh kualitas bunga yang dihasilkan petani, bunga potong krisan yang dihasilkan oleh petani masih bermutu rendah sehingga menyebabkan harga jual bunga potong krisan rendah dan berakibat pada ketidakmampuan petani dalam menutupi biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani. (Budiarto dkk. 2006)

Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan sensus, dimana metode penentuan responden adalah semua petani yang terdapat di daerah penelitian. Pada penelitian ini responden yang dipilih adalah petani bunga potong krisan. Petani bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu sebanyak 34 orang sehingga responden yang diambil sebanyak 34 petani responden yang merupakan jumlah keseluruhan. Sementara itu responden untuk lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran bunga potong krisan yang diperoleh melalui informasi dari responden sebelumnya, baik petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer lainnya.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah, Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) yang digunakan untuk mengetahui pelaku-pelaku dalam kegiatan rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo. Alat analisis yang kedua yaitu menggunakan analisis saluran pemasaran, yang digunakan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo. Alat analisis yang ketiga adalah *cost plus pricing method* digunakan

untuk menghitung harga jual bunga potong krisan, variabel yang akan dianalisis adalah biaya total produksi dan margin dari bunga potong krisan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pelaku-pelaku utama rantai nilai yang terlibat di dalam kegiatan pemenuhan bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu dimulai dari pengadaan sarana produksi → petani (budidaya) → panen, dan dalam pemasaran bunga potong krisan terdapat pengepul → pedagang pengecer → konsumen. Terdapat tiga saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu yaitu, saluran satu pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan Produsen → Konsumen, saluran dua pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan Produsen → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir, sedangkan saluran tiga pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan, Produsen → Pedagang Pengepul → Distributor → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Strategi penentuan harga yang digunakan oleh petani dalam menentukan harga jual bunga potong krisan adalah berdasarkan harga pasar yang ditentukan oleh kesepakatan bersama. Petani juga dapat menentukan harga dengan menggunakan metode *cost plus pricing* untuk memudahkan petani dalam pembukuan biaya produksi bunga potong krisan.



SUMMARY

Devi Hardianti, 125040101111036. An Analysis of Value Chain, Marketing and Pricing Strategy of Chrysanthemum (case study: Sidomulyo Village, Batu Subregency) Under guidance of Wisynu Ari Gutama SP. M,MA

Horticulture is one of the potential in agricultural development. Horticultural crops that are produced then grouped into four components, namely, vegetables, fruits, ornamental plants and medicinal plants (herbs). Given many types of commodities that must be addressed and a variety of other strategic consideration, during the development of horticultural commodities are prioritized on the existing seed. (Harjono, 2011). Houseplants or floriculture is commodity that uses beauty as its appeal. Indonesia has a wide range of floriculture which growth in many areas. Flower is not only planted in the garden to be seen and enjoyed the beauty of flower has, nowadays flower becomes one of commodities that is traded and has many takers. The increasing number of Chrysanthemum production that has been produced was not able to prevent farmers from the difference price received by farmers and consumers, so that causing the different price in the level of farmer and price received by the final consumer.

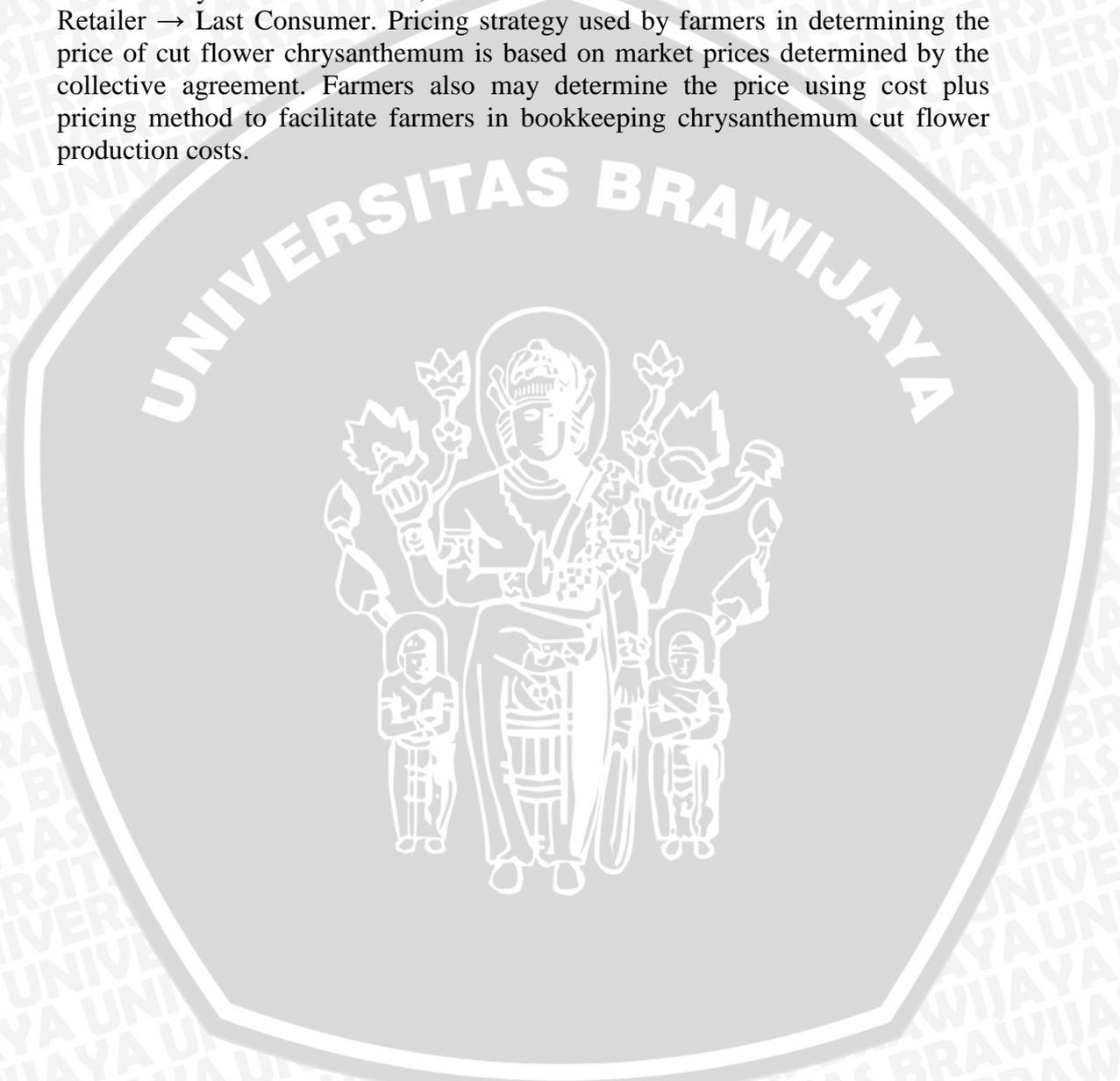
Farmers need a better understanding of the process of marketing the crop and how to implement value chain management in marketing the crop. By this understanding, it give lesson and information which beneficial to farmers especially in terms of marketing the crop for optimal benefit and in determining the price of Chrysanthemum. The selling price of Chrysanthemum is influenced by the quality of the flower that produced by farmers, but however Chrysanthemum which is produced by farmers still have a low quality, so that the selling price of Chrysanthemum is low and results the inability of farmers to cover the costs incurred by the farmers (Budiarto et al, 2006)

Determination of the respondents in this study is done by using a census approach, in which the method of determining the respondents are all farmers who are in the research area. In this study, respondents selected are growers of cut flowers chrysanthemum. Cut flower growers chrysanthemum Sidomulyo Village, Batu, Kota Batu as many as 34 people so respondents drawn as many as 34 farmers who represent the number of respondents overall. Meanwhile respondents to marketing agencies using snowball sampling method, namely by following the marketing groove cut flower chrysanthemum obtained through information from previous respondents, both farmers, wholesalers, retailers and others.

The analytical tool used in this research is Value Chain Analysis which is used to determine the actors of Chrysanthemum value chain activity in Sidomulyo village. The second analytical tool is by using Marketing Channel Analysis that used to determine how the condition of marketing channels of Chrysanthemum in Sidomulyo village. The third analytical tool is Cost Plus Pricing Method, it is used to calculate the selling price of Chrysanthemum, variable that will be analyzed is the total cost of production and the margin of Chrysanthemum.

The results showed that, the main agents Ratai value involved in the fulfillment of cut flower chrysanthemum Sidomulyo Village, Batu, Batu. The value chain in the cut flower chrysanthemum Sidomulyo Village, Batu, Batu

beginning of the provision of means of production → farmer (farming) → harvest, and in the marketing of cut flowers of chrysanthemum are wholesalers → retailers → consumers. There are three marketing channels cut flower chrysanthemum Sidomulyo Village, Batu, Batu ie, channel one on the marketing of cut flowers chrysanthemum show Manufacturers → Consumer, channel two on the marketing of cut flowers chrysanthemum show Manufacturers → Traders Collectors → Traders Retailer → Last Consumers, while three channels on the marketing of cut flowers chrysanthemum show, Manufacturers Trader collectors → Trader Retailer → Last Consumer. Pricing strategy used by farmers in determining the price of cut flower chrysanthemum is based on market prices determined by the collective agreement. Farmers also may determine the price using cost plus pricing method to facilitate farmers in bookkeeping chrysanthemum cut flower production costs.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran Serta Strategi Penentuan Harga Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)” ini dapat selesai dengan baik.

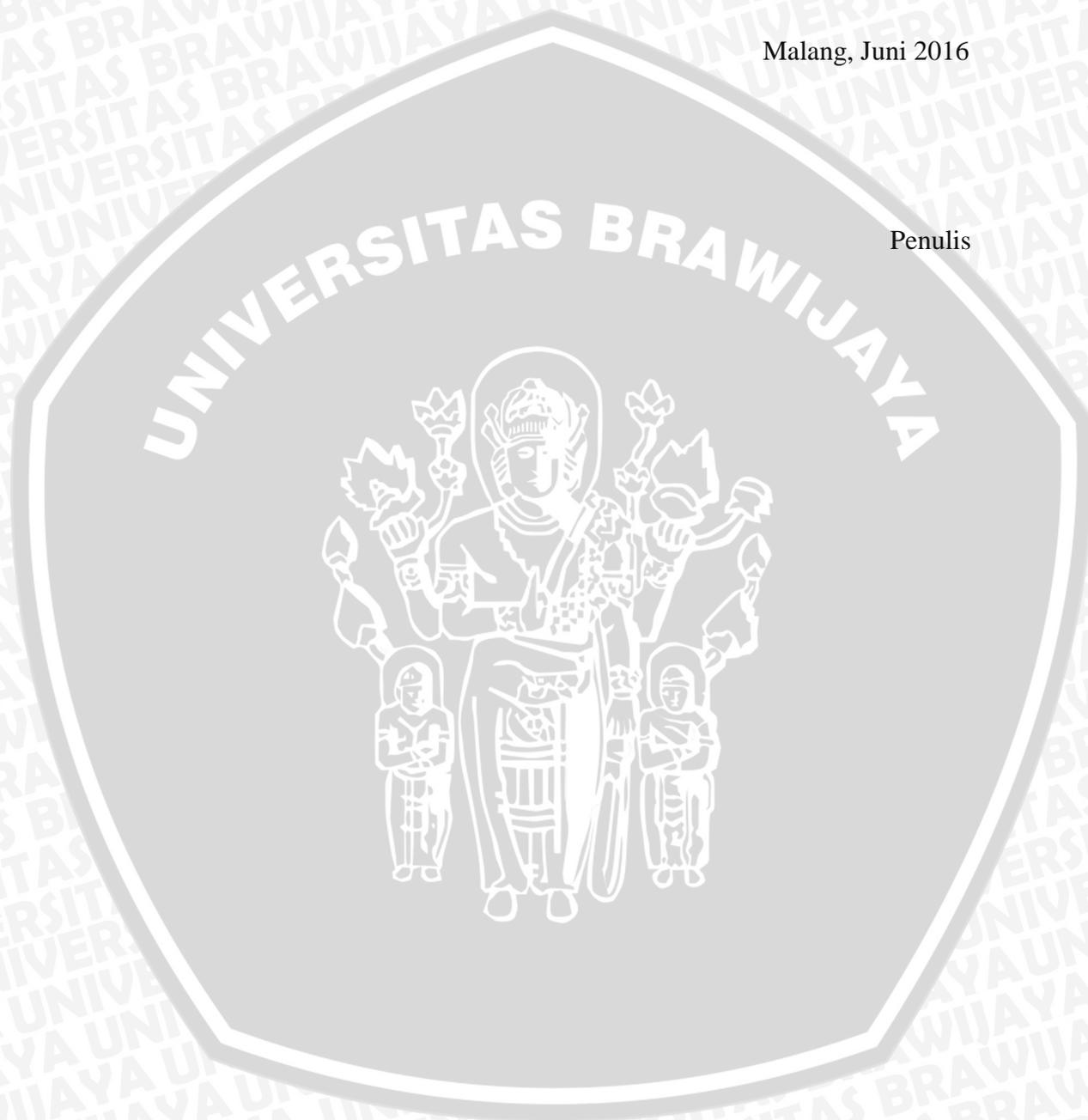
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rantai nilai dan saluran pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua Orangtua penulis, seluruh keluarga dan orang-orang tercinta yang senantiasa memberikan dukungan moral dan spiritual.
3. Bapak Wisnu Ari Gutama, SP.M.MA. selaku dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan, arahan, dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Untuk yang terkasih Aji Gunawan terimakasih atas semangat dan dukungannya, serta doa yang senantiasa diberikan .
5. Sahabat-sahabat seperjuangan dari SMP dan SMA, Alfi, Ayu, Dewi, Fiqih, Putri, Umu, Venda dan Rizky, terimakasih selalu memberikan semangat dan dukungan, selalu mendengarkan cerita-cerita galau saat mengerjakan proposal ini, dan terimakasih juga untuk Suryadi teman seperantauan di Malang, teman wifian di kampus.
6. Sahabat-sahabat Permadhi's Family, Anggi, Anugrah, Ayu, Danang, Dita, Igun, Irfan dan Tara, terimakasih selalu memberi semangat, dukungan, dan selalu memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat di Kos Kosasih Ayu, Chindy, dan Nurisa, terimakasih selalu membantu, dan memberikan semangat dan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Semua teman-teman satu bimbingan terima kasih atas kerjasama, diskusi, dan sharing mengenai skripsi. Serta dukungan semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan adanya keterbatasan pengetahuan, dan referensi. Oleh karena itu, saran dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis demi memperbaiki skripsi ini.

Malang, Juni 2016

Penulis



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Kotabumi, Lampung Utara pada tanggal 21 Desember 1993 sebagai putri ke empat dari empat bersaudara, dari pasangan Bapak Mujiharto dan Ibu Sri Mulyati. Penulis menempuh pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Bhakti Angkasa 3 pada tahun 1999 sampai tahun 2000, kemudian penulis melanjutkan pendidikan dasar di SDN 03 Semuli Raya pada tahun 2000 dan selesai pada tahun 2006. Pada tahun 2006 penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 01 Semuli Jaya hingga selesai pada tahun 2009, dan pada tahun 2009 penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 01 Semuli Jaya sampai selesai pada tahun 2012. Pada tahun 2012 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Strata-1 Program Studi Agribisnis, Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya Malang, Jawa Timur, melalui jalur SNMPTN jalur undangan.

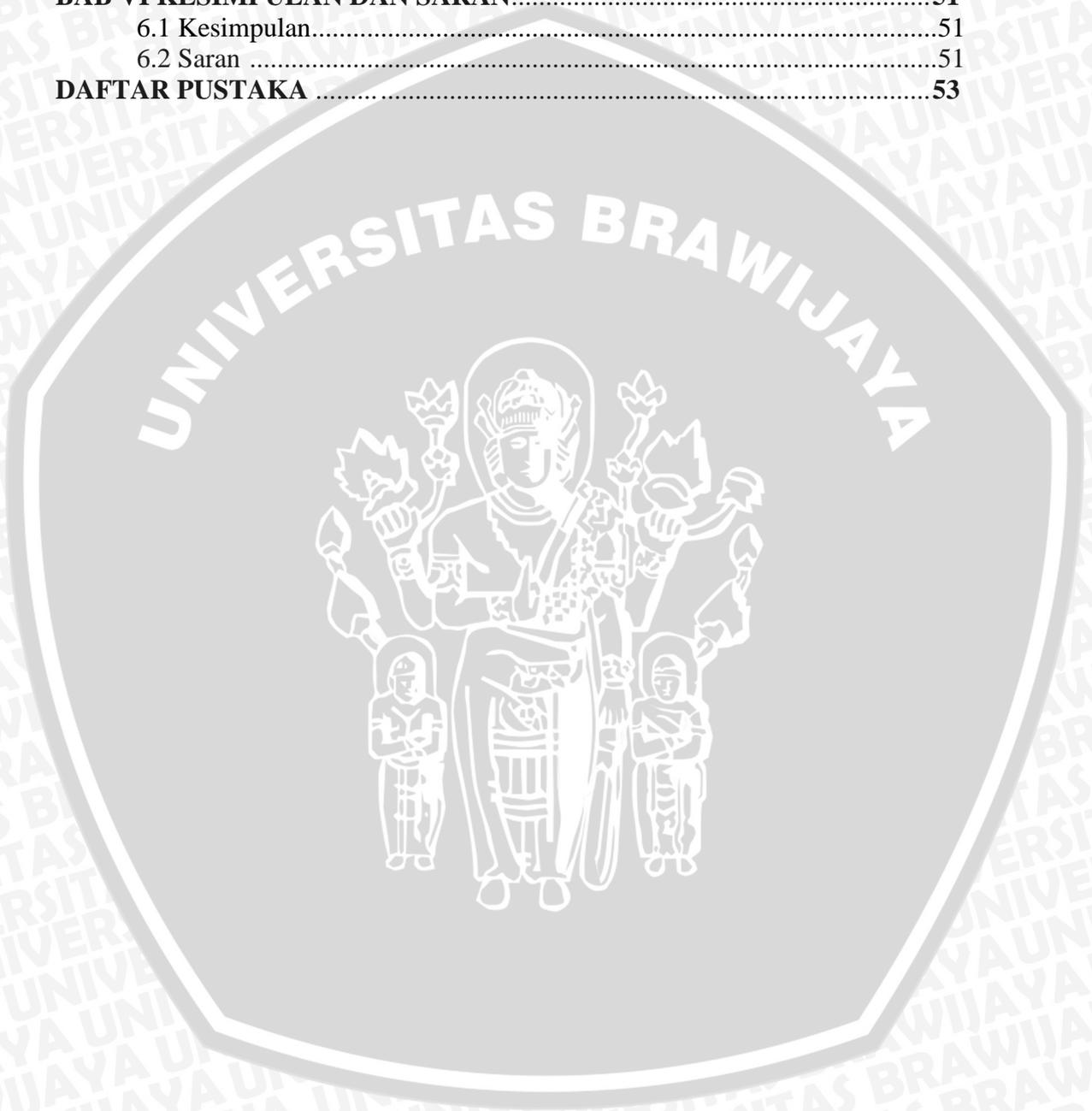


DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
RINGKASAN	viii
SUMMARY	x
KATA PENGANTAR	xii
RIWAYAT HIDUP	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Telaah Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Bunga Potong	10
2.2.1 Tinjauan Bunga Potong Krisan	11
2.3 Tinjauan Rantai Nilai	11
2.4 Tinjauan Saluran Pemasaran	16
2.5 Tinjauan Strategi Penentuan Harga	18
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL	22
3.1 Kerangka Teoritis	22
3.2 Hipotesis	25
3.3 Batasan Masalah	25
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
BAB IV METODE PENELITIAN	27
4.1 Metode Penentuan Lokasi dan waktu	27
4.2 Metode Penentuan Responden	27
4.3 Metode Pengupulan Data	27
4.4 Metode Analisis Data	29
4.4.1 Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain Analysis</i>)	29
4.4.2 Analisis Saluran Pemasaran	29
4.4.3 Metode Penentuan Harga (<i>Cost Plus Pricing Method</i>)	30
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	32
5.1 Karakteristik Umum Wilayah Penelitian	32
5.1.1 Profil Desa Sidomulyo	32
5.1.2 Mata Pencaharian Penduduk Desa Sidomulyo	33
5.2 Karakteristik Umum Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo	34
5.2.1 Profil Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo	34
5.3 Karakteristik Umum Responden	35
5.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35



