

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertanian merupakan salah satu sektor penting bagi perekonomian Indonesia. Subsektor pertanian yang memberikan kontribusi terbesar Pendapatan Domestik Bruto (PDB) adalah subsektor hortikultura yang terdiri dari komoditi buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Keanekaragaman tanaman hortikultura yang dimiliki oleh Indonesia sebagai negara tropis mampu membuka peluang besar pengembangan agribisnis oleh masyarakat. (Anugrah,S.I, 2003)

Tanaman hias merupakan salah satu dari kekayaan sumber daya alam yang penting untuk dikaji. Tanaman hias mempunyai pengaruh yang langsung pada manusia secara ekologi, digunakan untuk mengatur erosi dan dingin, untuk memberikan perangkat tempat rekreasi dan olahraga serta untuk memuaskan keinginan manusia pada benda-benda yang indah. Selain fungsi tersebut, tanaman hias memiliki prospek bisnis yang sangat berpotensi di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas lapangan pekerjaan (Hutarabat, 2008).

Tanaman hias mempunyai manfaat sebagai sumber pendapatan petani tanamanhias maupun pedagang tanaman hias, serta memperluas lapangan kerja. Manfaatlain dari tanaman hias, yaitu menciptakan kesegaran (kenyamanan), kesejukan dan keindahan maupun kesehatan lingkungan. Tanaman hias mempunyai nilai keindahan tajuk, juga bentuk warna bunga dan kerangka tanaman. Selanjutnya, tanaman sebagai sumber oksigen yang diperlukan untuk kehidupan. Selain itu

penataan tanaman dan jenis pada tanaman yang tepat akan menghantarkan estetikanya. Jadi, tanaman hias itu sendiri mempunyai banyak manfaat bagi kehidupan manusia (Aritonang, 2009)

Bermula dari sebuah hobi mungkin akan melahirkan sebuah inisiatif untuk memanfaatkan tanaman hias sebagai peluang bisnis, peluang bisnis ini dimanfaatkan oleh mereka yang memahami situasi pasar dan selera pasar terhadap tanaman hias. Keuntungan yang tidak sedikit dalam berbisnis tanaman hias tentunya merupakan alasan utama mengapa seseorang memilih menjadikan tanaman hias sebagai sebuah usaha yang menjanjikan, kemudian berikutnya adalah perawatan tanaman hias yang tidak sulit juga menjadi pertimbangan tersendiri seseorang menjalankan bisnis tanaman hias, keuntungan bisnis rumahan budidaya tanaman hias yang dibudidayakan bisa mencapai puluhan juta rupiah setiap bulannya. Tak hanya itu, salah satu keunggulan bisnis budidaya tanaman hias adalah tidak terlalu repot (Nafisa, 2015)

Jenis-jenis tanaman hias yang bermacam-macam juga dapat mempengaruhi harga jual tanaman hias di pasaran. Semakin indah bentuknya, semakin memiliki keunikan, dan semakin langka jenisnya juga dapat membuat harga jual tanaman hias mencapai angka rupiah yang tidak wajar. Harga tanaman hias yang begitu tidak wajar menimbulkan banyak pertanyaan, siapakah peminat tanaman hias dengan harga yang sedemikian mahal? Serta apakah alasan mereka rela mengeluarkan budget yang tinggi untuk sebuah tanaman hias? Mungkin banyak hal yang mendasari mengapa seseorang rela mengeluarkan dana yang besar untuk mendapatkan tanaman hias. Alasan hobi (kesenangan) merupakan sebuah alasan utama seseorang berani mengeluarkan

banyak dana untuk membeli tanaman hias, dapat dikatakan ada sebuah kepuasan tersendiri jika sudah dapat memiliki jenis tanaman hias dengan harga tinggi, Bagi orang yang hobi mengoleksi tanaman hias, mereka rela mengeluarkan uang lebih untuk membeli tanaman hias yang unik dan langka. Bagi mereka yang sibuk, tanaman hias juga kerap kali menjadi salah satu penghibur dan penghilang rasa stress (Borneo, 2014)

Tanaman hias tidak hanya digunakan pada saat acara-acara besar atau resmi saja tetapi tanaman hias juga dapat dinikmati untuk mempercantik rumah. Tanaman hias merupakan tanaman yang memiliki nilai estetika tersendiri, adanya tanaman hias disalah satu sudut ruangan maupun di halaman rumah dapat menambah nilai keindahan pada rumah tersebut. Tanaman hias merupakan faktor penting dalam menciptakan keindahan lingkungan rumah tinggal, mulai dari batas paling depan sampai taman disekitar rumah diujung belakang (Dwi H, 2015). Secara umum tanaman hias dimaknai sebagai jenis tanaman yang dengan sengaja dipelihara dan dikembangkan untuk keperluan keindahan.

Berikut data produksi tanaman hias Indonesia tahun 2014-2018 menurut jenis tanamannya secara lengkap dapat di lihat di tabel 1 sebagai berikut

Table 1. Produksi Tanaman Hias Di Indonesia Tahun 2014-2018

NO	Jenis Tanaman Hias	Tahun/Year(Pohon)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Anggrek	19.739.627	21.513.280	19.978.078	20.047.855	24.717.840
2	Anthurium	2.805.548	2.837.074	1.760.610	2.631.003	5.390.417
3	Anyelir	2.934.039	2.185.392	1.814.485	1.673.556	1.732.585
4	Gerbera	7.454.459	7.118.774	5.412.790	14.753.526	26.608.911
5	Gladiol	1.84.719	2.552.060	1.008.758	1.415.184	2.341.720
6	Heliconia	1.122.419	1.272.012	1.088.191	1.399.736	1.583.467
7	Krisan	427.248.059	442.698.194	433.100.145	480.686.763	488.176.610
8	Mawar	173.077.811	188.302.152	181.884.630	184.465.907	202.065.050
9	Sedap Malam	104.625.690	116.687.423	117.094.086	112.292.299	116.909.674
10	Dracaena	3.531.048	4.712.824	4.691.549	2.491.192	7.081.323
11	Melati ¹⁾	36.161.072	31.582.698	31.183.991	24.514.836	32.578.506
12	Palem ²⁾	2.427.287	2.093.805	982.631	947.878	745.544
Jumlah		783.011.778	823.555.688	799.999.944	847.319.735	909.931.647

(Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2019)

Pada Tabel 1, tercatat bahwa jumlah produksi dari setiap tahun tanaman hias cenderung bergelombang. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah produksi tertinggi terjadi pada tahun 2018 sebanyak 909.931.647 pohon. Jumlah produksi tanaman hias yang terendah pada tahun 2014 sebanyak 783.011.778 pohon.

