

Analisis Saluran Pemasaran dan Margin Pemasaran Bunga Potong Krisan (*Chrysanthemum L*) di Kecamatan Sukaraja

Ruslan Safriadi^{1*}, Ashrul Tsani²

^{1*,2}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sukabumi Jl. R. Syamsudin, S.H., No. 50, Kelurahan Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat 43113

Korespondensi: ruslansafriadi100@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to identify marketing channels and margins for cut chrysanthemum flowers in Sukaraja District. The method used is quantitative descriptive analysis with Purposive Sampling techniques used to select relevant key respondents, while Snowball Sampling is used to expand the number of respondents through recommendations from initial respondents. The research results show that there are three marketing channel patterns in Sukaraja District. The first channel pattern includes: producers, distributors and final consumers (decorators). The second channel includes: manufacturer, retail and final consumer. The third channel includes: manufacturers, distributors, retailers and final consumers. These three marketing channel patterns show differences in marketing margins. In the first channel, the marketing margin is IDR. 7,000; on the second channel, Rp. 6,000; and on the third channel, Rp. 9,000. The margin difference between distributors is Rp. 4,000 and at retail it is Rp. 5,000.

Keywords: *chrysanthemum; marketing channels; marketing margin*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran dan margin pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan teknik *Purposive Sampling* digunakan untuk memilih responden kunci yang relevan, sedangkan *Snowball Sampling* digunakan untuk memperluas jumlah responden melalui rekomendasi dari responden awal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga pola saluran pemasaran di Kecamatan Sukaraja. Pola saluran pertama meliputi: produsen, distributor dan konsumen akhir (dekorator). Saluran kedua meliputi: produsen, ritel dan konsumen akhir. Saluran ketiga meliputi: produsen, distributor, ritel dan konsumen akhir. Ketiga pola saluran pemasaran ini menunjukkan perbedaan margin pemasaran. Pada saluran pertama, margin pemasaran sebesar Rp. 7.000; pada saluran kedua, Rp. 6.000; dan pada saluran ketiga, Rp. 9.000. Perbedaan margin pada distributor adalah Rp. 4.000 dan pada ritel adalah Rp. 5.000.

Kata kunci: Krisan; Saluran Pemasaran; Margin Pemasaran

PENDAHULUAN

Tanaman hias merupakan tanaman yang terutama digunakan untuk dekorasi atau penghias rumah. Elemen dekoratif dimaksudkan untuk menambah keindahan, minat, dan kenikmatan visual, baik ditanam di taman maupun di dalam ruangan. Tanaman hias juga memiliki bentuk dan warna yang indah dalam membantu meningkatkan keindahan dan daya tarik suatu benda. Oleh karena itu tanaman hias dapat disebut dengan tanaman hias. Namun dalam menilai kecantikan, setiap orang mempunyai persepsi dan penilaiannya masing-masing, sehingga nilai kecantikan yang dirasakan seseorang mungkin berbeda dengan orang lain, dan makna kecantikan mungkin tidak akan pernah sama bagi setiap orang. Jelas terlihat bahwa tanaman hias tidak hanya sekedar menikmati keindahannya saja, namun juga menunjang kehidupan makhluk hidup di lingkungan bumi. Mempercantik lingkungan dengan menanam berbagai tanaman hias dengan konfigurasi yang tepat akan menciptakan keindahan, kenyamanan dan keharmonisan pada lingkungan Anda. Semua ini membantu dalam lingkungan rumah untuk memperoleh kepuasan batin yang berharga yang menghilangkan kepenatan, pemikiran kompleks dan kelelahan mental (Titiek Widyastuti, 2018).

Krisan (*Chrysanthemum sp.*) merupakan tanaman hias dari famili *Asteraceae*. Dalam Sejarah Indonesia, bunga krisan dikembangkan pada saat Indonesia masih berbentuk kerajaan. Bunga krisan mulai dikenal masyarakat dengan sebutan seruni. Perkembangan bunga krisan sebagai bunga komersial dimulai pada tahun 1940. Namun bunga krisan ini bukan tanaman asli Indonesia, melainkan negara asalnya China, yang kemudian banyak dikembangkan di Jepang dan kemudian menyebar ke Belanda. Hal ini dikarenakan tanaman krisan tergolong tanaman hias yang mudah beradaptasi di dataran tinggi yang berkisar antara 1.200 meter di atas permukaan laut hingga dataran tengah antara 400 hingga meter di atas permukaan laut yang suhu rata – ratanya rendah. Kisaran suhu adalah

16 -28°C yang diperlukan untuk nutrisi dan perkembangan reproduksi tanaman yang tepat atau isitilahnya fase vegetatif dan generatif (Siti B. I., Lukman D. S., & Apriyanti R. Y., 2023).

