

**Pemasaran Mawar Merah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan
Damai Kota Pekanbaru
(Studi Kasus Pada Usaha Tanaman Hias Kembang Bertuah)**

**Marketing of Red Roses in Tangkerang Tengah District, Marpoyan Damai District,
Pekanbaru City
(Case Study of The Bertuah Flower Ornamental Plant Business)**

Rafika Sari, Fahrial*

Program Studi Agroteknologi, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau
Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Pekanbaru-Riau
fahrial2018@agr.uir.ac.id

Abstract. *The age of the lucky flower ornamental plant entrepreneur is 45 years old, the education level of the ornamental plant entrepreneur is S1 (Strata 1), business experience is 10 years, and the number of family dependents is 3 people. The profile of the ornamental plant business is the history of the business which was started in 2010, the business capital is 60 million, and the business scale of the ornamental plant entrepreneur is a small business scale. 2. The ornamental plant business in Tangkerang Tengah Subdistrict requires costs to run the business with the total business costs for 1 production of roses amounting to IDR 13,374,217/month. The gross income obtained in this business is IDR 9,000,000/month. The efficiency of the ornamental plant business (Return Cost Ratio) is 1.49, which means every Rp. 1,000 is spent on the ornamental plant business. Based on the RCR assessment criteria, the lucky flower ornamental plant business in Tangkerang Tengah Subdistrict is efficient and feasible to develop. 3. Marketing institutions involved in marketing the lucky flower ornamental plant are two marketing channels, namely channel I: entrepreneur → consumer, and channel II: entrepreneur → retailer → consumer and the marketing functions used by the lucky flower ornamental plant entrepreneur are functions exchange includes buying and selling, physical functions include storage and transportation, and facility functions include standardization and quality processing, financing, risk bearing and market information. 4. The average total marketing cost for ornamental plants used in channel I for roses is IDR 140,000/polybag and in channel II for roses IDR 257.15/polybag. The total margin on channel II is IDR 33,000/polybag. The marketing profit in channel I is roses amounting to IDR 140,000/polybag with a farmer's share of 100.00%. Meanwhile, in channel II, rose flowers amount to IDR 10,742.85/polybag with a farmer's share of 54.17%. The marketing efficiency value of ornamental plants in channel II, namely roses, is 1.07 and in channel I, namely roses, is 1.08%. Based on the results of this analysis, it can be said that the most efficient marketing channel is marketing channel II. This is because the marketing costs incurred by marketing channel II are smaller than marketing channel I.*

Keywords: *rose business, marketing, marketing channels.*

Abstrak. Umur pengusaha tanaman hias kembang bertuah berumur 45 tahun, tingkat pendidikan pengusaha tanaman hias S1 (Strata 1), pengalaman berusaha 10 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga berjumlah 3 jiwa. Profil usaha tanaman hias yaitu sejarah usaha yang dirintis sejak tahun 2010, modal usaha sebesar 60 juta, dan skala usaha pengusaha tanaman hias termasuk skala usaha kecil. 2. Usaha tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah memerlukan biaya untuk menjalankan usahanya dengan total biaya usaha selama 1 kali produksi adalah bunga mawar sebesar Rp.13.374.217/bulan. Pendapatan kotor yang diperoleh dalam usaha ini bunga mawar sebesar Rp.9.000.000/bulan. Efisiensi usaha tanaman hias (*Return Cost Ratio*) adalah bunga mawar sebesar 1,49, yang artinya setiap Rp.1.000 biaya yang dikeluarkan untuk usaha tanaman hias. Berdasarkan kriteria penilaian RCR, maka usaha tanaman hias kembang bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah sudah efisien dan layak untuk dikembangkan. 3. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tanaman hias kembang bertuah yaitu terdapat dua saluran pemasaran, yaitu saluran I: pengusaha → konsumen, dan saluran II: pengusaha → pedagang pengecer → konsumen dan fungsi-fungsi pemasaran yang digunakan pengusaha tanaman hias kembang bertuah yaitu fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi penyimpanan dan pengangkutan, dan fungsi fasilitas meliputi standarisasi dan pengolahan mutu, pembiayaan,

penanggunggan resiko dan informasi pasar. 4. Rata-rata total biaya pemasaran tanaman hias yang digunakan pada saluran I bunga mawar sebesar Rp.140.000/polybag dan pada saluran II bunga mawar sebesar Rp.257,15/polybag. Total margin pada saluran II sebesar Rp.33.000/polybag. Keuntungan pemasaran pada saluran I yakni bunga mawar sebesar Rp.140.000/polybag dengan *farmer's share* sebesar 100.00 %. Sedangkan pada saluran II yakni bunga mawar sebesar Rp.10.742,85/polybag dengan *farmer's share* sebesar 54,17 %. Nilai efisiensi pemasaran tanaman hias pada saluran II yaitu bunga mawar sebesar 1,07 dan pada saluran I yaitu bunga mawar sebesar 1,08%. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran II lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran I.