Berikut data luas panen tanaman hias Indonesia tahun 2014-2018 menurut jenis tanamannya secara lengkap dapat di lihat di tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Luas Panen Tanaman Hias di Indonesia Tahun 2014-2018

NO	Jenis Tanaman Hias	Tahun/Year (Pohon)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Anggrek	1.473.760	1.134.221	1.387.241	1.721.941	1.713.491
2	Anthurium	203.829	173.662	131.628	261.811	288.485
3	Anyelir	117.453	95.945	73.263	74.779	82.487
4	Gerbera	352.756	198.846	183.677	427.402	665.287
5	Gladiol	161.977	157.239	87.066	83.692	123.473
6	Heliconia	219.220	225.664	236.346	247.150	221.441
7	Krisan	9.647.827	10.871.199	10.914.154	11.635.498	11.099.276
8	Mawar	3.414.005	3.543.676	3.457.518	3.723.288	4.003.007
9	Sedap Malam	2.495.256	2.547.140	3.400.042	3.090.745	3.033.426
10	Dracaena	143.582	129.278	95.398	107.320	260.054
11	Melati	15.693.611	16.180.121	15.196.235	12.836.607	8.086.285
12	Palem ¹⁾	922.985	904.458	655.857	403.395	379.907
	Jumlah	34.846.261	36.161.449	35.818.425	34.613.628	29.956.619

(Sumber : Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2019)

Pada Tabel 2, tercatat bahwa luas panen dari setiap tahun tanaman hias cenderung menurun. Hal ini ditunjukkan dengan luas panen tertinggi terjadi pada tahun 2015 sebanyak 36.161.449 pohon. Kemudian luas panen terus menurun, dan yang terendah pada tahun 2018 sebanyak 29.956.619 pohon.

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik dan Kementrian Pertanian luas panen tanaman hias di Provinsi Riau. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Luas Panen Tanaman Hias di Provinsi Riau Tahun 2014-2018

NO	Jenis Tanaman Hias	Tahun/Year(Pohon)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Dracaena	143.582	129.278	101.598	166.725	140.334
2	Sri rejeki	159.475	140.367	408.302	153.597	413.119
3	Kamboja	179.213	262.264	452.563	251.767	715.385
4	Euphorbia	153.893	119.956	13.820	13.528	-
5	Philodenron	483.195	536.854	150.709	-	250.172
6	Pakis	959.239	1.130.552	40.629	-	-
7	Monstera	21.132	14.622	-	-	-
8	Soka	150.954	106.284	84.198	34.700	200.826
9	Hanjuang	36.043	52.844	-	-	-
10	Balancing	17.932	26.061	-	-	341
11	Pedang-pedangan	195.043	176.752	141.890	115.964	12.234
12	Anthurium	118.008	86.615	128.611	14.287	3.971.554
13	Keladi hias	44.137	32.903	55.311	-	-
14	Melati	118.008	16.195.121	631.998	277.533	3.285.431
15	Palem	922.985	904.458	1.110.287	4.254.539	3.048.776
Jumlah		5.716.839	2.589.258	2.209.629	1.028.101	207.307

Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2019

Pada Tabel 3, tercatat bahwa luas panen dari setiap tahun tanaman hias cenderung menurun. Hal ini ditunjukkan dengan luas panen tertinggi terjadi pada tahun 2014 sebanyak 5.716.839pohon. Kemudian luas panen terus menurun, dan yang terendah pada tahun 2018 sebanyak 207.307 pohon.

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pertanian luas tanaman hias di Kabupaten Rokan Hulu. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Luas Panen Tanaman Hias di Kabupaten Rokan Hulu Tahun 2014-2018

NO	Nama Tanaman Hias	Luas Tanaman Hias (M ²)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Anggrek	796	400	88	173	37
2	Anthurium	287	154	48	11	7
3	Gladiol	37,87	12	1	0	0
4	Krisan	48	8	3	0	9
5	Mawar	288	287,97	238	90	98,8
6	Sedap Malam	377	382	391	382	390
7	Dracaena	609	439,09	560	254	208,7
8	Melati	465,88	199,96	75	42	21
9	Palem	260	187	104	22	32
10	Euporbia	320	9,76	14,8	0	0
11	Pakis	387	311	132,5	97,5	113
12	Mostera	40	7,6	33	0	0
13	Soka (Ixora)	20	1,5	9	5	5
14	Cordyline	87,6	3	2	0	0
15	Diffenbahia	38,9	8	4,8	3	6
16	Pedang-Pedangan	17,75	18	44	42	13,8

Badan Pusat Statistik dan Direktorat Jendral Hortikultura, 2019.

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa luas panen tanaman hias di Kabupaten Rokan Hulu menurut jenis tanaman hias yaitu produksi tanaman hias tertinggi pada tahun 2014 terdapat di jenis tanaman hias anggrek sebanyak 796

tangkai dan mengalami perubahan pada tahun 2018 luas panen tertinggi terdapat pada jenis tanaman sedap malam yaitu sebesar 390 tangkai.

Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pertanian luas tanaman hias di Kecamatan Rambah. Secara lengkap dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Luas Panen Tanaman Hias di Kecamatan Rambah Tahun 2014-2018

NO	Nama Tanaman Hias	Luas Tanaman Hias (M ²)				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Anggrek	425	256,25	82,5	65	33,75
2	Anthurium	155	95	32,5	0	0
3	Gladiol	20,75	8	1	0	0
4	Krisan	27	6	0	0	0
5	Mawar	125	106,25	90	76,25	51,25
6	Sedap Malam	250	225	275	350	281,25
7	Dracaena	400	312,5	235	222,5	138,75
8	Melati	222,75	144,5	12	12	6
9	Palem	150	120	30	30	17,5
10	Euporbia	11,25	6,25	3,75	0	0
11	Pakis	165	150	132,5	97,5	65
12	Mostera	7,25	1,5	0	0	0
13	Soka (Ixora)	7,5	1,5	0	0	0
14	Cordyline	14,5	2,75	0	0	0
15	Diffenbahia	14,5	5,5	2,25	0	0
16	Pedang-Pedangan	17,75	13	13	13	6,5

(Sumber : Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pertanian Rokan Hulu, 2019)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa luas panen tanaman hias di Kecamatan Rambah menurut jenis tanaman hias yaitu produksi tanaman hias tertinggi pada tahun 2014 terdapat di jenis tanaman hias anggrek sebanyak 425 tangkai dan mengalami perubahan pada tahun 2018 luas panen tertinggi terdapat pada jenis tanaman sedap malam yaitu sebesar 281.25 tangkai.

Kabupaten Rokan Hulumempunyai banyak tempat wisata, salah satunya Kota Pasir Pangaraian disebut juga sebagai Kota Wisata. Hal ini merupakan peluang bagi pedagang tanaman hias untuk menjual tanaman hias kepada para wisatawan domestik Kota Pasir Pangaraian, selain sebagai Kota Wisata juga merupakan sentra produksi tanaman hias, karena didukung dengan iklim dan topografi yang cocok untuk membudidayakan tanaman hias. Hal ini juga salah satu faktor pendukung dalam usaha penjualan tanaman hias yang dilakukan para pedagang tanaman hias.