Produk bunga potong krisan ini tidak hanya banyak minati dipasar Indonesia saja, akan tetapi juga di pasar luar negeri. Pasalnya, bunga krisan diekspor dalam jumlah terbesar dibandingkan tanaman hias bunga potong lainnya. Pada tahun 2017 tercatat sebanyak 49.520 kg bunga krisan diekspor ke Jepang dan Kuwait, dan pada tahun 2018 terjadi peningkatan ekspor sebesar 19%. Jepang menyumbang 99,6% ekspor bunga potong krisan Indonesia dari kedua negara tersebut. Masyarakat Jepang memiliki ketertarikan yang besar terhadap bunga krisan karena merupakan bunga simbolis Jepang sehingga sering terlihat dalam upacara adat dan budaya Jepang (Vina T. Y., 2019).

Menurut data BPS Kabupaten Sukabumi dalam angka (2024) menjelaskan bahwa, Kecamatan Sukaraja merupakan Kecamatan penghasil bunga potong krisan terbanyak kedua setelah Kecamatan Cidahu, diukur berdasarkan luas lahan dan hasil panen. Pada tahun 2022, luas lahan produksi bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja sebanyak 120.000m² dengan hasil panen sebesar 6.800.000 tangkai dan pada tahun 2023 luas lahan produksi sebesar 210.000m² dengan hasil panen sebesar 21.000.000 tangkai, artinya terjadi peningkatan luas lahan produksi sebesar 90.000m² dan peningkatan terhadap hasil panen sebesar 14.200.000 tangkai. Sedangkan Kecamatan Cidahu tidak mengalami penurunan dan peningkatan pada luas lahannya pada tahun 2022 dan 2023, akan tetapi Kecamatan Cidahu mengalami peningkatan dari hasil panen pada tahun 2022 sebesar 7.300.000 tangkai dan pada tahun 2023 sebesar 24.000.000 tangkai, artinya nilai peningkatannya sebesar 16.700.000 tangkai.

Peningkatan produktivitas hasil panen bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja perlu didukung oleh sistem pemasaran yang efektif, termasuk penerapan saluran pemasaran yang efisien. Menurut Kotler dan Armstrong

(2013), saluran pemasaran terdiri dari sekelompok organisasi yang saling bergantung, yang berfungsi untuk memastikan produk dan layanan tersedia bagi konsumen dan pengguna bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan pola saluran pemasaran serta margin pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja.

METODE

Desain Penelitian

Desain penelitian yang diterapkan adalah penelitian deskriptif yang fokus pada saluran pemasaran dan margin pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sukaraja, yang dipilih sebagai fokus utama karena Kecamatan ini menyuplai sebagian besar bunga potong krisan di Kabupaten Sukabumi. Penelitian dimulai pada bulan Januari dan akan berlangsung hingga Maret 2024.

Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, dua metode pengambilan sampel digunakan: *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah metode non-acak yang bertujuan untuk memilih individu tertentu berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga peneliti dapat memperoleh informasi yang diperlukan (Arikunto, 2006). Metode ini diterapkan untuk menentukan jumlah produsen atau petani bunga krisan potong yang akan disurvei. Sementara itu, *snowball sampling* digunakan untuk memilih sampel dari lembaga pemasaran yang terlibat dalam pola saluran pemasaran. Metode ini dimulai dengan memilih sampel kecil terlebih dahulu, kemudian sampel ini diperluas melalui rekomendasi dari individu yang telah dipilih, sehingga jumlah sampel bertambah secara bertahap seperti bola salju yang menggelinding (Sugiyono, 2009).

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif, di mana data yang terkumpul diuraikan dan dianalisis melalui penyajian dalam bentuk tabel.

1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran bunga krisan potong di Kecamatan Sukaraja dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, melalui survei dan wawancara dengan produsen (petani), distributor (pedagang besar), pengecer (pedagang eceran), serta pengguna akhir (konsumen). Alur pemasaran disusun berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan di lokasi penelitian.