Katakunci : usaha bunga mawar, pemasaran, saluran pemasaran

1. Pendahuluan

Tanaman hias merupakan salah satu dari kekayaan sumberdaya 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).

Konsumen dari usaha ini meliputi konsumen individu, konsumen perusahaan/industri atau pedagang. Tanaman hias dapat digunakan sebagai penghias taman diluar atau didalam rumah, serta di halaman kantor ataupun didalam kantor. Selain itu, tanaman hias juga dapat digunakan sebagai dekorasi dalam berbagai acara, baik bersifat formal maupun non-formal. Usahatani ini meliputi penjualan tanaman hias yang dijual pertanaman, selain itu juga meliputi jasa pembuatan taman ataupun dekorasi ruangan (Suryowinoto, 1997 dalam Dewi, 2022).

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pemasaran Pada Bunga Mawar Merah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada Usaha Tanaman Hias Kembang Bertuah Tangkerang Tengah).

Permasalahan yang disajikan dalam latar belakang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik pelaku usaha dan profil usaha bunga Mawar Merah Kembang Bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kota Pekanbaru?
2. Bagaimanakah Saluran Pemasaran serta fungsi pemasaran bunga Mawar Merah

pada usaha Kembang Bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kota Pekanbaru?

3. Bagaimanakah lembaga pemasaran bunga Mawar Merah pada usaha Kembang Bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kota Pekanbaru?
4. Berapakah biaya, Margin, Efisiensi Pemasaran, *farmer's share* dan keuntungan pemasaran bunga Mawar Merah pada usaha Kembang Bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kota Pekanbaru?

1. METODE PENELITIAN

1.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, pada usaha tanaman hias Kembang Bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di usaha tanaman hias kembang bertuah Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, penentuan lokasi ini dipilih dengan alasan beberapa masyarakatnya merupakan pedagang tanaman hias bunga mawar yang juga posisi usahanya berdekatan dengan pedagang yang lain, dan juga terletak di pinggir kota Pekanbaru.

Penelitian ini dilaksanakan selama enam bulan yaitu dari bulan Januari 2024 sampai Juni 2024, dengan rangkaian kegiatan penyusunan proposal, pengumpulan data, pentabulasian data, pengolahan data dan penyusunan laporan hasil penelitian dalam bentuk skripsi.

1.2. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel penelitian menunjukkan bahwa pengusaha tanaman hias Kembang Bertuah ada 1

pengusaha (pemilik) dan 3 orang tenaga kerja. Oleh sebab itu pengumpulan data dilakukan secara sensus atau seluruh populasi dijadikan responden. Selain itu, untuk sampel pemasaran ada pedagang pengecer tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah Kota Pekanbaru yang terdiri dari 1 orang pedagang pengecer, tanaman mawar dipilih dipilih karena merupakan tanaman yang dominan dijual oleh pedagang tanaman hias yang berada di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru.

1.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan berupa data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden, pengumpulan data yang dilakukan dengan metode wawancara yang dipandu menggunakan kuesioner yang sudah dipersiapkan, observasi langsung serta pencatatan- pencatatan. Jenis data primer meliputi : 1) Karakteristik pelaku usaha (umur, lama pendidikan, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga) dan profil usaha (sejarah usaha, modal usaha dan skala usaha), 2) Biaya produksi, pendapatan dan efisiensi usaha dan 3) Lembaga pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran dan efisiensi pemasaran.

Sedangkan Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan maupun publikasi resmi dari berbagai instansi. Data tersebut bersumber dari jurnal-jurnal penelitian, literatur dan buku-buku kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian ini serta publikasi Badan Pusat Statistik.

1.4. Analisis Data

Data yang diperoleh selanjutnya dikelompokkan menurut saluran pemasaran masing-masing kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan gambar, kemudian baru dilakukan analisis sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Untuk mengetahui karakteristik pedagang bunga Mawar dilakukan analisis secara deskriptif meliputi: umur, tingkat Pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, pengalaman berusaha. Ditingkat dan telah dikumpulkan kemudian ditabelkan dan dianalisis baik rata-rata maupun kedalam

persentase.

