

**ANALISIS RANTAI PASOK BUNGA KRISAN PADA KELOMPOK TANI
GEMAH RIPAH DI DUSUN CLAPAR DESA DUREN KECAMATAN
BANDUNGAN SEMARANG**

Nur Rohmah, Siswanto Imam Santoso, Agus Setiadi

Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian

Universitas Diponegoro

Email : nurmenik11@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the chrysanthemum supply chain condition by using the framework of developing horticultural product supply chain proclaimed by Asian Productivity Organization (APO) and analyzing chrysanthemum supply chain performance in Gemah Ripah Farmer Group by supply chain members. The research method used is survey method. The method of analysis used is descriptive quantitative method, that is research by way of describing the situation in the field from a number of individuals who are interviewed directly. The respondent technique used in this research is by using purposive sampling method on farmer respondents and snowball sampling for wholesalers, market traders, florist and consumer. The results showed that chrysanthemum supply chains in the Gemah Ripah Farmer Group had not gone well. The target market has a clear target but there are problems in the optimization of supply chain targets, ie farmers are not supported by knowledge about the quality of good chrysanthemum flowers. Measurement of supply chain performance performed by marketing efficiency approach through calculation of margin pemasaran and farmer's share shows that supply chain is quite efficient in executing marketing activities.

Keywords: *chrysanthemum, farmer's share, marketing margin, supply chain*

PENDAHULUAN

Tanaman hias dibudidayakan untuk dimanfaatkan bentuk, warna daun, tajuk maupun bunganya. Tanaman hias sering digunakan untuk penghias pekarangan, dekorasi, hadiah dan lain sebagainya. Menurut Dirjen Hortikultura Tanaman hias dikelompokkan menjadi bunga potong, daun potong, tanaman pot, bunga tabur dan lansekap. Bunga potong terdiri dari anggrek, anthurium bunga, anyelir, gerbera, gladiol, heleconia, krisan, mawar dan sedap malam. Salah satu komoditas tanaman bunga potong yang cukup potensial

untuk dibudidayakan dan memiliki pasar yang cukup tinggi adalah bunga potong krisan. Menurut data Dirjen Hortikultura tahun 2015 luas panen tanaman bunga krisan pada tahun 2014 di Indonesia adalah 9.647.827 m² dengan produksi sebesar 427.248.059 tangkai. Komoditas bunga krisan ini menempati posisi pertama tanaman yang paling banyak ditanam dibanding komoditas bunga potong lain.

Bunga krisan (*Chrysanthemum*) merupakan jenis bunga hias yang memiliki banyak ragam. Tanaman ini banyak dibudidayakan di Indonesia.

Daerah-daerah sentra penghasil krisan di Indonesia antara lain adalah Bandungan, Cipanas, Cisarua, Sukabumi, Lembang, dan Brastagi. Varietas krisan yang ditanam di Indonesia adalah jenis krisan hibrida yang berasal dari Eropa dan Jepang (Nuryanto, 2007). Bunga krisan cocok ditanam pada daerah dengan ketinggian >800 mdpl, dengan pH tanah 5 – 6. Suhu ideal rata-rata untuk pertumbuhan tanaman berkisar antara 20°C – 26°C dan temperatur udara antara 70%-80 (Hasim dan Reza, 1995).

Supply Chain Management (SCM) mengintegrasikan mulai dari pengiriman order dan prosesnya, pengadaan bahan mentah, order tracking, penyebaran informasi, perencanaan kolaboratif, pengukuran kinerja, pelayanan purna jual, dan pengembangan produk baru (Anwar, 2011). Rantai pasokan merupakan segala aktivitas yang terintegrasi termasuk didalamnya juga aliran informasi yang berkaitan dengan tiga aspek, yaitu: (1) sumber; (2) proses produksi, dan (3) proses penghantaran produk (Russel dan Taylor, 2009).

Saluran pemasaran (*marketing channel*) adalah sekumpulan organisasi independen yang terlibat dalam proses membuat sebuah produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2002). 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 (Sudiyono, 2002).