2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dianalisis dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearce dan Robinson (2011), sebagai berikut:

$$MP = P_r - P_f$$

Dimana :

MP = Margin Pemasaran

P_r = Harga krisan ditingkat konsumen (Rp/ikat)

P_f = Harga krisan ditingkat produsen (Rp/ikat)

Keuntungan pemasaran mencakup berbagai biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasarannya. Secara sistematis, hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = BP + KP$$

Dimana :

MP = Margin Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

KP = Keuntungan Pemasaran

Jumlah margin pemasaran dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam distribusi bunga krisan potong, serta keuntungan yang diperoleh oleh lembaga-lembaga tersebut, dapat dirumuskan secara sistematis sebagai berikut:

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots M_n$$

Dimana :

MT = Margin Total Pemasaran

$M1 + M2 + M3 + \dots + Mn$ = Margin di setiap Lembaga Pemasaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Keadaan Geografis Umum

Kecamatan Sukaraja adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Sukabumi yang terdiri dari sembilan desa. Secara geografis, Kecamatan Sukaraja berbatasan dengan Kabupaten Sukabumi di utara, Kabupaten Kebonpedes di selatan, Kota Sukabumi di barat, dan Kecamatan Sukalarang di timur. Kecamatan ini memiliki luas wilayah 3.663,75 hektar, yang terbagi menjadi lahan sawah seluas 1.430,9 ha, lahan non-sawah 1.108,59 ha, dan lahan non-pertanian 1.124,31 ha.

Kecamatan Sukaraja memiliki 2 tingkatan topografi, tingkatan lahan basah digunakan untuk tanaman padi dan tingkatan lahan kering digunakan untuk tanaman hortikultura. Ciri – ciri tanah di Kecamatan Sukaraja memiliki solum tebal, tekstur tanah halus dan berpasir, struktur gambur, PH antara 4,5 – 6 (netral) dan memiliki sifat fisik baik. Kecamatan Sukaraja memiliki iklim tropis basah dengan curah hujan rata – rata sebesar 1.204 mm pertahun, serta memiliki suhu udara berkisar anantara 21°C - 25°C.

Jumlah penduduk Kecamatan Sukaraja pada tahun 2021 berjumlah 88.856 jiwa, yang terdiri dari laki-laki 44.468 jiwa, perempuan 44.388 jiwa, dan jumlah kepala rumah tangga sebanyak 29.310 jiwa.

Banyak masyarakat di daerah Sukaraja yang menanam bunga potong dan bunga pot. Berbagai macam bunga potong dan pot ditanam di sini, antara lain anggrek pot, anggrek potong, krisan, mawar, sedap malam, Hanjuan, dan *philodendron*.

2. Karakteristik Responden

Responden pada saluran pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja berdasarkan analisis lapangan terdiri dari produsen, distributor, ritel dan konsumen akhir. Karakteristik responden saluran pemasaran dianalisis dari nama, jenis kelamin, usia,

pendidikan terakhir, kepemilikan lahan, luas garapan, pengalaman berusaha, sifat utama usahatani, jumlah tenaga kerja, dan jumlah waktu. Jumlah petani krisan berdasarkan data primer (2024) bahwa terdapat 35 responden produsen. Responden lainnya seperti distributor, ritel dan konsumen akhir, diperoleh berdasarkan rekomendasi produsen dengan jumlah 10 responden distributor, 15 responden ritel, dan 30 responden konsumen akhir.