Saluran dan Lembaga pemasaran dianalisis secara deskriptif kualitatif, dimana untuk mengetahui saluran pemasaran tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru dengan mengikuti aliran produksi tanaman hias dari pedagang sampai kepada konsumen yaitu dengan melakukan wawancara kepada pedagang yang ada di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru, sehingga dari hasil wawancara yang dilakukan akan dapat kita ketahui bagaimana saluran dan lembaga pemasaran yang terdapat dalam pemasaran tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah.

Fungsi-fungsi pemasaran dapat dilihat dari masing-masing fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan tanaman Mawar dari petani ke konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran tersebut dilakukan oleh lembaga pemasaran meliputi fungsi pertukaran yang meliputi fungsi pembelian dan penjualan, fungsi pengadaan meliputi fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan, serta fungsi pelancar yang meliputi fungsi standarisasi, permodalan, informasi pasar dan penanggulangan resiko. Analisis fungsi pemasaran diperlukan untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Analisis yang digunakan merupakan analisis deskriptif kualitatif. Fungsi pemasaran merupakan sebuah kegiatan-kegiatan yang wajib dilaksanakan dalam proses perencanaan.

Untuk menghitung besarnya biaya pemasaran dapat menggunakan rumus menurut Soekartawi (2003) sebagai berikut:

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

B_p = Biaya Pemasaran Bunga Mawar Merah (Rp/Tanaman) B_1 = Biaya Transportasi (Rp/Tanaman)

B_2 = Biaya Upah (Rp/Tanaman) B_3 = Biaya lainnya (Rp/Tanaman)

a) Margin Pemasaran

Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus (Kotler, 2003):

$$M = H_k - H \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran Bunga Mawar Merah (Rp/ Tanaman)

H_k = Harga Jual Bunga Mawar Merah

Ditingkat Konsumen (Rp/ Tanaman) $H_p =$
 Harga Beli Bunga Mawar Merah ditingkat
 Peadagang (Rp/ Tanaman)

- b) Keuntungan Pemasaran
 Menurut Kotler (2003), Keuntungan
 pemasaran merupakan selisih margin
 pemasaran dan biaya-biaya pemasaran,
 rumusnya yaitu:
 $\Pi = M_p - B_p$ (3)

Keterangan:
 Π = Keuntungan Pemasaran Bunga
 Mawara Merah (Rp/ Tanaman) $M_p =$
 Margin Pemasaran Mawar Merah (Rp/
 Tanaman)
 $B_p =$ Biaya Pemasaran Bunga Mawar
 (Rp/Tanaman)

- c) Analisis pemasaran yang digunakan
 untuk menghitung efisiensi pemasaran
 menurut (Kotler, 2003) yaitu dengan
 rumus :
 $EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$ (4)

Keterangan :
 $EP =$ Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar
 Merah (%)
 $TB =$ Total Biaya Premasaran Bunga
 Mawar Merah (Rp/Tanaman)
 $TNP =$ Total Nilai produk bunga Mawar
 Merah (Rp/Tanaman)

Semakin rendah atau kecil persentase
 efisiensi pemasaran maka pemasaran
 semakin efisien. Sebaliknya, semakin
 tinggi nilai persentase efisiensi
 pemasarannya maka semakin tidak efisien.

- d) *Farmer's Share*
Farmer's share digunakan untuk
 membandingkan harga yang dibayar
 konsumen terhadap harga produk yang
 diterima petani (Asmarantaka, 2012).
 Dapat dihitung dengan rumus sebagai
 berikut :
 $F'S = \frac{Pr}{Pf} \times 100\%$
- Keterangan :
Farmer's share's = Bagian atau persentase
 yang diterima pengusaha (%) $Pr =$ Harga

Beli ditingkat pedagang Tanaman
 (Rp/Tanaman)
 $P_f =$ Harga Jual ditingkat Konsumen
 (Rp/Tanaman).

2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1. Karakteristik Pemasaran Bunga Mawar Merah

Karakteristik seseorang meng-
 gambarkan kondisi atau keadaan serta status
 orang tersebut. Struktur hubungan rantai
 pemasaran bunga mawar di Kecamatan
 Marpoyan Damai Kelurahan Tangkerang
 Tengah dianalisis berdasarkan lembaga yang
 membentuk rantai pemasaran dan peran dari
 setiap anggota. Lembaga rantai pemasaran
 dalam hal ini adalah lembaga atau para pelaku
 yang terlibat dalam aliran produk, aliran
 keuangan dan aliran informasi mulai dari
 petani bunga mawar hingga ke konsumen
 akhir. Struktur lembaga rantai pemasaran
 terdiri petani bunga mawar, pedagang
 pengumpul, pedagang pengecer, dan
 konsumen. Karakteristik lembaga rantai
 pemasaran diamati dari beberapa variabel
 yang memungkinkan dapat memberikan
 gambaran tentang pelaku rantai pemasaran
 bunga mawar yang meliputi: a.) umur, b.)
 jenis kelamin, c.) tingkat pendidikan, d.)
 pengalaman berusaha, dan e.) jumlah
 tanggungan keluarga.