5.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
5.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
5.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	37
5.4 Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain Analysis</i>)	38
5.5 Analisis Saluran Pemasaran	43
5.6 Metode Penentuan Harga (<i>Cost Plus Pricing Method</i>)	46
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	51
6.1 Kesimpulan.....	51
6.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53



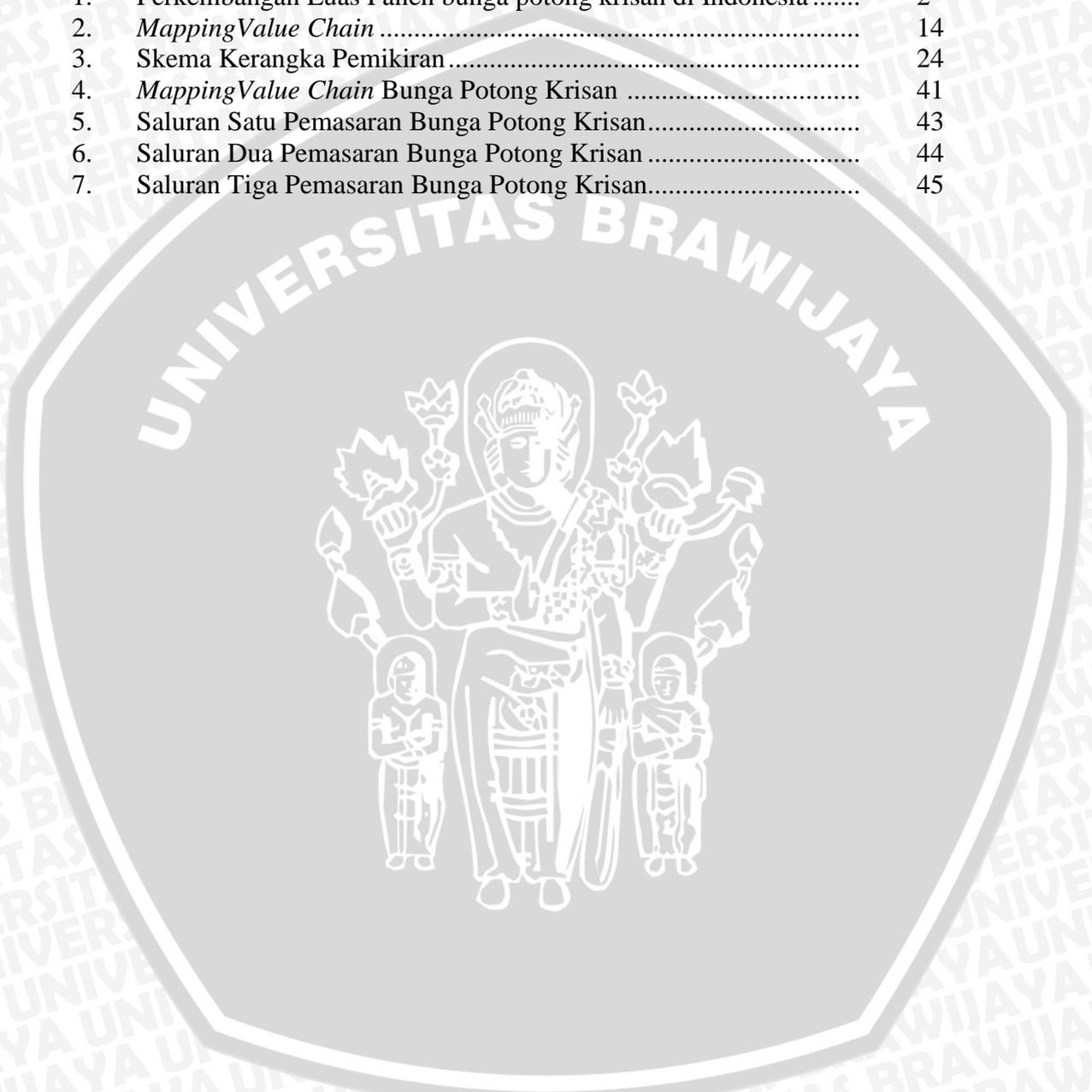
DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Produksi Tanaman Florikultura Bunga Potong di Indonesia	1
2.	Permintaan Bunga Potong Krisan di Indonesia.....	2
4.	Luas Wilayah Desa Sidomulyo Menurut Penggunaannya.....	32
5.	Mata Pencaharian Penduduk Desa Sidomulyo.....	33
6.	Luas Lahan Anggota	34
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	35
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	37
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan.....	38
11.	Analisis Rantai Nilai (<i>Value Chain Analysis</i>).....	42
12.	Biaya Tenaga Kerja.....	46
13.	Biaya Penyusutan	47
14.	Biaya Sarana Budidaya	48
15.	Biaya Tetap (FC).....	48
16.	Biaya Variabel (VC).....	49



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Perkembangan Luas Panen bunga potong krisan di Indonesia	2
2.	<i>Mapping Value Chain</i>	14
3.	Skema Kerangka Pemikiran	24
4.	<i>Mapping Value Chain</i> Bunga Potong Krisan	41
5.	Saluran Satu Pemasaran Bunga Potong Krisan.....	43
6.	Saluran Dua Pemasaran Bunga Potong Krisan	44
7.	Saluran Tiga Pemasaran Bunga Potong Krisan.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Tabel 4 Perkembangan Luas Panen	54
2.	Peta Wilayah Desa Sidomulyo	59
3.	Kuesioner Penelitian untuk Petani Bunga Potong Krisan	60
4.	Kuesioner Penelitian untuk Lembaga Pemasaran	64
5.	Dokumentasi Penelitian.....	69



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hortikultura merupakan salah satu sektor yang berkembang pesat dalam pertanian Indonesia. Jenis tanaman yang dibudidayakan dalam hortikultura meliputi buah-buahan, sayur-sayuran, bunga dan tanaman hias. Tanaman hias atau florikultura merupakan komoditi yang menjadikan keindahan sebagai daya tariknya. Indonesia memiliki berbagai macam florikultura terdapat pada tabel 1. Bunga atau florikultura tidak hanya ditanam di perkebunan untuk dipandang dan dinikmati keindahannya, kini bunga menjadi salah satu komoditi yang memiliki banyak peminat contohnya adalah bunga potong krisan. Krisan merupakan salah satu jenis tanaman hias yang sangat populer dan memiliki nilai ekonomi yang relatif tinggi di Indonesia serta mempunyai prospek pemasaran cerah. Widiastuti, dkk (2004). Semakin beragam manfaat dari bunga potong menyebabkan meningkatnya ketertarikan konsumen terhadap bunga potong. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan produksi florikultura bunga potong (Tabel 1).

Tabel 1. Produksi Tanaman Florikultura Bunga Potong di Indonesia pada tahun 2008-2012

Komoditas	Produksi (tangkai)				
	2008	2009	2010	2011	2012
Anggrek	15.309.964	16.205.949	14.050.445	15.490.256	20.727.891
Anyelir	3.024.558	5.320.824	7.607.588	5.130.332	5.299.671
Gerbera	4.101.631	5.185.586	9.693.487	10.543.445	9.854.787
Gladiol	8.581.395	9.775.500	10.064.082	5.448.740	3.417.580
Krisan	101.777.126	107.847.072	185.232.970	305.867.882	397.651.571
Mawar	39.265.696	60.191.362	82.351.332	74.319.773	68.624.998
Sedap Malam	25.598.314	51.047.807	59.298.954	62.535.465	101.197.847
Total	205.564.659	263.531.374	378.915.785	486.851.880	606.774.345

Sumber : Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian (2013)

Bunga potong krisan atau seruni (*Chrysanthemum* sp.) merupakan komoditas andalan dalam industri hortikultura. Krisan adalah bunga hias berupa tanaman perdu, tanaman ini memiliki bentuk dan tipe yang beragam. Selain bentuk dan tipe yang beragam, warna bunganya pun sangat bervariasi, yaitu kuning, merah, ungu, hijau dan putih, dengan kombinasi warna-warna yang begitu indah. Bunga poong krisan semakin banyak penggemarnya sehingga terjadi peningkatan permintaan bunga potong krisan dapat dilihat pada tabel 2. Meningkatnya permintaan memberikan dampak yang positif yaitu terbukanya

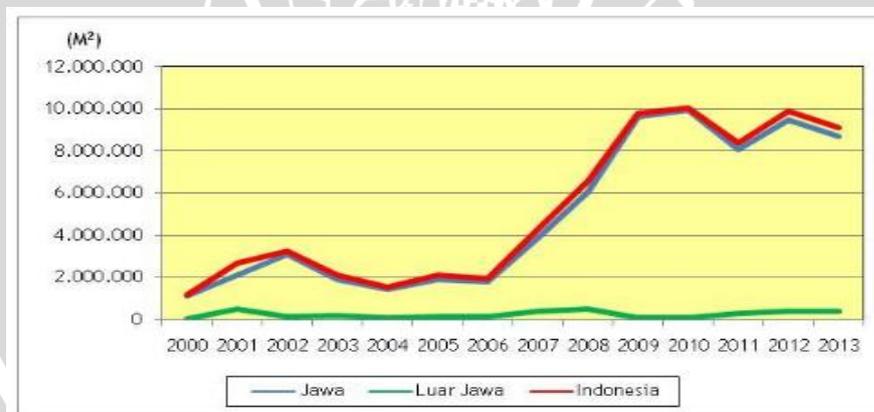
peluang usahatani bagi petani. Keadaan inilah yang terlihat dari beberapa tahun belakangan ini, yaitu meluasnya usaha menanam krisan.

Tabel 2. Permintaan Bunga Potong Krisan di Indonesia

Tahun	Permintaan		Pertumbuhan (%)
	(Kg)	(Ton)	
2014	39.435.041	39.435	
2015	45.683.143	45.683	15,84
2016	51.931.245	51.931	13,68
2017	58.179.348	58.179	12,03
2018	64.427.450	64.427	10,74
2019	70.675.552	70.676	9,70
Rata-rata Pertumbuhan (%/th)			12,40

Sumber: Data Hasil Proyeksi diolah Kementerian Pertanian 2014

Perkembangan luas panen krisan di Indonesia menunjukkan peningkatan sejak tahun 2000 hingga 2013 (Gambar 1), dengan rata-rata pertumbuhan pertahun sebesar 1.160.170 m² menjadi 9.080.709 m² (Tabel 3 lampiran 1). Luas panen bunga potong krisan di Pulau Jawa jauh lebih tinggi dibandingkan luas panen bunga potong krisan di luar Pulau Jawa. Luas panen krisan Indonesia tertinggi pada periode 2000-2013 terjadi pada tahun 2010 sebesar 10.024.605 tangkai dapat dilihat pada (Tabel 3 lampiran 1).



Gambar 1. Perkembangan Luas Panen Bunga potong krisan di Indonesia Tahun 2000-2013 (Kementerian Pertanian, 2014)

Bunga potong krisan banyak digunakan sebagai bahan dalam pembuatan dekorasi, hal tersebut dikarenakan bunga potong krisan memiliki bentuk yang indah dan warna yang cantik. Membuat dekorasi berbahan dasar bunga potong krisan adalah pekerjaan sampingan anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo. Petani bunga potong di Desa Sidomulyo ditunjuk sebagai salah satu kelompok percontohan dalam pembudidayaan bunga potong krisan oleh Kementerian

Pertanian, dikarenakan petani bunga potong krisan berupaya menjadikan bunga potong krisan salah satu komoditas ekspor dan mulai menerapkan pertanian organik, serta lebih aktif dibandingkan kelompok tani komoditas lain. Petani mengalami permasalahan dalam beberapa aktivitas rantai nilai. Permasalahan dalam aktivitas utama pengadaan bunga potong krisan yang dilakukan oleh petani adalah kualitas bunga potong krisan yang dihasilkan masih rendah. Kualitas bunga potong krisan berpengaruh dalam penentuan harga jual bunga potong krisan, jika kualitas bunga potong krisan tinggi maka harga yang ditawarkan juga akan tinggi. Harga bunga potong krisan pada hari-hari tertentu seperti Lebaran, Imlek, dan Natal, dapat melonjak hingga lebih dari 100%. Kenaikan harga akan menguntungkan apabila petani dapat menikmati peningkatan keuntungan, namun akan menjadi permasalahan apabila hanya pedagang yang menikmati kenaikan harga tersebut. Permasalahan dalam aktivitas pemasaran adalah pemasaran bunga potong krisan masih parsial dan sulitnya mengakses pasar jika tidak bekerjasama dengan lembaga pemasaran.

Petani perlu pemahaman yang lebih baik dalam proses memasarkan hasil panen dan bagaimana menerapkan manajemen rantai nilai dalam pemasaran hasil panen. Melalui pemahaman tersebut dapat memberikan pembelajaran dan informasi yang menguntungkan bagi petani khususnya dalam hal memasarkan hasil panen untuk mendapatkan keuntungan optimal dan dalam menentukan harga jual bunga potong krisan. Harga jual bunga potong krisan dipengaruhi oleh kualitas bunga yang dihasilkan petani, bunga potong krisan yang dihasilkan oleh petani masih bermutu rendah (warna tidak cerah/jelas dan ukuran tidak terlalu besar) sehingga menyebabkan harga jual bunga potong krisan rendah dan berakibat pada ketidakmampuan petani dalam menutupi biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani (Budiarto dkk, 2006).

Daerah sentra pengembangan bunga potong krisan di Jawa Timur terletak di beberapa daerah, yaitu Kecamatan Bumi Aji, Kota Batu; Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang; Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto dan Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan (Dinas Pertanian Propinsi Jawa Timur, 2011). Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu adalah salah satu sentra pengembangan bunga potong krisan di Pulau Jawa, salah satu sentra

pengembangan bunga potong krisan dilakukan oleh petani bunga yang tergabung dalam kelompok tani yang telah memiliki banyak kegiatan bersama, termasuk pembibitan, pemasaran bunga secara berkelompok, dekorasi, serta wisata edukasi. Pemasaran bunga tidak hanya dilakukan disekitar Kota Batu, melainkan sudah ke beberapa daerah yaitu, Surabaya, Bali, Malang, Kediri, Nganjuk, dan Kalimantan

Berdasarkan penjelasan pada halaman sebelumnya maka peneliti berusaha mengetahui bagaimana rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga jual bunga potong krisan yang diterapkan oleh petani bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian yang berjudul “Analisis Rantai Nilai dan Pemasaran serta Strategi Penentuan Harga Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)”.

1.2 Rumusan Masalah

Bunga potong krisan (*Chrysanthemum* sp.) merupakan salah satu spesies yang sangat populer dan tumbuh sebagai tanaman penghias dan sebagai bunga pot atau bunga potong. Bunga potong krisan digunakan untuk suatu acara yang penting seperti upacara pernikahan, kematian dan kelahiran. Rangkaian bunga potong menjadi salah satu pilihan untuk dekorasi dalam sebuah acara. Misalnya permintaan bunga potong dari hotel-hotel, restoran, dan sebagainya. Hasil panen beberapa petani bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu dipasarkan melalui toko Bandri Kembang, adapula petani bunga potong krisan memasarkan hasil panen langsung kepada konsumen atau melalui pedagang lain. Produk yang dijual berupa bunga ikat yang berisi 10 tangkai bunga potong krisan, dan dalam bentuk paket berupa buket bunga atau rangkaian bunga. Selain itu petani juga menerima pemesanan dekorasi bunga untuk acara-acara pernikahan dan acara besar lainnya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh petani adalah pemasaran bunga potong krisan dilakukan berdasarkan permintaan, sehingga jika hasil panen berlebihan dan permintaan bunga potong sedang tidak ramai maka bunga potong krisan tersebut dibiarkan saja di kebun tanpa panen. Untuk mengantisipasi hal tersebut petani perlu pemahaman yang lebih baik dalam hal memasarkan hasil panen. Melalui pemahaman tersebut dapat memberikan pembelajaran dan

informasi yang menguntungkan bagi petani khususnya dalam hal memasarkan hasil panen untuk mendapatkan keuntungan optimal dan dalam menentukan harga jual bunga potong krisan agar tidak terjadi fluktuasi harga jual bunga potong krisan. Rantai nilai dapat membantu untuk memahami bagaimana membentuk kembali rantai nilai yang efisien yaitu sesuai dengan aktivitas masing-masing pelaku rantai nilai, melakukan identifikasi siapa saja pelaku yang berperan mendapatkan keuntungan dari aktivitas rantai nilai, dan memperbaiki kemampuan petani agar mampu berkompetisi, meningkatkan kualitas bunga potong yang diterima konsumen. Jika kualitas bunga potong krisan lebih baik maka harga jual bunga potong krisan akan lebih tinggi.

Analisis rantai nilai (*value chain analysis*) berupaya memahami bagaimana suatu bisnis menciptakan nilai bagi pelanggan dengan memeriksa kontribusi dari aktivitas-aktivitas yang berbeda dalam bisnis terhadap nilai tersebut. Kualitas bunga potong krisan di Desa Sidomulyo masih rendah, hal tersebut dikarenakan warna bunga potong krisan tidak cerah dan cenderung pudar, serta ukuran bunga potong krisan lebih kecil.

Berdasarkan uraian sebelumnya mengenai bunga potong krisan maka dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana rantai nilai bunga potong krisan yang dijual di Desa Sidomulyo, Kota Batu ?
2. Bagaimana saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kota Batu ?
3. Bagaimana strategi penentuan harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kota Batu ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.
2. Mengidentifikasi saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.
3. Mengetahui strategi penentuan harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi kelompok tani, dapat memberikan informasi mengenai analisis rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan.
2. Bagi penulis, dapat memberikan informasi dan menambah pengetahuan mengenai analisis rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan.
3. Bagi peneliti lain, dapat memberikan informasi dan bahan kajian untuk penelitian selanjutnya mengenai analisis rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan



II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Telaah Penelitian Terdahulu

Andri (2013) dalam penelitiannya mengenai rantai nilai (*value chain*) bunga potong krisan di daerah Sentra Pengembangan Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai rantai pasok dan rantai nilai dari agribisnis bunga potong krisan di beberapa wilayah sentra di Jawa Timur. Metode yang digunakan adalah SCM (*Supply Chain Management*) dan VCA (*Value Chain Management*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas rantai nilai bunga potong krisan terdapat aktivitas kegiatan yang sesuai dengan fungsinya masing-masing dan pengembangan agribisnis bunga potong krisan memiliki prospek yang menjanjikan untuk direalisasikan guna meningkatkan angkatan kerja dan pendapatan petani di sentra pengembangan Jawa Timur.

Penelitian mengenai analisis rantai nilai dan nilai tambah kakao di Kecamatan Paya Bakong dan Geurodong Pase, Kabupaten Aceh Utara yang dilakukan oleh Baihaqi dkk. (2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana rantai nilai kakao dan nilai tambah ekonomi kakao. Alat analisis yang digunakan adalah EVA (*Economic Added Value*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sub sektor perkebunan adalah sumber mata pencaharian utama di daerah tersebut. Rantai nilai kakao petani di Kecamatan Paya Bakong dan Geurudong Pase terbentuk berdasarkan atas pengembangan yang dilakukan yaitu penyuluhan pihak-pihak terkait dan tersedianya kegiatan koperasi, dan nilai tambah didalam rantai nilai ini terbentuk akibat penanganan pascapanen pada setiap saluran pemasaran.

