

JOSETA: Journal of Socio Economic on Tropical Agriculture
<http://joseta.faperta.unand.ac.id>
ISSN : 2686 – 0953 (Online)

**Kajian Rantai Pasok Bunga Krisan Potong di Kelompok Tani Tunas Baru
Nagari Aia Batumbuak, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok**
*The Study of Chrysanthemum Cut Flowers Supply Chain at Tunas Baru Farmer
Group in Aia Batumbuak Village Gunung Talang Sub-District Solok Regency*

Dyra Sartivani Ulfah¹, Helmi², Yusri Usman³

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

²Staff Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

³Staff Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Andalas, Padang

E-mail Korespondensi: dyra.sartivani@gmail.com

Received: 24th Oktober, 2019; 1st Revision: 18th November, 2019; Accepted: 20th Desember, 2019

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mendeskripsikan struktur dan aktivitas aliran rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuak, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok (2) menganalisis efisiensi saluran pemasaran pada Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuak, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok yang akan dilihat berdasarkan alur produk dari produsen ke konsumen. Penelitian ini dilaksanakan dengan metode kualitatif. Informan kunci dalam penelitian ini adalah ketua, sekretaris dan bendahara Kelompok Tani Tunas Baru, sedangkan untuk menentukan sampel *florist*, pendekor dan konsumen, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur rantai pasok bunga krisan potong terdiri antara petani di Kelompok Tani Tunas Baru, pendekor, *florist*, dan konsumen. Kondisi rantai pasok bunga krisan potong berdasarkan aliran aktivitas rantai pasok berjalan dengan lancar, tetapi masih memiliki sedikit kendala yaitu pemenuhan dari permintaan bunga krisan potong. Berdasarkan dari rantai pasok bunga krisan potong terdapat 2 saluran pemasaran yaitu Petani – Pendekor dan Petani – *Florist* – Konsemen. Berdasarkan analisis margin dan *farmer's share* didapatkan bahwa saluran pemasaran 1 tidak memiliki margin dengan nilai *farmer's share* sebesar 100 %. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 margin pemasaran yang dimiliki adalah Rp 30.000/ikat dengan *farmer's share* sebesar 40 %. Dari efisiensi biaya saluran pemasaran 1 lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran 2. Hal ini dikarenakan saluran pemasaran 1 memiliki nilai efisiensi sebesar 35 % dan pada saluran pemasaran 2 memiliki efisiensi sebesar 44,28 %.

Kata kunci : Rantai Pasok, Bunga Krisan Potong, Margin, *Farmer's share*, Efisiensi

Abstract

This study aims to (1) the structure and activity of the supply chain of chrysanthemum cut flowers at Tunas Baru Farmer Group in Aia Batumbuak Village, Gunung Talang Sub-District, Solok Regency (2) analyze the efficiency of the marketing channel at Tunas Baru Farmer Group in Aia Batumbuak Village, Gunung Talang Sub-District, Solok Regency which will be seen based on the product flow from producers to consumers. This research method used is a qualitative method. The key informant in this research is the chairman, secretary and treasurer of the Tunas Baru Farmers Group, while to determine the florist samples, decorators and consumers, researchers used

snowball sampling techniques. The results of the study show that the supply chain structure of chrysanthemum cut flowers consisted of farmers in the Tunas Baru Farmers Group, decorators, florists, and consumers. The condition of the supply chain of chrysanthemums cut flowers based on the flow of supply chain activity runs smoothly, but still has a few obstacles, namely the fulfillment of demand for chrysanthemum cut flowers. Based on the supply chain of cut chrysanthemum there are 2 marketing channels, namely Farmer - Decorators and Farmer - Florist - Consumers. Based on the analysis of margin and farmer's share, it is found that marketing channel 1 does not have a margin with a farmer's share value of 100%. Whereas in the marketing channel 2, marketing margins are Rp 30,000 / bunch with a farmer's share value of 40% . From the cost efficiency of marketing channel 1 it is more efficient compared to marketing channel 2. This is because marketing channel 1 has an efficiency value of 35% and in marketing channel 2 it has an efficiency of 44,28%.

Keywords: Supply Chain, Chrysanthemum Cut Flowers, Margin, Farmer's share, and Efficiency

PENDAHULUAN

Bunga Krisan yang mempunyai nama latin *Chrysanthemum* merupakan salah satu tanaman hias yang mempunyai prospek yang baik untuk dibudidayakan dan dijadikan sumber penghasilan. Lahan yang digunakan sebagian petani hanya pekarangan rumah. Jarak tanam bunga krisa hanya 5 cm x 5 cm, sehingga tidak perlu menggunakan lahan yang luas untuk berusahatani. Bunga krisan juga mempunyai keunggulan yang lebih daripada bunga potong jenis lainnya seperti gladiol, kerkrily, hebras, aster, mawar, dan anyelir. Mengapa di katakan unggul, ini dikarenakan bunga krisan tahan akan debu vulkanik gunung berapi (Pangemanan, 2011 : 6).