2.2. Umur

Umur merupakan salah satu faktor
 yang mempengaruhi aktivitas seseorang dalam
 bidang usahanya. Umumnya pengusaha yang
 usianya lebih muda kuat fisiknya dibanding
 dengan pengusahatani yang lebih tua, begitu
 sebaliknya. Simanjuntak (2014) mengatakan
 bahwa usia produktif 15-55 tahun termasuk
 kedalam usia yang sangat produktif, dimana
 pada golongan ini akan lebih mudah (5)
 menerima inovasi yang didukung oleh
 kemampuan fisik dan kemampuan berfikir
 yang baik.

Tabel 1. Jumlah Petani, Pedagang dan Konsumen Tanaman Hias Kembang Bertuah Berdasarkan

No	Umur (Tahun)	Petani		Pedagang Pengecer		Konsumen	
		Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)
1.	20-35	3	75.00	-	-	-	-
2.	36-46	1	25.00	1	100.00	1	100.0
Jumlah		4	100.00	1	100.00	1	100.0

Umur Pada Tahun 2023.

Berdasarkan Tabel 1. dapat dilihat bahwa rata-rata umur anggota rantai pemasaran bunga mawar di Kelurahan Tangkerang Tengah pada umumnya masih berada pada golongan usia produktif, umur petani bunga mawar pada kisaran 20-35 tahun merupakan yang terbanyak, yaitu 3 orang dengan persentase 75.00 %. Kemudian diikuti petani yang berumur dengan kisaran 36-46 tahun, yaitu sebanyak 1 petani dengan persentase 25.00 .

Umur pedagang pengecer bervariasi dari umur 36-46 tahun, dengan jumlah persentase 100.00%. Pedagang pengecer yang berumur dengan kisaran 36-46 tahun merupakan yang pedagang yang sedikit, yakni 1 jiwa. Hal ini sangat mendukung pada usaha yang mereka jalankan yaitu sebagai pedagang tanaman hias bunga mawar, yang membutuhkan tenaga yang lebih kuat dan keberanian dalam menghadapi resiko sebagai

pedagang. Untuk konsumen kisaran umur bervariasi dari 36-46 tahun dengan jumlah persentase 100.00 %. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua sampel (petani, pedagang, konsumen) termasuk umur yang relatif muda untuk bekerja dan berusahatani.

2.3. Jenis Kelamin

Robbins (2016) menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang konsisten antara pria dan wanita dalam kemampuan memecahkan masalah, keterampilan analisis, dorongan kompetitif, motivasi, sosiabilitas atau kemampuan belajar. Namun studi-studi psikologi telah menentukan bahwa wanita lebih bersedia untuk mematuhi wewenang dan pria lebih agresif dan lebih besar kemungkinannya dari pada wanita dalam memiliki pengharapan untuk sukses.

Tabel 2. Jumlah Petani, Pedagang dan Konsumen Tanaman Hias Kembang Bertuah Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Tahun 2023.

No	Jenis Kelamin	Petani		Pedagang Pengecer		Konsumen	
		Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)
1.	Wanita	-		-		1	10,00
2.	Laki-laki	4	100,00	1	100,00	-	-
Jumlah		4	100,00	1	100,00	1	100,00

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa seluruh petani tanaman hias bunga mawar sebanyak 4 jiwa yaitu laki-laki dengan persentase 100.00 % dan pedagang pengecer terdapat 1 jiwa laki-laki jumlah persentase sebesar 100,00 % dan 1 jiwa wanita 100,00% untuk konsumen sebagai pembeli.

2.4. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan

seseorang. Seperti yang dikemukakan oleh Mosher (1987), bahwa pendidikan merupakan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Dalam penelitian ini pendidikan yang diambil sebagai patokan adalah pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh anggota rantai pemasaran tanaman hias bunga mawar. Data mengenai tingkat pendidikan anggota rantai pemasaran tanaman hias bunga mawar di Kelurahan Tangkerang Tengah dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Petani, Pedagang dan Konsumen Tanaman Hias Kembang Bertuah Berdasarkan Tingkat Pendidikan Pada Tahun 2023.