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas operasional yang dilakukan dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima produsen atau dengan kata lain analisis margin dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku yang terlibat dalam distribusi (Herjanto, 2008). Efisiensi adalah penggunaan sumber daya secara minimum guna pencapaian hasil yang optimum (Tjiptono, 2003). Efisiensi pemasaran komoditi pertanian perlu karena dapat meningkatkan pendapatan dan juga memajukan perekonomian. Informasi dan efisiensi pemasaran sangat membantu untuk mengembangkan fasilitas pemasaran dan mengevaluasi kebijakan pemerintah terhadap pasar. Pasar yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar (Aditya, 2002).

Efisiennya manajemen rantai pasokan dapat tercapai jika pengelolaan dan pengawasan hubungan saluran distribusi dilakukan secara kooperatif oleh semua pihak yang terlibat. Bentuk pengaturan rantai pasokan sangat perlu mendapat perhatian khusus. Adanya pendekatan rantai pasokan pada bunga krisan diharapkan dapat memberikan gambaran ketersediaan pasokan bunga krisan sebagai pertimbangan pengelolaan *supply chain* bunga krisan. Penggambaran kondisi rantai pasokan yang sebenarnya, maka lokasi penelitian yang dipilih harus mewakili kegiatan rantai pasokan yang ada. Lokasi penelitian yang dipilih meliputi rantai pasokan yang terjadi di lingkungan petani. Peningkatan kinerja supply chain sangat penting guna meningkatkan daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan yang sangat kompetitif sehingga mampu memenuhi permintaan global.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran tentang model dan kinerja rantai pasok pada komoditas bunga krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah dan untuk menganalisis saluran distribusi yang akan dilihat berdasarkan alur produk dari produsen sampai ke konsumen dan perhitungan margin serta

efisiensi dalam rantai distribusi bunga krisan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2017-Januari 2018 yang berlokasi di Kelompok Tani Gemah Ripah yang beralamat di Dusun Clapar Desa Duren Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Metode penelitian ini adalah metode survei yaitu mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili populasi dari hulu hingga hilir. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah *Purpsive sampling* dan *Snowball Sampling*. Metode yang digunakan dalam penentuan sampel penelitian ini adalah *Purpsive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah responden petani sebanyak 32 orang yang dipilih karena anggota kelompok tani yang membudidayakan bunga krisan. *Snowball Sampling* digunakan untuk jumlah menentukan responden 6 orang tengkulak, 8 orang pedagang pasar, 5 orang *florist*, dan 5 orang konsumen. Metode analisis data menggunakan metode deskriptif kuantitatif.

Bentuk Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Model rantai pasokan bunga krisan dianalisis secara deskriptif menggunakan metode Pengembangan rantai pasokan produk hortikultura yang dicanangkan oleh *Asian Productivity Organization* (APO), Jepang. Metode Pengembangan tersebut mengikuti kerangka proses yang telah dimodifikasi oleh Van de Vorst, 2005. Aspek kajian disusun secara terstruktur yang meliputi sasaran rantai pasokan, struktur rantai pasokan, sumber daya, manajemen rantai, proses bisnis rantai, dan performa rantai pasokan.
2. Efisiensi pemasaran pada komoditas bunga krisan tersebut dapat diketahui dengan cara menghitung margin pemasaran, *share* pemasaran dan efisiensi pemasaran. Margin pemasaran, *share* pemasaran dan efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat produsen

Share pemasaran

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Keterangan :

Sf = *Share* (bagian) yang diterimapetani (%)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp)

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp)

Kaidah keputusan :

Nilai *share* pemasaran $\geq 40\%$ = efisien

Nilai *share* pemasaran $< 40\%$ = tidak efisien Downey dan Erickson (1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Rantai Pasok Bunga Krisan

1. Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok yang akan dibahas adalah sasaran pasar dan sasaran pengembangan pasar dalam rantai pasok bunga krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah.