Toko Anugrah Bunga *Nursery* merupakan salah satu usaha mikro yang telah berdiri cukup lama dan sudah di kenal Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian hal ini karena keindahan bunga yang di jual membuat masyarakat tertarik untuk membelinya . Bapak Taupik adalah pemilik usaha tanaman hias yang sudah berdiri kurang lebih 5 tahun dengan memiliki dua orang karyawan yang terletak di jalan Diponegoro Pasar Tugu Lama Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan dan Pemasaran Tanaman Hias Di Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu (Studi Kasus Pada Toko Anugrah Bunga *Nursery*)”.

1.2 Rumusan Masalah

Peranan sektor pertanian di Indonesia sangat penting dalam memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani. Peranan sektor pertanian adalah sebagai sumber penghasil bahan kebutuhan

pokok, sandang dan papan, menyediakan lapangan kerja. Memberikan sumbangan terhadap pendapatan nasional yang tinggi, dan memberikan devisa bagi negara. Pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan petani tergantung pada tingkat pendapatan petani dan keuntungan yang di dapat dari sektor pertanian itu sendiri. Sektor pertanian merupakan andalan untuk meningkatkan kesejahteraan sebagian masyarakat Indonesia karena sebagian besar masyarakat Indonesia tinggal di pedesaan dan bekerja di sektor pertanian. Sektor pertanian juga dapat menjadi basis dalam mengembangkan kegiatan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri (Soeharjo, 2010).

Tanaman hias merupakan salah satu dari kekayaan sumber daya alam yang penting untuk dikaji. Tanaman hias mempunyai pengaruh yang langsung pada manusia secara ekologi, digunakan untuk mengatur erosi dan dingin, untuk memberikan perangkat tempat rekreasi dan olahraga serta untuk memuaskan keinginan manusia pada benda-benda yang indah. Selain fungsi tersebut, tanaman hias memiliki prospek bisnis yang sangat berpotensi di Indonesia untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas lapangan pekerjaan (Hutabarat, 2008).

Tanaman hias mempunyai manfaat sebagai sumber pendapatan petani tanaman hias maupun pedagang tanaman hias, serta memperluas lapangan kerja. Manfaat lain dari tanaman hias, yaitu menciptakan kesegaran (kenyamanan), kesejukan dan keindahan maupun kesehatan lingkungan. Tanaman hias mempunyai nilai keindahan tajuk, juga bentuk warna bunga dan kerangka tanaman. Selanjutnya, tanaman sebagai sumber oksigen yang diperlukan untuk kehidupan. Selain itu penataan tanaman dan jenis pada tanaman yang tepat akan menghantarkan

estetikanya. Jadi, tanaman hias itu sendiri mempunyai banyak manfaat bagi kehidupan manusia (Aritonang, 2009).

Kabupaten Rokan Hulu mempunyai banyak tempat wisata, salah satunya Kota Pasir Pangaraian disebut juga sebagai Kota Wisata. Hal ini merupakan peluang bagi pedagang tanaman hias untuk menjual tanaman hias kepada para wisatawan domestik Kota Pasir Pangaraian, selain sebagai Kota Wisata juga merupakan sentra produksi tanaman hias, karena didukung dengan iklim dan topografi yang cocok untuk membudidayakan tanaman hias. Hal ini juga salah satu faktor pendukung dalam usaha penjualan tanaman hias yang dilakukan para pedagang tanaman hias.

Toko Anugrah Bunga *Nursery* merupakan salah satu usaha mikro yang telah berdiri cukup lama dan sudah dikenal di Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian hal ini karena keindahan bunga yang di jual membuat masyarakat tertarik untuk membelinya . Bapak Taupik adalah pemilik usaha tanaman hias yang sudah berdiri kurang lebih 5 tahun dengan memiliki dua orang karyawan yang terletak di Jalan Diponegoro Pasar Tugu Lama Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi masalah penulisan ini yaitu :

1. Berapa Besarnya Pendapatan Usaha Penjualan Tanaman Hias Pada Toko Anugrah Bunga *Nursery* Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu ?
2. Bagaimana Saluran Pemasaran Tanaman Hias Dari Produsen Hingga Sampai Ke Konsumen Pada Toko Anugrah Bunga *Nursery* Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini di lakukan di toko Anugrah Bunga *Nursery* kota Pasir Pangaraian kecamatan Rambah kabupaten Rokan Hulu.
2. Hal-hal yang di teliti dalam penelitian ini adalah pendapatan dan saluran pemasaran tanaman hias di toko Anugrah Bunga *Nursery* kota Pasir Pangaraian kecamatan Rambah kabupaten Rokan Hulu.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penulisan ini yaitu :

1. Mengetahui pendapatan Pemasaran Usaha Tanaman Hias Pada Toko Anugrah Bunga *Nursery* Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.
2. Mengetahui Saluran Pemasaran Tanaman Hias Pada Toko Anugrah Bunga *Nursery* Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi pemilik usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik dimasa yang akan datang, terutama dalam pendapatan dan pemasaran sehingga usaha ini semakin berkembang untuk kedepanya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan peneliti tentang permasalahan yang di kaji serta merupakan salah

satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Pasir Pengaraian.

3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai analisis pendapatan dan pemasaran tanaman hias telah dilaksanakan oleh para peneliti terdahulu. Peneliti terdahulu sangat membantu dalam mencermati masalah dan penyelesaiannya. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, 2015) dengan judul, “Analisis Pemasaran Krisan (*Chrysanthemum indicum* l) Studi Kasus Kelompok Tani Srejeki Desa Jetis Kecamatan Bandung Kabupaten Semarang”.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pola saluran pemasaran krisan, (2) menganalisis besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran dan *farmer's share* (3) menganalisis efisiensi pemasaran tiap saluran pemasaran krisan di Kelompok Tani Sri Rejeki Desa Jetis Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Metode pengambilan sampel petani secara sensus, sedangkan pengambilan sampel lembaga pemasaran secara *snowball sampling*. Metode pengumpulan data dengan wawancara, pencatatan, dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan ada 6 tipe saluran pemasaran krisan di Kelompok Tani Sri rejeki Desa Jetis Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang, yaitu saluran I: Produsen-Konsumen, saluran II: Produsen-Pedagang Pengecer-Konsumen, saluran III: Produsen-Pedagang Luar Kota, saluran IV: Produsen-