No	Tingkat Pendidikan	Petani		Pedagang Pengecer		Konsumen	
		Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)
1.	SD	-	-	-	-	-	-
2.	SMP	-	-	-	-	-	-
3.	SMA	3	75.00	1	100,00	-	-
4.	S1	1	25.00	-	-	1	100.00
Jumlah		4	100,00	1	100,00	1	100,00

Berdasarkan Tabel 3. Bahwa rata-rata tingkat pendidikan petani tanaman hias bunga mawar bahwa pemasaran di Kelurahan Tangkerang Tengah adalah SMA sebanyak 3 jiwa orang dengan jumlah persentase sebesar 75.00 %, lalu yang strata satu yaitu sebanyak 1 jiwa dengan jumlah persentase sebesar 25.00 %, lalu pedagang pengecer terdapat 1 jiwa sebesar 100.00 % dengan tingkat pendidikan SMA dan konsumen juga terdapat 1 jiwa dengan tingkat pendidikan strata satu yaitu : rendahnya pendidikan petani disebabkan oleh tingkat sosial ekonomi yang rendah, serta kekurangan kesadaran akan pentingnya arti pendidikan. Namun bukan penghambat dalam melaksanakan kegiatan berusahatani tanaman hias, karena dalam kegiatan berusahatani tanaman hias tidak menuntut keahlian tertentu yang harus diperoleh melalui jenjang pendidikan yang tinggi karena teknologi yang diterapkan cukup sederhana. Tingkat pendidikan pedagang pengumpul dan pengecer dengan persentase tertinggi pada lama pendidikan SMA yaitu 50% (2 jiwa) dan

terendah pada lama pendidikan SD dan SMP yaitu masing-masing 25,00% (1 jiwa).

Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer menunjukkan bahwa pedagang sudah berpendidikan relatif lebih tinggi dibanding dengan petani ada yang tamat SMA dan ini sangat mendukung pada usaha yang mereka jalankan. Sedangkan lama pendidikan konsumen dengan persentase tertinggi pada lama pendidikan S1 yaitu 100,00% (1 jiwa) dan terendah pada lama pendidikan SMA yaitu masing-masing 75,00% (3 jiwa).

2.5. Lama Berusahatani

Pengalaman bertanam tanaman hias merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kemampuan pengusaha dalam mengelola usahanya dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusaha maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya.

Tabel 4. Pengalaman Berusahatani Petani dan Pengumpul Pengecer di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2023.

No	Lama Berusahatani (Tahun)	Petani		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)
1.	2-7	3	75.00	-	-
2.	8-13	1	25.00	1	100.00
Jumlah		4	100.00	1	100.00

Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat pengalaman petani pada usaha tanaman hias bunga mawar Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai, yang paling banyak berada pada golongan 2-7 tahun yaitu sebanyak 3 jiwa dengan persentase 75.00 %. Sementara itu, yang paling sedikit adalah pengalaman petani pada kisaran 8-13 tahun

yaitu 1 jiwa dengan persentase 25.00 %. Ini menunjukkan bahwa petani di daerah penelitian sudah berpengalaman dalam berusaha sebagai petani tanaman hias bunga mawar. Pedagang pengecer secara keseluruhan memiliki pengalaman usaha pada golongan 8-13 tahun 100,00 %.

Berdasarkan data tersebut bahwa

pedagang pengecer. Pengalaman usahatani merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh petani dalam meningkatkan produktivitas dan kemampuan kerjanya dalam menjalankan usahatannya. Semakin lama petani menekuni usahatani yang dilakukan, maka semakin meningkat pula pengetahuan, keterampilan, dan pengalamannya dalam mengelola usahatannya tersebut.

2.6. Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah anggota keluarga petani akan berpengaruh bagi petani dalam perencanaan dan pengambilan keputusan petani dalam hal usahatannya, karena anggota keluarga petani merupakan sumber tenaga kerja dalam keluarga untuk kegiatan usahatani, terutama anggota keluarga yang produktif.

Tabel 5. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Tanaman Hias di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Tahun 2023.

No	Jumlah Tanggungan Keluarga	Petani		Pedagang Pengecer		Konsumen	
		Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)	Jumlah (Jiwa)	(%)
1.	1-3	4	100,00	1	100,00	1	100,00
	Jumlah	4	100,00	1	100,00	1	100,00

Berdasarkan Tabel 5. dapat dilihat jumlah tanggungan keluarga anggota rantai pemasaran tanaman hias bunga mawar. Jumlah tanggungan keluarga petani tanaman hias terbanyak berada pada golongan 1-3 jiwa yaitu sebanyak 4 orang dengan persentase 100,00%.