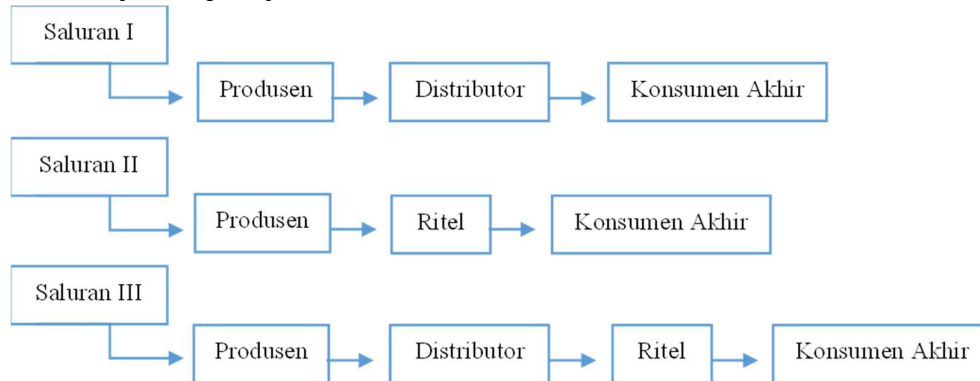
Jenis kelamin produsen bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja didominasi oleh laki – laki dengan persentase 85,7%. Keterlibatan perempuan dalam usahatani bunga potong krisan hanya memiliki persentase sebesar 14,3%. Walaupun keterlibatan Perempuan pada usahatani bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja hanya sedikit, namun perempuan dapat memberikan sumbangsih dan bisa melakukan apa yang biasanya laki – laki lakukan, usia produsen didominasi oleh antara usia 41 – 60 dengan persentase 54,3%, tingkat pendidikan produsen didominasi oleh produsen yang memiliki latarbelakang pendidikan Sekolah Dasar (SD) dengan persentase 51,4%, jenis pekerjaan produsen didominasi oleh pekerjaan utama dengan persentase 82,9%, kepemilikan lahan garapan produsen didominasi produsen dengan lahan garapan milik sendiri dengan persentase 54,3%, dan luas lahan produsen didominasi oleh luas lahan kurang dari 1 Ha dengan persentase 57,1%.

Jenis kelamin distributor bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja didominasi oleh laki – laki dengan persentase 100%, usia distributor didominasi oleh antara usia 46 – 60 dengan persentase 70%, tingkat pendidikan distributor didominasi oleh distributor yang memiliki latarbelakang pendidikan Sekolah Menengah Akhir (SMA) dengan persentase 60%, dan jenis pekerjaan distributor didominasi oleh pekerjaan utama dengan persentase 100%.

Jenis kelamin ritel bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja didominasi oleh perempuan dengan persentase 60%, usia ritel didominasi oleh antara usia 26 – 45 dengan persentase 60%, tingkat pendidikan ritel didominasi oleh ritel yang memiliki

latarbelakang pendidikan Sekolah Menengah Akhir (SMA) dengan persentase 53,3%, dan jenis pekerjaan ritel didominasi oleh pekerjaan utama dengan persentase 100%.

Jenis kelamin konsumen bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja didominasi oleh perempuan dengan persentase 83,3%, usia konsumen didominasi oleh antara usia 26 – 45 dengan persentase 50%, tingkat pendidikan konsumen didominasi oleh konsumen yang memiliki latarbelakang pendidikan Sekolah Menengah Akhir (SMA) dengan persentase 43,3%, dan jenis pekerjaan konsumen



Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran I, II, dan III Bunga Potong Krisan Di Kecamatan Sukaraja

Berdasarkan Gambar 1. Saluran I menggunakan saluran pemasaran satu tahap dimana produsen bunga krisan potong di Kecamatan Sukaraja menjual hasil produksinya ke seluruh distributor bunga di Kecamatan Sukaraja dan Sukabumi. Bunga krisan potong yang dibeli distributor dari petani dijual kembali ke konsumen akhir. Konsumen akhir dalam pola saluran I adalah konsumen dekorator. Saluran II menerapkan saluran pemasaran satu tahap dimana produsen bunga krisan potong di Kecamatan Sukaraja menjual bunga krisan hasil panennya ke ritel bunga di Kabupaten Sukabumi dan Kota Sukabumi. Bunga krisan potong yang dibeli ritel dari petani dijual ke konsumen akhir. Konsumen akhir pada Pola Saluran Pemasaran II adalah konsumen umum. Saluran III menerapkan saluran pemasaran dua tingkat dimana produsen menjual produknya ke distributor bunga di Kecamatan Sukaraja dan Sukabumi.

didominasi oleh Ibu Rumah Tangga (IRT) dengan persentase 43,3%.

Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja terdapat tiga pola saluran pemasaran. Pola saluran I meliputi: produsen, distributor, dan konsumen akhir (dekorator), saluran II meliputi: produsen, ritel dan konsumen akhir, dan saluran III meliputi: produsen, distributor, ritel, dan konsumen akhir. Lebih jelasnya bisa dilihat pada Gambar. 1.