Bunga krisan sebagai salah satu bunga potong menjadikan permintaan di pasaran cukup tinggi. Permintaan atas bunga krisan membuat penyediaan akan bunga krisan harus tepat waktu. Oleh sebab itu, dibutuhkan aliran produk yang lancar dalam rantai pasok bunga krisan ini. *Supply Chain* (Rantai Pasok) adalah jaringan perusahaan-perusahaan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan mengantarkan suatu produk ke tangan pemakai (Pujawan, 2017 : 4).

Bunga krisan merupakan salah satu komoditi unggulan daerah Kabupaten Solok. Kabupaten Solok termasuk Kawasan Pengembangan Florikultura khususnya bunga krisan karena didukung oleh kecocokan agroklimat sehingga mampu menghasilkan bunga krisan yang berkualitas. Kawasan pengembangan bunga krisan di kabupaten Solok meliputi Kecamatan Gunung Talang (Nagari Aie Batumbiak dan Nagari Batang Barus) untuk bunga krisan potong dan Nagari Sungai Nanam dan Alahan Panjang di Kecamatan Lembah Gumanti untuk bunga krisan pot. Namun demikian masih berpotensi untuk dikembangkan di Kecamatan Danau Kembar dan Lembang Jaya (Dinas Pertanian Kabupaten Solok, 2017).

Kelompok Tani Tunas baru merupakan salah satu kelompok tani bunga krisan yang berda di Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok. Kelompok tani ini sudah berdiri sejak tahun 2012. Bunga krisan potong tersebut dijual kepada para pengusaha *florist* dan juga dijual langsung kepada pendekor. Harga jual yang diberikan oleh petani terhadap pengusaha florist maupun konsumen berkisar Rp 1800 – Rp 2000 per tangkainya. Bunga krisan potong yang sudah ada di *florist* akan dijual langsung kepada konsumen berupa *bouquet* bunga atau karangan bunga. Harga jual dari bunga krisan potong di tingkat pengusaha florist berkisar Rp 7000 per tangkainya. Sedangkan harga *bouquet* bunga atau karangan bunga harganya bervariasi tergantung dengan besar kecilnya bucket dan bentuk serta kerumitan dalam merangkai bunga.

Permintaan atas bunga krisan yang cukup tinggi menyebabkan harus tersedianya bunga krisan tepat pada waktunya. Rantai pasok bunga krisan merupakan struktur rantai pasok yang sederhana, namun belum tentu aliran produk di dalamnya telah berjalan dengan lancar. Hal penting dalam rantai pasok bunga krisan potong adalah kelancaran aliran produk, finansial, dan informasi agar dapat memenuhi keinginan konsumen akhir. Selain itu, perbedaan harga jual bunga krisan ditingkat petani dengan harga jual yang ditingkat konsumen memperlihatkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup besar yakni Rp

5.000,- per tangkainya. Maka efisiensi dari saluran pemasaran pada rantai pasok bunga krisan perlu diperhitungkan. Apakah harga tersebut telah efisien dalam saluran pemasaran yang ada didalam rantai pasok bunga krisan.

Dari permasalahan diatas maka perlu dilakukan kajian yaitu :

1. Bagaimana struktur dan aktivitas aliran rantai pasok petani bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok?
2. Bagaimana efisiensi saluran pemasaran bunga krisan potong pada Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok berdasarkan alur produk dari produsen ke konsumen?

Berdasarkan dengan uraian diatas, maka peneliti perlu melakukan suatu penelitian yang berjudul **“Kajian Rantai Pasok Bunga Krisan Potong di Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok. Penentuan daerah penelitian dilakukan dengan metode purposive atau sengaja. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Responden pada Kelompok Tani Tunas Baru merupakan informan kunci dalam penelitian ini. Informan kunci tersebut yaitu Ketua, Sekretaris dan Bendahara Kelompok Tani Tunas Baru. Sedangkan untuk *florist*, pendekor dan konsumen peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel snowball sampling. Teknik *snowball sampling* (bola salju) adalah metode *sampling* dimana sampel diperoleh melalui proses bergulir dari satu responden ke responden lainnya (Sugiyono, 2014). Responden yang didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap Kelompok Tani Tunas Baru sehingga nantinya peneliti mengetahui siapa yang menjadi pembeli dan seterusnya hingga konsumen akhir. Sehingga sampel *florist* yang didapatkan adalah Kios Bunga di Kota Padang dan Toko Kembang Teratai di Kota Padang, serta sampel pendekor adalah Intan Flower. Jumlah konsumen yang diwawancarai dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 6 orang. Konsumen disini adalah mereka yang membeli bunga krisan dari Kios Bunga di Kota Padang dan Toko Kembang Teratai di Kota Padang..