Untuk jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer tanaman hias didaerah penelitian yang berada pada golongan 1-3 orang yaitu sebanyak 1 orang dengan persentase 100,00%. Sedangkan untuk jumlah tanggungan keluarga konsumen tanaman hias didaerah penelitian terbanyak pada golongan 1-3 jiwa yaitu berjumlah 1 orang dengan persentase 100,00%. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga, maka beban ekonomi keluarga juga akan semakin meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa petani harus berusaha meningkatkan pendapatan dari hasil usahatannya, sehingga kebutuhan rumah tangga dapat terpenuhi.

2.7. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran, dimana barang-barang yang bergerak dari pihak produsen sampai pada pihak konsumen. Lembaga pemasaran tanaman hias kembang bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai terdiri dari pengusaha, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peranan

penting dalam pemasaran tanaman hias.

Adapun lembaga pemasaran tanaman hias kembang bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai adalah :

1. Pengusaha (Produsen)

Pengusaha atau Produsen merupakan pihak pertama dari alur pemasaran tanaman hias kembang bertuah dalam proses pemasaran, dimana pengusaha tersebut menjual tanaman hias kepada pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual ke konsumen.

2. Pedagang Pengecer

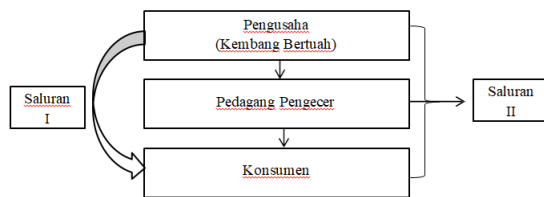
Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli tanaman hias dari pengusaha lalu dijual ke konsumen. Hasil penelitian menunjukkan pedagang pengecer membeli tanaman hias dari pengusaha untuk dijual ke konsumen atau langsung ke pasar yang ada di tempat pedagang pengecer.

3. Konsumen

Konsumen merupakan orang yang membeli tanaman hias dari pedagang pengecer atau dari pengusaha langsung. Pemasaran adalah kegiatan ekonomi yang berperan dalam menyampaikan barang dari produsen hingga ke konsumen. Dalam proses pemasaran melibatkan lembaga pemasaran seperti pengusaha dan pedagang pengecer.

Adanya pola saluran pemasaran ini akan mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang dibayar oleh konsumen. Saluran pemasaran dapat dipilih secara bebas, artinya mereka dapat menentukan saluran pemasaran mana

yang paling menguntungkan dan paling mudah dicapai untuk hasil produksinya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Tanaman Hias Kembang Bertuah 2023

Gambar 1 menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah. Saluran I pengusaha menjual langsung hasilnya kepada konsumen, sedangkan saluran II pengusaha menjual hasilnya ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer menjual lagi ke konsumen.

Tabel 6. Fungsi pemasaran Tanaman Hias Bunga Mawar di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai

No	Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran		
		Pengusaha	Pedagang Pengecer	Konsumen
Fungsi Pertukaran				
1.	Penjualan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
	Pembelian	-	<input type="checkbox"/>	-
Fungsi Fisik				
2.	Penyimpanan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
	Pengangkutan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fungsi Fasilitas				
	Standarisasi dan Grading	-	<input type="checkbox"/>	-
3.	Pembiayaan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
	Penanggulangan Resiko	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-
	Informasi Pasar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.9. Biaya Pemasaran

Dalam proses pemasaran tanaman hias tentunya akan berkaitan dengan pembiayaan. Pembiayaan berarti mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi arus barang atau produk dari tangan distributor sampai ke tangan konsumen. Dalam rangka melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses pemasaran tanaman hias perlu dipertimbangkan dengan teliti dan

2.8. Fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran terkait adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Untuk lebih rincinya, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran tanaman hias kembang bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai.

Fungsi pertukaran diatas menunjukkan bahwa pengusaha dan pedagang pengecer melakukan sebagian dari fungsi pemasaran. Dimana, untuk pengusaha melakukan penjualan kepada pedagang pengecer dan pedagang pengecer melakukan pembelian bibit tanaman hias dari pengusaha yang berada di Kelurahan Tangkerang Tengah, kemudian pedagang pengecer menjual tanaman hias kepada konsumen.

sasaran pembiayaan harus jelas.

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa saluran I pada pemasaran tanaman hias, pengusaha mengeluarkan biaya pemasaran untuk biaya transportasi bunga mawar Rp.40.000/polybag dan biaya upah tenaga kerja bunga mawar Rp.100.000/polybag.

Tabel 7. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Pemasaran Tanaman Hias di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru (Saluran I).