Bunga krisan potong yang dibeli distributor dari produsen dijual kembali ke ritel di Kabupaten dan Kota Sukabumi, serta ritel bunga krisan potong di Pasar Bunga Rawa Belong Jakarta, yang selanjutnya ritel akan melakukan penjualan ke konsumen akhir.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima oleh produsen. Margin ini mencakup semua biaya yang dikeluarkan oleh produsen, pengecer, dan lembaga pemasaran lainnya selama proses pemasaran. Di daerah Sukaraja, terdapat tiga pola saluran penjualan bunga krisan potong, dan setiap pola saluran I, II, dan III memiliki perbedaan margin yang signifikan. Rincian perbedaan margin untuk masing-masing saluran dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Margin Pemasaran Pada Saluran I, II, dan III Bunga Potong Krisan

No.	Saluran Pemasaran	Harga Jual/ikat			Margin
		Produsen	Distributor	Ritel	
1	Saluran I	Rp. 11.000	Rp. 18.000	-	Rp. 7.000
2	Saluran II	Rp. 14.000	-	Rp. 20.000	Rp. 6.000
3	Saluran III	Rp. 11.000	Rp. 15.000	Rp. 20.000	Rp. 9.000

Sumber: Analisi Data Primer, 2024.

Berdasarkan tabel diatas bahwa harga yang diterima produsen dari distributor pada saluran I yaitu Rp. 11.000 dan harga jual ditingkat distributor sebesar Rp. 18.000, artinya margin pada saluran ini sebesar Rp. 7.000, pada saluran II harga ditingkat produsen yaitu Rp. 14.000 dan harga ditingkat ritel sebesar Rp. 20.000, perolehan margin pada saluran ini sebesar Rp. 6.000, dan pada saluran III harga ditingkat produsen sebesar Rp. 11.000, distributor sebesar Rp. 15.000, dan ditingkat ritel yaitu Rp. 20.000, total margin yang diperoleh pada saluran III sebesar Rp. 9.000. Namun pada saluran III selisih harga dari produsen sebesar Rp. 4.000 dan selisih distributor sebesar Rp. 5,000.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terdapat tiga pola saluran pemasaran bunga potong krisan di Kecamatan Sukaraja. saluran I meliputi produsen, ditributor dan konsumen akhir, saluran II meliputi produsen, ritel dan konsumen akhir, dan pada saluran III meliputi produsen, distributor, ritel dan konsumen akhir. saluran I dan II menggunakan saluran satu tingkat (*one stage chanel*), sedangkan saluran III menggunakan saluran dua tingkat (*two stage chanel*).

Margin pemasaran yang diperoleh saluran I sebesar Rp. 7.000/ikat, saluran II yaitu Rp. 6.000/ikat dan saluran III sebesar Rp. 9.000/ikat. pada saluran III selisih harga dari produsen sebesar Rp. 4.000 dan selisih distributor sebesar Rp. 5,000

SARAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

1. Melakukan pemilihan pola saluran pemasaran yang menguntungkan untuk para pelaku pemasaran bunga potong krisan. Dan margin pemasaran pada ketiga pola saluran pemasaran masih terlalu jauh, sehingga perlu dilakukan penyelarasan.
2. Terimakasih atas semua pihak yang membantu dalam penelitian dan penyelesaian karya artikel ilmiah ini

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta. Rineka Cipta.
- BPS Kabupaten Sukabumi. (2024). Sukabumi Dalam Angka 2024.
- Kecamatan Sukaraja. (2023). Profil Kecamatan Sukaraja Kabupaten Sukabumi Tahun 2023
- Kotler & Armstrong. (2001). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Siti, B. I., Lukman, D. S., & Apriyanti, R. Y. (2023). Panduan Teknis Budidaya Krisan Potong. Bogor. Pertanian Press.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D). Bandung. Alfabeta.
- Titiek, W. (2018). Teknologi Budidaya Tanaman Hias Agribisnis. Yogyakarta. CV MINE.
- Vina, T. Y. (2019). Bunga Krisan, Potensi Pasar Tanaman Hias Indonesia. Indonesiana.
- Wisnu, A. P., Rita, N. & Nia, R. (2023). Determinan Yang Mempengaruhi Saluran Pemasaran Bunga Potong Krisan Di Kabupaten Cianjur. *Jurnal Forum Agribisnis*, 13(1), 86-94. DOI: <https://doi.org/10.29244/fagb.13.1.86-94>