Penelitian yang dilakukan oleh Purwono dkk. (2014) mengenai analisis tataniaga bunga krisan di Kecamatan Cugenang Kabupaten Cianjur bertujuan untuk menganalisis saluran tataniaga, lembaga tataniaga, fungsi tataniaga, struktur pasar, perilaku pasar dan efisiensi saluran tataniaga krisan berdasarkan margin tataniaga, *farmer's share* dan rasio keuntungan terhadap biaya. Alat analisis yang digunakan adalah margin tataniaga, *farmer's share*, dan rasio keuntungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran tataniaga krisan di Kecamatan Cugenang terdiri dari empat saluran dengan lembaga tataniaga yang terdiri dari pedagang

pengumpul dan pedagang besar. Keuntungan terbesar dapat diperoleh petani apabila menggunakan saluran tataniaga III yang terdiri dari petani → pedagang besar (grosir) → konsumen akhir.

Menurut Pangemanan dkk. (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong, Studi Kasus petani bunga potong krisan putih di Kelurahan Kakaskasen Dua, Kecamatan Tomohon Utara, Kota Tomohon”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan petani dari bunga potong krisan di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara. Alat analisis yang digunakan adalah analisis usahatani bunga potong krisan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan bercocok tanam bunga potong krisan di Kelurahan Kakaskasen II, Kecamatan Tomohon Utara, masih menjadi sumber pendapatan utama bagi petani krisan untuk memenuhi kebutuhan keluarga petani. Hasil penelitian diperoleh R/C adalah 1, atau dengan kata lain usahatani ini menguntungkan bagi petani bunga potong krisan.

Permana dkk. (2013) dalam penelitiannya mengenai bauran pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bauran pemasaran bunga potong krisan, margin pemasaran, dan kendala yang dihadapi oleh petani. Alat analisis yang digunakan adalah bauran pemasaran dan margin pemasaran. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang dilakukan oleh petani menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I (Produsen → Konsumen (Produk C)), saluran pemasaran II (Produsen → pengecer → Konsumen (Produk A dan B)), dan saluran III (Produsen → Pengumpul → Konsumen (Produk A dan B)).

Penelitian yang dilakukan oleh Josephine *et al.* (2014) dengan judul pemanenan bunga potong dan potensi pemasarannya di Nilgiris. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pemanenan dan pemasaran bunga potong di Nilgiris. Metode yang digunakan adalah *standard questionnaire methode*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa semua petani menggunakan tempat penyimpanan atau pendinginan yang hanya digunakan pada musim panas, dan bunga potong dipasarkan dengan cara dikemas, setiap kemasan berisi 10 tangkai

bunga potong, kecuali bunga potong anyelir yang dikemas berisi 20 tangkai setiap kemasan.

Menurut Bhalsing (2009) dalam penelitian pemasaran bunga potong krisan di Maharashtra. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui biaya pemasaran bunga potong krisan, mengetahui saluran pemasaran dan mengetahui permasalahan pada pemasaran bunga potong krisan. Metode yang digunakan adalah *method of sale by retailers and discussion*, dan *marketing charges*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa teknik dari pemasaran sangat penting dalam pemasaran bunga potong krisan agar selisih harga di tingkat petani dan penjual tidak terlalu jauh.

Penelitian mengenai penentuan harga jual produk dengan menggunakan metode *cost plus pricing* pada PT. Pertani (Persero) cabang Sulawesi Utara dilakukan oleh Gayatri (2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harga jual produk benih padi dengan menggunakan pendekatan perusahaan. Metode yang digunakan adalah *cost plus pricing method*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga jual dengan metode *cost plus pricing* maka harga jual masing-masing varietas benih padi lebih bervariasi. Hal ini disebabkan pembebanan biaya tenaga kerja, biaya *overhead* variabel, dan laba dialokasikan secara proporsional dengan jumlah produksi, dengan variasi harga yang didapatkan dari masing-masing varietas dapat meningkatkan laba penjualan dari perusahaan.

Waryanto dan Nasrulloh (2014), dalam penelitiannya mengenai pengaruh penentuan harga pokok produksi terhadap harga jual pada industri kerupuk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem perhitungan harga pokok produksi di industri kecil sesuai dengan teori harga pokok produksi, dan membantu ketepatan dalam perhitungan HPP sehingga usaha industri dapat berjalan lancar sesuai dengan keuntungan yang diharapkan. Metode analisis yang digunakan adalah metode *full costing* untuk menghitung harga pokok produksi, *cost plus pricing* digunakan untuk menghitung harga jual, dan analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh harga pokok produksi terhadap harga jual. Hasil dari penelitian tersebut adalah variabel

independen (harga pokok produksi) sebesar 0,1000 atau 100% berpengaruh terhadap variabel dependen (harga jual) sangat kuat.

Persamaan yang terdapat pada penelitian yang akan peneliti lakukan dengan beberapa penelitian sebelumnya adalah sama-sama menggunakan komoditas bunga potong krisan, dan variabel yang diteliti adalah rantai nilai, dan saluran pemasaran serta harga jual. Pada penelitian strategi penentuan harga jual metode yang digunakan sama yaitu *cost plus pricing method*. Sedangkan perbedaan penelitian yang akan peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah selain lokasi yang berbeda, alat analisis yang digunakan oleh peneliti berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya, peneliti menggunakan alat analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*), dan metode analisis saluran pemasaran untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

2.2 Tinjauan Bunga Potong

Bunga potong adalah sebutan untuk tanaman hias yang ditanam untuk diambil bunga beserta tangkainya. Bunga potong adalah bunga yang dimanfaatkan untuk bahan rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam daur hidup manusia, mulai dari kelahiran, pernikahan dan kematian. Oleh sebab itu, apabila dilihat dari fungsinya maka bunga potong dapat dikatakan memiliki nilai ekonomi yang tinggi.

Menurut Daryono dan Rahmadani (2009) bunga potong adalah bunga yang dimanfaatkan sebagai bahan rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam daur hidup manusia, mulai dari kelahiran, perkawinan dan kematian. Saat ini budidaya bunga berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan bunga potong dan rangkaian bunga terutama di perkotaan.

Hasil rangkaian yang terpadu antara warna dan jenis bunganya yang tertata menarik, menjadi simbol pernyataan dan ungkapan perasaan. Namun sebenarnya masih banyak lagi manfaat dan kegunaannya pada masa sekarang ini, seperti hiasan meja, dekorasi, hari-hari besar seperti natal, tahun baru dan lebaran. Produk bunga potong yang digunakan dapat berupa bunga potong krisan, garbera, angrek, mawar dan lainnya.

2.2.1 Tinjauan Bunga Potong Krisan (*Chrysanthemum sp.*)

Bunga potong krisan merupakan tanaman bunga hias berupa perdu dengan sebutan lain seruni yang berasal dari daratan China. Bunga potong krisan pernah dijadikan sebagai simbol kekaisaran Jepang dengan sebutan *Queen of The East*. Krisan masuk ke Indonesia pada tahun 1800 dan mulai tahun 1940, dikembangkan secara komersil. Bunga potong krisan yang biasa ditanam di Indonesia terdiri dari bunga potong krisan lokal, bunga potong krisan introduksi (krisan modern atau krisan hibrida) dan bunga potong krisan produk Indonesia yang dilepas oleh Balai Taman Hias.

Menurut Sarwono (1992) dalam Daryono dan Rahmadani (2009) bunga potong krisan cukup populer dan menduduki urutan tertinggi diantara bunga potong selain anggrek, karena disamping mempunyai bentuk mahkota dan warna yang bagus bunga ini termasuk murah harganya. Selain itu, keunggulan lain bunga potong krisan dibandingkan bunga potong lainnya adalah bunga potong krisan dapat diatur pembungaan dan masa panennya menurut kebutuhan pasar.

Tanaman krisan merupakan salah satu jenis tanaman hias sebagai bunga pohon dan tanaman pot yang populer di Indonesia yang nilai ekonominya tinggi. Bunga potong krisan sebagai bunga pohon biasa digunakan untuk bahan dekorasi ruangan, rangkaian bunga dan sebagai bunga pot. Bunga krisan banyak dijadikan hiasan lobi hotel, tanaman *border*, hiasan meja kantor, restoran serta hiasan rumah. Krisan sebagai tanaman hias juga berpotensi untuk dimanfaatkan sebagai tumbuhan obat tradisional dan penghasil racun serangga (Kasli, 2009).

Menurut Nasihin dkk. (2008), krisan (*Chrysanthemum sp.*) merupakan salah satu jenis bunga yang cukup populer di Indonesia karena memiliki bentuk yang indah serta warna yang beraneka macam. Permintaan bunga potong krisan cenderung meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan perubahan gaya hidup masyarakat terutama di perkotaan.

2.3 Tinjauan Rantai Nilai

Rantai Nilai adalah suatu metode penilaian dimana bisnis dilihat sebagai rantai aktivitas yang mengubah *input* menjadi *output* yang bernilai bagi pelanggan. Nilai bagi pelanggan berasal dari tiga sumber dasar: aktivitas yang membedakan produk, aktivitas yang menurunkan biaya produk, dan aktivitas yang

dapat segera memenuhi kebutuhan pelanggan (Pearce dan Robinson, (2008) dalam Friska, 2010).

Menurut Weller (2004) dalam Yuniarti dkk. (2013), rantai nilai didefinisikan sebagai sebuah rangkaian proses produktif mulai dari penyedia *input* dari suatu produk, produksi, pemasaran dan distribusi hingga ke konsumen akhir. Pendekatan ini secara sistematis memperhitungkan keseluruhan tahapan dari proses produksi, juga analisis dari berbagai keterkaitan dan aliran informasi sepanjang rantai nilai. Pendekatan ini juga memberikan analisis terhadap mata rantai yang melalui lintas batas daerah bahkan antar negara, memperhitungkan pula kebutuhan pembeli dan standar-standar internasional, serta memungkinkan adanya *benchmarking* secara internasional.

Terdapat lima kategori generik aktivitas primer yang diperlukan dalam bersaing di dalam industri apa pun. Setiap kategori dapat dibagi menjadi beberapa aktivitas yang berbeda tergantung pada industri tertentu dan strategi perusahaan. Aktivitas-aktivitas yang tergolong dalam aktivitas primer adalah:

1. Logistik ke dalam, yaitu aktivitas yang dihubungkan dengan penerimaan, penyimpanan, dan penyebaran masukan ke produk, seperti penanganan bahan, pergudangan, pengandaian persediaan, penjadwalan kendaraan dan pengembalian barang ke pemasok.
2. Operasi, yaitu aktivitas yang berhubungan dengan pengubahan masukan menjadi bentuk produk akhir, seperti permesinan, pengemasan, perakitan, pemeliharaan peralatan, pengujian, pencetakan dan pengoperasian fasilitas.
3. Logistik ke luar, yaitu aktivitas yang berhubungan dengan pengumpulan, penyimpanan, pendistribusian fisik produk kepada pembeli, seperti pergudangan barang jadi, penanganan bahan, operasi kendaraan pengirim, pemrosesan pesanan dan penjualan.
4. Pemasaran dan penjualan, yaitu aktivitas yang berhubungan dengan pemberian sarana yang dapat digunakan oleh pembeli untuk membeli produk dan mempengaruhi mereka untuk membeli, seperti iklan, promosi, tenaga penjual, penetapan kuota, seleksi penyalur, hubungan penyalur dan penyesuaian produk.

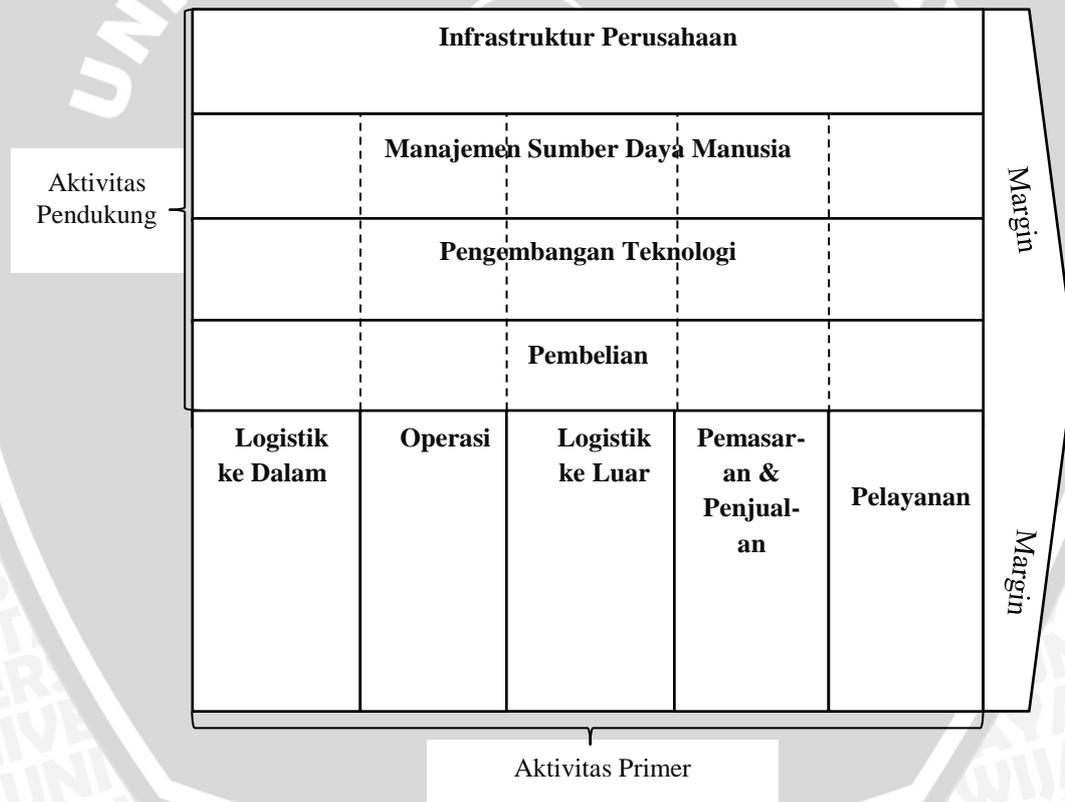
5. Pelayanan, yaitu aktivitas yang berhubungan dengan penyediaan pelayanan untuk meningkatkan atau mempertahankan nilai produk, seperti pemasangan, reparasi, pelatihan, pasokan suku cadang dan penyesuaian produk.

Aktivitas nilai pendukung yang diperlukan dalam industri apa pun dapat dibagi menjadi empat kategori generik. Berkenaan dengan aktivitas primer, setiap kategori aktivitas pendukung dapat dibagi menjadi beberapa aktivitas nilai yang berbeda yang khas untuk industri tertentu. Aktivitas yang termasuk ke dalam aktivitas pendukung antara lain adalah:

1. Pembelian, merujuk pada fungsi pembelian masukan yang digunakan dalam rantai nilai perusahaan, bukan pada masukan yang dibeli itu sendiri. Masukan yang dibeli mencakup bahan baku, pemasok, dan bahan pendukung, serta aset seperti mesin, peralatan laboratorium, peralatan kantor, dan gedung. Walaupun masukan yang dibeli biasanya dihubungkan dengan aktivitas primer, masukan yang dibeli ada dalam setiap aktivitas nilai termasuk aktivitas pendukung.
2. Pengembangan teknologi, setiap aktivitas nilai mengandung teknologi, berupa pengetahuan, prosedur, atau teknologi yang terkandung di dalam peralatan proses. Ragam teknologi yang digunakan di kebanyakan perusahaan sangat luas, berkisar dari teknologi yang digunakan dalam menyiapkan dokumen dan mengangkat barang hingga teknologi yang terkandung di dalam produknya sendiri. Kebanyakan aktivitas nilai menggunakan teknologi yang menggabungkan beberapa teknologi yang berbeda yang melibatkan disiplin ilmiah yang berbeda. Pengembangan teknologi terdiri atas jajaran aktivitas yang dikelompokkan secara luas ke dalam upaya-upaya untuk memperbaiki produk dan prosesnya. Pengembangan teknologi penting bagi keunggulan bersaing di dalam semua industri yang memegang kunci di beberapa industri.
3. Manajemen Sumber Daya Manusia, terdiri atas aktivitas yang terlibat dalam perekrutan, pengangkatan, pelatihan, pengembangan dan kompensasi untuk semua jenis personel. Manajemen sumberdaya manusia baik aktivitas primer maupun aktivitas pendukung individual (misalnya, mengangkat teknisi) dan keseluruhan rantai nilai (misalnya, negosiasi dengan serikat pekerja). Aktivitas manajemen sumber daya manusia terjadi pada bagian-bagian yang berbeda

dalam perusahaan, seperti halnya aktivitas pendukung lain, dan penyebaran aktivitas dapat menyebabkan kebijakan yang tidak konsisten. Manajemen sumber daya manusia mempengaruhi keunggulan bersaing di perusahaan mana pun, melalui perannya dalam menentukan keterampilan dan motivasi karyawan dan biaya pengangkatan serta pelatihan.

4. Infrastruktur perusahaan, terdiri atas beberapa aktivitas termasuk manajemen umum, perencanaan, keuangan, akuntansi, hukum, urusan pemerintah dan manajemen mutu. Infrastruktur, berbeda dengan aktivitas pendukung lain, biasanya mendukung keseluruhan rantai dan bukan aktivitas individual. Infrastruktur perusahaan kadang dipandang hanya sebagai “biaya umum”, tetapi dapat menjadi sumber yang kuat untuk keunggulan bersaing (Porter 1994).



Gambar 2. Mapping Value Chains

Menurut Porter (2001) dalam Baihaqi dkk. (2014), analisis rantai nilai memandang perusahaan atau badan usaha sebagai salah satu bagian dari rantai nilai produk. Rantai nilai produk merupakan aktivitas yang berawal dari bahan mentah sampai dengan penanganan purna jual. Rantai nilai ini mencakup aktivitas

yang terjadi karena hubungan dengan pemasok (*supplier linkages*), dan berhubungan dengan konsumen (*consumer linkages*). Aktivitas ini merupakan kegiatan yang sangat tergantung satu sama lain.

Porter (1985) dalam Udaya (2013), mendefinisikan analisis rantai nilai adalah suatu cara untuk melihat perusahaan sebagai rantai kegiatan yang mengubah masukan (*input*) menjadi luaran (*ouput*) yang bernilai bagi para pelanggan. Nilai dari para pelanggan berasal dari tiga sumber utama, yaitu kegiatan-kegiatan yang membedakan produk, kegiatan-kegiatan yang mengurangi biaya, serta kegiatan-kegiatan yang memenuhi para pelanggan dengan cepat. Analisis rantai nilai berusaha untuk memahami bagaimana sebuah bisnis menciptakan nilai dari para pelanggan (*customer value*) dengan memeriksa kontribusi berbagai kegiatan terhadap nilai tersebut.

Menurut Simatupang (2010) dalam Tarigan dkk. (2013) menyatakan manajemen rantai nilai adalah perbaikan interaksi antar rantai untuk mengantarkan nilai maksimum kepada pelanggan akhir dengan biaya yang serendah mungkin. Konsep rantai nilai menempatkan rantai pasokan sekitar proses rantai nilai yang menghasilkan pendapatan, sehingga lebih efektif diselaraskan dengan kebutuhan pelanggan. Pendekatan rantai nilai memberikan perhatian utama pada proses-proses yang memberikan nilai secara langsung kepada pelanggan. Proses lainnya ditempatkan sebagai pendukung rantai nilai. Kegiatan utama mencakup logistik masuk, produksi, logistik keluar, serta pemasaran. Kegiatan tersebut didukung oleh administrasi, sumber daya manusia, riset dan pengembangan, dan pengadaan. Manajemen rantai nilai adalah perbaikan interaksi antar rantai untuk mengantarkan nilai maksimum kepada pelanggan akhir dengan biaya yang serendah mungkin.