Pedagang Pengumpul Desa-Pedagang pengumpul kecamatan-Pedagang luar kota, saluran V: Produsen-Pedagang pengumpul desa-Pedagang pengecer-Konsumen, dan saluran VI: Produsen-Pedagang pengumpul desa-Konsumen. Total biaya pemasaran tertinggi pada saluran V Rp 2.054,61/ikat, diikuti saluran IV Rp 1.392,81/ikat, saluran I Rp 1.149,07/ikat, saluran VI Rp 547,95/ikat, terakhir saluran I, dan saluran III Rp 0.00/ikat. Total keuntungan pemasaran tertinggi pada saluran V Rp 4.902,01/ikat, saluran IV Rp 4.708,63/ikat, saluran II Rp 1.829,23/ikat, saluran VI Rp 797,30/ikat, terakhir saluran I dan III Rp 0,00/ikat. Total margin pemasaran terbesar pada saluran V, sedangkan total margin terkecil adalah saluran I dan III. *Farmer's share* tertinggi pada saluran I dan III, sedangkan terendah pada saluran V. Ditinjau dari segi ekonomi berdasarkan nilai *farmer's share* dan nilai efisiensi pemasaran, ke-6 saluran pemasaran dapat dikatakan efisien. Saluran I dan III merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari, 2009) dengan judul, "Pendapatan Usahatani Dan Pengembangan Usaha Tanaman Hias Daun Potong Di Bogor, Jawa Barat (Kasus Pada Pt Pesona Daun Mas Asri Dan Kelompok Tani Al-Busyro Florist)".

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Membandingkan struktur biaya dan pendapatan usahatani tanaman hias daun potong pada perusahaan komersial dan petani/kelompok tani, (2) Membandingkan kondisi lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tanaman hias daun potong pada perusahaan komersial dan kelompok tani, dan (3) Merumuskan strategi pengembangan usaha tanaman hias daun potong masing-masing pada perusahaan

komersial dan kelompok tani. Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi (pengamatan) secara langsung dan wawancara berdasarkan panduan kuesioner dengan pihak manajemen perusahaan dan kelompok tani. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari buku, penelitian terdahulu, Badan Pusat Statistik, Asosiasi Bunga Indonesia, Direktorat Jenderal Hortikultura dan situs internet.

Berdasarkan hasil analisis pendapatan usahatani maka pendapatan usahatani tanaman hias daun potong menunjukkan bahwa lebih efisien pengelolaan oleh manajemen perusahaan dibandingkan dengan pengelolaan pengelolaan manajemen kelompok tani. Namun usahatani tanaman hias daun di kedua lokasi sama-sama menguntungkan karena nilai imbalan penerimaan atas biaya (R/C ratio) diatas 1. Hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal terdapat beberapa perbedaan yang mempengaruhi usaha tanaman hias daun potong antara perusahaan komersial dan kelompok tani. Perusahaan memiliki kekuatan yang paling mempengaruhi yaitu kualitas produk yang dihasilkan baik dan kelemahan yaitu menetapkan harga yang lebih tinggi dari petani. Peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan adalah kekuatan tawar menawar terhadap pembeli kuat dan ancaman yang harus diatasi adalah potensi masuknya pendatang baru. Pada Kelompok Tani Al-Busyro Florist, kekuatan yang paling mempengaruhi yaitu memiliki pelanggan tetap dan kelemahan yaitu menggunakan metode tradisional dalam proses produksi. Peluang yang dapat dimanfaatkan kelompok tani adalah adanya dukungan dari instansi pemerintah dan ancaman yang harus diatasi adalah harga pupuk kimia mahal. Berdasarkan analisis *Quantitative*

Strategic Planning Matrix (QSPM) maka prioritas strategi untuk PT Pesona Daun Mas Asri adalah mempertahankan kualitas dan variasi produk daun potong, sedangkan prioritas strategi untuk Kelompok Tani Al-Busyro Florist adalah mencari alternatif perolehan sumber modal untuk pengembangan usaha.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Wati, 2016) dengan judul “Analisis Pendapatan Pedagang Tanaman Hias Pada Daerah Sentra dan Non Sentra di Kecamatan Tawangmangu”.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pendapatan pedagang tanaman hias yang tinggal di daerah sentra (Nglurah) dan non sentra (Kalisoro dan Ngedoksari). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Tawangmangu dengan menggunakan metode deskriptif. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penentuan responden dilakukan dengan *accidental sampling* kepada 30 pedagang tanaman hias daerah sentra dan 30 pedagang tanaman hias daerah non sentra. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari melalui wawancara dengan kuisisioner dan observasi terhadap pedagang tanaman hias, dan data sekunder diperoleh melalui literatur instansi terkait seperti BPS. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis usaha, analisis regresi linier berganda, uji F dan uji T.

Hasil uji F berupa F_{hitung} 13,911 dengan α : 0,05 pada daerah Sentra menunjukkan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,375 pada α : 0,05. Pada daerah non sentra, F_{hitung} 8,510 dengan α : 0,05 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2,375 pada α : 0,05. Berdasarkan hasil analisis usaha menunjukkan: rata-rata biaya total pada pedagang daerah Sentra sebesar Rp 8.505.489,63 dengan penerimaan

sebesar Rp 14.129.516,49 dan pendapatan sebesar Rp 5.624.026,86. Rata-rata biaya total pada pedagang daerah Non Sentra sebesar Rp 7.983.424,67 dengan penerimaan sebesar Rp 14.590.483,33, dan pendapatan sebesar Rp 6.607.058,67. Hasil uji t menunjukkan bahwa pendapatan pedagang tanaman hias pada daerah Sentra dipengaruhi oleh faktor pengalaman berdagang (X2), modal usaha (X3), dan luas lahan (X6). Sementara pedagang tanaman hias pada daerah Non Sentra dipengaruhi oleh faktor pengalaman berdagang (X2), modal usaha (X3), dan tenaga kerja dalam keluarga (TKDK) (X5). Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah melakukan perluasan pemasaran untuk meningkatkan pendapatan dengan mempromosikan sentra tanaman hias melalui situs pariwisata kecamatan Tawangmangu. Selain itu, perlu diadakan pelatihan serta penyuluhan mengenai bisnis tanaman hias, mulai dari budidaya tanaman hias hingga pemasaran. Sehingga wawasan dan pengalaman pedagang mengenai bisnis tanaman hias dapat bertambah luas.

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Lisda Noer, 2004) ‘‘ Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Usahatani Semangka Di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi’’

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diterima oleh petani semangka, untuk mengetahui saluran pemasaran, margin, serta efisiensi pemasaran. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2013, bertempat di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penentuan responden dilakukan dengan metode acak sederhana (*simple random sampling*) dengan jumlah sampel 30 petani dari 73 petani mengusahakan komoditi semangka.