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari sumber (responden) melalui wawancara dengan panduan wawancara yang telah dipersiapkan serta melakukan pengamatan langsung di lapangan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi atau dinas terkait, seperti Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat, Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Sumatera Barat dan Dinas Pertanian Kabupaten Solok, serta literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Berdasarkan tujuan penelitian, maka variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah :

Tujuan pertama untuk menganalisis struktur dan aktivitas aliran rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru, maka data yang dibutuhkan didasarkan pada 3 macam aliran yang dikelola dalam suatu rantai pasok yakni aliran barang, aliran uang dan aliran informasi.

1. Aliran Barang

Aliran barang adalah proses perpindahan atau aliran barang dari petani bunga krisan potong sampai ke konsumen. Untuk mendeskripsikan aliran barang ini, informasi yang dibutuhkan adalah:

- a. Prosedur aliran bunga krisan potong
- b. Pihak yang terlibat
- c. Barang yang mengalir
- d. Media pengaliran bunga krisan potong

2. Aliran Uang

Aliran uang adalah proses perpindahan atau aliran uang dari petani bunga krisan potong sampai ke konsumen. Untuk mendeskripsikan aliran uang ini, informasi yang dibutuhkan adalah:

- a. Prosedur aliran uang
- b. Pihak yang terlibat
- c. Metode pembayaran

3. Aliran Informasi

Aliran informasi adalah proses perpindahan atau aliran informasi dari petani bunga krisan potong sampai ke konsumen. Untuk mendeskripsikan aliran barang ini, informasi yang dibutuhkan adalah:

- Prosedur aliran informasi
- Pihak yang terlibat
- Isi informasi yang mengalir
- Media pengaliran informasi

Tujuan kedua yaitu menganalisis efisisensi saluran pemasaran pada Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok yang akan dilihat berdasarkan alur produk dari produsen sampai ke kosumen, maka variabel yang digunakan adalah :

- Harga di tingkat pengecer (Rp/ikat)
- Harga di tingkat petani (Rp/ikat)
- Biaya pemasaran ditiap lembaga (Rp/Ikat)

Untuk menjawab pertanyaan pertama yaitu menganalisis struktur dan aktivitas aliran rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru dilakukan analisis deskriptif. Untuk menjawab pertanyaan kedua yaitu menganalisis efisisensi saluran pemasaran pada Kelompok Tani Tunas Baru Nagari Aia Batumbuk, Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok yang akan dilihat berdasarkan alur produk dari produsen sampai ke kosumen digunakan analisis kuantitatif yaitu analisis efisiensi pemasaran dengan menggunakan rumus :

1. Marjin Tataniaga

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir.

$$MP = Pr - Pf \dots\dots\dots (Usman, 2013)$$

Keterangan :

MP = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp) Bagian yang diterima petani

2. Farmer's share

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \% \dots\dots\dots (Usman, 2013)$$

Keterangan :

Sf = Share (bagian) yang diterimapetani (%)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp)

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp)

4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran dapat dihitung denagan memakai

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots (Usman, 2013)$$

Keterangan

EP = Efisiensi tataniaga (%)

TB = Total biaya tataniaga (Rp)

TNP = Total nilai produk (Rp)

Dari rumus ini bisa dijelaskan makin kecil nilai EP maka makin efisien suatu saluran pemasaran dan sebaliknya semakin besar nilai EP maka semakin tidak efisien saluran pemasaran itu (Usman, 2013) .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Nagari Aia Batumbuk merupakan salah satu nagari yang berada di Kecamatan Gunung Talang, Kabupaten Solok, Sumatera Barat. Nagari Aia Batumbuk terdiri atas 5 jorong yaitu Jorong Koto Ateh, Jorong Sangkar Puyuh, Jorong Lambah, Jorong Koto Barueh, dan Jorong Madang. Jumlah penduduk

Nagari Aia Batumbuak tercatat sebanyak 2.899 jiwa. penduduk Nagari Aia Batumbuak secara umum bermata pencaharian sebagai petani.. Secara geografis Nagari Aia Batumbuak memiliki potensi alam terutama dalam bidang pertanian. Potensi ekonomi dibidang pertanian seperti padi, jagung, cabai dan berbagai macam sayuran dan kacang-kacangan.