a. Sasaran Pasar

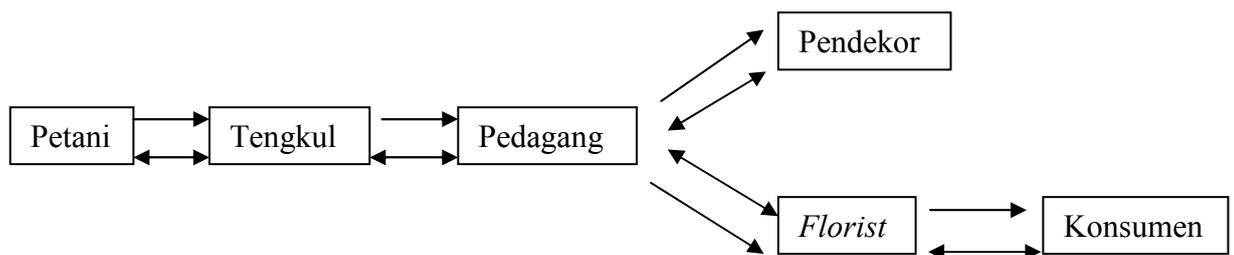
Sasaran pasar bunga krisan di kelompok tani bunga krisan adalah di pasar Bandungan. Hasil produksi dari petani di beli oleh tengkulak, tengkulak menjual bunga kisan ke Pasar Bandungan. Di Pasar Bandungan, oleh pedagang bunga krisan dijual ke *florist* dan pendekor. Hingga saat ini bunga krisan telah terjual hingga ke beberapa daerah di Jawa Tengah.

b. Sasaran Pengembangan

Sasaran pengembangan bunga krisan adalah peningkatan kualitas bunga krisan. Bunga Krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah masih dilakukan dengan penanaman secara tradisional. Pengembangan bunga krisan dapat dilakukan dengan adanya sosialisasi dari penyuluh pertanian setempat, adanya teknologi yang tepat guna serta pencegahan dan perbaikan dari adanya ancaman yang menyerang tanaman seperti hama dan penyakit tanaman, bencana alam (angin yang dapat merobohkan rumah lindung). Apabila petani memperoleh akses yang baik dalam hal pengetahuan dan teknologi diharapkan bunga krisan yang dihasilkan dapat berkualitas lebih baik.

2. Struktur Rantai Pasok

Struktur rantai pasok atau struktur hubungan rantai pasok bunga krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah ditentukan berdasarkan anggota yang membentuk rantai pasok dan peran dari setiap anggota. Anggota rantai pasok dalam hal ini adalah lembaga atau para pelaku yang terlibat dalam aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi mulai dari petani bunga krisan hingga konsumen akhir (Hidayat *et al.*, 2017). Struktur hubungan rantai pasok terdiri dari lima anggota rantai pasok yaitu petani bunga krisan, tengkulak bunga, pedagang pasar, florist dan pendekor. Struktur hubungan rantai pasok bunga krisan dapat dilihat pada Ilustrasi 1.



Keterangan :

→ = Aliran Barang

↔ = Aliran Informasi

Ilustrasi 1. Saluran Pemasaran Bunga Krisan

Struktur rantai pasok melibatkan anggota rantai pasok, setiap anggota rantai pasok melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel

1. Anggota rantai pasok yang dimaksud adalah para pelaku yang tergabung dan memiliki peran didalam rantai pasok bunga krisan.

Tabel 1. Fungsi Pemasaran Rantai Pasok

Fungsi	Aktivitas	Petani	Tengkulak	Pedagang	Florist	Pendekor
Pertukaran	Jual	√	√	√	√	√
	Beli	X	√	√	√	√
Fisik	Angkut	X	√	√	X	√
	Simpan	√	√	√	√	√
	Proses	√	√	√	√	√
Fasilitas	Sortasi	√	√	√	√	X
	Grading	√	√	√	X	X
	Informasi	√	√	√	√	√
	Harga	√	√	√	√	√
	Pembiayaan	√	√	√	√	X
	Risiko	√	√	√	√	√

Ket : (√) melakukan aktivitas; (X) tidak melakukan aktivitas

a. Petani

Petani bunga kisan merupakan anggota rantai pasok yang pertama didalam rantai pasok bunga krisan di Kelompk Tani Gemah Ripah. Petani memiliki peran dalam menentukan kualitas, kuantitas, dan ketersediaan produk dari bunga krisan sangat ditentukan oleh petani. Petani melakukan aktifitas budidaya bunga krisan dimulai dari pengolahan lahan, penanaman, perawatan, penyiraman, pemupukan, dan pemanenan dan perlakuan pasca panen. Petani menjual bunga krisan kepada para tengkulak dengan kisaran harga Rp 13.000-15.000.