Pengambilan sampel pedagang dilakukan dengan cara metode peninjauan (*Tracing Sampling*) sehingga diperoleh sebanyak 2 orang pedagang pengumpul dan 4 orang pedagang pengecer. Metode analisis digunakan adalah analisis pendapatan dan analisis pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan semangka di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dalam satu kali musim tanam sebesar Rp 10.041.603,33/0,79 ha atau Rp 12.710.890,29/ha. Hasil analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran Semangka di Desa Maranatha melalui satu saluran pemasaran, yaitu : Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen Akhir. Hasil analisis margin pemasaran Semangka pada saluran pemasarannya yaitu $Mt = Rp\ 2.250/Kg$. Efisiensi pemasarannya di tingkat petani → pedagang pengumpul sebesar 60 % dan di tingkat pedagang pengecer → konsumen sebesar 66,67 %

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Setiana, 2016) dengan judul “Analisis Pendapatan Usaha Pada Pedagang Tanaman Hias Di Kelurahan Gunung Terang Bandar Lampung”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel modal, jumlah tanggungan keluarga, jam kerja, jenis barang dagangan dan musim berhubungan langsung dengan pendapatan usaha para pedagang tanaman hias. Dalam penelitian ini menggunakan data primer melalui wawancara langsung pada 15 responden pedagang tanaman hias. Penelitian ini menggunakan metode korelasi dan metode deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel modal, musim dan jenis barang dagangan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap pendapatan usaha. Sedangkan variabel jumlah tanggungan keluarga dan jam kerja mempunyai hubungan negatif dan tidak signifikan, tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha.

Salah satu yang menjadi penelitian rujukan bagi penulis adalah penelitian yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Lisda Noer, Rustam Abd Rauf ‘‘Analisis Pendapatan Dan Pemasaran Usahatani Semangka Di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi’’. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pendapatan yang diterima oleh petani semangka, untuk mengetahui saluran pemasaran, margin, serta efisiensi pemasaran. Penelitian ini membahas tentang pendapatan dan pemasaran berkaitan dengan yang diteliti peneliti saat ini sehingga sangat membantu peneliti.

2.2 Landasan Teori

2.1.1 Tanaman Hias

Tanaman hias merupakan tanaman bunga-bunga yang terbentuk unik dan khas yang digunakan sebagai dekorasi atau hiasan, baik didalam maupun diluar ruangan untuk memperindah, mempercantik serta, memiliki nilai lebih dari tanaman lainnya (Dwi H, 2015).

Tanaman hias adalah tanaman bunga-bunga atau segala bentuk tanaman yang menghasilkan bunga. Sejalan dengan perkembangan jaman dan kemajuan keberadaan manusia, tanaman hias diartikan sebagai segala jenis tanaman yang

memiliki nilai hias (bunga, batang, tajuk, cabang, daun, akar, aroma dsb) yang menimbulkan kesan indah artistik atau kesan seni (Santoso, 2010).

Tanaman hias akan membuat suasana sekitar rumah menjadi lebih hijau, memperindah komposisi warna lingkungan sekitar dan tentu saja membuat keberadaan taman dan lingkungan sekitar rumah lebih semarak (Enda j. , 2007).

Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan daya tarik tertentu. Selain itu, tanaman hias juga mempunyai nilai ekonomis yang dapat digunakan sebagai hiasan, baik didalam maupun diluar ruangan. Karena mengandung nilai ekonomis tersebut, tanaman hias dapat diusahakan menjadi suatu bisnis yang cukup menjanjikan keuntungan besar (Aryanti, 2008).

Budidaya bunga dalam pot saat ini dapat dijadikan salah satu alternatif bisnis yang sebenarnya dapat dimulai dari skala rumah tangga. Beberapa tempat pembenihan/pembibitan *nursery* besar yang memberikan kesempatan pada pekebun kecil untuk ikut memasok tanaman hias keswalayan-swalayan besar. Selain dijual ke pasar swalayan atau outlet-outlet mereka, permintaan bunga pot sebagai tanaman hias yang disewakan keperkantoran atau apartemen semakin hari semakin meningkat. Hal tersebut sejalan dengan keinginan orang untuk menikmati kesegaran dan keindahan bunga-bunga angrek, krisan atau jenis bunga lain yang berwarna-warni saat ini sangat mudah ditemukan berbagai perkantoran, hotel, atau restoran (Endah, 2007).

Selain dijual di pasar swalayan atau outlet dan disewakan sebagai tanaman pot penghias ruangan, prospek bisnis tanaman hias adalah sebagai salah satu komponen dalam dekorasi ruangan. Acara perkawinan, seminar, rapat, pameran, atau berbagai

acara seremonial maupun nonseremonial memerlukan dekorasi berupa tanaman hias dalam pot. Bagi para dekorator kehadiran tanaman hias dalam pot diantara kreasinya akan memberikan nilai tambah pada jasanya, artinya harga yang ditawarkan pun mampu terangkat lebih tinggi bila dibandingkan dengan dekorasi tanpa warna warni tanaman hias dalam pot (Endah, 2007).

Tingkat persaingan dipasar tanaman hias menjadi sangat ketat. Hampir disetiap perumahan baru, atau jalan masuk menuju perumahan baru dipenuhi oleh pedagang tanaman hias. Ada yang berniaga dipinggir jalan, ada juga berniaga di tempat pembibitan/pembenihan *nursery*. Semua berlomba-lomba menjual tanaman kekonsumen. Sebagai ilustrasi harga tanaman hias yang hampir tidak pernah berubah dalam 5 (lima) tahun terakhir ini mengidentifikasi kerasnya persaingan usaha di industri tanaman hias.

2.2.2 Sistem Pembudidayaan Tanaman Hias

Pengertian sistem pembudidayaan tanaman hias adalah suatu kegiatan dalam mengembangkan tanaman hias mulai dari proses menanam, merawat hingga panen. Budidaya tanaman hias, terdapat banyak proses yang harus dilakukan meliputi, proses produksi, perawatan, pasca panen. Proses produksi sendiri merupakan proses pengolahan dengan menggunakan berbagai metode untuk meningkatkan kualitas dari tanaman. Untuk menghasilkan tanaman hias yang cantik, indah dan bisa tumbuh sesuai harapan, maka diperlukan adanya teknik, bahan dan alat yang tepat. Ketiga hal tersebut menjadi faktor penting karena berpengaruh besar dalam

pertumbuhan tanaman hias. Ada dua teknik memperbanyak koleksi maupun menambah variasi baru yakni :

a. Metode generatif

Metode generatif merupakan cara mengembangbiakkan tanaman dengan melakukan perkawinan antar sel reproduksi. Pada jenis tanaman yang memiliki bunga melalui tahap penyerbukan yang kemudian menghasilkan biji. Proses penyerbukan biasanya menggunakan perantara serangga. Salah satunya yakni lebah agar penyerbukan dapat berhasil dengan sempurna.