Gambaran Umum Kelompok Tani

Kelompok Tani Tunas Baru merupakan Kelompok Tani bunga krisan. Kelompok Tani ini merupakan salah satu Kelompok Tani yang berada di Kecamatan Gunung Talang yang membudidayakan bunga krisan. Kelompok Tani Tunas Baru ini memiliki luas lahan seluas 1.300 m² , yang terbagi atas lima green house. Secara keseluruhan kelompok tani ini dapat menghasilkan 4.000 hingga 10.000 potong bunga krisan per bulannya. Tipe bunga yang ditanam oleh Kelompok Tani Tunas Baru adalah tipe standart dan tipe *spray*. Kelompok Tani Tunas Baru berdiri sejak 28 Januari 2012 berdasarkan dari keputusan Wali Nagari Aia Batumbuak, dalam rangka mengoptimalisasikan kegiatan program ketahanan pangan dan ekonomi kerakyatan.

Kondisi Rantai Pasok Bunga Krisan Potong di Kelompok Tani Tunas Baru

1. Struktur Rantai Pasok

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa struktur rantai pasok bunga krisan di Kelompok Tani Tunas Baru dapat dianalisis berdasarkan anggota yang membentuk rantai pasok dan peran setiap anggota di dalam rantai pasok. Anggota rantai pasok adalah lembaga yang berperan dalam aliran barang, aliran finansial, dan aliran informasi dari petani bunga krisan potong hingga ke konsumen akhir. Anggota yang terlibat dalam rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru adalah Kelompok Tani Tunas Baru, *florist*, pendekor, dan konsumen. Anggota yang terlibat dalam rantai pasok bunga krisan potong adalah sebagai berikut :

a. Kelompok Tani Tunas Baru

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa petani bunga krisan potong merupakan anggota pertama di dalam rantai pasok bunga krisan potong. Jumlah petani bunga krisan potong yang ada di dalam Kelompok Tani Tunas baru adalah 27 orang. Pada awalnya petani bunga krisan potong melakukan kegiatan budidaya tanaman bunga krisan hingga kegiatan panen secara bersama-sama. Namun saat ini kegiatan tersebut telah dilakukan oleh butuh tani. Kegiatan budidaya yang petani lakukan dimulai dari kegiatan penyediaan lahan, pengolahan lahan, penanaman, perawatan, penyiraman, dan pemanenan serta perlakuan pasca panen. Petani menjual krisan potong yang telah dipanen dengan harga Rp 18.000,- sampai Rp 20.000,- per ikat kepada *florist* dan pendekor.

b. *Florist*

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Kelompok Tani Tunas Baru menjual bunga krisan potong langsung kepada *florist* tanpa adanya perantara seperti pedagang pengumpul. *Florist* mendapatkan kiriman bunga krisan potong dari Kelompok Tani Tunas Baru sesuai dengan permintaan dari *florist*. Dalam penelitian ini terdapat dua *florist* yaitu Kios Bunga Padang dan Toko Kembang Teratai. Kedua *florist* ini berlokasi di Kota Padang, Sumatera Barat. Bunga yang telah dipesan akan dikirim ke lokasi dimana *florist* berada. Bunga krisan potong dijual untuk keperluan *handbouquet* dan karangan bunga. Bunga krisan potong dirangkai dengan bunga lain untuk dibuat menjadi sebuah karangan bunga. Harga jual dari produk bunga krisan per produknya berkisar dari Rp 50.000,- hingga Rp 800.000,-.

c. Pendekor

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Kelompok Tani Tunas Baru menjual bunga krisan potong langsung kepada pendekor tanpa adanya perantara seperti pedagang pengumpul. Pendekor dalam penelitian ini berlokasi di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat yaitu Intan Flower. Pendekor akan memesan bunga dari Kelompok Tani Tunas Baru jika

pendekor mendapatkan pesanan dekorasi dan kuantitas dari bunga krisan potong yang dipesan disesuaikan dengan keinginan dari mitra pendekor. Bunga krisan potong yang dipesan oleh pendekor akan dikirim menggunakan minibus ke tempat pendekor. Hal ini dilakukan dikarenakan jarak dari lokasi pendekor dengan Kelompok Tani cukup jauh.