Sedangkan menurut Kaplinsky dan Morris (2000) mendefinisikan rantai nilai sebagai kegiatan yang diperlukan untuk membawa produk atau layanan dari konsepsi melalui fase yang berbeda dari produksi, pengiriman ke konsumen akhir dan pembuangan akhir setelah digunakan. Rantai nilai memberikan nilai wahana mengidentifikasi cara untuk menciptakan deperensiasi melalui pengembangan nilai. Aktivitas rantai nilai dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu aktivitas primer (pemasaran, penjualan, dan jasa) dan aktivitas pendukung (infrastruktur,

manajemen sumber daya manusia, pengembangan teknologi dan pangan). Aktivitas pendukung ini akan menyatukan fungsi-fungsi yang melintasi aktivitas primer yang beranekaragam serta juga bermanfaat untuk membagi lebih lanjut aktifitas primer spesifik di dalam rantai nilai (Champbell, 2008).

2.4 Tinjauan Saluran Pemasaran

Pemasaran merupakan keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial (Stanton, 1984 dalam Nilowardono, 2006). Pemasaran (*marketing*) menurut Rachmawati dkk. (2011) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia.

Sedangkan menurut Hermawan (2012), pemasaran adalah dalam menciptakan waktu dan tempat dimana produk diperlukan atau diinginkan lalu menyerahkan produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Di dalam pemasaran terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

Dari sudut pandang penjual (4P):

- a. Tempat yang strategis (*place*)
- b. Produk yang bermutu (*product*)
- c. Harga yang kompetitif (*price*)
- d. Promosi yang gencar (*promotion*)

Dari sudut pandang konsumen (4C):

- a. Kebutuhan dan keinginan konsumen (*customer need and wants*)
- b. Biaya konsumen (*cost to the customer*)
- c. Kenyamanan (*convenience*)
- d. Komunikasi (*communication*)

Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Mereka adalah perangkat jalur yang diikuti

produk atau jasa setelah produksi, yang berkulminasi pada pembeli dan penggunaan oleh pemakai akhir. Saluran pemasaran (distribusi) juga merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses yang menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Wowor, 2013).

Menurut Alma (2007), saluran pemasaran adalah lembaga yang saling berkait untuk menjadikan produk barang atau jasa siap digunakan/dikonsumsi. Saluran pemasaran sangat penting bagi produsen, sebab produsen tidak akan sanggup menyalurkan hasil produksi hingga ke tangan konsumen. Sedangkan menurut Swastha (1991) dalam Styowati (2008), saluran pemasaran merupakan sekelompok lembaga yang ada diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari saluran pemasaran adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu, jadi kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikannya.

Saluran pemasaran merupakan seperangkat lembaga pemasaran yang menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen akhir, serta meliputi status kepemilikan barang ataupun perwujudan dari sistem pemasaran itu sendiri, yaitu memenuhi kebutuhan konsumen. (Erniningih, 2007 dalam Indraswari dkk. 2015). Proses penyaluran produk sampai ke tangan konsumen akhir dapat menggunakan saluran yang panjang ataupun pendek. Saluran distribusi barang dapat dibagi menjadi beberapa tipe saluran sebagai berikut :

a. Produsen \longrightarrow Konsumen

Bentuk saluran ini adalah bentuk yang paling pendek dan sederhana sebab tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkan melalui pos atau bertemu dengan konsumen secara langsung, sehingga disaluran ini tidak terdapat *margin*.

b. Produsen \longrightarrow Pengecer \longrightarrow Konsumen

Dalam saluran distribusi ini produsen menginginkan suatu lembaga lain, dalam hal ini pengecer yang menyampaikan produknya ke konsumen, dimana pengecer langsung membeli produk tanpa melalui pedagang besar dan menjualnya kembali ke konsumen akhir sehingga *margin* yang terdapat disaluran tersebut tidak begitu besar.

c. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Dalam saluran ini produsen menjual produknya kepada pedagang besar saja. Kemudian para pedagang besarlah yang menjual kembali kepada pengecer dan meneruskannya sampai ke tangan konsumen.

d. Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Jenis saluran ini sering dipakai para produsen karena melibatkan agen di dalamnya. Disini agen fungsinya adalah sebagai penyalur yang kemudian mengatur sistem penjualannya kepada saluran pedagang besar, pedagang besar selanjutnya menyalurkan kepada pengecer dan kemudian ke konsumen.

e. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Dalam saluran distribusi ini produsen memilih agen yang akan dipertemukan dengan produsen untuk menjalankan kegiatan penjualan kepada pengecer dan selanjutnya kepada konsumen.

2.5 Tinjauan Strategi Penentuan Harga

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa harga yang dibayar oleh pembeli sudah termasuk layanan yang diberikan oleh penjual. Banyak perusahaan mengadakan pendekatan terhadap penentuan harga berdasarkan tujuan yang hendak dicapainya. Adapun tujuan tersebut dapat berupa meningkatkan penjualan, mempertahankan *market share*, mempertahankan stabilitas harga, mencapai laba maksimum dan sebagainya (Engel, J; Blackwell R. 2004 dalam Selang, 2013).

Tjiptono (2000) dalam Rachmawati dkk. (2011), menyatakan harga jual adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Lupiyoadi (2013), menyatakan terdapat beberapa tujuan dari penentuan harga jual, beberapa tujuan tersebut sebagai berikut:

1. Bertahan
2. Memaksimalkan harga
3. Memaksimalkan penjualan
4. Gengsi dan *Pertise*
5. Tingkat pengembalian investasi (*return on investment*)

Sementara itu, terdapat pula faktor-faktor yang memengaruhi penentuan harga, sebagai berikut:

1. Penentuan posisi
2. Memaksimalkan laba
3. Tingkat kompetensi
4. Elastisitas permintaan
5. Sumberdaya yang digunakan
6. Kondisi ekonomi secara umum

Harga yang ditentukan untuk sebuah produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan pada akhirnya tingkat laba. Penetapan harga merupakan salah satu elemen yang terdapat dalam bauran pemasaran yang berkenaan langsung dengan kebijakan strategis mengenai tingkat harga, struktur diskon, dan syarat pembayaran. Perusahaan menentukan harga jual produknya dengan tiga dasar pertimbangan, yaitu biaya produksi, suplai persediaan, dan harga persaingan. Berikut akan dijelaskan mengenai penentuan harga jual berdasarkan biaya produksi dan penentuan harga jual berdasarkan harga pesaing yang diterapkan oleh perusahaan.

1. Penentuan harga berdasarkan biaya produksi

Pada strategi ini, perusahaan menentukan harga untuk sebuah produk dengan mengestimasi biaya per unit untuk memproduksi produk tersebut dan menambahkan suatu kenaikan.

2. Penentuan harga berdasarkan harga pesaing.

Penentuan harga berdasarkan harga pesaing dibagi atas tiga yaitu:

- a. Penentuan harga penetrasi, dimana perusahaan menentukan harga yang lebih rendah dari harga pesaing agar dapat menembus pasar. Keberhasilan penentuan harga penetrasi tergantung pada seberapa besar tanggapan konsumen terhadap penurunan harga dan juga perusahaan tidak perlu menggunakan strategi ini bila produknya tidak elastis terhadap harga karena kebanyakan konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing untuk mengambil keuntungan dari harga yang lebih rendah.
- b. Penentuan harga *defensive*, dimana perusahaan menurunkan harga produk untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu beberapa perusahaan juga

menurunkan harga untuk menyerang pesaing baru yang masuk ke dalam pasar, disebut dengan biaya predatori.

- c. Penentuan harga *prestise*, harga *prestise* ditentukan dengan tujuan untuk memberikan kesan lini terbaik bagi produk perusahaan. Perusahaan yang memiliki diversifikasi bauran produk akan menggunakan strategi penetrasi harga pada beberapa produk dan penentuan harga *prestise* untuk produk lainnya.

Swastha (2010) menyatakan bahwa terdapat beberapa metode penentuan harga jual berdasarkan biaya dalam bentuk biaya yang paling sederhana, terdapat tiga metode penentuan harga jual yang akan dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Cost plus pricing method*

Penentuan harga jual *cost plus pricing method*, biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan, dapat didefinisikan sesuai dengan metode harga pokok produk yang digunakan.

Dalam menghitung *cost plus pricing* digunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Biaya total} + \text{Margin}$$

- b. *Mark up pricing*

Mark up pricing banyak digunakan oleh para pedagang. Para pedagang akan menentukan harga jualnya dengan cara menambahkan *mark up* yang diinginkan pada harga beli persatuan. Persentase yang ditetapkan berbeda untuk setiap jenis barang.

Dalam menghitung harga jual, menggunakan rumus:

$$\text{Harga jual} = \text{Harga beli} + \text{Mark up}$$

- c. Penentuan harga oleh produsen

Dalam metode ini, harga yang ditetapkan oleh perusahaan adalah awal dari rangkaian harga yang ditetapkan oleh perusahaan-perusahaan lain dalam saluran distribusi. Karena itu, penetapan harga oleh produsen memegang peranan penting dalam menentukan harga akhir barang, dalam menetapkan harga jualnya, produsen dapat berorientasi pada biaya. Proses penetapan harga dimulai dengan biaya perunit barang yang dihasilkan, kemudian menambahkan sejumlah *mark up* tertentu. Produsen menggunakan rumus yang mereka anggap

cocok bagi mereka tentunya berdasarkan pengamatan atas produk yang dihasilkan. Setiap produk memiliki pola biaya yang berbeda satu sama lainnya.



III. KERANGKA KONSEPTUAL

3.1 Kerangka Teoritis

Bunga potong krisan atau seruni (*Chrysanthemum* sp.) merupakan komoditas andalan dalam industri hortikultura yang memiliki prospek pasar yang cukup baik. Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo adalah salah satu kelompok tani yang bergerak di bidang usahatani bunga potong krisan di Jawa Timur, yang terletak di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Pemasaran bunga potong krisan tidak hanya di daerah Kota Batu saja tetapi telah meluas sampai Malang, Surabaya, Kediri, Bali dan Kalimantan. Bunga potong krisan memiliki daya tarik pada keindahan warna dan bentuknya. Namun kendala dalam pemasarannya terdapat pada ketidakmampuan petani dalam menentukan harga jual bunga krisan.

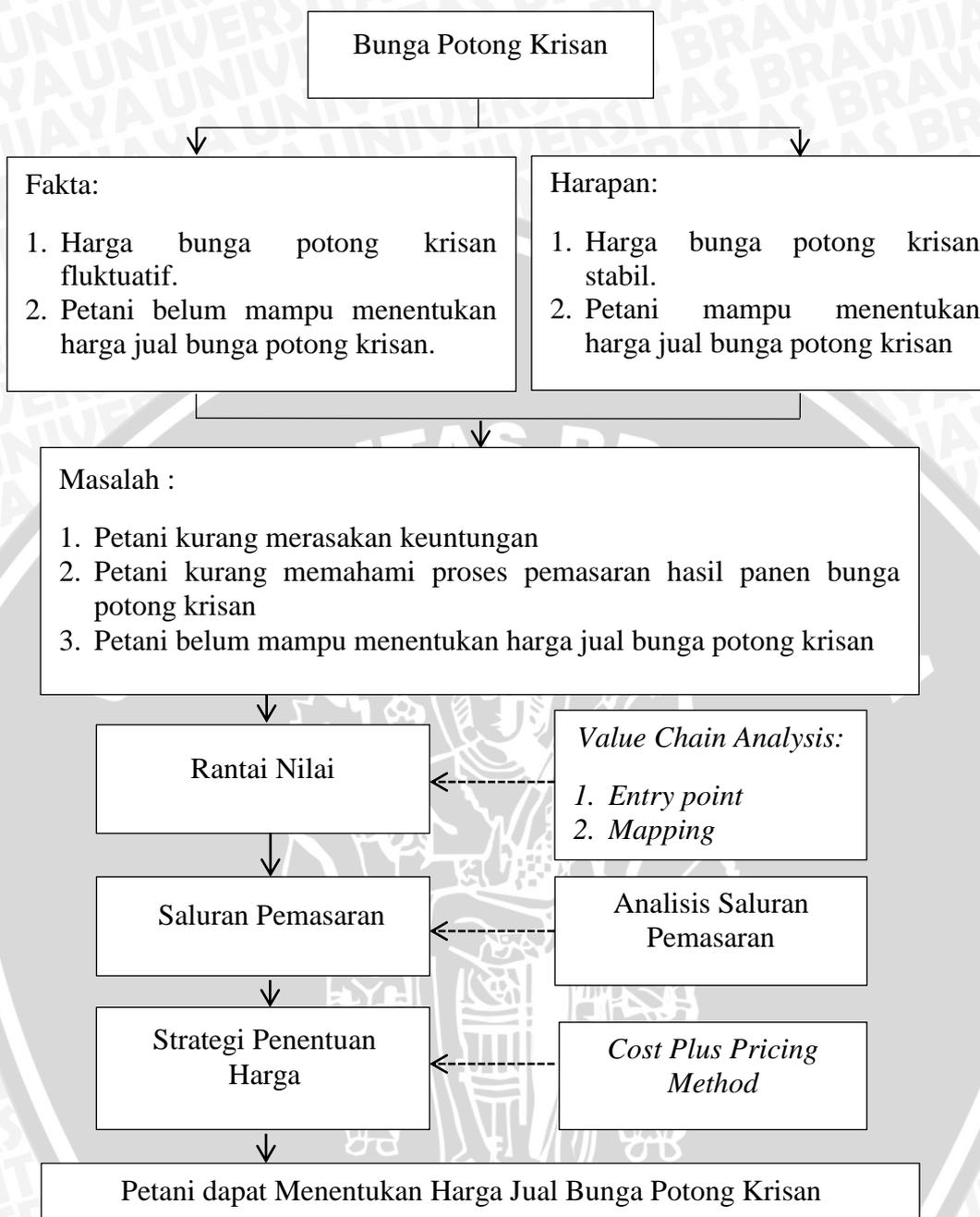
Rantai nilai dapat membantu sejauh apa peran dari setiap tokoh dalam menjalankan aktivitasnya masing-masing. Aktivitas yang berkaitan langsung dengan pengadaan bunga potong krisan dan aktivitas dalam pemasaran bunga potong krisan. Kegiatan pertanian perlu memperhatikan berbagai hal mulai dari sistem produksi tanaman sampai dengan perawatan kemudian panen, dan dalam serangkaian kegiatan rantai nilai pemasaran menjadi kegiatan yang penting untuk melihat seberapa efektifkah rantai yang tercipta baru setelah itu akan terlihat *margin* harga antar pelaku dalam rantai nilai.

Margin pemasaran dapat didefinisikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marjinya. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien. Perbedaan harga yang terjadi pada tingkat petani sebesar Rp. 900 per tangkai dan pada tingkat konsumen sebesar Rp. 1500 per tangkai. Harapan diadakan penelitian di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, harga bunga

potong krisan stabil dan tidak terjadi perbedaan harga pada tingkat petani dan konsumen, serta petani dapat menentukan harga jual bunga potong krisan .

Analisis rantai nilai dan saluran pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan dapat diketahui dengan melakukan beberapa rangkaian analisis rantai nilai yaitu, identifikasi pelaku rantai nilai, *value chain mapping* atau pembuatan bagan pelaku utama rantai nilai, pada penelitian ini juga digunakan beberapa variabel yaitu, lembaga-lembaga pemasaran, serta biaya total produksi dan margin pemasaran. Pemilihan bunga potong krisan dilakukan untuk membatasi kajian ruang lingkup analisis rantai nilai yang luas dan jenis bunga potong yang banyak tidak dimasukkan karena kelompok tani tempat penelitian hanya bergerak dibidang usahatani bunga potong krisan saja, sehingga hanya berfokus pada bunga potong krisan. Permasalahan yang terjadi adalah petani tidak mampu menentukan harga jual bunga potong krisan, sehingga sering terjadi perbedaan harga jual bunga potong krisan pada tingkat petani dan tingkat lembaga pemasaran. Harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo setiap tahunnya sebesar Rp. 900 per tangkai.

Berdasarkan uraian sebelumnya, rantai nilai bunga potong krisan yang tidak efektif akan menghambat pemasaran dan penentuan harga jual bunga potong krisan. Setiap lembaga yang terlibat akan mendapatkan keuntungan dari pemasaran tersebut. selain itu *margin* pemasaran yang akan dihasilkan juga semakin besar, dan harga jual bunga potong krisan akan jauh berbeda dari petani sampai dengan konsumen akhir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah VCA (*Value Chain Analysis*) variabel yang akan dianalisis adalah rantai nilai. Analisis saluran pemasaran digunakan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran bunga potong krisan dan lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Metode yang terakhir adalah metode *cost plus pricing method*, metode ini digunakan untuk menentukan harga jual bunga potong krisan dengan biaya yang digunakan sebagai dasar penentuan. Berikut skema kerangka pemikiran analisis rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan (Studi kasus : Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu)



Keterangan:

————> Alur Berpikir

-----> Menggunakan

Skema 3. Kerangka Pemikiran Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran serta Strategi Penentuan Harga Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

3.2 Hipotesis

1. Diduga rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu belum berorientasi pada daya saing produk.
2. Diduga penerapan manajemen saluran pemasaran bunga potong krisandi Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, belum terintegrasi secara optimal.
3. Diduga strategi penentuan harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, perlu diprioritaskan untuk menangani permasalahan rantai nilai dan saluran pemasaran.