No	Uraian	Tanaman Hias (Bunga Mawar)	
		Polibag (Rp)	Share (%)
1. Pengusaha (Produsen)			
	Harga Jual	13.000	100.00
	Biaya Pemasaran		
2.	Biaya Transportasi	40.000	
	Biaya Upah Tenaga Kerja	100.000	
	Total Biaya Pemasaran	140.000	
	Margin		
4. Konsumen			
	Harga Beli	13.000	
5. Total Biaya Pemasaran		140.00	
6. Efisiensi Pemasaran (%)			1.08

Dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.13.000/polybag. Hal ini dilakukan ketika pengusaha menjual tanaman hias kepada

konsumen yang datang langsung ke lokasi budidaya ataupun diantar langsung ke tempat konsumen yang telah pesan sebelumnya.

Tabel 8. Analisis Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran, dan *Farmer's Share* Pada Pemasaran Tanaman Hias di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru (Saluran II)

No	Uraian	Tanaman Hias (Bunga Mawar)	
		Polibag (Rp)	Share (%)
1. Pengusaha (Produsen)			
	Harga Jual	13.000	54.17
2.	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	13.000	
	Biaya Pemasaran		
	Biaya Transportasi	114.290	
	Biaya Tempat (Lapak)	100.000	
	Biaya Makan (Konsumsi)	42.860	
	Total Biaya Pemasaran	257.150	
	Keuntungan	10.742.85	
	Margin	11.000	45,83
	Harga Jual	24.000	
4. Konsumen			
	Harga Beli	24.000	
5. Total Biaya Pemasaran		257.150	
6. Efisiensi Pemasaran (%)			1.07

Pada saluran II rata-rata total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam proses pemasaran tanaman hias yaitu: biaya transportasi bunga mawar Rp.114.290/polybag. Biaya tempat bunga mawar Rp.100.00/polybag dan biaya makan bunga mawar Rp.42.860/polybag. Total biaya rata-rata yang dikeluarkan pada saluran I yaitu sebesar Rp.140.000/polybag, sedangkan total biaya rata-rata yang dikeluarkan pada saluran

II yaitu Rp.257.150/polybag.

2.10. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula

margin pemasarannya, karena semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya.

Berdasarkan Tabel 8, pada saluran II diketahui margin pemasaran di tingkat pedagang pengecer bunga mawar sebesar Rp. 11.000/polybag, dan total margin pada saluran II sebesar Rp. 11.000/polybag dan harga akhir yang diterima konsumen dari pedagang pengecer yaitu Rp.24.000.

2.11. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan tanaman hias. Berdasarkan Tabel 18 dapat diketahui bahwa pada saluran pemasaran II keuntungan yang diterima pedagang pengecer yakni bunga mawar sebesar Rp.10.742.85/polybag dan pada saluran I keuntungan yang diterima pengusaha yakni bunga mawar sebesar Rp.140.000/polybag

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran terhadap nilai produk, untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah memilih saluran yang tepat dan efisien. Mubyarto (1995) menyatakan bahwa sistem pemasaran akan efisien jika memenuhi dua syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari seluruh harga yang dibayarkan konsumen kepada semua pihak yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Saluran pemasaran tanaman hias yang memiliki nilai efisiensi terkecil adalah saluran II yaitu bunga mawar sebesar 1,07 %, bunga dan saluran yang memiliki nilai efisiensi terbesar yaitu saluran pemasaran I yaitu bunga mawar sebesar 1,08 %.

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran II lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Efisiensi pemasaran juga dapat ditinjau dari meratanya keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran sesuai dengan perbandingan biaya yang dikeluarkan. Keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran sesuai dengan proporsi

masing-masing maka saluran tersebut dapat dikatakan efisien dalam pemasaran.

2.12. Farmer's Share

Farmer's share merupakan harga yang diterima oleh pengusaha tanaman hias dari kegiatan pemasaran tanaman hias. *Farmer's share* ini memiliki hubungan yang negatif dengan margin pemasaran, dimana semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang diperoleh pengusaha semakin rendah. Pada pemasaran tanaman hias, bagian yang diterima pengusaha (*farmer's share*) pada saluran I yaitu bunga mawar sebesar 100,00 %, sedangkan pada saluran pemasaran II yakni bunga mawar sebesar 54,17 %. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa bagian yang diterima pengusaha (*farmer's share*) pada saluran I jauh lebih besar dibandingkan dengan saluran II. Hal ini disebabkan karena panjangnya rantai pemasaran yang dilalui pada saluran II sehingga mengakibatkan bagian yang diterima oleh pengusaha tanaman hias lebih rendah.