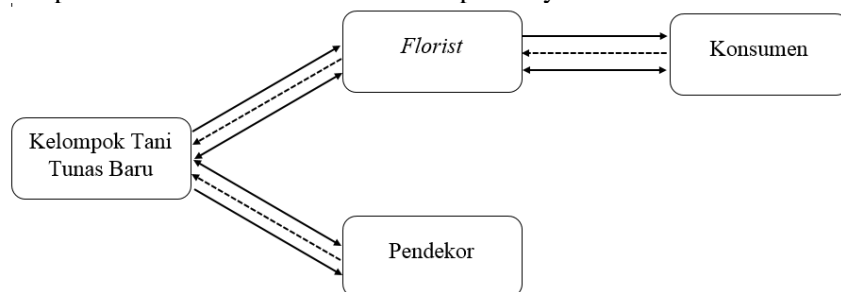
d. Konsumen

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa konsumen dalam rantai pasok ini adalah orang yang membeli bunga krisan potong dan tidak dijual lagi. Konsumen akhir ini membeli bunga dari *florist*. Jumlah konsumen yang diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Menurut beberapa konsumen tersebut yang membeli bunga, *florist* merupakan tempat membeli bunga dengan berbagai jenis bunga, dimana berbagai bunga tersebut akan dirangkai menjadi *bouquet* dan karangan bunga dan bunga dapat dibeli dengan jumlah sedikit. Hal ini dikarenakan jika konsumen membeli bunga langsung ke petani maka konsumen harus membeli bunga dengan jumlah banyak. Bunga yang dibeli oleh konsumen biasanya berupa beberapa bunga yang telah dirangkai menjadi *bouquet* dan karangan bunga.

2. Pola Aliran dalam Rantai Pasok Bunga Krisan Potong di Kelompok Tani Tunas Baru

Aliran rantai pasok bunga krisan potong diawali dari Kelompok Tani Tunas Baru. Bunga krisan yang telah ditanam oleh petani kemudian akan dipanen jika sudah ada pesanan terhadap bunga krisan dari *florist* maupun pendekor. Bunga krisan tidak langsung dipanen oleh Kelompok Tani Tunas Baru dikarenakan kelompok tani ini tidak memiliki ruang untuk menampung bunga krisan yang telah dipanen. Bunga krisan yang telah dipanen akan dikemas menjadi beberapa ikat, dimana dalam satu ikat bunga krisan terdiri dari sepuluh tangkai bunga krisan. Bunga krisan yang sudah dikemas ada yang langsung diambil oleh pembeli di tempat dan ada juga yang diantarkan ketempat pembeli.

Untuk mendeskripsikan rantai pasok dari bunga krisan potong dari Kelompok Tani Tunas Baru akan dijelaskan dengan tiga aliran yang dikelola Kelompok Tani Tunas Baru. Penjelasan simplikasi 3 aliran yang dikelola Kelompok Tani Tunas Baru terkait rantai pasoknya bisa dilihat dari Gambar 1.



Keterangan :

- : Aliran Barang
- ← - - - : Aliran Finansial
- ↔ : Aliran Informasi

Gambar 1. Simplikasi 3 aliran dalam rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru

a. Aliran Barang

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa aliran barang pada rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru berlangsung dari hulu ke hilir. Aliran barang merupakan pengaliran produk dari produsen ke konsumen. Aliran barang pada rantai pasok ini diawali dengan petani membudidayakan bunga krisan potong selama ± 100 hari. Kemudian proses panen bunga krisan akan berlangsung ketika adanya permintaan dari *florist* ataupun pendekor. Bunga yang telah dipanen akan dikemas menjadi beberapa ikat dimana dalam satu ikat terdiri dari 10 tangkai bunga. Bunga akan dikirimkan langsung oleh petani kepada *florist* maupun pendekor. Proses

pengiriman dilakukan oleh petani sendiri atau dengan menggunakan travel. Selain itu, ada juga pemilik *florist* yang langsung menjemput bunga di Kelompok Tani Tunas Baru.

Aliran barang pada rantai pasok bunga krisan potong ini dapat dikatakan cukup lancar karena produsen dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Namun terkadang untuk beberapa waktu produsen tidak dapat memenuhi kebutuhan tersebut karena tidak tersedianya bunga yang telah siap untuk dipanen. Hal ini seperti yang dikatakan oleh responden petani, *florist*, pedekor dan konsumen sendiri.

b. Aliran Finansial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa aliran finansial berawal dari konsumen hingga ke produsen. Aliran finansial merupakan timbal balik dari aliran barang. Aliran finansial dari konsumen ke *florist* berjalan dengan lancar dan aliran finansial dari *florist* maupun pedekor ke petani juga berjalan dengan lancar.