3.3 Batasan Masalah

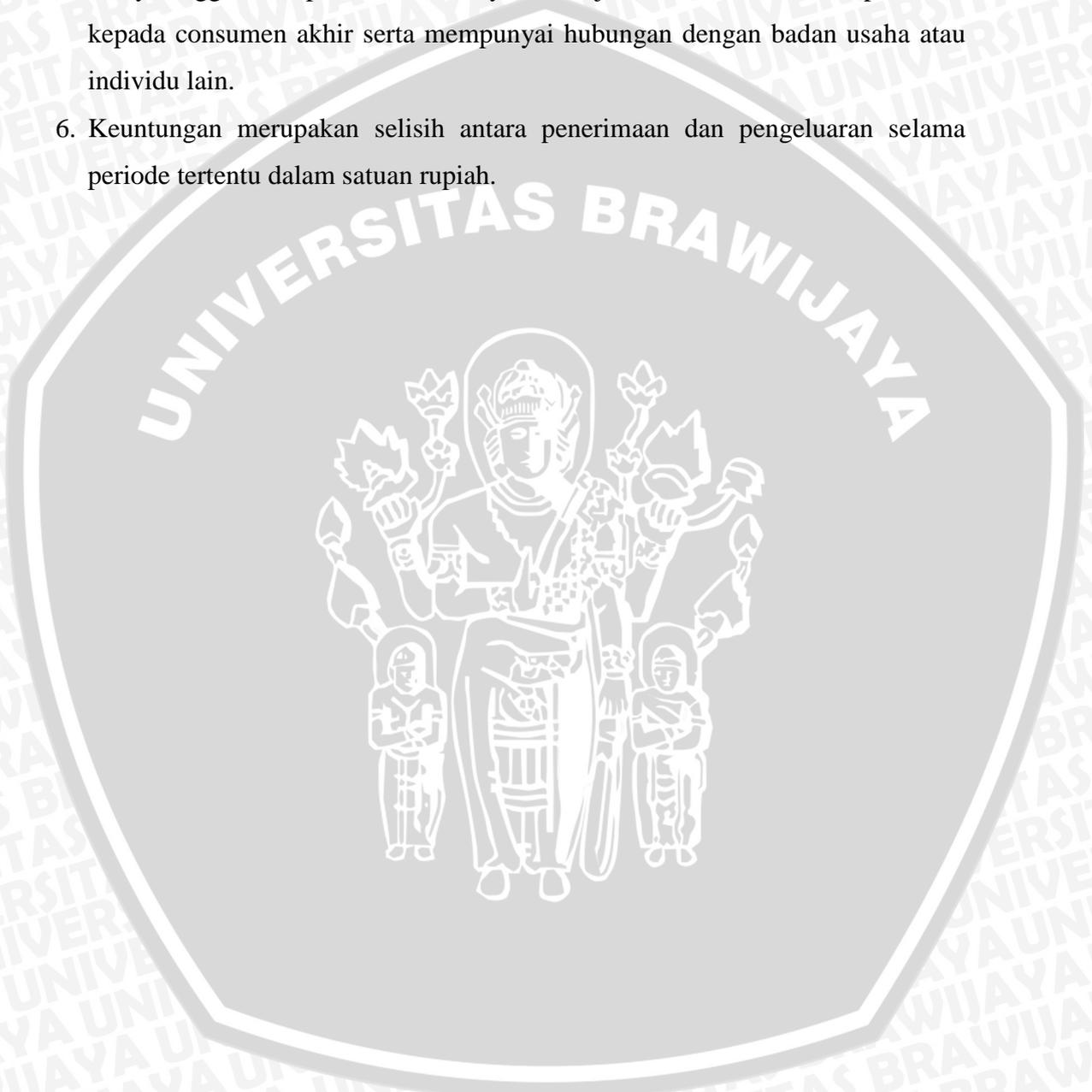
1. Rantai nilai yang diteliti dibatasi dengan meneliti pelaku utama yang terlibat dalam pemasaran bunga potong krisan.
2. Saluran Pemasaran bunga potong krisan yang dilakukan oleh petani bunga potong krisan mulai dari produsen sampai konsumen akhir.
3. Lembaga pemasaran komoditas bunga potong krisan yang diteliti hanya sampai pada kawasan Desa Sidomulyo.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, maka perlu dijelaskan definisi operasional variabel dari penelitian ini, yaitu :

1. Rantai Nilai (*Value Chain*) bunga potong krisan adalah jaringan lembaga pemasaran yang menghantarkan produk bunga potong krisan dari produsen sampai ke tangan pelanggan.
2. *Margin* pemasaran merupakan salah satu cara untuk mengetahui tingkat efisiensi suatu pemasaran. *Margin* pemasaran dapat diketahui dari perhitungan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan lembaga pemasaran yang ikut berperan dalam proses pemasaran.
3. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen sebagai alat ganti atau tukar untuk mendapatkan sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Harga juga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk atau jasa.

4. Biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi, yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu.
5. Lembaga Pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalur kanjasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lain.
6. Keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dan pengeluaran selama periode tertentu dalam satuan rupiah.



IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu

Penelitian dilaksanakan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) karena berdasarkan survei pendahuluan serta informasi yang didapat peneliti dengan berdasarkan pertimbangan, Desa Sidomulyo merupakan desa yang sebagian penduduknya melakukan usahatani bunga potong krisan, namun petani bunga potong krisan tersebut mengalami permasalahan dalam pemasaran bunga potong krisan, permasalahan tersebut ialah kesulitan dalam menentukan harga jual bunga potong krisan, selain itu terjadi masalah perbedaan harga yang diterima oleh petani dan konsumen. Penelitian ini telah dilakukan pada bulan April-Mei 2016.

4.2 Metode Penentuan Responden

Populasi keseluruhan petani di Desa Sidomulyo sebanyak 1.578 petani dan petani yang membudidayakan bunga (bunga hias dan bunga potong) sebanyak 72 petani. Sampel yang akan diambil adalah petani yang membudidayakan bunga potong krisan. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan sensus, dimana metode penentuan responden adalah semua petani yang terdapat di daerah penelitian. Pada penelitian ini responden yang dipilih adalah petani bunga potong krisan. Petani bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu sebanyak 34 orang sehingga responden yang diambil sebanyak 34 petani responden yang merupakan jumlah keseluruhan. Sementara itu responden untuk lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran bunga potong krisan yang diperoleh melalui informasi dari responden sebelumnya, baik petani, pedagang besar, dan pedagang pengecer lainnya.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam memperoleh data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari subjek penelitian yang lebih mendalam. Wawancara

dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur terhadap responden menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun terlebih dahulu yaitu daftar pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun menjadi kuisioner. Kuisioner yang diajukan kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan semi tertutup yaitu, responden menjawab pertanyaan yang ada sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman responden serta beberapa pertanyaan dengan pilihan jawaban sehingga responden memilih salah satu jawaban yang tersedia.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara kunjungan secara langsung kepada petani bunga potong krisan dan melakukan pengamatan ke tempat penelitian serta mendokumentasikan kegiatan penelitian dengan foto.

3. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu pengumpulan data dengan cara melihat dan mencatat bahan yang diperlukan dan berkaitan dengan pembahasan di perpustakaan seperti jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian.

4.4 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitaian ini dianalisis secara deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif digunakan untuk menggambarkan keadaan lingkungan yang berhubungan dengan rantai nilai dan pemasaran serta strategi penentuan harga bunga potong krisan. Sedangkan analisis data kuantitatif untuk perhitungan terhadap data yang bersifat pembuktian dari permasalahan yang ada sehingga memberikan gambaran realitas terhadap hasil penelitian yang meliputi analisis rantai nilai, pemasaran, dan strategi penentuan harga bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

Metode analisis data yang digunakan sebagai berikut: meliputi analisis rantai nilai menggunakan VCA (*Value Chain Analysis*) menggunakan dua tahapan yaitu *entry point* dan *mapping value chains*, variabel yang akan dianalisis adalah rantai nilai. Analisis yang kedua adalah analisis saluran pemasaran, analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran bunga potong krisan

di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, variabel yang akan dianalisis adalah lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga potong krisan di desa tersebut. Analisis yang ketiga adalah *Cost Plus Pricing Method*, *Cost Plus Pricing Method* digunakan untuk menghitung harga jual bunga potong krisan, variabel yang akan dianalisis adalah biaya total produksi dan margin dari bunga potong krisan.

4.4.1 Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

Penjelasan mengenai beberapa tahapan analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*) yang digunakan untuk menganalisis rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, sebagai berikut :

1. *The Point of Entry For Value Chain Analysis*

Pada tahap pertama, dilakukan identifikasi terhadap pelaku-pelaku utama yang terlibat di dalam kegiatan pemenuhan bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Pelaku yang dimasukkan ke dalam analisis rantai nilai merupakan pelaku/lembaga yang berada di dalam kegiatan produksi hingga produk sampai di tangan konsumen. Selain itu, dilakukan identifikasi terhadap aktivitas utama dan aktivitas pendukung yang terdapat di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

2. *Mapping Value Chains*

Pemetaan rantai nilai dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu pemetaan pelaku/lembaga dalam pemenuhan bunga potong krisan dan pemetaan aktivitas pemasaran. Pemetaan terhadap pelaku/lembaga yang terkait dengan kegiatan pemenuhan bunga potong krisan berfungsi untuk mengetahui posisi setiap pelaku/lembaga yang terkait di dalam rantai nilai. Pemetaan aktivitas dilakukan untuk memetakan aktivitas utama dan aktivitas pendukung kegiatan pemasaran yang dilakukan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

4.4.2 Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, dapat dianalisis dengan mengamati lembaga-lembaga pemasaran yang membentuk rantai saluran tersebut. Para lembaga pemasaran ini akan membentuk sebuah alur yakni berupa saluran pemasaran. Lembaga-lembaga pemasaran tersebut berperan sebagai perantara dalam penyampaian bunga potong krisan dari produsen sampai

kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran yang berbeda akan menyebabkan perbedaan pendapatan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

Lembaga-lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan juga fungsi fasilitas. Lembaga-lembaga ini juga berfungsi sebagai sumber informasi mengenai suatu barang dan jasa. Fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi pembelian merupakan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen untuk memenuhi permintaan konsumen. Fungsi penjualan dapat meliputi seluruh kegiatan penjualan, kegiatan periklanan dan kegiatan-kegiatan promosi lainnya merupakan bagian dari fungsi penjualan yang dapat mempengaruhi permintaan.

4.4.3 Metode Penentuan Harga (*Cost Plus Pricing Method*)

Cost plus pricing method adalah metode berupa pendekatan perusahaan, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana dengan harga jual ini dapat menutup seluruh biaya dan menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan perusahaan. *cost plus pricing method* yaitu metode yang mana produsen (barang/jasa) menghitung seluruh biaya yang telah dikeluarkan kemudian ditambahkan dengan keuntungan yang *reasonable* menjadi harga jual.

Dalam metode ini harga jual per unit ditentukan dengan menghitung jumlah seluruh biaya per unit ditambah jumlah tertentu untuk menutup laba yang dikehendaki pada unit tersebut. Harga jual produk dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Harga Jual} = \text{Biaya Total} + \text{Margin}$$

Biaya Total dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{TC} = \text{FC} + \text{VC}$$

Keterangan:

TC = Total Biaya budidaya bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu Kota Batu..

FC = Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya tidak berubah atau tidak dipengaruhi oleh sedikit atau banyaknya kuantitas output yang dihasilkan.

VC = Biaya variabel merupakan biaya yang jumlahnya berubah ketika jumlah bunga potong krisan berubah.

Menurut Sutarno (2014), secara matematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus :

$$MP = Pr - Pf \text{ atau } MP = \Sigma bi + \Sigma Ki$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat pengecer

Pf = Harga ditingkat petani

ΣBi = Jumlah keuntungan yang diperoleh lembaga-lembaga pemasaran

ΣKi = Jumlah keuntungan yang diperoleh lembaga-lembaga pemasaran



BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Umum Wilayah Penelitian

5.1.1 Profil Desa Sidomulyo

Lokasi penelitian terletak di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Desa Sidomulyo terletak di kaki gunung sebelah selatan gunung Arjuna dengan ketinggian 800-850mdpl. Total luas Desa Sidomulyo adalah 270.821 ha. Berikut disajikan data pembagian luas wilayah desa menurut penggunaan pada tabel 4.

Tabel 4. Luas Wilayah Desa Sidomulyo Menurut Penggunaannya

No	Penggunaan	Luas (ha)
1.	Sawah irigasi teknis	184.021
2.	Bangunan	1.500
3.	Kolam	4.000
4.	Pemukiman	53.000
5.	Tanah kas Desa	14.506
6.	Lapangan	1
7.	Perkantoran/Pemerintahan	2
8.	Jalan	420
9.	Lainnya	3.000
10.	Hutan Lindung	-

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2016

Desa Sidomulyo merupakan penggabungan dari dua desa yaitu, Desa Purworejo dan Desa Tinjumuyo. Pada tahun 1947 kedua desa tersebut bersepakat untuk bergabung dan diberi nama Desa Sidomulyo. Mata pencaharian penduduk Desa Sidomulyo adalah bekerja sebagai petani. Beberapa wilayah yang tergabung dengan Desa Sidomulyo yaitu wilayah utara dan timur berbatasan dengan Kecamatan Bumiaji, wilayah selatan berbatasan dengan Kelurahan Sisir, dan wilayah barat berbatasan dengan Desa Sumberejo. Desa Sidomulyo terbagi menjadi 3 dusun yakni: Dusun Tinjumoyo, Dusun Tonggolari dan Dusun Sukorembug. Desa Sidomulyo memiliki beberapa bidang potensi, yang pertama adalah potensi dalam bidang pertanian yaitu, bunga potong krisan. Bunga potong krisan di Desa Sidomulyo tidak hanya dijual sebagai bunga potong saja, namun dijual dalam bentuk rangkaian bunga, dan bunga potong krisan yang dijadikan sebagai bahan dalam pembuatan dekorasi acara-acara.

5.1.2 Mata Pencaharian Penduduk Desa Sidomulyo

Mata pencaharian merupakan suatu yang dilakukan dan ditekuni oleh individu guna memperoleh suatu penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penduduk Desa Sidomulyo sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani. Untuk lebih jelasnya jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Mata Pencaharian Penduduk Desa Sidomulyo

No	Mata Pencaharian Penduduk	Jumlah (jiwa)
1.	Belum/Tidak Bekerja	1.250
2.	Mengurus Rumah Tangga	1.430
3.	Pelajar/ Mahasiswa	1.240
4.	Pensiunan	46
5.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	238
6.	Petani/ Pekebun	1.578
7.	Peternak	11
8.	Industri	13
9.	Konstruksi	6
10.	Transportasi	60
11.	Karyawan	707
12.	Buruh	220
13.	Tukang	45
14.	Wiraswasta	906
Jumlah Total		7.75

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2016

Tabel 5, menunjukkan penduduk Desa Sidomulyo sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani yaitu sebesar 1.578 jiwa. Posisi kedua penduduk bermata pencaharian hanya mengurus rumah tangga, yaitu sebesar 1.430 jiwa. Desa Sidomulyo memiliki berbagai potensi dalam bidang ekonomi namun jumlah pengangguran di Desa Sidomulyo berada di posisi ketiga, yaitu sebesar 1.250 jiwa. Posisi keempat menunjukkan jumlah pelajar sebesar 1.240 jiwa. Desa Sidomulyo memiliki berbagai potensi dalam bidang ekonomi, namun jumlah penduduk yang tidak memiliki pekerjaan cukup tinggi dikarenakan pemuda di

Desa Sidomulyo memilih mencari pekerjaan lain daripada mengembangkan potensi Desa Sidomulyo dalam bidang pertanian.

5.2 Karakteristik Umum Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo

5.2.1 Profil Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo

Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo berdiri pada 22 Maret 2011, beralamat di Jl. Cemara Pentris No. 49 Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo beranggotakan 34 petani dengan komoditas utama bunga potong krisan. Ketua Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo adalah bapak Nuryono. Kegiatan utama yang dilakukan oleh Kelompok Tani Krisan Mulyo adalah pertemuan rutin setiap tanggal 25, penyuluhan pertanian, dan membahas serta mencari solusi atas masalah yang dihadapi oleh setiap anggota. Berikut disajikan data anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo pada tabel Tabel 6. Luas Lahan Anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo.

Tabel 6. Luas Lahan Anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo

No	Luas Lahan (m ²)	Petani (orang)
1.	< 250	7
2.	251-500	11
3.	501-750	1
4.	751-1000	5
5.	>1000	10
Total Lahan 31.720		34

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tabel 6 menunjukkan luas lahan anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo, total luas lahan adalah 31.720 m² atau 3,172 ha dengan rata-rata luas lahan sebesar 0,932 ha. Kegiatan yang dilakukan oleh Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo, selain kegiatan rutin, terdapat kegiatan lain seperti, pemasaran, wisata edukasi dan dekorasi. Kegiatan pemasaran hasil panen bunga potong krisan dilakukan sendiri melalui seksi pemasaran yaitu Bapak Bandri, proses pemasaran dilakukan di kios yang terletak di Jl. Bukit Berbunga No. 83 dan melalui website bungapotongbatu.com, belibungaonline.com, bandrikembang@yahoo.com, serta dapat melalui nomor telepon 085100401797. Pemasaran bunga potong krisan tidak hanya dilakukan di Kota Batu saja, melainkan ke berbagai kota antara lain, Malang, Surabaya, Kediri, Nganjuk, Aceh, dan Kalimantan. Wisata edukasi yang terdapat di Desa Sidomulyo, meliputi pembelajaran mengenai penanaman bunga

potong krisan dan cara memetik atau memanen bunga potong krisan, selain itu wisatawan dapat belajar cara merangkai bunga potong krisan. Usaha sampingan yang dilakukan oleh Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo adalah usaha dekorasi. Usaha dekorasi dilakukan petani guna menaikkan taraf hidup anggota kelompoknya, usaha dekorasi tersebut sudah merambah keluar kota antara lain Surabaya, Malang, Nganjuk dan Kediri.

5.3 Karakteristik Umum Responden

Karakteristik responden petani bunga krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu diperlukan untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan faktor sosial ekonomi responden dalam melakukan pemasaran bunga potong krisan. Karakteristik responden petani bunga krisan dapat dilihat dari berbagai aspek yang meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan terakhir, dan luas lahan. Berikut ini akan dijelaskan pada masing-masing aspek karakteristik responden.

5.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Salah satu faktor petani dalam melakukan usahatani dan pemasaran bunga potong krisan yaitu umur responden. Hal ini pada umumnya semakin muda umur seorang petani biasanya memiliki sifat yang cenderung ingin tahu dan ingin mencoba hal baru serta memiliki strategi-strategi yang diterapkan dalam melakukan pemasaran bunga potong krisan dibandingkan dengan petani yang usianya lebih tua. Hal ini menunjukkan umur responden mempengaruhi pola pikir dan strategi dalam hal pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	25-35	12	35,29
2	36-45	12	35,29
3	46-55	10	29,42
Jumlah		34	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 7 terdapat tiga kelompok petani berdasarkan umur responden. Responden yang rentang usia 25-35 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase sebesar 35,29%, sama halnya dengan responden yang rentang usianya

36-45 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 35,39%, sedangkan responden dengan rentang usia 46-55 tahun memiliki jumlah petani yang lebih sedikit yaitu 10 orang dengan persentase 29,42%. Usia responden mempengaruhi dalam pemasaran bunga potong krisan, dimana responden yang berusia muda lebih berinovasi dalam pemasaran bunga potong krisan. Responden yang berusia muda tidak hanya memasarkan bunga potong krisan melalui kelompok tani, pemasaran bunga potong krisan dilakukan sendiri melalui pedagang lain atau melalui media sosial yang mereka miliki. Responden yang berusia lebih tua melakukan pemasaran melalui kelompok tani, hal tersebut dikarenakan mudahnya proses pemasaran, dan tidak memerlukan penggunaan teknologi yang sulit.

5.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin seseorang berpengaruh terhadap suatu kinerja seseorang. Pada umumnya seseorang yang berjenis kelamin laki-laki cenderung lebih banyak melakukan pekerjaan dibandingkan dengan perempuan yang lebih banyak bekerja di rumah sebagai ibu rumah tangga. Berikut disajikan data mengenai responden berdasarkan jenis kelamin di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, pada tabel 8.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	24	70,59
2	Perempuan	10	29,41
	Jumlah	34	100,00

Sumber: Data primer diolah, 2016

Berdasarkan tabel 8 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin perempuan. Responden laki-laki berjumlah 24 orang dengan persentase 70,59% dan responden perempuan berjumlah 10 orang dengan persentase 29,41%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih banyak bekerja, dibandingkan dengan perempuan yang hanya membantu dan lebih banyak melakukan pekerjaan rumah, dan bekerja sebagai petani bunga potong krisan adalah pekerjaan utama untuk petani laki-laki di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

5.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dalam hal ini merupakan pendidikan formal yang berpengaruh terhadap wawasan seorang petani dalam melakukan pemasaran dan penentuan harga jual bunga potong krisan. Pada umumnya pendidikan berpengaruh terhadap pola pikir seseorang dalam menerima suatu inovasi atau hal baru. Petani yang memiliki tingkat pendidikan tinggi akan lebih berinovasi dalam pemasaran, dibandingkan dengan petani yang memiliki tingkat pendidikan rendah. Berikut disajikan data mengenai responden berdasarkan tingkat pendidikan pada tabel 9.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	2	5,89
2	SMP	8	23,52
3	SMA	18	52,94
4	Perguruan Tinggi	6	17,64
Jumlah		34	100,00

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Pada tabel 11 menunjukkan tingkat pendidikan responden, jumlah tingkat pendidikan yang tertinggi adalah SMA (Sekolah Menengah Atas), yaitu sebanyak 18 orang dengan persentase 52,94%, dan jumlah tingkat pendidikan terendah adalah SD (Sekolah Dasar) yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase 5,89%. Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan berpengaruh dalam pola pikir petani dalam pemasaran dan penentuan harga jual bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Petani yang memiliki tingkat pendidikan tinggi, lebih berinovasi dalam pemasaran, sehingga harga jual bunga potong krisan yang mereka tawarkan dapat memberikan lebih banyak keuntungan dan pemasaran bunga potong krisan lebih luas lagi, sedangkan petani yang memiliki tingkat pendidikan rendah cenderung menerima harga yang ditawarkan oleh kelompok tani.