Namun tahapan ini membutuhkan waktu yang lama dan rentan gagal. Cara tersebut bisa dilakukan secara manual lewat bantuan tangan manusia agar prosesnya lebih cepat. Tahapannya yaitu menempelkan benangsari yang terdapat pada bunga ke putik *adenium* berjenis lain, yang berbeda genetik dengan menggunakan *cutten bud*.

Sebaiknya, jika ingin menempuh cara ini pilihlah bunga yang berumur 2-5 sebagai betina dan yang jantan berumur 3-7 hari. Meski metode ini rentan gagal lama juga rumit, namun bisa menghasilkan anakan dalam jumlah banyak dan cocok untuk mendapatkan *adenium hibrida*.

b. Metode Vegetatif

Metode vegetatif merupakan cara mengembangbiakkan tanaman melalui pertumbuhan jaringan seperti mata tunas, akar, daun dan batang. Metode ini biasanya dilakukan dengan cara mencangkok, stek dan menyambung tanaman. Mawar, asoka juga melati adalah jenis tanaman yang biasanya dikembangkan

melalui stek. Sedangkan untuk teknik menyambung diterapkan pada puring, adenium, bougenvil serta ficus.

1. Media tanaman

Media tanaman merupakan hal yang sangat penting sebagai tempat tumbuhnya tanaman. Media yang digunakan untuk tanaman hias terdapat dua macam, yakni bahan organik dan anorganik. Kedua media ini disesuaikan dengan jenis tanaman yang hendak ditanam. Media tanam dengan bahan organik kebanyakan menggunakan arang, batang pakis, pupuk kandang, moss, sabut kelapa dan humus. Dan untuk media tanam anorganik yakni dengan batu, gel, pecahan batuan, kerikil, spons dan pasir.

2. Perawatan

Sebagai tahapan perawatan tanaman hias ini terbilang mudah, poin pentingnya adalah meminimalisir agar tanaman tidak terlalu sering terekspos oleh sinar matahari. Artinya tempatkan tanaman pada ruang yang cukup teduh, atau bisa dengan membuat penyaring. Sebagai langkah perawatan, tentunya diperlukan adanya menyiram tanaman. Cukup dilakukan saat pagi dan sore hari, ini agar tidak terlalu banyak air karena bisa menyebabkan akar membusuk.

Selain itu dilakukan juga pemupukan dengan kompos atau tambahan pupuk buatan dari pabrik, dan memberikan semprotan insektisida yang tepat. Untuk jenis tanaman yang mengandalkan keindahan daun, berikan semprotan dari cairan pengkilap daun.

2.2.3 Teori Pendapatan dan Analisis usaha

Menurut (Suharyanto, 2004). Menjelaskan bahwa pendapatan usahatani merupakan ukuran penghasilan yang diterima oleh petani dari usahatannya. Dalam analisis usahatani, pendapatan petani digunakan sebagai indikator penting karena merupakan sumber utama dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Pendapatan petani merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya produksi.

Menurut (Hernanto, 2005), pendapatan merupakan suatu bentuk imbalan untuk jasa pengelolaan yang menggunakan lahan, tenaga kerja, dan modal yang dimiliki dalam berusahatani. Kesejahteraan petani akan lebih meningkat apabila pendapatan petani menjadi lebih besar, yaitu jika petani dapat menekan biaya yang dikeluarkan serta diimbangi dengan produksi yang tinggi dan harga yang baik. Pengaruh harga dan produktivitas yang berubah-ubah mengakibatkan pendapatan petani ikut berubah pula. Harga dan produktivitas merupakan faktor ketidakpastian dalam kegiatan usahatani.

Menurut (Hermanto, 2005), ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan usahatani, yaitu :

- a. Luas usaha, meliputi areal pertanaman, luas tanaman, luas tanaman rata-rata.
- b. Tingkat produksi yang diukur lewat produktivitas/ha.
- c. Pilihan dan kombinasi.
- d. Intensitas perusahaan pertanaman.
- e. Efisiensi tenaga kerja.

Pendapatan usahatani sering dijadikan sebagai ukuran keberhasilan usahatani, pendapatan usahatani besar maka usahatani dianggap berhasil dan

sebaliknya pendapatan usahatani kecil maka usahatani dianggap kurang berhasil atau gagal. Ukuran keberhasilan usahatani dilihat dari pendapatan bersih usahatani (Sukartawi, 2011).

Ukuran tingkat produktifitas ditunjukkan oleh besarnya *revenue/ cost ratio* serta profit margin. R/C ratio adalah perbandingan antara total penerimaan dibagi dengan total biaya dalam satu periode tertentu. Suatu usaha dikatakan menguntungkan jika nilai R/C lebih besar dari 1 dan jika lebih kecil dari 1 maka usaha tersebut dikatakan rugi. Semakin besar nilai R/C ratio maka semakin menguntungkan kegiatan usaha tersebut demikian pula sebaliknya.

Pendapatan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pendapatan usahatani dan pendapatan keluarga. Pendapatan merupakan pengurangan dari penerimaan dengan biaya total. Pendapatan keluarga, yaitu pendapatan yang diperoleh dari kegiatan usahatani ditambah dengan pendapatan yang berasal dari kegiatan diluar usahatani. Pendapatan usahatani adalah selisih antara pendapatan kotor (*output*) dan biaya produksi (*input*) yang dihitung perbulan, pertahun, atau permusim tanam.

a. Pendapatan usahatani

Pendapatan usahatani dapat dibagi menjadi dua pengertian, yaitu:

1. Pendapatan kotor, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam usahatani selama satu tahun yang dapat diperhitungkan dari hasil penjualan atau pertukaran hasil produksi yang dinilai dalam rupiah berdasarkan harga persatuan berat pada saat pemungutan hasil.
2. Pendapatan bersih, yaitu seluruh pendapatan yang diperoleh petani dalam satu tahun dikurangi dengan biaya produksi selama proses produksi.

Secara umum pendapatan usahatani terdiri dari dua hal pokok yaitu penerimaan dan pengeluaran (biaya) selama jangka waktu tertentu. Pendapatan usahatani merupakan selisih antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan selama berusahatani (Dalas, 2004). Dari segi ekonomi, keberhasilan usahatani akhirnya dinilai dari pendapatan yang diperoleh dari usahatani tersebut. Petani yang rasional selalu berusaha mendapatkan pendapatan yang lebih besar dari setiap usahanya.

Menurut (Tuwo, M.A, 2011), suatu usahatani dikatakan sukses, kalau situasi pendapatan yang memenuhi syarat-syarat, yaitu usahatani harus dapat menghasilkan cukup pendapatan untuk membayar semua pembelian sarana produksi, cukup untuk membayar bunga modal yang ditanam, cukup untuk membayar upah tenaga kerja yang dibayar atau bentuk-bentuk upah lainnya, ada tabungan untuk investasi pengembangan usahatani, serta ada dana yang cukup untuk membayar pendidikan keluarga dan melaksanakan ibadah serta pajak pembangunan.