Secara ringkas, pengaliran uang dalam rantai pasok bunga krisan potong dimulai dari pembayaran uang dari konsumen ke *florist* untuk membayar bunga krisan yang telah mereka beli secara tunai langsung di tempat *florist* maupun secara transfer. Kemudian pengaliran uang dari *florist* maupun pedekor ke petani bunga krisan untuk membayar bunga krisan yang telah mereka beli secara tunai langsung maupun transfer.

c. Aliran Informasi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa aliran informasi yang terjadi antara anggota rantai pasok adalah informasi harga, informasi bunga yang tersedia, informasi permintaan bunga, informasi jenis pupuk dan informasi teknik budidaya. Informasi harga terjadi antara pihak-pihak yang terlibat dalam aliran finansial. Harga dari bunga krisan per ikatnya tetap dan tidak berubah. Informasi mengenai permintaan bunga disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Pengaliran informasi antara anggota rantai pasok berjalan dengan lancar tanpa adanya kendala. Pengaliran informasi ini dilakukan via telepon untuk petani dengan *florist* dan pedekor maupun sebaliknya, sedangkan antara konsumen dengan *florist* pengaliran informasi dilakukan via telepon dan media sosial. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh responden petani, *florist*, pedekor dan konsumen sendiri.

3. Kondisi Kemitraan antar Anggota Rantai Pasok

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, antar anggota rantai pasok tidak memiliki kontrak yang tertulis mengenai kemitraan di antara anggota rantai pasok. Dalam rantai pasok bunga krisan ini Kelompok Tani Tunas Baru tidak memiliki kriteria dalam menjalin kerjasama. Sehingga dalam rantai pasok bunga krisan potong ini hanya didasarkan pada sikap saling percaya antar anggota rantai pasok. Petani sebagai pusat dari rantai pasok ini berfungsi untuk menyediakan bunga krisan yang memiliki kualitas bagus, mampu menjalin kerjasama dengan *florist* dan pedekor serta mampu bernegosiasi mengenai harga dan berkomitmen dengan anggota rantai pasok lainnya. *Florist* dan pedekor yang dipilih oleh petani untuk menjalin kerjasama tidak memiliki kriteria tertentu. Hal ini dikarenakan petani akan memiliki *florist* dan pedekor yang datang membeli secara langsung atau menemui langsung ke petani dan membayar bunga dengan harga yang pantas kepada petani secara tunai.

Efisiensi Saluran Distribusi pada Kelompok Tani Tunas Baru

1. Saluran Pemasaran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan didapatkan bahwa saluran pemasaran rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru memiliki dua saluran pemasaran, yaitu :

1. Petani → Pendekor
2. Petani → *Florist* → Konsumen

Pada setiap saluran pemasaran yang ada memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Saluran pemasaran 1 memiliki kelebihan yaitu rantainya pendek yaitu hanya terdiri dari petani dan

pendekor. Sedangkan untuk kekurangan dari saluran pemasaran 1 ini adalah lokasi tempat pendekor cukup jauh sehingga resiko dari bunga rusak dan layu lebih tinggi dan juga tidak ada penyimpanan dari bunga di tangan pendekor yang berguna untuk menjaga bunga tetap fresh. Berbeda dengan saluran pemasaran 1, pada saluran pemasaran 2 keuntungan yang dimiliki adalah lokasi lebih terjangkau sehingga resiko rusak dan layu dari bunga berkurang dan adanya tempat penyimpanan bunga di lokasi florist untuk menjaga bunga tetap fresh. Sedangkan untuk kekurangan pada saluran pemasaran 2 adalah rantai atau salurannya lebih panjang sehingga akan terjadi perbedaan harga dari bunga yang dijual.

2. Margin Pemasaran

Tabel 1. Margin Pemasaran Saluran Pemasaran 1 dan Saluran Pemasaran 2 Berdasarkan Rantai Pasok Bunga Krisan per ikat

No	Saluran Pemasaran	Harga Jual Petani (Rp/ikat)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/ikat)	Margin Tataniaga (Rp/ikat)
1	Pola Saluran I	20.000	20.0000	0
2	Pola Saluran II	20.000	50.0000	30.000

Besaran dari margin pemasaran berbeda disetiap lembaga pemasaran. Hal ini dikarenakan setiap lembaga pemasaran memiliki kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda. Berdasarkan dari Tabel 1. dapat dilihat bahwa margin pemasaran pada saluran pemasaran 1 tidak ada dan margin pemasaran pada saluran pemasaran 2 sebesar Rp 30.000,-. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa margin pemasaran dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran. Pada saluran 1, lembaga yang terlibat hanya petani dan pendekor. Sehingga saluran pemasarannya tergolong pendek. Berbeda dengan saluran pemasaran 2 tergolong lebih panjang, dimana lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, florist, dan konsumen. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga jual pada konsumen akhir dengan harga beli di petani. Oleh karena itu, margin pemasaran pada saluran pemasaran 2 lebih tinggi dibandingkan dengan margin pemasaran pada saluran pemasaran 1.