5.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

Luas lahan adalah luas tanah yang diusahakan atau digarap oleh petani baik itu milik sendiri, sewa maupun bagi hasil. Luas lahan mempengaruhi petani dalam merencanakan pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo,

Kecamatan Batu, Kota Batu. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan luas lahan pada tabel 12.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan

No	Luas Lahan (m ²)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<1000	21	61,77
2	1000-2000	11	32,35
3	>2000	2	5,88
Jumlah		34	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Tabel 10 menunjukkan jumlah responden yang paling banyak adalah responden yang memiliki lahan <1000 m² yaitu 21 orang dengan persentase 61,77% dari jumlah keseluruhan responden, dan responden dengan jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang memiliki luas lahan >2000 m², yaitu sebanyak 2 orang dengan persentase 5,88% dari keseluruhan jumlah responden. Hal ini menunjukkan bahwa petani bunga potong krisan yang berada di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu dan memiliki luas lahan yang lebih sedikit memiliki perencanaan dalam pemasaran agar mendapatkan hasil lebih maksimal.

5.4 Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*)

Untuk mengetahui rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, peneliti menggunakan analisis rantai nilai VCA (*Value Chain Analysis*) dengan dua tahapan yaitu *The point of Entry For Value Chain Analysis* dan *mapping value chains*. Hasil analisis rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, akan dijelaskan sebagai berikut:

5.4.1 *The point of Entry For Value Chain Analysis*

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi terhadap pelaku-pelaku utama yang terlibat di dalam kegiatan pemenuhan bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu dimulai dari bagian pengadaan sarana produksi bunga potong krisan terdapat: petani (budidaya) → *supplier* penyedia sarana produksi. Bagian pemasaran terdapat: pedagang pengepul yang berjumlah 3 orang → Pedagang Besar → pedagang pengecer → konsumen akhir. Masing-masing

pelaku dalam rantai nilai bunga potong krisan melakukan aktivitas sesuai dengan perannya. Peran-peran pelaku rantai nilai bunga potong krisan akan dijelaskan sebagai berikut:

Pelaku pengadaan sarana produksi, kegiatan dilakukan adalah mendapatkan bahan/sarana yang dibutuhkan dalam kegiatan berproduksi seperti: membeli/membuat bibit, pupuk organik atau pupuk kimia, dan obat-obatan. Petani di Desa Sidomulyo sebagian membeli bibit bunga potong krisan kepada sesama anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo yaitu bapak Supangkat, dan sebagian membeli kepada petani di luar kelompok. Pupuk organik diperoleh dengan cara membuat sendiri, sedangkan pupuk kimia dan obat-obatan diperoleh dengan cara bekerjasama dengan kios atau supplier pupuk dan obat-obatan di sekitar Desa Sidomulyo.

Pelaku rantai nilai selanjutnya adalah petani, yang berperan sebagai pemberian nilai tambah pada input (sarana produksi) menjadi output melalui proses produksi, proses produksi mulai dari pengolahan lahan, penanaman, perawatan sampai dengan pemanenan dilakukan sendiri oleh petani yang memiliki lahan <1000 m², sedangkan petani yang memiliki lahan >1000 m² dibantu oleh pekerja harian untuk mengolah lahan, menanam, sampai pemanenan, yang kemudian hasil panen bunga potong krisan dijual ke pedagang pengepul, selanjutnya ke pedagang pengecer hingga sampai ketangan konsumen.

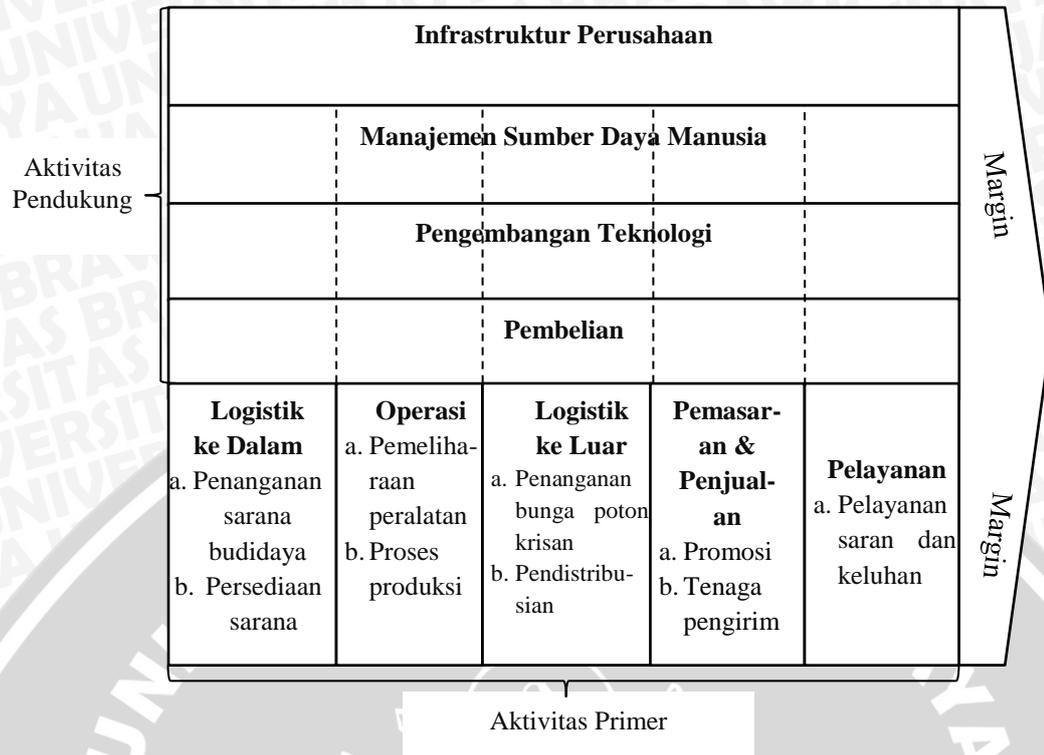
Pengepul adalah pelaku rantai nilai selanjutnya yang berperan sebagai pelaku pemasaran, mulai dari mengumpulkan dan membeli produksi bunga potong krisan dari para petani, kemudian menjual kembali kepada Pedagang Besar. Pedagang Besar merupakan pelaku keempat dari rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, yang berperan sebagai pembeli kembali bunga potong krisan dari pengepul dan menjual kembali kepada pedagang pengecer dan konsumen akhir. Petani di Desa Sidomulyo, sebagian besar menjual bunga potong krisan kepada pengepul yang merupakan anggota Kelompok Tani Krisan Mulyo Joyo, namun sebagian petani menjual langsung kepada pedagang pengecer dan konsumen akhir agar mendapatkan untung yang lebih besar dibandingkan dengan menjual bunga potong krisan melalui lembaga pemasaran.

Konsumen merupakan pelaku akhir dalam rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Peran dari konsumen bunga potong krisan adalah pengguna bunga potong krisan yang diperoleh dari pedagang pengecer. Konsumen bunga potong krisan tidak hanya warga sekitar Desa Sidomulyo, dan Kota Batu saja, selain itu berasal dari beberapa daerah lain seperti, Malang, Surabaya, Kediri, Nganjuk, Aceh dan Kalimantan. Bunga krisan digunakan untuk menghias ruangan, dan dekorasi untuk acara-acara besar seperti, pernikahan, khitanan, dan acara-acara keagamaan.

Aktivitas utama dalam rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo meliputi: bagian pengadaan bunga potong krisan yaitu petani (produsen). Bagian pemasaran terdapat: pedagang pengepul → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir. Perbedaan antara pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer yaitu, pedagang pengepul bertindak sebagai pengumpul bunga potong krisan dari petani dan menjual kembali kepada badan usaha industri atau eksporting dibidang pertanian, sedangkan pedagang besar adalah perantara yang menyalurkan bunga potong krisan langsung dari petani ataupun pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer, dan yang terakhir adalah pedagang pengecer yang menyalurkan bunga potong krisan kepada konsumen akhir.

5.4.2 Mapping Value Chains

Pada tahap kedua dilakukan pemetaan rantai nilai, dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu pemetaan pelaku/lembaga dalam pemenuhan bunga potong krisan dan pemetaan aktivitas pemasaran. Pemetaan pelaku rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, meliputi aktivitas primer, yaitu logistik kedalam, operasi, logistik ke luar, pemasaran dan penjualan, dan pelayanan. Aktivitas logistik ke dalam, meliputi penanganan sarana produksi dan persediaan sarana. Aktivitas operasi, meliputi pemeliharaan peralatan dan proses produksi. Aktivitas logistik ke luar, meliputi penanganan bunga potong krisan dan pendistribusian. Aktivitas pemasaran dan penjualan, meliputi promosi dan tenaga pengirim. Aktivitas pelayanan, meliputi keluhan dan saran. *Mapping value chain* akan disajikan pada gambar 4, sebagai berikut:



Gambar 4. *Mapping Value Chain* Bunga Potong Krisan

Pada gambar 4, menunjukkan aliran rantai nilai bunga potong krisan yang terdapat di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Aliran rantai nilai tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Sarana produksi yang dibutuhkan untuk luas lahan 0,0932 ha adalah, bibit, pupuk, dan pestisida, sarana tersebut didapatkan melalui kerjasama dengan kios/supplier, dalam produksi bunga potong krisan, petani juga membutuhkan tenaga kerja untuk mengolah lahan, penanaman, penyemprotan, penyiraman, pemupukan dan pemotongan. Total biaya produksi bunga potong krisan yang dikeluarkan sebesar Rp. 10.290.104,4 untuk menghasilkan 15.000 tangkai bunga potong krisan, sehingga diperoleh biaya produksi setangkai bunga potong krisan sebesar Rp. 686,- per tangkai.
2. Petani sebagai penyedia bunga potong krisan menjual bunga potong krisan dengan harga jual yang ditawarkan sebesar Rp. 900,- per tangkai kepada pedagang pengepul. Transaksi dilakukan dengan cara pedagang pengepul mendatangi langsung petani.
3. Pengepul membeli bunga potong krisan dari beberapa petani bunga potong krisan dengan langsung mendatangi kebun petani bunga potong krisan tersebut.

Harga yang diterima oleh pedagang pengepul sebesar Rp. 900,- per tangkai, dan pedagang pengepul menjual kembali kepada pedagang besar dengan harga yang ditawarkan sebesar Rp. 1.100,- per tangkai. Transaksi dilakukan dengan cara pedagang besar datang langsung menemui pedagang pengepul.

4. Pada tahap ini, Pedagang Besar mendapatkan bunga potong krisan melalui pedagang pengepul, dengan harga sebesar Rp. 1.100,- pertangkai. Pedagang Besar menjual kembali bunga potong krisan kepada pedagang pengecer dengan harga yang ditawarkan sebesar 1.300,- per tangkai. Transaksi dilakukan dengan cara pedagang pengecer datang langsung kepada pedagang besar.
5. Pedagang pengecer mendapatkan bunga potong krisan melalui pedagang besar dengan harga yang diterima sebesar 1.300,- per tangkai. Pedagang pengecer memasarkan bunga potong krisan kepada konsumen akhir melalui kios atau media sosial, dengan harga yang ditawarkan sebesar 1.500,- per tangkai, atau Rp. 15.000,- per 10 tangkai. Transaksi dapat dilakukan dengan konsumen langsung datang kepada pedagang pengecer atau melalui media *online*. Analisis rantai nilai (*Value Chain Analysis*) akan disajikan pada tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Analisis Rantai Nilai (*Value Chain Analysis*) bunga potong krisan (per tangkai)

No	Pemasaran bunga potong krisan	Rantai Nilai (VCA) bunga potong krisan (Rp)	Selisih/margin keuntungan (Rp)
1.	Biaya produksi sampai panen	692,09	
2.	Harga ditingkat petani	900,-	207,91
3.	Harga ditingkat pedagang pengepul	1.100,-	200,-
4.	Harga ditingkat Pedagang Besar	1.300,-	200,-
5.	Harga ditingkat pedagang pengecer	1.500,-	200,-
6.	Harga yang diterima oleh konsumen akhir	1.500,-	

Sumber: Data yang diolah, 2016

Tabel 11, menunjukkan harga bunga potong krisan mulai dari petani sampai ke konsumen akhir, dengan modal usaha (harga pokok) Rp. 692,09 per tangkai hingga sampai di tangan konsumen mencapai Rp. 1.500,- per tangkai, sehingga terdapat selisih harga sebesar Rp. 814,-. Selisih harga ini terdistribusikan

ke aktivitas kegiatan budidaya selama 3 bulan sebesar Rp. 207,09 per tangkai ke petani bunga potong krisan, pedagang pengepul sebesar Rp. 200,- per tangkai, ke Pedagang Besar sebesar Rp. 200,- pertangkai, dan pedagang pengecer sebesar Rp. 200,- per tangkai.

5.5 Analisis Saluran Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan akhir dari penanganan pascapanen yang dilakukan petani produsen terhadap konsumen. Untuk mengetahui saluran pemasaran bunga potong di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu peneliti menggunakan analisis saluran pemasaran. Analisis saluran pemasaran digunakan untuk menganalisis dengan mengamati lembaga-lembaga pemasaran yang membentuk rantai saluran berupa saluran pemasaran. Lembaga pemasaran berperan sebagai perantara dalam penyampaian bunga potong krisan dari produsen sampai kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran yang berbeda akan menyebabkan perbedaan pendapatan yang diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat.

Tipe pemasaran dengan saluran yang panjang akan melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran sehingga tidak efisien karena akan memperbesar *margin* pemasaran. *Margin* pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar konsumen (harga eceran) dengan harga yang diterima oleh petani atau produsen. Keadaan demikian akan menjadi beban bagi konsumen untuk meningkatkan daya belinya dan menyebabkan rendahnya harga pada tingkat petani produsen bunga potong krisan. Hal ini jelas akan menurunkan pendapatan yang diterima oleh petani produsen bunga potong krisan. Sebaliknya, dengan jalur saluran pemasaran yang pendek, dapat meningkatkan penerimaan petani produsen, karena saluran pemasaran yang pendek petani produsen dapat menjual produknya dengan harga lebih tinggi.

Hasil dari saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, akan disajikan pada skema 5 yaitu sebagai berikut:



Skema 5. Saluran Satu Pemasaran Bunga Potong Krisan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga bentuk saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Pada skema 5 menunjukkan saluran pemasaran satu, yaitu petani produsen bunga potong krisan menjual hasil panen bunga potong krisan langsung ke konsumen akhir. Proses pemasaran dilakukan dengan cara mendatangi langsung produsen bunga potong krisan dengan harga jual yang telah ditetapkan oleh petani produsen yaitu sebesar Rp. 1.500,- pertangkai. Hal ini dikarenakan keuntungan yang di dapatkan oleh petani lebih besar jika dibandingkan dengan petani yang memasarkan bunga potong krisan melalui lembaga pemasar bunga potong krisan. Dalam saluran pemasaran satu tidak terdapat margin pemasaran dikarenakan tidak melalui perantara lembaga pemasaran, sehingga harga jual yang ditawarkan oleh petani sama dengan harga yang diterima oleh konsumen akhir bunga potong krisan.



Skema 6. Saluran Dua Pemasaran Bunga Potong Krisan

Pada skema 6 menunjukkan saluran pemasaran dua pada bunga potong krisan yaitu, produsen menjual bunga potong krisan kepada pedagang pengepul, dengan cara pedagang pengepul mendatangi langsung produsen bunga potong krisan dapat langsung mengunjungi produsen di rumah atau langsung mengunjungi lahan bunga potong krisan dan harga yang ditawarkan produsen sebesar Rp. 900,-, selanjutnya pedagang pengepul menjual bunga potong krisan ke pedagang pengecer, dengan cara pedagang pengecer mendatangi kios/rumah pedagang pengepul, atau melalui media sosial/media seluler jika pedagang pengecer berada di luar kota, sehingga pedagang pengepul akan mengirim bunga potong krisan melalui jasa pengiriman barang dengan harga sebesar Rp. 1.100,-. Selanjutnya pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir, konsumen akhir dapat langsung mendatangi kios pedagang pengecer dengan harga yang ditawarkan Rp. 1.500,-. Pembayaran dalam kegiatan transaksi jual beli bunga potong krisan, baik dari produsen ke pedagang pengepul, produsen ke konsumen, pedagang pengepul ke pedagang pengecer, dan pedagang pengecer ke konsumen

akhir dilakukan pembayaran secara tunai/kontan, kecuali jika berada diluar kota dapat melakukan transaksi dengan cara transfer, pada saluran dua pemasaran bunga potong krisan terdapat margin pemasaran yaitu perbedaan harga antara produsen/petani dan konsumen sebesar Rp. 600,- dalam menjual bunga potong krisan.



Skema 7. Saluran Tiga Pemasaran Bunga Potong Krisan

Pada skema 7 menunjukkan saluran tiga pada pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Pada saluran tiga pada pemasaran bunga potong krisan terjadi transaksi antara produsen bunga potong dengan pedagang pengepul dengan harga yang ditawarkan sebesar Rp. 900,-, yang kemudian pedagang pengepul menjual kembali bunga potong krisan kepada pedagang besar dengan harga sebesar Rp. 1.100,-, dan kemudian terjadi transaksi kembali antara pedagang besar dan pedagang pengecer dengan harga yang ditawarkan sebesar Rp. 1.300,-, yang pada akhirnya terjadi transaksi antara pedagang pengecer dan konsumen akhir dengan harga yang ditawarkan sebesar Rp. 1.500,-. Pada saluran tiga pedagang pengecer jarang terjadi kebanyakan pedagang besar langsung menjual bunga potong krisan kepada konsumen akhir, pembayaran dari transaksi pada saluran tiga dilakukan secara tunai/kontan, pada saluran ketiga terdapat margin pemasaran antara petani dan konsumen akhir sebesar Rp. 600,-.

Pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, tidak hanya di daerah sekitar Kota Batu saja. Pemasaran bunga potong krisan dilakukan juga di berbagai kota yaitu, Malang, Surabaya, Kediri, Nganjuk, Aceh, Kalimantan, dan Sabang-Merauke. Pengiriman bunga potong krisan jika disekitar Kota Batu dilakukan dengan cara konsumen mengambil sendiri bunga potong krisan menggunakan sepeda motor/mobil dan jika pengiriman ke luar kota maka pengiriman dilakukan dengan bantuan jasa pengiriman *travel/cargo*. Harga bunga potong krisan dari masing-masing lembaga pemasaran bervariasi sesuai

dengan biaya yang dikeluarkan, dan situasi pasar yang akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran tersebut.