Pendapatan usahatani ada dua unsur yang digunakan yaitu unsur permintaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya sebagai nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada proses produksi tersebut. Produksi berkaitan dengan penerimaan dan biaya produksi, penerimaan tersebut diterima petani karena masih harus dikurangi dengan biaya produksi yaitu keseluruhan biaya yang dipakai dalam proses produksi tersebut (Suratiah, K., 2015).

Pendapatan bersih petani diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan} = \text{TR} - \text{TC}$$

$$\text{TR} = \text{P}_y \cdot Y$$

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

Keterangan :

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

P_y = Harga per satuan hasil produksi (Rp)

Y = Jumlah Produksi (Rp)

VC = Biaya variabel (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

2.2.4 Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar atau dapat di artikan pula dalam konteks tradisional “tempat orang jual beli” (kasmir, 2010).Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi (Sunarto, 2004).

Menurut *American Marketing Assosiation* (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler P. , 2008).

Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran pertanian dapat meningkatkan guna waktu

(*time utility*), guna tempat (*place utility*), guna bentuk (*form utility*) dan guna pemilikan (*possession utility*). Komoditi pertanian yang sudah mengalami peningkatan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk baru dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apabila sudah terjadi pemindahan hak milik dari produsen atau lembaga pemasaran kepada konsumen (Sudiyono, A., 2004).

b. Sistem pemasaran

Pengertian Sistem menurut (Enger, Norman L., 2012), bahwa sistem merupakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan seperti pengendalian inventaris atau penjadwalan produksi. Dan (Brien, 2005) menjelaskan bahwa sistem adalah sekelompok komponen yang saling berhubungan, bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama dengan menerima input serta menghasilkan output dalam proses transformasi yang teratur.

Menurut AMA (*The America Marketing Association*) pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, penetapan harga, promosi, dan distribusi ide, barang, dan layanan untuk menciptakan pertukaran yang akan memuaskan tujuan individu dan organisasi. Dan menurut (Kotler, 2008). Pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai dengan lainnya.

Berdasarkan pengertian sistem dan pemasaran diatas, dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran adalah suatu hubungan antar pelaku kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan bersama. dalam hal ini, sistem pemasaran membantu membuat

perencanaan dan meramalkan masalah-masalah persaingan. Saluran dan Lembaga Pemasaran.

c. Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran adalah Saluran yang digunakan oleh Produsen untuk Menyalurkan Produk dari Produsen sampai ke konsumen atau industri pemakai. Menurut panjang pendeknya, Saluran Pemasaran dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu :

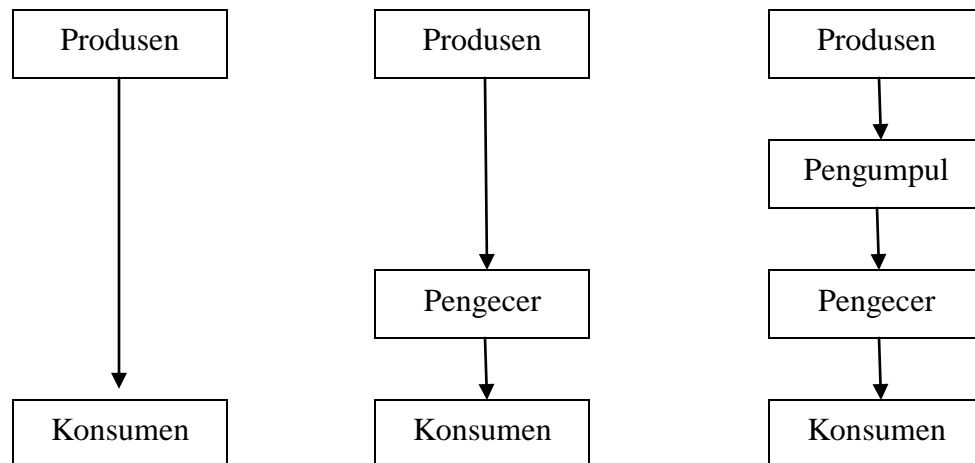
- 1 Penyaluran Langsung, merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dimana produk diantar dari produsen langsung ke konsumen. Contohnya, sayuran atau buah-buahan yang baru dipetik dijual di pinggir jalan.
- 2 Penyaluran Semi-Langsung, ialah saluran pemasaran yang melewati satu perantara baru ke konsumen. Contohnya, hasil panen cabe yang dijual oleh petani kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual langsung kekonsumen.
- 3 Penyaluran Tidak Langsung, yaitu saluran pemasaran yang menggunakandua atau lebih perantara baru kemudian sampai ke konsumen. Contohnya, buah-buahan yang dijual ke pedagang pengumpul kemudian diolah menjadi minuman oleh pabrik baru kemudian dipasarkan oleh pengecer dan dibeli oleh konsumen (Ibrahim, 2015).

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak, pedagang pengumpul,

pedagang besar dan pedagang pengecer. Lembaga lembaga dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai, ijon maupun dengan kontrak pembelian.
2. Pedagang pengumpul, yaitu membeli komoditi pertanian dari tengkulak biasanya relatif kecil.
3. Pedagang besar, yaitu melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
4. Pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan konsumen (Sudiyono, 2004)

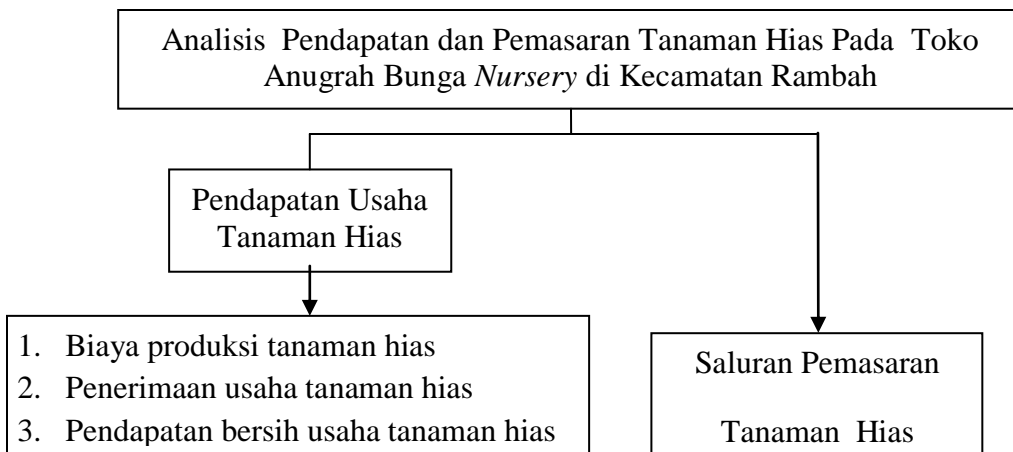
Agar mudah di pahami peneliti menyajikan dalam bentuk gambar saluran pemasaran :



Gambar 1 Saluran Pemasaran.