3. Farmer's Share

Tabel 2. *Farmer's share* Saluran Pemasaran 1 dan Saluran Pemasaran 2 Berdasarkan Rantai Pasok Bunga Krisan per ikat

No	Saluran Tataniaga	Harga yang diterima Petani (Rp/ikat)	Harga ditingkat Konsumen (Rp/ikat)	<i>Farmer's share</i> (%)
1	Pola Saluran I	20.000	20.000	100
2	Pola Saluran II	20.000	50.000	40

Farmer's share merupakan bagian yang diterima oleh petani disetiap saluran pemasaran. Bagian yang diterima petani tersebut menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh oleh petani dalam kegiatan pemasaran. Bagian yang diterima oleh petani tersebut dapat dilihat dengan membandingkan harga ditingkat petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Hasil dari bagian yang diterima oleh petani tersebut dinyatakan dengan persentase.

Berdasarkan dari Tabel 2. Dapat dilihat bahwa bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran 1 adalah 100 %. Sedangkan pada saluran pemasaran 2, bagian yang diterima petani sebesar 40 %. Hal ini bisa terjadi dikarenakan pada saluran pemasaran 1 petani langsung menjual bunga krisan kepada pendekor sebagai konsumen tanpa ada perantara. Sedangkan pada saluran pemasaran 2, petani terlebih dahulu menjual bunga krisan kepada florist. Kemudian setelah bunga sampai ditangan florist, barulah bunga krisan dijual kepada konsumen.

4. Efisiensi Pemasaran

Tabel 3. Efisiensi Pemasaran Saluran Pemasaran 1 dan Saluran Pemasaran 2 Berdasarkan Rantai Pasok Bunga Krisan per ikat

No	Keterangan	Biaya Tataniaga (Rp/ikat)	Nilai Produk yang Dipasarkan (Rp/ikat)	EP (%)
1	Pola Saluran I	7.000,00	20.000	35,00
2	Pola Saluran II	22.141,41	50.000	44,28

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan. Efisiensi atau tidaknya saluran pemasaran dapat dilihat dari efisiensi biaya pemasaran.

Semakin kecil nilai efisiensi maka saluran pemasaran semakin efisien. Hal ini dikarenakan saluran pemasaran tersebut dapat menyalurkan produk dengan biaya semurah mudahnya.

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa nilai efisiensi pada saluran pemasaran 1 dan saluran pemasaran 2 berbeda. Pada saluran pemasaran 1 didapatkan nilai EP sebesar 35 % dengan biaya pemasaran sebesar Rp 7.000/ikat dan nilai produk yang dipasarkan sebesar Rp 20.000/ikat. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 didapatkan nilai EP sebesar 44,28% dengan biaya pemasaran sebesar Rp 22.141,41/ikat dan nilai produk yang dipasarkan sebesar Rp 50.000/ikat. Perbedaan nilai EP antar kedua saluran berbeda dikarenakan nilai produk yang dipasarkan juga berbeda dan biaya pemasaran yang dikeluarkan juga berbeda.

Perbedaan nilai efisiensi ini dikarenakan pada saluran pemasaran 1 biaya yang dikeluarkan hanya biaya transportasi. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 biaya pemasaran yang dikeluarkan bukan hanya biaya transportasi namun juga biaya bahan tambahan seperti bunga jenis lain dan ada juga biaya jasa untuk merangkai bunga. Berdasarkan dari biaya pemasaran tersebut dapat dilihat bahwa biaya pemasaran paling tinggi di saluran pemasaran 2 adalah biaya pembelian kertas dan biaya jasa merangkai. Untuk biaya bahan tambahan dapat diminimalisir dengan penggunaan bunga jenis lain lebih sedikit dan harganya murah. Sedangkan untuk biaya jasa rangkai cukup sulit untuk diminimalisir karena itu merupakan biaya jasa yang sulit untuk diperkirakan. Selain biaya pembelian kertas dan biaya jasa merangkai, perbedaan efisiensi ini juga disebabkan oleh biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh florist juga cukup banyak dikarenakan adanya penyimpanan bunga sehingga ada biaya penyusutan AC dan Showcase serta biaya lainnya.