5.6 Strategi Penentuan Harga

Penentuan harga jual bunga potong krisan di Desa Sidomulyo ditentukan oleh petani bunga potong krisan, berdasarkan harga pasar sebesar Rp. 900,-. Petani menentukan harga jual bunga potong krisan selain berdasarkan harga pasar juga berdasarkan dengan kesepakatan bersama, sehingga setiap tahunnya harga jual bunga potong krisan tetap sama, tidak mengalami perubahan. Lembaga pemasar tidak dapat menawar harga yang ditentukan oleh petani, namun lembaga pemasar menaikkan harga jual bunga potong krisan jika menjual kembali bunga potong krisan tersebut, jika dilihat dari perhitungan biaya produksi bunga potong krisan petani sudah mengalami keuntungan, namun petani di Desa Sidomulyo masih kurang merasakan keuntungan, dikarenakan perbedaan harga yang terjadi antara petani dan konsumen akhir cukup tinggi. Biaya tenaga kerja dalam memproduksi bunga potong krisan akan disajikan pada tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Biaya Tenaga Kerja

Kegiatan	Jenis Kelamin (L/P)	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Biaya (Rp/hari)
Olah lahan	L	1	120.000
Pemupukan	L	3	60.000
Penanaman	P	2	50.000
Penyemprotan	L	1	40.000
Penyiraman	L	12	40.000
Pemanenan	L	1	60.000
Total		20	370.000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016.

Keterangan:

- Biaya Tenaga Kerja (L) = $\frac{320.000}{5} = 64.000$ /hari $\rightarrow 64.000 \times 18 = 1.152.000$
- Biaya Tenaga Kerja (P) = $\frac{100.000}{2} = 50.000$ /hari $\rightarrow 50.000 \times 2 = 100.000$
- Biaya Tenaga Kerja (L/P) = $1.152.000 + 100.000 = 1.252.000$

Tabel 12 menunjukkan rincian biaya tenaga kerja dalam memproduksi bunga potong krisan oleh petani di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu,

dengan luas lahan rata-rata 0,092 ha didapatkan biaya tenaga kerja laki-laki sebesar Rp. 1.152.00,- dan tenaga kerja perempuan sebesar Rp. 100.000,- sehingga total biaya tenaga kerja sebesar Rp. 1.252.000,-. Biaya penyusutan alat yang digunakan dalam pembudidayaan bunga potong krisan akan disajikan pada tabel 13 sebagai berikut:

Tabel 13. Biaya Penyusutan

Alat	Harga awal (Rp)	Harga Akhir (Rp)	Jumlah (unit)	Umur Ekonomis
<i>Knapsack Sprayer</i>	1.488.736,-	800.000,-	2	5
Cangkul	28.000,-	10.000,-	10	5
Sabit	18.200,-	8.000,-	10	5
Gembor	40.000,-	15.000,-	5	5

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016.

Rumus Biaya Penyusutan:

$$D = \frac{P - S}{N}$$

Keterangan:

D = Biaya Penyusutan

P = Harga Awal

S = Harga Akhir

N = Jumlah

$$\begin{aligned} \text{- Biaya Penyusutan } \textit{Knapsack Sprayer} &= \frac{1.488.736 - 700.000}{2} = 394.368/\text{tahun} \\ &= \frac{394.368}{4} \\ &= 98.592,-/3\text{bln} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{- Biaya Penyusutan Cangkul} &= \frac{28.000 - 9.000}{10} = 1.900/\text{tahun} \\ &= \frac{1.900}{4} = 475,-/3\text{bln} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{- Biaya Penyusutan Sabit} &= \frac{18.200 - 6.000}{10} = 1.220/\text{tahun} \\ &= \frac{1.220}{4} = 305,-/3\text{bln} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{- Biaya Penyusutan Gembor} &= \frac{40.000 - 13.000}{5} = 5.400/\text{tahun} \\ &= \frac{5.400}{4} = 1.350,-/3\text{bln} \end{aligned}$$

Tabel 13 menunjukkan biaya penyusutan alat yang digunakan petani dalam pembudidayaan bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu. Biaya penyusutan *knapsack sprayer* sebesar 98.592,-, cangkul sebesar Rp. 575,-, sabit sebesar Rp. 305,-, dan gembor sebesar Rp. 1.350,-. Biaya sarana yang diperlukan dalam budidaya bunga potong krisan akan disajikan pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Biaya Sarana Budidaya

Sarana Budidaya	Jumlah	Harga (Rp)	Total Biaya (Rp/3bln)
Bibit	40.000 (tangkai)	175,-	7.000.000,-
Pupuk Kimia	240 (kg)	1.500,-	720.000,-
Pupuk Kandang	200 (kg)	1.000,-	200.000,-
Pestisida	100 (ml)	800,-	80.000,-
Kertas	500 (lembar)	57,4	28.700,-
Sewa Lahan	0,1 ha	1.000.000	1.000.000,-

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016.

Tabel 14 menunjukkan biaya sarana yang diperlukan dalam budidaya bunga potong krisan. Sarana yang dibutuhkan untuk budidaya bunga potong krisan dengan luas lahan 0,092 ha adalah bibit, pupuk kimia, pupuk kandang, pestisida, kertas dan sewa lahan. Biaya tetap (FC) dalam budidaya bunga potong krisan akan disajikan pada tabel 15 sebagai berikut::

Tabel 15. Biaya Tetap (FC) Bunga Potong Krisan

Sarana	Biaya (Rp)
<i>Knapsack Sprayer</i>	98.592,-
Cangkul	475,-
Sabit	305,-
Gembor	1.350,-
Sewa Lahan	1.000.000,-
Total	1.100.722,-

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016.

Tabel 15 menunjukkan biaya tetap (FC) dalam budidaya bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, yaitu *knapsack sprayer* sebesar Rp. 98.592,-, cangkul sebesar Rp. 475,-, sabit sebesar Rp. 305,-, gembor sebesar Rp. 1.350,- dan sewa lahan sebesar Rp. 1.000.000,- dengan total biaya tetap bunga potong krisan adalah Rp. 1.100.722,- untuk luas lahan 0,092 ha. Biaya variabel dalam budidaya bunga potong krisan akan di sajikan pada tabel 16 sebagai berikut:

Tabel 16. Biaya Variabel (VC) Bunga Potong Krisan

Sarana	Biaya (Rp)
Bibit	7.000.000,-
Pupuk Kimia	720.000,-
Pupuk Kandang	200.000,-
Pestisida	80.000,-
Kertas	28.700,-
Tenaga Kerja	1.252.000,-
Total	9.280.700,-

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2016.

Tabel 16 menunjukkan biaya variabel (VC) dalam budidaya bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu, yaitu bibit, pupuk kimia, pupuk kandang, pestisida, kertas dan tenaga kerja dengan total biaya variabel sebesar Rp. 9.280.700,-. Total biaya budidaya dapat diketahui dengan menjumlahkan biaya tetap dan biaya variabel, perhitungan total biaya akan disajikan sebagai berikut:

$$TC = FC + VC = 1.100.722 + 9.280.700 = 10.381.422/\text{total produksi}$$

Total biaya produksi bunga potong krisan dengan luas lahan 0,092 ha sebesar Rp. 10.381.422,- untuk menghasilkan bunga potong krisan sebanyak 15.000 tangkai. Harga pokok produksi bunga potong krisan pertangkai dapat diketahui dengan membagi antara biaya total produksi dengan total produksi bunga potong krisan, perhitungan biaya produksi bunga potong krisan per tangkai akan disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Harga Pokok Produksi} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi}}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{10.381.422}{15.000} \\ &= 692,09/\text{tangkai} \end{aligned}$$

Harga pokok produksi bunga potong krisan per tangkai yang dihasilkan sebesar Rp. 692,09,-. Untuk menghitung harga jual bunga potong krisan dapat juga dilakukam dengan menggunakan metode *cost plus pricing*, metode ini berupa pendekatan perusahaan, untuk dapat menentukan harga jual produk persatuan dimana harga jual ini dapat menutup seluruh biaya yang menghasilkan tingkat pengembalian investasi yang diinginkan sehingga petani dapat lebih mudah dalam

pembukuan keuangan. Hasil perhitungan harga jual bunga potong krisan di Desa Sidomulyo dengan menggunakan *cost plus pricing method* akan disajikan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{HPP} &= \frac{\text{Total Biaya Produksi} + (\text{Laba yg diharapkan} \times \text{Total biaya produksi})}{\text{Total Produksi}} \\ &= \frac{\text{Rp. } 10.381.422 + (30\% \times \text{Rp. } 10.381.422)}{15.000} \\ &= \frac{13.495.848}{15.000} \\ &= \text{Rp. } 899,72,- \end{aligned}$$

Harga jual produk yang ditentukan oleh petani sebesar Rp. 900,- berdasarkan harga ketentuan petani dan harga pasar. Harga jual yang ditentukan oleh metode *Cost Plus Pricing* Rp. 899,72,-, berdasarkan perhitungan biaya total produksi ditambah dengan laba yang diharapkan dikali dengan total biaya produksi dibagi dengan total produksi bunga potong krisan. Perhitungan harga jual bunga potong krisan dengan metode *cost plus pricing* dapat memudahkan petani dalam pembukuan biaya yang dikeluarkan selama budidaya bunga potong krisan, dan dengan metode ini petani dapat melihat apakah terjadi perubahan disetiap biaya yang dikeluarkan selama proses budidaya bunga potong krisan, jika terjadi perubahan biaya petani dapat menaikkan harga jual atau menurunkan harga jual bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Aktivitas utama (primer) dalam kegiatan rantai nilai bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu adalah pengadaan bungapotong krisan yang dilakukan oleh petani (budidaya) dan dalam pemasaran terdapat: pengepul → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen akhir. Masing-masing pelaku dalam rantai nilai bunga potong krisan melakukan aktivitas sesuai dengan perannya.
2. Terdapat tiga saluran pemasaran bunga potong krisan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu yaitu
 - a. Saluran satu pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan Produsen → Konsumen Akhir.
 - b. Saluran dua pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan Produsen → Pedagang Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir.
 - c. Saluran tiga pada pemasaran bunga potong krisan menunjukkan, Produsen → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir.
3. Strategi penentuan harga yang digunakan oleh petani dalam menentukan harga jual bunga potong krisan adalah berdasarkan harga pasar yang ditentukan oleh kesepakatan bersama. Petani juga dapat menentukan harga dengan menggunakan metode *cost plus pricing* untuk memudahkan petani dalam pembukuan biaya produksi bunga potong krisan.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan adalah, sebagai berikut:

1. Petani harus lebih mengoptimalkan aktivitas utama rantai nilai bunga potong krisan dalam pengadaan bunga potong krisan dan dalam pemasaran bunga potong krisan dengan cara memproduksi bunga potong krisan dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi dan mendapatkan hasil yang maksimal.

2. Petani disarankan untuk dapat memasarkan bunga potong krisan sendiri tanpa melalui lembaga pemasaran, sehingga saluran pemasaran bunga potong krisan tidak panjang, dan tidak terjadi perbedaan harga di tingkat petani dan konsumen dengan cara memasarkan bunga potong krisan melalui media internet (*facebook, twitter, instagram* dan jasa penjualan online), selain itu petani juga dapat mempromosikan bunga potong krisan dengan cara mengikuti bazar atau acara-acara yang diadakan pemerintah untuk mengenalkan bunga potong krisan Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu kepada masyarakat luas.
3. Petani harus memiliki perhitungan yang tepat dalam penentuan harga jual bunga potong krisan sehingga dapat bersaing dengan petani bunga potong krisan lainnya, dengan cara mencatat semua biaya yang dikeluarkan selama produksi bunga potong dan petani perlu mengelompokkan biaya tetap serta biaya variabel untuk menghitung total produksi bunga potong krisan.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Andri, Kuntoro Boga. 2013. *Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai Bunga Krisan di Daerah Sentra Pengembangan Jawa Timur*. Vol 10 No. 1 September 2013.
- Badan Pusat Statistik. 2014. *Peningkatan Luas Panen Krisan di Indonesia*. Badan Pusat Statistik.
- Baihaqi, Akhmad., Hamid, Ahmad Humam dan Yulianda, Anton. 2014. *Analisis Rantai Nilai dan Nilai Tambah Kakao Petani di Kecamatan Paya Bakong dan Geurudong Pase Kabupaten Aceh Utara*. Agrisep Vol (15) No. 2, 2014.
- Bhalsing, R. 2009. *Marketing of Chrysanthemum in Maharashtra*. Vol 2 hal 872-873. Februari 2009.
- Budiarto, K., Y. Sulyo, R. Maaswinkel dan S. Wuryaningsih *et al.* 2006. *Budidaya Krisan Bunga potong, Prosedur Sistem Produksi*. Balai Penelitian Tanaman Hias, Segunung.
- Champbell, R. 2008. *Kerangka Kerja Rantai Nilai. Competitiveness at the FRONTIER*. Edisi Juli 2008. Majalah Kerjasama Magister manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia. USAID dan SENADA.
- Daryono, Budi Setiadi & Rahmadani, Wenny Deisshinta. 2009. *Karakter Fenotipe Tanaman Krisan (Dendrathera grandiflorum) Kultivar Big Yellow Hasil Perlakuan Kolkisn*. Jurnal Agrotropika 14(1): 15-18, Januari-Juni 2009
- Direktorat Jendral Hortikultura. 2013. *Pedoman Umum Pengembangan Hortikultura Tahun 2013*, Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian.
- Friska. R. 2010. *Value Chain Analysis (Analisis Rantai Nilai) untuk Keunggulan Kompetitif Melalui Keunggulan Biaya*. Jurnal Ekonomi Vol. 13 No. 1, Januari 2010.

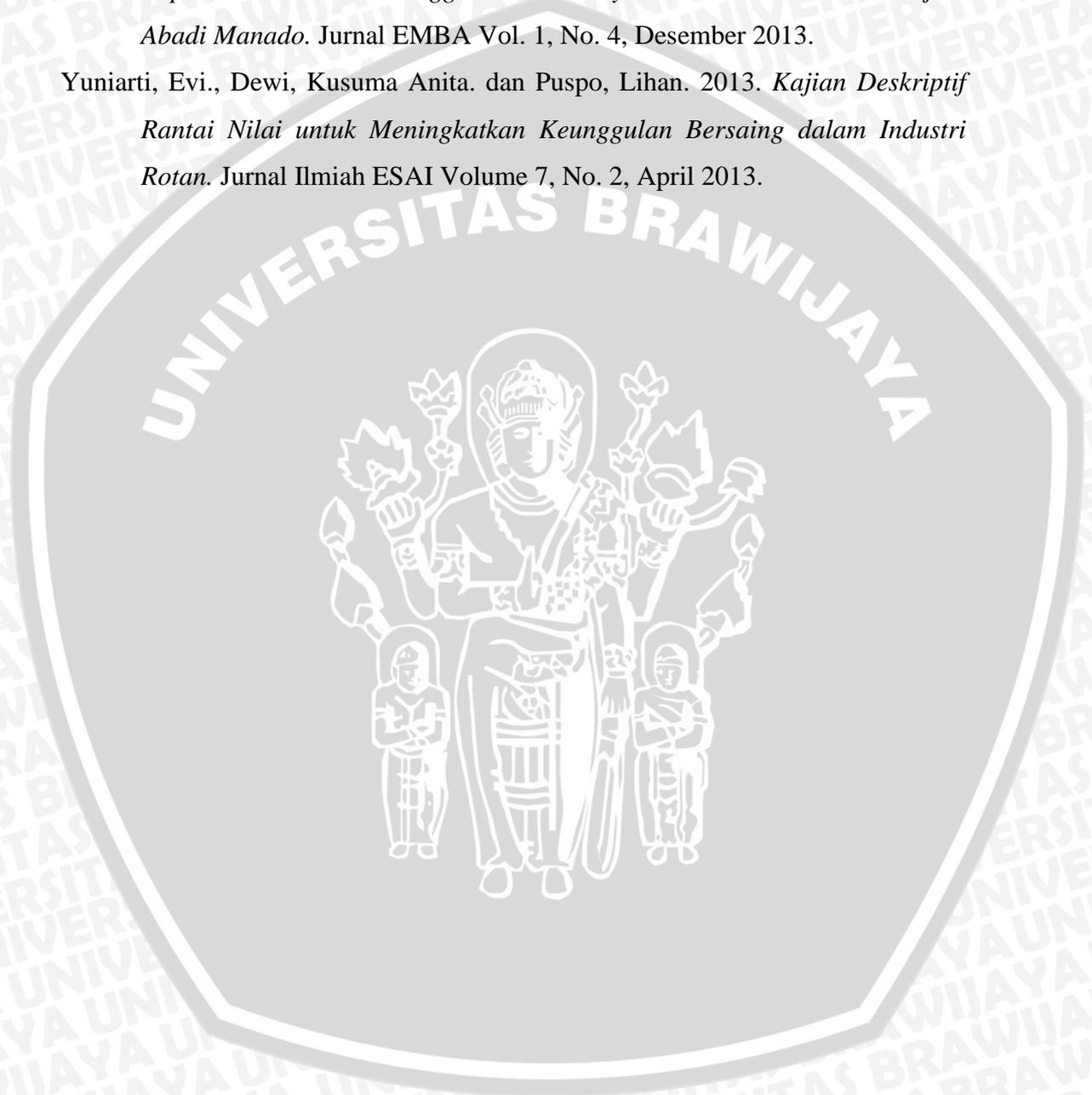
- Gayatri, Winny. 2013. *Penentuan Harg Produk dengan Metode Cost Plus Pricing pada PT. Pertani Cabang Sulawesi Utara*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4 Desember 2013, Hal. 1817-1823.
- Harjono, L. 2011. *Sayur-sayur primadona*. Jakarta. CV. Aneka Solo.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga : Jakarta
- Indraswari, Sagung Dwiyaniti., Suamba, I Ketut. dan Dewi, Ida Ayu Listia. 2015. Saluran Pemasaran Belimbing Organik pada Kelompok Tani Sekar Sari Subak Mambal, Desa Mambal Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol. 4, No. 5, Desember 2015.
- Josephine, R., Mary, Jayasudha D. dan Rashmy M. Sri. 2014. *Cut Flowers Harvesting and Marketing Potensial of Nilgiris*. International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences Vol. 3, No. 11 (2014).
- Kaplinsky, R. & Morris, M. 2000. *A Handbook for Value Chain Research*, IDRC.
- Kasli. 2009. *Upaya Perbanyak Tanaman Krisan (Chrysanthemum sp.,)*. Jerami Volume 2 No. 3, September-Desember 2009.
- Kemertian Pertanian. 2014. *Data Proyeksi Permintaan Bunga Potong Krisan dan Perkembangan Luas Panen Bunnga Potong Krisan di Indonesia*. Kementerian Pertanian, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat: Jakarta
- Nasihin, Yiyin dan Qodriyah, Lily. 2008. *Teknik Perlakuan Periode Hari Panjang dan Pemberian GA₃ Terhadap Produksi Bunga Potong Krisan*. Buletin Teknik Pertanian Vol. 13 No. 2, 2008.
- Nilowardono, Sengguh. 2006. *Faktor Kualitas Jasa Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Baerobat Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soetomo Surabaya*. Jurnal Ekonomi Vol. 6, No. 1, Februari 2006.
- Pangemanan, L. Kapantow, G. dan Watung, M. 2011. *Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong (Studi Kasus Petani Bunga Krisan Putih di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon)*. ASE-Volume 7 Nomor 2, Mei 2011.