b. Tengkulak

Tengkulak bertindak sebagai anggota saluran yang membeli bunga

kisan dari petani untuk dijual kembali kepada pedagang di pasar. Tengkulak biasanya sudah memiliki langganan petani. Tengkulak membeli bunga untuk dijual kepada para pedagang di pasar bandungan dengan harga Rp 17.500-Rp 18.000,-. Harga yang ditetapkan ini tergantung kualitas dan ketersediaan bunga di pasar.

c. Pedagang Pasar

Lokasi Pasar di Pasar bandungan, dimana telah berjajar banyak pedagang, baik yang memiliki kios maupun yang tidak. Tengkulak telah ditunggu oleh paa pedagang. Pedagang di pasar biasanya membeli tidak hanya dari satu makela melainkan lebih dari satu. Pedagang rata-rata membeli bunga krisan antara 100-2000

ikat. Hal ini tergantung dengan permintaan pasar. Pedagang menjual barang dagangannya kepada *floris* dan pendekor. Pendekor biasanya datang langsung ke pasar untuk membeli sedangkan pedagang akan mengirim langsung bunga ke kios-kios *florist*. Pemasaran produk ini hingga ke beberapa daerah di Jawa Tengah seperti Solo, Klaten dan Yogyakarta. Pedagang bisa menjual bunganya dengan harga berkisar Rp 20.000,- per ikatnya.

d. Florist

Florist memperoleh barang dari hasil kiriman beberapa pedagang di pasar Bandung. *Florist* di Kawasan Kalisari Semarang dan Pasar Gede Solo biasanya memperoleh kiriman bunga krisan dari pasar Bandung. Di Kalisari Semarang bunga dijual untuk keperluan *bouquet* dan karangan bunga. Bunga krisan dirangkai dengan bunga lain untuk dibuat karangan bunga. Harga jual satu ikat bunga krisan di Kawasan Kalisari adalah sekitar Rp 30.000- Rp 35.000,-.

e. Pendekor

Pendekor biasanya akan datang langsung ke pasar Bandung jika ingin membeli bunga. Pendekor yang datang ke pasar Bandung tidak tentu, tergantung permintaan dekorasinya. Pendekor yang datang tidak hanya dari

Semarang, tetapi juga beberapa daerah di Jawa Tengah.

3. Manajemen Rantai pasok

Manajemen rantai pasok akan dijelaskan bagaimana sistem di dalam rantai pasok seperti pemilihan mitra, sistem kontraktual dan transaksi yang terjadi.

a. Pemilihan Mitra

Petani dalam memilih mitra yang akan memasarkan produknya berdasarkan kelancaran dalam aliran finansialnya. Petani akan lebih memilih tengkulak yang mampu membayar dimuka dibandingkan produknya dihutang. Hal ini dikarenakan petani memerlukan kembalinya modal untuk memulai budidaya bunga krisan lagi. Tengkulak dalam memilih mitra pedagang yang sudah dikenalnya dengan baik, agar ketika terdapat permasalahan seperti finansial dapat diselesaikan dengan baik. Pedagang di pasar tidak memiliki kriteria khusus. Pelanggan yang datang kepadanya harus selalu dilayani, akan tetapi pedagang akan memberikan prioritas pada pelanggannya, terutama yang pembayarannya lancar.

b. Kesepakatan Kontraktual

Kesepakatan kontraktual menggambarkan segala kesepakatan yang terjadi dan telah disepakati mengenai tanggung jawab, hak dan kewajiban setiap anggota rantai pasok

yang terlibat. Kontrak yang terjadi antara petani, tengkulak, pedagang, *florist* dan pendekor adalah kontrak lisan yang tidak tertulis, kesepakatan yang terjadi biasanya perjanjian mengenai harga jual, kualitas, kuantitas dan jangka waktu pengiriman. Beberapa kesepakatan akan lebih baik jika diselesaikan dengan kontrak tertulis, seperti kesepakatan pembelian dan pembayaran.

b. Sistem Transaksi

Sistem transaksi yang terjadi antara petani dan tengkulak dilakukan secara tunai. Sistem transaksi yang terjadi diantara pedagang di pasar dan tengkulak terjadi secara tunai maupun tidak, terkadang beberapa pedagang membawa dahulu bunga krisan dan dibayar setelah barang terjual. Pedagang di pasar dan *florist* biasanya secara tunai maupun hutang, pendekor biasanya membeli barang dagangan secara tunai.