3. KESIMPULAN DAN SARAN

3.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai analisis pemasaran tanaman hias (kasus pada usaha kembang bertuah) di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Maka dapat kita ambil kesimpulan bahwa:

1. Umur pengusaha tanaman hias kembang bertuah berumur 45 tahun, tingkat pendidikan pengusaha tanaman hias S1 (Strata 1), pengalaman berusaha 10 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga berjumlah 3 jiwa. Profil usaha tanaman hias yaitu sejarah usaha yang dirintis sejak tahun 2010, modal usaha sebesar 60 juta, dan skala usaha pengusaha tanaman hias termasuk skala usaha kecil.
2. Usaha tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah memerlukan biaya untuk menjalankan usahanya dengan total biaya usaha selama 1 kali produksi adalah bunga mawar sebesar Rp.13.374.217/bulan. Pendapatan kotor yang diperoleh dalam usaha ini bunga mawar sebesar Rp.9.000.000/bulan. Efisiensi usaha

tanaman hias (*Return Cost Ratio*) adalah bunga mawar sebesar 1,49, yang artinya setiap Rp.1.000 biaya yang dikeluarkan untuk usaha tanaman hias. Berdasarkan kriteria penilaian RCR, maka usaha tanaman hias kembang bertuah di Kelurahan Tangkerang Tengah sudah efisien dan layak untuk dikembangkan.

3. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tanaman hias kembang bertuah yaitu terdapat dua saluran pemasaran, yaitu saluran I: pengusaha → konsumen, dan saluran II: pengusaha → pedagang pengecer → konsumen dan fungsi-fungsi pemasaran yang digunakan pengusaha tanaman hias kembang bertuah yaitu fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi fisik meliputi penyimpanan dan pengangkutan, dan fungsi fasilitas meliputi standarisasi dan pengolahan mutu, pembiayaan, penanggungan resiko dan informasi pasar.
4. Rata-rata total biaya pemasaran tanaman hias yang digunakan pada saluran I bunga mawar sebesar Rp.140.000/polybag dan pada saluran II bunga mawar sebesar Rp.257,15/polybag. Total margin pada saluran II sebesar Rp.33.000/polybag. Keuntungan pemasaran pada saluran I yakni bunga mawar sebesar Rp.140.000/polybag dengan *farmer's share* sebesar 100,00 %. Sedangkan pada saluran II yakni bunga mawar sebesar Rp.10.742,85/polybag dengan *farmer's share* sebesar 54,17 %. Nilai efisiensi pemasaran tanaman hias pada saluran II yaitu bunga mawar sebesar 1,07 dan pada saluran I yaitu bunga mawar sebesar 1,08%. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran pemasaran II lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran I.

3.2. Saran

Dari hasil kesimpulan diatas dapat diajukan beberapa saran agar pemasaran tanaman hias kembang bertuah yang berada di Kelurahan Tangkerang Tengah dapat lebih efektif.

1. Untuk dapat meningkatkan harga jual tanaman hias, sebaiknya pedagang

melakukan pembibitan sendiri sehingga biaya yang digunakan untuk pembelian terhadap pemasok dapat digunakan untuk biaya lain atau juga bisa digunakan sebagai tambahan modal.

2. Untuk dapat meningkatkan harga ditingkat pedagang sebaiknya pengusaha melakukan perawatan yang lebih dengan memanfaatkan sarana dan prasarana yang sudah ada, agar harga yang ditawarkan kekonsumen lebih tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan pengusaha tanaman hias di Kelurahan Tangkerang Tengah.
3. Untuk lembaga pemasaran yang efektif yang dijalankan dengan memperhatikan fungsi pemasaran.
4. Untuk Saluran pemasaran yang paling efisien dapat ditingkatkan yaitu saluran II.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R.W. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Dapertemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Dewi, N, S. 2022. Analisis Pemasaran Tanaman Hias Di Kelurahan Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru. Skripsi Fakultas Pertanian. Universitas Islam Riau. (Kasus Pada Usaha Tanaman Hias “Kembang Bertuah”).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2003. Manajemen Pemasaran, PT. Indeks, Jakarta
- Mosher AT. 1987. Menggerakkan dan membangun pertanian syarat-syarat pokok pembangunan dan modernisasi. Terjemahan dari: Getting agriculture moving. Jakarta (ID): CV Yasaguna.
- Mubyarto. 1995. Seri Komoditi Ekspor Pertanian. Tanaman Perkebunan, Rempah Dan Obat. Jakarta : Penebar Swadaya
- Robbins (2016) dalam Bintoro dan Daryanto (2017) manajemen penilaian kinerja karyawan, penerbit Gaya Media,
- Simanjuntak. 2014. Manajemen dan Evaluasi Kinerja. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Soekartawi. 2003. Pengantar Agroindustri.
Edisi 1. Cetakan 2. PT Raja
Grafindo Persada, Jakarta.