- Permana, I Made Riyan., Suamba, I Ketut. dan Wijayanti, Putu Udayani. 2013. *Bauran Pemasaran Bunga Krisan pada Kelompok Usaha Bersama Manik Mekar Nadi di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol. 2, No. 1, Januari 2013.
- Petani Bunga Potong Krisan, 2016. *Informasi mengenai harga, dan pemasaran bunga potong krisan*. Mei 2016.
- Potter, M. E. 1994. *Keunggulan Bersaing*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Purwono, Joko., Sugyaningsih, Sri. dan Fajriah, Nada. 2014. *Analisis Tataniaga Bunga Krisan di Kecamatan Cugenang Kabupaten Cianjur*. Jurnal NeO-Bis Volume 8, No. 2, Desember 2014.
- Rachmawati, Rina. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik Vol. 2, No. 2, Mei 2011.
- Selang, Christian A.D. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketig Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Freshmart Bahu Mall Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3 Juni 2013.
- Styowati. 2008. *Analisis Pemasaran Susu Sapi Perahdi Kabupaten Boyolali*. Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian. Vol. 4 No.2, Desember 2008.
- Sutarno. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri*. E-Journal Agrineca.
- Swastha, Basu DH. 2010. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Tarigan, Rina Juliana., Darmawan, Putra Dwi dan Putra, I Gede Setiawan Adi. 2013. *Manajemen Rantai Nilai Jeruk Madu di Desa Barus Jahe Kecamatan Barus Jahe Kabupaten Karo Sumatera Utara*. E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata Vol. , No. 4, Oktober 2013.
- Udaya, Jusuf., Wennadi, Luky Yunia. dan Lembana, Devi Anggrahini Anni. 2013. *Manajemen Strategik*. Edisi Pertama Cetakan Pertama. Graha Ilmu.
- Waryanto, R. Bambang Dwi. dan Nasrulloh. 2014. *Pengaruh Harga Pokok Produksi terhadap Harga Jual pada Industri Kerupuk*. Majalah Ekonomi ISSN 1411-9501, Vol. XVIII, No. 2, Desember 2014.

Widiastuti, L. Tohari da Sulistyarningsih, E. 2004. *Pengaruh Intensitas Cahaya dan Kadar Dominosida Terhadap Iklim Mikro dan Pertumbuhan Tanaman Krisan Dalam Pot*. Ilmu Pertanian, Vol 11 No 2.

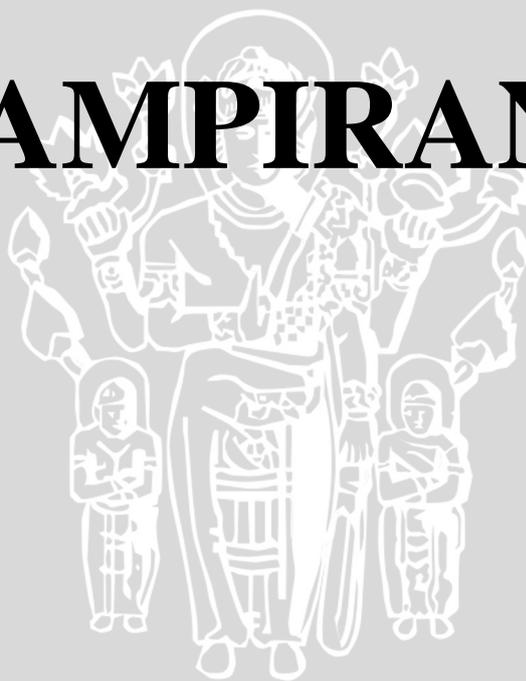
Wowor, Valdy Ronald. 2013. *Bauran Pemasaran Jasa, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Toyota Avanza Veloz PT. Hasjrat Abadi Manado*. Jurnal EMBA Vol. 1, No. 4, Desember 2013.

Yuniarti, Evi., Dewi, Kusuma Anita. dan Puspo, Lihan. 2013. *Kajian Deskriptif Rantai Nilai untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dalam Industri Rotan*. Jurnal Ilmiah ESAI Volume 7, No. 2, April 2013.



UNIVERSITAS BRAWIJAYA

LAMPIRAN

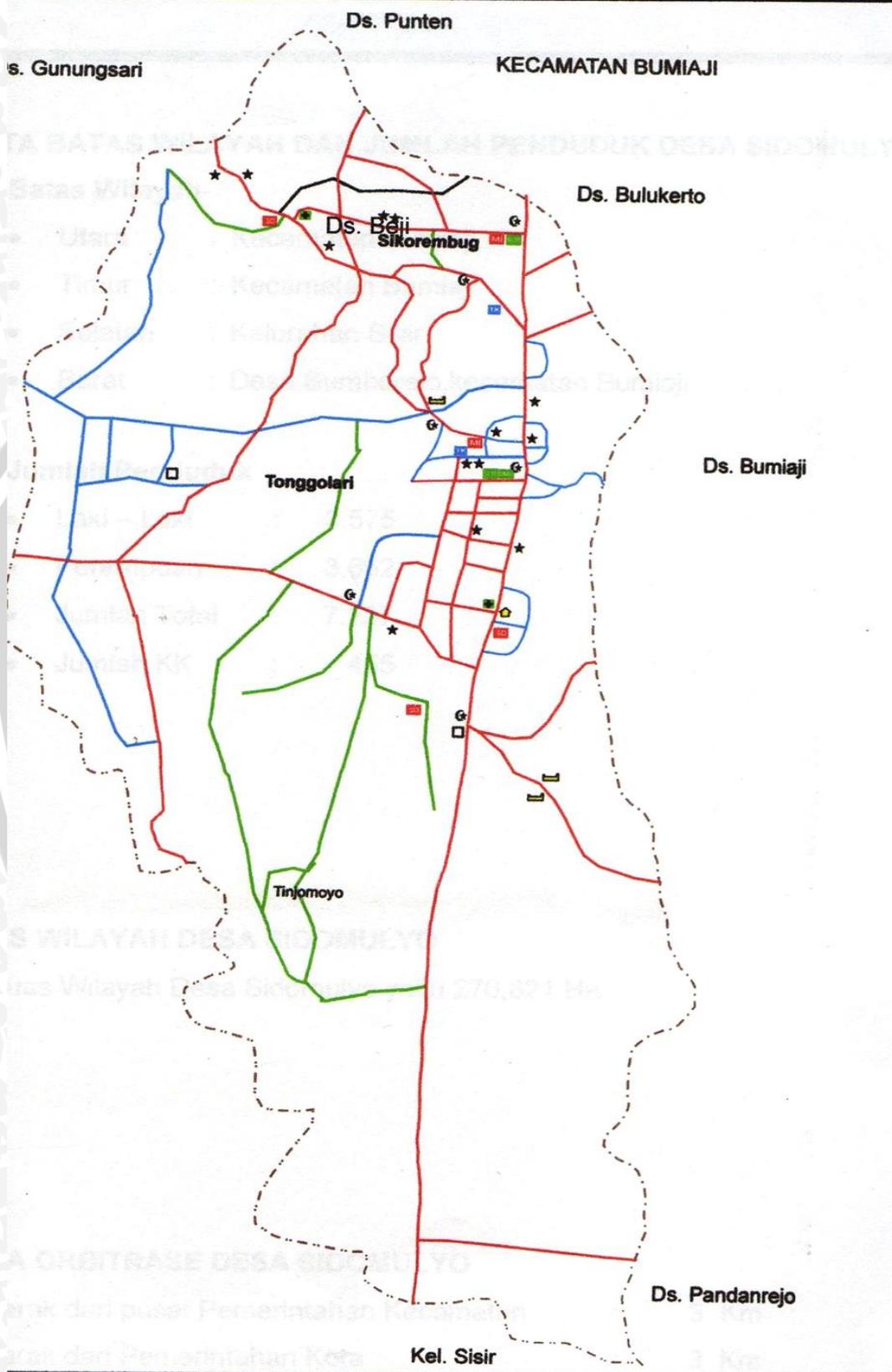


Tabel 4. Perkembangan Luas Panen Bunga Potong Krisan di Indonesia Tahun 2000-2013

Tahun	Jawa (m ²)	Pertumb. (%)	Luar Jawa (m ²)	Pertumb. (%)	Indonesia (m ²)	Pertumb. (%)
2000	1.112.222		47.948		1.160.170	
2001	2.120.252	90,63	530.257	1.005,90	2.650.509	128,46
2002	3.099.936	46,21	151.620	-71,41	23251.556	22,68
2003	1.868.016	-39,74	221.764	46,26	2.089.780	-35,73
2004	1.416.132	-24,19	126.680	-42,88	1.542.812	-26,17
2005	1.900.109	34,18	176.437	39,28	2.076.546	34,59
2006	1.776.567	-6,50	162.472	-7,92	1.939.039	-6,62
2007	3.866.365	117,63	413.025	154,21	4.279.390	120,70
2008	6.053.576	56,57	505.594	22,41	6.559.170	53,27
2009	9.618.155	58,88	124.522	-75,37	9.742.677	48,54
2010	9.920.703	3,15	103.902	-16,56	10.024.605	2,89
2011	8.058.227	-18,77	321.294	209,23	8.379.521	-16,41
2012	9.429.145	17,01	423.467	31,80	9.852.612	17,58
2013	8.682.877	-7,91	397.832	-6,05	9.080.709	-7,83
Rata-rata Pertumbuhan (%)						
2000-2013		25,16		99,15		25,84

Sumber: *Badan Pusat Statistik 2014*

Lampiran 2. Peta Wilayah Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu, Kota Batu



Lampiran 3. Kuesioner Penelitian untuk Petani Bunga Potong Krisan

Daftar Pertanyaan (Kuesioner) Penelitian

“Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran serta Penentuan Harga Jual Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu Kota Batu)”

DAFTAR PERTANYAAN

(Pedoman Wawancara Untuk Petani/Produsen)

**Kuesioner
No.**

I. Identitas Petani Bunga Potong Krisan

1. Nama :
2. Pekerjaan
 - a. Utama :
 - b. Sampingan :
3. Alamat :
4. Usia : tahun
5. Pendidikan formal yang telah ditempuh : tahun

II. Daftar Pertanyaan Rantai Nilai

1. Berapa luas lahan yang Bapak/Ibu gunakan untuk berusahatani bunga potong krisan ? ha dan kepemilikan lahan usahatani bunga potong krisan adalah.....
 - a. Sendiri b. Warisan Orang tua c. Sewa d. Bagi hasil e. Lainnya
2. Darimanakah sumber modal yang Bapak/Ibu gunakan untuk usahatani bunga potong krisan?
 - a. Sendiri b. Warisan Orang tua c. Pinjaman Koperasi d. Bank
 - e. Lainnya
3. Sarana produksi apa saja yang Bapak/Ibu sediakan dalam produksi bunga potong krisan?

.....

.....

.....

.....



4. Apakah Bapak/Ibu melakukan kerjasama dalam penyediaan sarana produksi?

.....

.....

.....

5. Kegiatan apa saja yang Bapak/Ibu lakukan dalam produksi bunga potong krisan, mulai dari pembudidayaan sampai dengan pemanenan?

.....

.....

.....

6. Dalam kegiatan produksi bunga potong krisan, berapa biaya produksi yang Bapak/Ibu keluarkan sampai dengan pemanenan?

.....

.....

.....

7. Berapa keuntungan yang Bapak/Ibu peroleh setiap bulan?.....

8. Berapa lama Bapak/Ibu berusaha tani bunga potong krisan? tahun

III. Daftar Pertanyaan Saluran Pemasaran

1. Apakah Bapak/Ibu melakukan perencanaan dalam pemasaran bunga potong krisan?

- a. Ya
- b. Tidak

2. Jika ya, perencanaan seperti apa yang Bapak/Ibu lakukan?

.....

.....

.....

3. Jika tidak, bagaimana Bapak/Ibu memasarkan bunga potong krisan tersebut?



.....

.....

.....

.....

4. Apakah di Desa Sidomulyo terdapat pedagang seperti, pengepul, Pedagang Besar, dan pedagang pengecer ?

- a. Ya
- b. Tidak

5. Jika ya, pedagang apa yang terdapat di Desa Sidomulyo ?

.....

.....

.....

6. Jika tidak, Bapak/Ibu menjual bunga potong krisan kepada pedagang yang berasal dari mana?

.....

.....

.....

7. Siapa target pemasaran bunga potong krisan Bapak/Ibu ?

- a. Konsumen
- b. Pengepul
- c. Pedagang Besar
- d. Pedagang pengecer
- e. Lainnya

Alasan:.....

.....

.....

IV. Daftar Pertanyaan Untuk Penentuan Harga Jual

- 1. Berapa harga jual yang Bapak/Ibu tawarkan?..... Rp/tangkai
- 2. Berapa volume penjualan yang Bapak/Ibu lakukan dalam 1 bulan terakhir?.....tangikai



3. Dalam penentuan harga jual bunga potong krisan, apakah Bapak/ibu yang menentukan harga jual tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Jika ya, berdasarkan apa ?.....

5. Jika tidak, siapa yang menentukan harga jual bunga potong krisan tersebut?
6. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami fluktuasi harga jual bunga potong krisan?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Jika ya, berapa harga jual bunga potong krisan tertinggi?Rp/tangkai, dan berapa harga jual bunga potong krisan terendah?Rp/tangkai
8. Jika tidak, berapa harga jual bunga potong krisan setiap tahunnya?Rp/tangkai
9. Apakah Bapak/Ibu memiliki perencanaan dalam penjualan bunga potong krisan?
 - a. Ya
 - b. Tidak
10. Jika ya, perencanaan seperti apa yang Bapak/Ibu terapkan dalam penjualan bunga potong krisan?
11. Jika tidak, bagaimana penjualan bunga potong krisan setiap bulan yang Bapak/Ibu terapkan/lakukan ?

TERIMA KASIH



Lampiran 4. Kuesioner Penelitian untuk Saluran Pemasaran Bunga Potong Krisan

Daftar Pertanyaan (Kuesioner) Penelitian

“Analisis Rantai Nilai dan Saluran Pemasaran serta Penentuan Harga Jual Bunga Potong Krisan (Studi Kasus: Desa Sidomulyo, Kecamatan Batu Kota Batu)”

DAFTAR PERTANYAAN**(Pedoman Wawancara Untuk Lembaga Pemasaran)**

Kuesioner No.

V. Identitas Lembaga Pemasaran Bunga Potong Krisan

6. Nama :
7. Pekerjaan
 - c. Utama :
 - d. Sampingan :
8. Alamat :
9. Usia : tahun
10. Pendidikan formal yang telah ditempuh : tahun

VI. Daftar Pertanyaan Saluran Pemasaran

1. Apakah Bapak/Ibu mengumpulkan dan membeli bunga potong krisan dari para petani ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Jika ya, Bapak/Ibu mengumpulkan dan membeli bunga potong krisan kepada siapa (nama petani)?
3. Jika tidak, Bapak/Ibu mengumpulkan dan membeli bunga potong krisan kepada siapa?
4. Bapak/Ibu bertindak sebagai pedagang tingkat apa?
 - a. Pengepul
 - b. Pedagang Besar
 - c. Pedagang Pengecer
 - d. Konsumen
 - e. Lainnya

5. Cakupan wilayah pembelian bunga potong krisan yang Bapak/Ibu lakukan dimana saja ?

.....
.....
.....

6. Apakah Bapak/Ibu menjual kembali bunga potong krisann tersebut?

- a. Ya
- b. Tidak

7. Jika ya, kepada siapa Bapak/Ibu menjual kembali bunga potong krisan tersebut?

8. Jika tidak, lalu diapakan bunga potong krisan tersebut?

.....
.....
.....
.....

9. Cakupan wilayah penjualan bunga potong krisan yang Bapak/Ibu lakukan dimana saja ?

.....
.....
.....

10. Berapa lama Bapak/Ibu bekerja sebagai pedagang?.....tahun

11. Bagaimana cara Bapak/Ibu membeli bunga potong krisan?

.....
.....
.....
.....

12. Apakah bapak/Ibu ikut serta dalam proses pemanenan bunga potong krisan?

13. Apakah Bapak/Ibu melakukan penyeleksian bunga potong krisan setelah mengumpulkan/membeli?

- a. Ya
- b. Tidak

14. Jika ya, penyeleksian yang Bapak/Ibu lakukan berdasarkan apa?



.....
.....
.....
.....

15. Jika tidak, bagaimana Bapak/Ibu membedakan kualitas bunga potong krisan tersebut?

.....
.....
.....
.....

16. Apakah Bapak/Ibu menyimpan bunga potong krisan yang telah dikumpulkan/dibeli?

- a. Ya
- b. Tidak

17. Jika ya, dimana Bapak/Ibu menyimpan bunga potong krisan tersebut?

.....
.....
.....
.....

18. Jika tidak, bagaimana proses selanjutnya setelah pengumpulan/pembelian bunga potong krisan?

.....
.....
.....
.....

19. Berapa volume pembelian yang Bapak/Ibu lakukan dalam 1 bulan terakhir?
.....tangkai

20. Apakah Bapak/Ibu memiliki angkutan sendiri?

- a. Ya
- b. Tidak

21. Jika ya, jenis angkutan seperti apa yang Bapak/Ibu miliki?

.....
.....



.....

 22. Jika tidak, bagaimana Bapak/Ibu mengangkut bunga potong krisan yang telah dikumpulkan/dibeli?

VII. Daftar Pertanyaan Penentuan Harga Jual Bunga Potong Krisan

1. Berapa harga beli bunga potong krisan yang Bapak/Ibu bayarkan?
Rp/tangkai

2. Berapa harga jual kembali yang Bapak/Ibu tawarkan?Rp/tangkai

3. Apakah Bapak/Ibu pernah mengalami fluktuasi harga jual bunga potong krisan?

b. Ya b. Tidak

4. Jika ya, berapa harga jual bunga potong krisan tertinggi?
Rp/tangkai, dan berapa harga jual bunga potong krisan terendah?
Rp/tangkai

5. Jika tidak, berapa harga jual bunga potong krisan setiap tahunnya?
Rp/tangkai

6. Dalam penentuan harga jual bunga potong krisan, apakah Bapak/ibu yang menentukan harga jual tersebut?

b. Ya b. Tidak

7. Jika ya, berdasarkan apa ?.....

8. Jika tidak, siapa yang menentukan harga jual bunga potong krisan tersebut?



9. Apakah Bapak/Ibu memiliki perencanaan dalam penjualan bunga potong krisan?

- b. Ya
- b. Tidak

10. Jika ya, perencanaan seperti apa yang Bapak/Ibu terapkan dalam penjualan bunga potong krisan?

.....

.....

.....

11. Jika tidak, bagaimana penjualan bunga potong krisan setiap bulan yang Bapak/Ibu terapkan/lakukan ?

.....

.....

.....

12. Darimanakah sumber modal yang Bapak/Ibu gunakan untuk berdagang?

- b. Sendiri
- b. Warisan Orang tua
- c. Pinjaman Koperasi
- d. Bank
- e. Lainnya

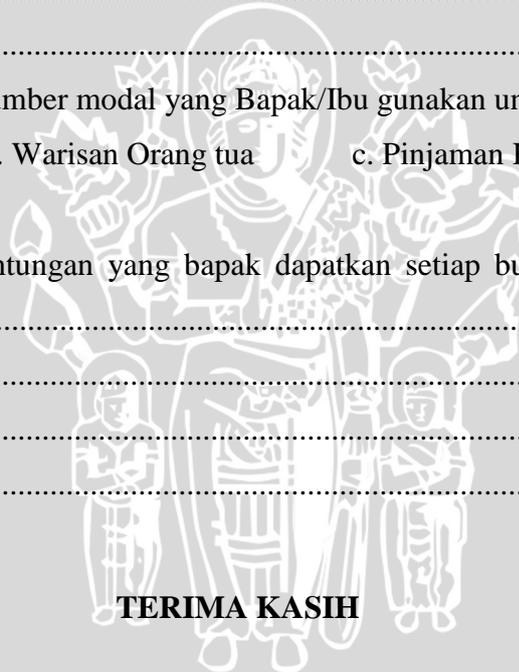
13. Berapakah keuntungan yang bapak dapatkan setiap bulan/dalam 1 bulan terakhir?

.....

.....

.....

TERIMA KASIH



Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Lahan bunga potong krisan



Gambar 2. Proses wawancara
Lembaga pemasaran



Gambaran 3. Foto Bersama Petani



Gambar 4. Proses Pengemasan
Bunga Potong Krisan



Gambar 5. Bunga Potong Krisan yang telah dipak



Gambar 6. Perawatan Bunga Potong Krisan



Gambar 7. Pemberian Pupuk



Gambar 8. Lahan Bunga Potong Krisan yang baru tanam