3. Sumber Daya Rantai Pasok

Pada penelitian ini dibahas mengenai sumberdaya yang terlibat dalam rantai pasok bunga krisan. Sumberdaya yang ikut berpebaran dalam rantai pasok ini meliputi sumberdaya fisik, sumberdaya manusia, dan sumberdaya modal.

a. Sumberdaya Fisik

Sumber daya fisik yang dimiliki petani bunga krisan adalah lahan sawah dan rumah lindung. Selain itu petani

juga memiliki peralatan yang digunakan dalam budidaya bunga krisan, peralatan yang dimiliki adalah cangkul, selang air dan lampu listrik.

b. Sumberdaya Manusia

Sumberdaya manusia pada rantai pasok bunga krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah melibatkan pihak-pihak terkait yang saling berinteraksi sehingga terjadi pengaliran produk, informasi, dan uang. Sumberdaya rantai pasok terdiri dari petani, tengkulak, pedagang, pedagang florist, pendekor, buruh, penyuluh lapangan, pegawai Dinas Kabupaten bagian tanaman hortikultura.

c. Sumberdaya Permodalan

Permodalan yang dimiliki anggota rantai pasok kebanyakan adalah modal sendiri dan meminjam dari pihak tertentu seperti Bank. Petani yang kekurangan modal dapat meminjam terlebih dahulu kepada kas kelompok tani.

4. Proses Bisnis Rantai pasok

a. Pola Distribusi

Pola distribusi pada rantai Bunga Krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah menggambarkan aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang terjadi antar anggota rantai. Hal-hal yang dibahas meliputi kelancaran kedua aliran, pelaksanaannya, dan

kendala yang dihadapi dalam setiap aliran ini.

a) Aliran Produk

Aliran produk berawal dari petani membudidayakan bunga krisan selama ± 100 hari. Kemudian proses panen bunga krisan yang berlangsung selama 2 minggu. Bunga krisan selanjutnya dikemas dan dijual kepada tengkulak, tengkulak kemudian membawa ke pasar untuk dijual kepada para pedagang di pasar. Pedagang di pasar menjual produknya kepada para pembeli di pasar seperti pemilik *florist* dan para pendekor yang datang mencari bunga. Aliran produk bunga krisan dapat dilihat pada Ilustrasi 1.

b) Aliran Finansial

Aliran finansial berawal adanya timbal balik akan adanya proses distribusi barang. Aliran finansial dari tengkulak ke petani tergiolong lancar, begitu pula dari konsumen akhir kepada para pedagang pasar, pemilik *florist* maupun pendekor. Aliran finansial dari pedagang ke tengkulak maupun dari *florist* ke pedagang kurang lancar. Hal ini yang membuat masih tersendatnya aliran finansial pada pedagang dan tengkulak. Aliran finansial pada rantai pasok bunga krisan dapat dilihat pada Ilustrasi 1.

c) Aliran Informasi

Aliran informasi yang terjadi antara anggota rantai pasok adalah harga, informasi varietas yang diminati pasar, informasi jenis pupuk, teknik budidaya, dan penerapan teknologi. Informasi soal harga terjadi antar pelaku yang terlibat didalam aliran finansial. Kelemahan aliran informasi pada komoditas bunga krisan adalah informasi harga yang terjadi di Pasar Bandungan dapat berubah dalam hitungan jam seiring dengan ketersediaan bunga di pasar, mutu bunga dan permintaan akan bunga. Harga bunga di pasar Bandungan sangat fluktuatif. Antar petani akan saling memberikan informasi terkait varietas, pupuk, pestisida dan cara budidaya yang baik. Aliran informasi rantai pasok dapat dilihat pada ilustrasi 1.

Proses bisnis rantai terdiri dari dua bagian yaitu hubungan proses bisnis dan pola distribusi, hubungan proses bisnis disini lebih ke peran anggota-anggota rantai pasoknya yang di mulai dari petani hingga ke konsumen akhir beserta perannya di dalam rantai pasok, sedangkan pola distribusi di bagi menjadi tiga aliran yaitu aliran barang, aliran finansial, dan aliran informasi (Hidayat *et al.*, 2017). Aliran barang yaitu menjelaskan mengenai alur bunga krisan yang di jual dari petani sampai konsumen akhir, aliran finansial adalah

aliran uang yang di mulai dari konsumen akhir mengalir sampai di tangan petani sebagai produsen, dan aliran informasi terjadi saling timbal balik antara dua belah pihak atau lebih dengan melibatkan semua anggota rantai pasok. Aliran Braang, Finansial dan Infmasi dapat dilihat pada Ilustasi 1.

B. Efisiensi Rantai Pasok

Efisiensi rantai pasok adalah ukuran dari sebuah proses bisnis didalam rantai pasok. Pengukuran efisiensi merupakan alat untuk melihat tingkat efisiensi rantai pasok yang sedang dijalankan, untuk pengukurannya sendiri dapat menggunakan berbagai alat seperti efisiensi pemasaran yaitu margin pemasaran dan *farmer's share*.

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran mengacu pada perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen dan dapat juga dinyatakan nilai dari jasa-jasa pelaksanaan kegiatan pemasaran sejak dari tingkat produsen hingga tingkat konsumen. Margin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan lembaga pemasaran (Limbong dan Sitorus, 1987). Besarnya margin pemasaran berbeda antara setiap lembaga pemasaran karena setiap lembaga pemasaran melakukan kegiatan atau fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda pula. Nilai margin pemasaran bunga krisan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Margin Pemasaran

No.	Anggota Rantai Pasok	Saluran 1	Saluran 2
		---Rp---	
1.	Petani		
	Harga Jual	13.000	13.000
2.	Tengkulak		
	Harga Beli	13.000	13.000
	Margin Pemasaran	4.750	4.750
	Harga Jual	17.750	17.750
3.	Pedagang Pasar		
	Harga Beli	17.750	17.750
	Margin Pemasaran	2.250	2.250
	Harga Jual	20.000	20.000
4.	Florist		
	Harga Beli	20.000	
	Margin Pemasaran	12.000	
	Harga Jual	32.000	
5.	Pendekor		
	Harga Beli		20.000
6.	Konsumen		
	Harga Beli	32.000	
	Total Margin Pemasaran	19.000	7.000

Total margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran satu, yaitu sebesar Rp 19.000/ikat. Saluran pemasaran 1 memiliki saluran pemasaran yang panjang, banyak lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan produk dari produsen hingga ke konsumen. Saluran pemasaran 2 memiliki margin pemasaran sebesar Rp 7.000,-. Saluran pemasaran ini tergolong cukup pendek dengan rentan perbedaan harga yang tidak terlalu besar diantara petani dan konsumen. Margin pemasaran saluran 1 lebih tinggi dan margin pemasaran saluran 2 lebih rendah dibandingkan dengan margin pemasaran menurut Andri (2013) dalam penelitian margin pemasaran bunga krisan di Jawa Timur yang sebesar Rp 11.000,-.

2. *Farmer's Share*

Farmer's share merupakan indikator efisiensi pemasaran selain

margin pemasaran. Indikator ini mengukur seberapa besar bagian yang diterima petani sebagai balas jasa atas kontribusi yang dilakukan terhadap harga jual akhir bunga krisan pada sebuah saluran pemasaran. Nilai *farmer's share* yang semakin besar mencerminkan rantai pasok yang semakin efisien. Akan tetapi, *farmer's share* yang tinggi tidak mutlak menunjukkan bahwa pemasaran berjalan dengan efisien. Hal ini berkaitan dengan besar kecilnya manfaat yang ditambahkan pada produk (*value added*) yang dilakukan lembaga perantara atau pengolahan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Nilai *farmer's share* berkebalikan dengan nilai margin pemasaran. Semakin besar nilai *farmer's share*, nilai margin pemasaran semakin kecil. Nilai *Farmer's Share* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai *Farmer's Share*

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat petani	Harga ditingkat produsen	<i>Farmer's share</i>
	---Rp/ikat---		%
Saluran Pemasaran 1	32.000	13.000	40,625
Saluran Pemasaran 1	20.000	13.000	65

Nilai *farmer's share* pada saluran 1 adalah sebesar 40,625 % dan nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran 2 adalah sebesar 65%. Nilai *farmer's share* ini tergolong efisien dikarenakan lebih besar dari 40%. Hal

ini seperti yang telah diungkapkan oleh Downey dan Erickson (1992). Pemasaran yang dilakukan oleh suatu produsen dapat dilihat dari nilai *farmer's share*, dikatakan efisien apabila nilai persentasenya lebih dari

sama dengan 40% dan kurang efisien apabila kurang dari 40%. Pada saluran pemasaran 1 perbedaan nilainya tidak terlalu signifikan, hanya terdapat perbedaan yang tipis. Hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran 1 melewati lembaga pemasaran yang cukup panjang. Sedangkan dalam saluran pemasaran 2 tidak melewati pemasaran yang cukup panjang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kondisi rantai pasok bunga krisan di Kelompok Tani Gemah Ripah saat ini masih belum berjalan dengan baik. Sasaran pasar memiliki target yang jelas namun terdapat permasalahan dalam optimalisasi sasaran rantai pasok. Manajemen dan jaringan rantai pasok belum berjalan dengan baik, salah satunya kesepakatan kontraktual antar lembaga pemasaran tidak tertulis. Pada sumberdaya rantai pasok ditemukan fakta bahwa modal masih menjadi kendala bagi pedagang. Proses bisnis rantai pasok terkendala karena pada aliran finansial yang tidak lancar, aliran informasi harga yang cepat berubah seiring

berubahnya ketersediaan barang di pasar.

2. Pengukuran kinerja rantai sudah tergolong baik dan efisien dilihat dari nilai margin pemasaran dan *farmer's share*. Saluran pemasaran 2 lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran 1..

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, K. 2002. Analisis Efisiensi Pemasaran Akar Wangi (Studi Kasus Desa Sukakarya Kecamatan Samarang Kabupaten Garut). Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor. (Skripsi Sarjana Pertanian).
- Andri, K. B. 2013. Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai di Daerah Sentra Pengembangan Jawa Timur. J. SEPA. **10** (1) : 1 – 10.
- Anwar, S. 2011. Metode Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.
- Direktorat Jendral Hortikultura. 2015. Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2014. Direktorat Jenderal Hortikultura, Kementrian Pertanian.
- Downey, W. D. dan S. P. Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis. Erlangga, Jakarta.
- Hasim, I. dan M. Reza. 1995. Krisan. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Hidayat, S., S. A. Andayani dan J. Sulaksana. 2017. Analisis rantai pasok bunga krisan (Studi pada rantai pasok Bunga

- krisan hibrida (*Zea Mays*) di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka Kabupaten Majalengka). **5** (1) : 1-14.
- Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Indeks kelompok Gramedia, Jakarta.
- Limbong W.H dan Sitorus. 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Fakultas Pertanian IPB. Bogor
- Nuryanto, H. 2007. Budidaya Tanaman Krisan. Ganeca Exact, Jakarta.
- Putri, Y.R., S. I. Santoso dan W. Roessali. 2014. *Farmer share* dan efisiensi saluran pemasaran kacang hijau (*vigna radiata, L.*) di Kecamatan Godong Kabupaten Grobogan.
- J. Agriwiralodra. **6** (2) : 28 – 34.
- Russell, R. S. Dan Taylor. 2009. *Operations Manajement*. Edisi 6. NJ, Wiley.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM_Press. Malang.
- Tjiptono, F. 2003. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi Offset, Yogyakarta.
- Vorst, V. D. 2005. Performance Measurement in Agri- Food Supply Chain Networks. Netherlands : Logistics and Operations Research Group, Wageningen University, Netherland.