Pada saluran pemasaran 1 dapat dilihat bahwa dalam memasarkan 1 ikat bunga krisan saluran pemasaran 1 membutuhkan biaya 35 % dari nilai produk yang dipasarkan. Sedangkan pada saluran pemasaran 2 dapat dilihat bahwa dalam memasarkan 1 ikat bunga krisan saluran pemasaran 2 membutuhkan biaya 44,28% dari nilai produk yang dipasarkan. Berdasarkan dari kedua saluran pemasaran tersebut, saluran yang efisien adalah saluran pemasaran 1 karena nilai efisiensinya lebih kecil dari nilai efisiensi pada saluran pemasaran 2. Jadi pemasaran bunga krisan kepada pendekor lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran bunga krisan kepada florist.

Dalam tujuan penelitian 1 peneliti membahas mengenai rantai pasok dan pada tujuan 2 peneliti menggunakan konsep efisiensi biaya pemasaran dalam saluran pemasaran. Hal ini peneliti lakukan karena konsep antara rantai pasok dengan saluran pemasaran saling terkait. Dimana supply chain (rantai pasok) adalah suatu sistem melalui mana suatu organisasi itu menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada para pelanggannya jadi (Indrajit & Djokopranoto, 2006:11), sedangkan saluran pemasaran adalah individu atau badan yang mengambil alih hak atas barang atau jasa selama barang atau jasa tersebut berpindah dari tangan produsen ke tangan konsumen (Usman, 2013). Konsep rantai pasok dan saluran pemasaran sama-sama memiliki konsep penyaluran barang kepada konsumen. Sehingga peneliti menggunakan konsep efisiensi biaya pemasaran yang ada didalam konsep saluran pemasaran untuk mengetahui apakah rantai pasok bunga krisan sudah efisien atau belum. Dalam hasil penelitian rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru ini, dapat dilihat bahwa rantai pasok berjalan dengan lancar. Semua aktivitas aliran yang dilaksanakan dalam rantai pasok ini berjalan dengan lancar. Walaupun masih ada kendala ketika tidak adanya bunga krisan potong yang siap untuk dipanen. Pada rantai pasok bunga krisan potong ini terdapat dua saluran pemasaran dimana diantara kedua saluran pemasaran tersebut yang lebih efisien adalah saluran pemasaran 1. Hal ini dilihat dari efisiensi biaya pemasaran yang telah peneliti hitung dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas baru memiliki struktur rantai pasok yang terdiri dari petani, pendekor, *florist* dan konsumen. Kegiatan rantai pasok bunga krisan potong ini terdiri dari 3 aliran yaitu aliran barang, aliran uang dan aliran informasi. Kondisi rantai pasok berdasarkan ketiga aliran tersebut telah berjalan dengan lancar. Tetapi masih memiliki sedikit kendala dalam pemenuhan permintaan bunga krisan potong oleh petani pada waktu tertentu. Pada aliran uang berjalan dengan baik dan begitu juga dengan aliran informasi. Komunikasi antar anggota rantai pasok berjalan dengan baik.
2. Pada rantai pasok bunga krisan potong di Kelompok Tani Tunas Baru ini terdapat 2 saluran pemasaran. Saluran pemasaran 1 terdiri atas petani dan pendekor, sedangkan pada saluran pemasaran 2 terdiri atas petani, *florist* dan konsumen. Pada analisis efisiensi pemasaran didapatkan bahwa pada saluran pemasaran 1 tidak memiliki margin pemasaran, sedangkan pada saluran pemasaran 2 memiliki margin pemasaran sebesar Rp 30.000/ikat. Bagian yang diterima petani pada saluran petani pada saluran pemasaran 1 sebesar 100 %, sedangkan pada saluran pemasaran 2 sebesar 40 %. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah sebesar 35 % dan pada saluran pemasaran 2 sebesar 44,28%. Saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran 1 karena dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran bunga krisan potong.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disarankan sebagai berikut :

1. Anggota rantai pasok harus memiliki perencanaan yang matang dalam menentukan produksi bunga krisan potong agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga antara persediaan dan permintaan konsumen saling mencukupi.
2. Kelompok Tani Tunas Baru perlu membuat kontrak dengan *florist* dan pendekor agar dapat membuat perencanaan produksi yang jelas.
3. Kelompok Tani Tunas Baru perlu memperbanyak penjualan bunga krisan kepada pendekor karena lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pertanian Kabupaten Solok. 2017. Laporan Pelaksanaan Kegiatan KPA dan PPTK Sekretariat Dinas Pertanian Kabupaten Solok Tahun 2017. Kabupaten Solok
- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto. 2006. Konsep Manajemen Supply Chain. Jakarta : Grasindo.
- Pangemanan, L, G. Kapantow dan M. Watung. 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: 5 – 14. [Jurnal].
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawati Er. 2017. Supply Chain Management, Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Usman, Yusri. 2013. Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian.[Bahan Ajar]. Padang : Universitas Andalas.