2.3 Kerangka Pemikiran

Anugrah Bunga *Nursery* merupakan salah satu toko tanaman hias yang ada di Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu yang akan diteliti. Hal yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu menganalisis pendapatan dan pemasaran tanaman hias pada toko Anugrah Bunga *Nursery* di Kecamatan Rambah. Besarnya pendapatan dalam usaha tanaman hias diketahui dengan menghitung biaya produksi tanaman hias, penerimaan usaha tanaman hias, dan pendapatan bersih usaha tanaman hias. Sedangkan untuk mengetahui saluran pemasaran dilihat dari tiga model saluran pemasaran yaitu penyaluran langsung, penyaluran semi langsung, dan penyaluran tidak langsung. Agar mudah di pahami peneliti sajikan dalam bagan alur kerangka berpikir sebagai berikut :



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Anugrah Bunga *Nursery* Kecamatan Rambah Kota Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu, Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Anugrah Bunga *Nursery* tersebut usaha mikro yang sudah berdiri kurang lebih lima tahun. Kegiatan Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari - Juni 2020.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Bila dilihat dari jenisnya, maka penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu jenis penelitian yang berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi permasalahan diluar kepustakaan. Penelitian lapangan ini dikerjakan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian yang berkenaan dengan analisis pendapatan dan pemasaran tanaman hias pada toko Anugrah Bunga *Nursery* di Kota Pasir Pangaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.

Berdasarkan sifatnya penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan dan melaporkan suatu objek penelitian dengan mengoperasikan antara teori dengan kenyataan dilapangan, kemudian dianalisis berdasarkan tujuan penelitian.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer diperoleh dengan melakukan wawan cara langsung dengan pengusaha tanaman hias Anugrah Bunga *Nursery*.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari data yang bersumber dari beberapa instansi terkait, internet, dan informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat dan mengamati objek penelitian secara langsung terhadap hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara memberikan tanya jawab secaralangsung antara peneliti dengan responden yang bertujuan untuk memperoleh keterangan yang sesuai dengan isi penelitian.

c. Memberikan Kuisisioner

Responden yang dipilih adalah responden yang memiliki kontribusi besar terhadap perumusan dan pelaksanaan analisis pendapatan dan pemasaran perusahaan. Kuisisioner ini berisi kumpulan pertanyaan yang merupakan hasil dari beberapa pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih

dahulu, diatur dalam urutan dan dikelola sendiri serta dalam pengisiannya dipandu oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling purposive. (Sugiono, 2009). menjelaskan teknik sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik toko Anugrah Bunga *Nursery*.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Usaha

a. Analisis Biaya

Biaya adalah semua pengorbanan yang perlu di lakukan untuk suatu proses produksi, yang di nyatakan dengan satuan uang menurut harga pasar yang berlaku, baik yang sudah terjadi maupun yang akan terjadi menurut (Siregar dkk, 2013). biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang di harapan memberi manfaat sekarang atau masa yang akan datang

1 Biaya tetap

Biaya tetap (Zulkifli, 2003) adalah biaya yang jumlahnya sampai tingkat kegiatan tertentu relatif tetap dan tidak terpengaruh oleh perubahan volume kegiatan, meliputi biaya penyusatan peralatan dapat dihitung dengan rumus

$$\text{Penyusutan} = \frac{\text{Biaya perolehan} - \text{Nilai residu}}{\text{Nilai residu}}$$

2 biaya variabel

Biaya variabel (Zulkifli, 2003) adalah biaya yang jumlahnya berubah ubah sebanding dengan perubahan volume kegiatan, namun perunitnya tetap artinya jika volume kegiatan di perbesar dua kali lipat, maka total biaya juga menjadi dua kali lipat dari jumlah semula

3 biaya total

Untuk menghitung besarnya biaya yang dikeluarkan digunakan rumus yang dikemukakan oleh (Rosyidi, 2001), sebagai berikut :

$$\mathbf{TC = TFC+TVC}$$

Keterangan:

TC	= <i>Total Cost</i> /Biaya Total (Rp)
TFC	= <i>Total Fixed Cost</i> /Total Biaya Tetap (Rp)
TVC	= <i>Total Variable Cost</i> /Total Biaya Variabel (Rp)

b. Analisis penerimaan

Menurut (Soeharno, 2009), Untuk mengetahui besarnya penerimaan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\mathbf{TR = P.Q}$$

Keterangan :

TR	= <i>Total Revenue</i> /TotalPenerimaan (Rp)
P	= <i>Price</i> /Harga (Rp polybag-1)
Q	= <i>Quantity</i> /Jumlah Produksi (Polybag)

c. Analisis pendapatan

Untuk mengetahui pendapatan petani digunakan rumus:

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

- I = *Income* / Pendapatan (Rp)
TR = *Total Revenue* / TotalPenerimaan (Rp)
TC = *Total Cost* / Total Biaya (Rp)

d Efisiensi Usaha

Sedangkan untuk mengetahui apakah usaha Tanaman Hias Toko Anugrah

Bunga *Nursery* Efisien atau tidak Efisien dilakukan analisis R/C Ratio yaitu:

$$R/CRation = \frac{Total Revenue}{Total Cost}$$

Ketentuan :

1. $R/C > 1$, maka usahamenguntungkan
2. $R/C = 1$, maka usahan tidak untung dan tidak rugi
3. $R/C < 1$, maka usahatidak menguntungkan

3.6 Analisis saluran pemasaran

Teknik Analisis saluran pemasaran yang di pakai adalah analisis deskriptif di gunakan untuk menggambarkan pola saluran pemasaran tanaman hias, Saluran pemasaran di telusuri dari tingkat produsen sampai pedagang pengecer alur pemasaran tersebut di gunakan sebagai dasar dalam menggambarkan pola saluran pemasaran tanaman hias toko anugrah bunga *nursery*.

3.7 Defenisi Operasional Variabel

Menurut (Sugiono, 2009) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti ntuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Tanaman Hias

Tanaman hias merupakan salah satu komoditi hortikultura non-pangan yang digolongkan florikultura, yaitu tanaman baik merambat, semak, perdu, maupun pohon yang berfungsi sebagai penghias.

2. Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu bentuk imbalan untuk jasa pengelolaan yang menggunakan lahan, tenaga kerja, dan modal yang dimiliki dalam berusahatani, pendapatan di hitung dalam rupiah (Rp).

3. Biaya Produksi Tanaman Hias

Adalah biaya-biaya yang harus di keluarkan untuk terjadinya produksi usaha, budi daya tanaman hias di antaranya pembelian media tanam, pupuk, dan obat obatan.

4. Penerimaan Usaha

Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual.

5. Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.

6. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen