

**ANALISIS RANTAI PASOK BUNGA SEDAP MALAM (*Polianthes tuberosa*) DI
KECAMATAN AMBARAWA
THE ANALYSIS OF POLIANTHES TUBEROSA SUPPLY CHAIN IN
AMBARAWA SUBDISTRICT**

A.N. Zahidah, W. Roessali dan A. Setiadi

*Program Studi Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro
email: afifnurzahidah@yahoo.com; 081250408855*

ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out the description of performance of the supply chain and analyze the marketing channels for *Polianthes tuberosa* based on margin calculation and marketing efficiency. The research method used was a survey. Respondents consisted of farmers and actors at the flower marketing agency as well as night. *Polianthes tuberosa* farmers in Baran Village who were respondents as many as 26 and the number of samples of marketing institutions as many as 30 people consisting of market traders, florists and consumers. The data analysis method used is descriptive qualitative and quantitative based on the supply chain development method in the Asian Productivity Organization (APO). The results of the study show that supply chain performance can be said to be quite good, marked by the fulfillment of demand for *Polianthes tuberosa* interest to consumers. Clear and directed supply chain goals, good supply chain structure, good supply chain management, sufficient and adequate resources and overall good supply chain performance. There are 3 marketing channels that are already efficient with the value of farmer share in marketing channel I that is 50.19%, marketing channel II which is 50.19% and marketing channel III which is 77.21%.*

*Keywords: *Polianthes tuberosa*, farmer's share, supply chain*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran kinerja rantai pasok serta menganalisis saluran pemasaran bunga sedap malam berdasarkan perhitungan marjin dan efisiensi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Responden terdiri dari petani dan pelaku pada lembaga pemasaran bunga sedap malam. Petani bunga sedap malam di Kelurahan Baran yang dijadikan responden sebanyak 26 dan jumlah sampel lembaga pemasaran sebanyak 30 orang yang terdiri dari pedagang pasar, *florist* dan konsumen. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dan kuantitatif berdasarkan metode pengembangan rantai pasok pada *Asian Productivity Organization* (APO). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja rantai pasok dapat dikatakan cukup baik ditandai dengan terpenuhinya permintaan bunga sedap malam hingga ke konsumen. Sasaran rantai pasok yang jelas dan terarah, struktur rantai pasok yang baik, manajemen rantai pasok yang baik, sumberdaya yang cukup dan memadai dan keseluruhan performa rantai pasok yang baik. Terdapat 3 saluran pemasaran yang sudah efisien dengan nilai *farmers share* pada saluran pemasaran I yaitu 50,19%, saluran pemasaran II yaitu 50,19% dan saluran pemasaran III yaitu 77,21%.

Kata kunci: Bunga sedap malam, *farmer's share*, rantai pasok

PENDAHULUAN

Tanaman hias atau florikultura merupakan salah satu komoditas pertanian yang dibudidayakan karena memiliki manfaat yang cukup beragam. Tanaman hias banyak

dimanfaatkan untuk kepentingan tertentu, seperti acara keagamaan, dekorasi, hadiah seserahan, hiasan suatu objek bahkan beberapa tanaman hias juga menandakan identitas dari suatu keindahan. Tanaman hias terbagi dalam beberapa kelompok berdasarkan bentuk produk yang dipasarkan diantaranya bunga potong, daun potong, bunga tabur, tanaman pot dan tanaman lansekap (Sihombing dan Handayati, 2017). Tanaman hias cukup memiliki prospektif dan potensi untuk dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan petani. Hal ini ditandai dengan melonjaknya harga tanaman hias pada musim pernikahan, acara kenegaraan serta acara keagamaan seperti Hari Raya Idul Fitri, Hari Natal, Tahun Baru dan lain-lain.

Berbagai jenis tanaman hias yang dikembangkan di Indonesia memiliki potensi yang dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani karena sifat fisik dari tanaman hias sendiri yang indah dan menarik akan mengundang konsumen untuk memilikinya. Badan Pusat Statistik (2017) menunjukkan tanaman hias yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu bunga krisan yang ditandai dengan produksinya yang menempati urutan pertama di Indonesia. Namun, ada juga jenis tanaman hias lainnya yang memiliki potensi untuk dikembangkan, yaitu bunga sedap malam. Bunga sedap malam merupakan tanaman hias yang memiliki fungsi sebagai aromatik atau memberi keharuman khas di dalam rumah. Karena fungsinya yang tidak hanya dijadikan tanaman hias bunga potong maka diperlukan manajemen pemasaran dari hulu hingga hilir yang dapat meningkatkan produksi dari bunga sedap malam sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen.

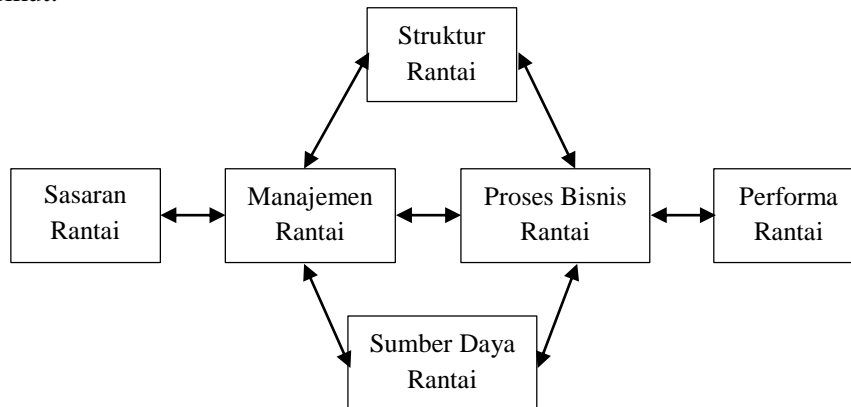
Bunga sedap malam ditemukan di beberapa wilayah di Jawa Tengah seperti Ambarawa, Magelang dan Bandungan (Sihombing, 2017). Kecamatan Ambarawa menjadi salah satu daerah produksi bunga sedap malam terbesar di Jawa Tengah ditandai dengan produksi bunga sedap malam sebanyak 1.295.000 tangkai pada tahun 2017 sehingga menjadi salah satu sentra produksi bunga sedap malam di Kabupaten Semarang (Badan Pusat Statistik, 2018). Perluasan penjualan bunga sedap malam di Kecamatan Ambarawa berada di Pasar Bandungan yang kemudian dipasarkan kembali sampai keluar kota hingga ke luar negeri yaitu Singapura. Pasar Bandungan menjadi pusat berinteraksinya para pelaku pasar yang membentuk suatu rantai pasok yang terdiri dari petani, pengumpul, pedagang pasar, *supplier*, dan konsumen maupun *florist*. Banyaknya pelaku dalam suatu rantai pasok dapat berpengaruh terhadap perolehan keuntungan dan bagian harga yang diterima oleh petani. Penelitian mengenai rantai pasok menggunakan metode *Asian Productivity Organization (APO)* pernah dilakukan oleh Rohmah (2018) terhadap komoditas bunga krisan di Bandungan, Kabupaten Semarang. Kebaharuan dari penelitian ini adalah adanya perubahan tempat dan komoditas penelitian yang menganalisis saluran pemasaran dari rantai pasok dengan menghitung nilai margin pemasaran dan *farmer's share* terhadap komoditas bunga sedap malam di Kecamatan Ambarawa. Kegiatan penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran kinerja rantai pasok bunga sedap malam di Kecamatan Ambarawa serta menganalisis saluran pemasaran bunga sedap malam berdasarkan perhitungan margin dan efisiensi pemasaran

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2019 – Januari 2020 di Kecamatan Ambarawa Kabupaten Semarang. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa di Kecamatan Ambarawa menjadi sentra produksi bunga sedap malam karena Kecamatan Ambarawa cukup terkenal akan produksi bunga sedap malam dan terdapat kelompok tani yang sudah memiliki prestasi mengenai produksi bunga sedap malam. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah survei. Survei dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi dari sampel yang mewakili populasi dari hulu sampai hilir. Data primer diperoleh dari hasil survei lapangan dan wawancara berdasarkan kuesioner sedangkan data sekunder diperoleh dari buku pustaka, jurnal terkait penelitian yang sejenis, Badan Pusat Statistika, keadaan geografis dan demografi Kecamatan Ambarawa. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Purposive sampling* dan *Snowball sampling*. Pengambilan sampel *Purposive sampling* menggunakan responden dari petani bunga sedap malam di Kecamatan Ambarawa dengan sensus yaitu sebanyak 26 orang diambil dari Gapoktan yang terdiri dari 12 kelompok tani disana. *Snowball sampling* digunakan untuk menentukan

sampel responden dari pengepul, pedagang pasar, *florist* dan konsumen. Jumlah sampel yang diambil dari pengepul sebanyak 4 orang, pedagang pasar sebanyak 10 orang, *florist* sebanyak 10 orang dan konsumen sebanyak 6 orang.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui model rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran yaitu dengan metode pengembangan rantai pasok pada produk hortikultura yang mudah rusak oleh *Asian Productivity Organization* (APO). Metode tersebut mengikuti kerangka yang telah dimodifikasi dari Van der Vorst (2004) sehingga terbentuklah kerangka analisis sebagai berikut:



Ilustrasi 1. Kerangka Analisis Manajemen Rantai Pasok oleh *Asian Productivity Organization* (APO).

Performa rantai pasok diukur menggunakan perhitungan nilai margin dan efisiensi pemasaran. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga pada konsumen dengan harga pada produsen. Margin pemasaran digunakan untuk mengetahui nilai *share* keuntungan pada setiap pelaku rantai. Rumus margin pemasaran adalah:

$$M = Pr - Pf \quad (1)$$

Keterangan :

- M : Margin Pemasaran (Rp)
- Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)
- Pf : Harga di tingkat petani (Rp)

(Zuraida dan Wahyuningsih, 2015).

Besarnya efisiensi pemasaran pada rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran dapat dihitung menggunakan rumus *Farmer's Share*. *Farmer's Share* digunakan untuk menghitung bagian yang diperoleh produsen dengan rumus:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad (2)$$

Keterangan :

- Fs : *Farmer Share* (%)
- Pf : Harga di tingkat petani (Rp)
- Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Kaidah keputusan :

- Jika nilai $Fs > 40\%$ = efisien
- Jika nilai $Fs < 40\%$ = tidak efisien

(Soekartawi, 2002).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Ambarawa merupakan salah satu kecamatan yang terletak di Kabupaten Semarang yang terbagi menjadi 11 wilayah. Kelurahan Baran merupakan salah satu kelurahan yang terdapat di Kecamatan Ambarawa yang menanam bunga sedap malam dengan luas wilayah

262,90 ha. Luasan wilayah tersebut terbagi dalam beberapa bagian diantaranya luas sawah irigasi yaitu 164,41 ha, luas lahan bukan sawah yaitu 18,11 ha dan luas lahan bukan pertanian yaitu 80,38 ha. Kelurahan Baran termasuk dalam topografi wilayah dataran tinggi dengan ketinggian 600 meter dpl dengan suhu rata-rata 30°C. Kelurahan Baran terdiri atas 7 dusun, 7 RW dan 33 RT yang tersebar di wilayah tersebut. Batas wilayah Kelurahan Baran sebelah utara yaitu Desa Mulir, sebelah selatan yaitu Desa Pasekan, sebelah timur yaitu Kelurahan Kranggan, dan sebelah barat yaitu Desa Jetis. Persentase penduduk laki-laki di Kelurahan Baran yaitu sebesar 50,57% lebih tinggi dibanding dengan persentase penduduk perempuan sebesar 49,43%. Hal ini dapat dikatakan baik karena jumlah penduduk menurut jenis kelamin masih seimbang dan tidak terjadi ketimpangan. Persentase kelompok usia produktif/kelompok tenaga kerja di Kelurahan Baran yaitu sebesar 84,42%, dan persentase kelompok usia tidak produktif/kelompok pendidikan yaitu sebesar 15,58%. Kelompok usia produktif mendominasi Kelurahan Baran karena memiliki persentase tertinggi. Hal ini dapat dikatakan cukup baik karena masih banyaknya angka usia produktif di Kelurahan Baran yang dapat menjadi pondasi pembangunan daerah tersebut. Kelurahan Baran dikenal dengan sektor pertaniannya selain dengan letak geografisnya yang mendukung namun juga tenaga kerjanya yang masih produktif untuk melakukan dan mengembangkan kegiatan dalam bidang pertanian. Letak geografis Kelurahan Baran yang berada di daerah dataran tinggi mendukung berjalannya sektor pertanian tanaman dataran tinggi sehingga membutuhkan tenaga kerja yang produktif untuk keberlangsungan pertanian disana karena kegiatan pertanian di Kelurahan Baran masih tergolong konvensional.

Identitas Responden

Identitas Responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Identitas Responden Petani, Lembaga Pemasaran dan Konsumen Akhir

	Petani n=26	Persentase (%)	Lembaga pemasaran n=24	Persentase (%)	Konsumen Akhir n=6	Persentase (%)
Usia (tahun)						
≤30	1	3,85	3	8,70	3	50,00
31 – 40	5	19,23	8	26,09	2	33,33
41 – 50	10	38,46	5	30,43	1	16,67
51 – 60	4	15,38	3	13,04		
>60	6	23,08	5	21,74		
Pendidikan Terakhir						
SD	13	50,00	5	20,83		
SMP	5	19,23	2	8,33		
SMA	8	30,77	16	66,67	1	16,67
D1/D2/D3						
S1/S2/S3			1	4,17	5	83,33
Lama Usaha (tahun)						
≤10	1	3,85	8	33,33		
11 – 20			11	45,83		
21 – 30	5	19,23	0	0,00		
31 – 40	10	38,46	4	16,67		
>40	10	38,46	1	4,17		

Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020.

Petani

Responden yaitu petani yang tergabung dalam beberapa kelompok tani yang melakukan budidaya hingga pemanenan bunga sedap malam pada periode penelitian. Sebagian besar petani sebanyak 38,46% berusia 41–50 tahun (Tabel 1). Pada rentang usia tersebut petani bunga sedap malam yang masih tergolong produktif (BPS, 2017). Menurut Yulida (2012), petani pada usia produktif dapat dijadikan indikator keberhasilan dalam mengelola usahatani. Tingkat pendidikan petani sebagian besar adalah SD yaitu sebanyak 50% dimana Kelurahan Baran merupakan daerah dataran tinggi yang produktif untuk kegiatan pertanian sehingga banyak petani yang sejak kecil sudah mulai bertani dan memilih untuk tidak melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi.

Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran pada rantai pasok bunga sedap malam terdiri dari pengepul, pedagang pasar dan *florist*. Sebagian besar pelaku rantai pasok tergolong dalam usia produktif dan didominasi rentang usia 31–40 tahun (Tabel 1). Tingkat pendidikan lembaga pemasaran sebagian besar adalah SMA dengan lama berdagang didominasi lebih dari 10 tahun. Lama berdagang akan mempengaruhi pengalaman lembaga pemasaran dalam jual-beli bunga sedap malam dimana semakin lama bekerja maka semakin tau bagaimana keinginan pasar, memprediksi keinginan yang diminta pasar, fluktuasi harga dan memprediksi harga bunga sedap malam di pasar.

Konsumen

Konsumen yang dijadikan responden yaitu orang yang membeli bunga sedap malam dari *florist*. Responden konsumen diambil dari pembeli bunga dari *florist* yang terletak di Jalan Kyai Saleh, Pandanaran, Semarang dan di Jalan. DR. Sutomo Semarang. Sebagian besar konsumen berada pada usia <30 tahun (Tabel 1) dimana rentang usia tersebut konsumen masih tergolong produktif (BPS, 2017). Tingkat pendidikan konsumen didominasi jenjang S1.

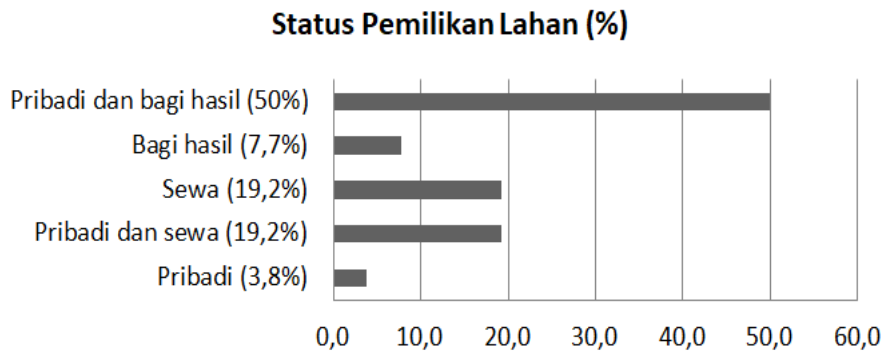
Luas lahan yang digunakan oleh petani untuk membudidayakan bunga sedap malam dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Luas, Jumlah Responden dan Jumlah Produksi Bunga Sedap Malam

Luas (m ²)	Jumlah Responden (orang)	Rata-Rata Produksi (tangkai/minggu)
<1000	7	150
1001 – 2000	6	350
2001 – 3000	10	550
3001 – 4000	-	-
>4000	4	1.000

Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020.

Lahan yang khusus digunakan petani untuk membudidayakan bunga sedap malam rata-rata dengan luas 2.001 – 3.000 dengan rata-rata produksi 550 tangkai/minggu. Proses pemanenan dan penjualan bunga sedap malam dilakukan sebanyak dua kali dalam seminggu dengan satu kali panen mencapai 100 tangkai tiap 1000 m². Status kepemilikan lahan yang digunakan petani untuk menanam bunga sedap malam terdiri dari lahan pribadi, sewa, pribadi dan sewa, pribadi dan bagi hasil serta bagi hasil yang dijabarkan dalam Gambar 1.



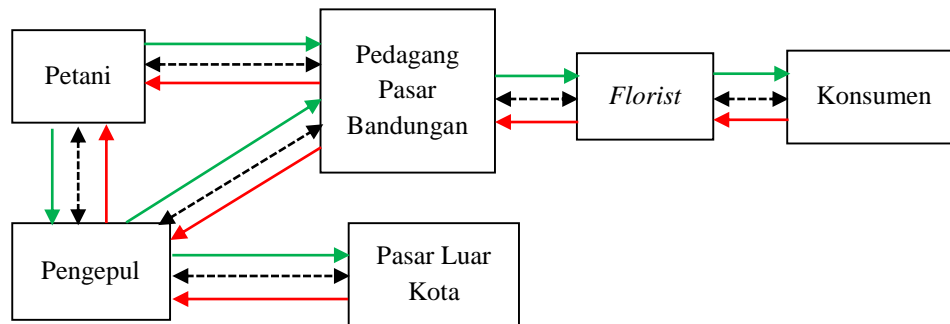
Gambar 1. Pemetaan Status Kepemilikan Lahan Petani Bunga Sedap Malam di Kelurahan Baran.

Model Rantai Pasok

Model rantai pasok bunga sedap malam digambarkan pada kerangka metode pengembangan rantai pasok pada produk hortikultura yang mudah rusak oleh *Asian Productivity Organization (APO)* yang terdapat pada Ilustrasi 2.

Struktur Rantai Pasok

Saluran pemasaran bunga sedap malam yang terjadi di Kelurahan Baran digambarkan dalam Ilustrasi 4 sebagai berikut:



Keterangan :

- = Aliran Produk
- ↔ = Aliran Informasi
- ← = Aliran Uang

Ilustrasi 2. Ilustrasi Saluran Pemasaran Bunga Sedap Malam

Tabel 3. Peran Pelaku Rantai Pasok Bunga Sedap Malam

Tingkat	Anggota	Proses	Aktivitas
Produsen	Petani Bunga Sedap Malam	Pembelian, Budidaya, Penyimpanan, Penjualan	Melakukan proses pembelian sarana produksi dan benih, membudidayakan bunga sedap malam, melakukan <i>grading</i> dan penyimpanan sebelum dijual, menjual bunga kepada pembeli
Distributor	Pengepul	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	Melakukan pembelian bunga dari petani, melakukan <i>grading</i> dan penyimpanan sebelum dijual ke pasar, melakukan penjualan bunga kepada pedagang pasar

Distributor dan Retailer	Pedagang bunga di pasar	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	Melakukan pembelian bunga dari petani dan pengepul, memasok bunga ke <i>florist</i> dan menjual kepada konsumen
Retailer	<i>Florist</i>	Pembelian, Penyimpanan, Penjualan	Melakukan pembelian bunga kepada pedagang pasar dan menjual bunga kepada pembeli
Konsumen	Konsumen	Pembelian	Melakukan pembelian bunga dari <i>florist</i> maupun pedagang bunga

Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020.

a. Petani

Berdasarkan Ilustrasi 2. diketahui bahwa petani bunga sedap malam menjadi pelaku pertama didalam rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran. Petani memiliki peran dalam proses budidaya diantaranya pengolahan lahan, penanaman, pemupukan, perawatan, penyiangan hingga panen serta *grading* sebelum dijual ke pengepul (Tabel 3). Petani juga menjadi penentu kualitas, kuantitas dan ketersediaan bunga sedap malam. Petani menjual kepada pengepul maupun pedagang pasar dalam bentuk ikatan yang berisi 100 batang bunga sedap malam. Harga jual rata-rata per batang yang dijual ke pengepul untuk *grade A* (kelas super) yaitu Rp 4.015,-, *grade B* (kelas sedang) yaitu Rp 1.571,- dan *grade C* (kelas kecil) Rp 669,-. Fungsi dari petani sebagai pelaku utama dalam rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran ini adalah melakukan proses budidaya tanaman sedap malam agar siap untuk dipasarkan kepada pelaku rantai pasok selanjutnya.

b. Pengepul

Berdasarkan Ilustrasi 2. diketahui bahwa pengepul menjadi pelaku kedua setelah petani didalam rantai pasok dan bertindak sebagai penghubung antara petani bunga sedap malam dengan pedagang bunga di pasar maupun pedagang pasar di luar kota. Pengepul di Kelurahan Baran menggunakan transportasi berupa mobil untuk mengangkut bunga sedap malam dari petani yang sudah melalui proses *grading* ke pasar bunga di Bandung. Harga rata-rata yang dijual ke pedagang pasar dari pengepul untuk *grade A* (kelas super) yaitu Rp 3.750,-, *grade B* (kelas sedang) yaitu Rp 1.625,- dan *grade C* (kelas kecil) Rp 675,-.

Berdasarkan hasil penelitian, ada tiga pengepul yang menggunakan sistem kontrak kepada petani dalam jual-beli bunga sedap malam. Pengepul membayar kepada petani berdasarkan luasan lahan yang digarap kemudian kegiatan dari perawatan hingga pemanenan dilakukan oleh pengepul dengan dibantu oleh petani dengan membayar sejumlah Rp 10.000.000,- selama setahun kepada petani yang dijadikan langganannya. Namun sistem kontrak ini masih bersifat *mouth to mouth* dan mengandalkan kepercayaan satu sama lain. Selain menjual bunga sedap malam ke pasar bunga Bandung, pengepul juga menjual sendiri ke pasar luar kota dengan menitipkan dagangannya pada bus antar kota dengan biaya ongkos kirim Rp 5.000,- per ikat. Namun perlakuan yang diberikan pada bunga sedap malam berbeda dengan yang dijual ke pasar bunga Bandung yaitu dibungkus dengan koran untuk meminimalisir kerusakan.

c. Pedagang Pasar

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pedagang pasar yang dijadikan responden merupakan pedagang bunga yang menjual dalam skala besar. Pedagang pasar di pasar bunga Bandung tidak hanya menjual bunga sedap malam saja, namun ada beberapa jenis bunga potong lainnya seperti krisan, mawar, lili, dan lain-lain. Pedagang pasar membeli bunga sedap malam dari petani langsung di Baran atau melalui perantai seperti pengepul. Keadaan pasar bunga Bandung yang menjadi pusat jual-beli berbagai jenis bunga potong ini terdiri dari beberapa kios yang berjejer dengan menjual produk yang sama. Pedagang pasar tidak hanya membeli dari satu petani maupun pengepul saja melainkan dari beberapa petani maupun pengepul lainnya sehingga dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar. Pedagang pasar biasanya membeli sebanyak 5–10 ikat bunga sedap malam dengan harga beli rata-rata untuk kelas besar yaitu Rp 4.200,- dan kelas kecil yaitu Rp 2.200,- kemudian dijual kembali kepada pembelinya dengan harga rata-rata untuk kelas besar yaitu Rp 5.200,- dan kelas kecil yaitu Rp. 3.200,-. Pedagang pasar biasanya

hanya membeli bunga sedap malam dengan ukuran besar (kelas super) dan kelas sedang dikarenakan permintaan pasar sedangkan untuk bunga sedap malam dengan kelas kecil jarang dibeli dan dijual ke pasar luar kota. Pedagang pasar juga menjual bunga sedap malam hingga keluar kota dengan menitipkan produknya melalui *bus* antar kota dengan biaya ongkos kirim Rp 5000,- per ikat. Pedagang pasar akan menjual kepada konsumen langganannya seperti pedagang dari luar Ambarawa, *florist*, maupun pengecer.

d. Florist

Berdasarkan hasil penelitian, *florist* membeli bunga sedap malam dari pedagang pasar bunga Bandung kemudian dijual kembali kepada konsumen. *Florist* yang berada di Jalan Kyai Saleh, Pandanaran, Semarang dan di Jalan. DR. Sutomo Semarang menjadi pusat penjualan berbagai jenis bunga potong ini terdiri dari beberapa kios yang berjejer dengan menjual produk yang sama. *Florist* tidak hanya membeli dari satu pedagang bunga di pasar bunga Bandung saja melainkan dari beberapa pedagang lainnya apabila pedagang pasar langganannya tidak dapat memenuhi permintaan *florist* sehingga dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan pasar. *Florist* biasanya membeli sebanyak 2–5 ikat bunga sedap malam yang dibeli dengan harga rata-rata untuk kelas besar yaitu Rp 5.800,- dan kelas kecil yaitu Rp. 2.800,- kemudian dijual kembali dengan harga rata-rata untuk kelas besar yaitu Rp 7.800,- dan kelas kecil yaitu Rp 4.800,-. *Florist* menjual bunga potong kepada konsumen yang memesan dalam bentuk *bouquet* atau bunga tangkai. Produk *bouquet* dijual dengan harga kisaran Rp 40.000,- hingga Rp 100.000,- sesuai dengan komponen berbagai macam jenis bunga potong, termasuk bunga sedap malam.

e. Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa konsumen membeli bunga sedap malam dari *florist* di Jalan Kyai Saleh, Pandanaran, Semarang dan di Jalan. DR. Sutomo Semarang. Konsumen dapat membeli bunga sedap malam dalam bentuk bunga tangkai maupun *bouquet* yang berisi berbagai macam bunga potong. Konsumen dapat membeli bunga sedap malam kepada *florist* secara langsung atau dapat memesan terlebih dahulu melalui telpon atau via *whatsapp*.

Aliran Produk, Uang dan Informasi

a. Aliran Produk

Berdasarkan Ilustrasi 2. aliran produk bermula dari petani dimana petani melakukan proses budidaya bunga sedap malam selama 6–7 bulan hingga panen. Bunga sedap malam yang sudah dipanen dibawa petani ke rumah untuk dilakukan proses *grading* menurut kelas A (kelas super), kelas B (kelas sedang), dan kelas C (kelas kecil). Setelah proses *grading* dilakukan, petani akan mengumpulkan bunga sesuai kelas dan diikat dengan tali rafia yang berisi 100 batang dan dibeli oleh pengepul maupun pedagang pasar yang kemudian dijual kembali ke Pasar Bandung. Pasar Bandung menjadi pusat pemasaran bunga sedap malam dan perluasan penjualan bunga sedap malam juga bermula dari Pasar Bandung yang dapat dijual sampai ke luar kota bahkan ekspor sampai ke Singapura.

b. Aliran Uang

Berdasarkan Ilustrasi 2. aliran uang berawal dari adanya proses jual beli bunga sedap malam dari petani kepada pengepul. Aliran uang berlangsung dari hulu hingga hilir dengan perputaran uang dari konsumen hingga kembali ke produsen. Aliran uang dari konsumen kepada pedagang pasar maupun *florist* tergolong lancar begitu pula *florist* kepada pedagang pasar karena konsumen langsung membayar produk yang dibeli (*cash and carry*). Aliran uang dari pengepul ke petani ada sedikit kendala namun tergolong lancar dimana ada beberapa petani yang menerima uang setelah bunga sedap malam yang dibeli pengepul terjual di Pasar Bandung. Aliran uang dari pedagang pasar kepada pengepul kurang lancar dan ada kendala dimana ada beberapa pedagang pasar yang meminta produk terlebih dahulu kemudian dibayar setelah terjual habis, namun ada pula yang hutang dan baru dibayar ketika akan membeli bunga lagi kepada pengepul bahkan ada yang tidak dibayar sama sekali.

c. Aliran Informasi

Berdasarkan Ilustrasi 2. aliran informasi yang terjadi antar pelaku rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran yaitu mengenai permintaan pasar, harga pasar, produk obat-obatan, pupuk bersubsidi dan penerapan teknologi. Informasi harga yang diperoleh berasal dari

pelaku dalam rantai pasok dan bermula dari pasar bunga di Bandungan. Kelemahan dari aliran informasi mengenai harga yaitu informasi mengenai harga bunga sedap malam dapat berubah dengan cepat seiring dengan ketersediaan bunga, kualitas dan permintaan di pasar. Menurut (Ayesha, 2016), harga produk florikultura yang tidak pasti dan fluktuatif disebabkan oleh ketersediaan dan mudah busuk atau rusak. Petani juga memperoleh informasi mengenai permintaan pasar, harga pasar, produk obat-obatan, pupuk bersubsidi dan penerapan teknologi dari sesama petani melalui media berupa kelompok tani maupun *stakeholder*. Pedagang pasar menjadi pemegang kendali utama dalam rantai pasok karena menjadi pusat informasi mengenai permintaan dan penawaran bunga di pasar sehingga sumber utama informasi berawal dari pedagang pasar dan menyebar ke anggota rantai pasok lainnya.

d. Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa saluran pemasaran rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran terdapat 3 saluran pemasaran. Saluran pemasaran bunga sedap malam dapat dilihat pada Ilustrasi 3.

1. Petani → Pedagang Pasar → *Florist* → Konsumen
2. Petani → Pengepul → Pedagang Pasar → *Florist* → Konsumen
3. Petani → Pengepul → Pasar Luar Kota

Ilustrasi 3. Saluran Pemasaran Rantai Pasok Bunga Sedap Malam di Kelurahan Baran.

Saluran pemasaran 1 terdiri dari petani bunga sedap malam yang menjual bunganya langsung ke pedagang pasar setelah dilakukannya proses sortir. Bunga sedap malam yang telah dibeli oleh pedagang pasar kemudian dijual kembali kepada *florist* dan konsumen lainnya. Saluran pemasaran 2 terdiri dari petani bunga sedap malam yang menjual produknya melalui pengepul. Pengepul berperan sebagai perantara antara petani bunga sedap malam dengan pedagang di pasar bunga Bandungan dibantu menggunakan alat transportasi berupa mobil *pick up*. Pasar bunga Bandungan menjadi pusat perdagangan bunga sedap malam dimana penjualan bunga sedap malam dari petani di Kelurahan Baran dijual kepada pedagang dalam kota maupun luar kota. Saluran pemasaran 3 terdiri dari Petani yang menjual bunga sedap malam melalui pengepul kemudian pengepul menjual bunga sedap malam kepada pedagang bunga luar kota dengan menggunakan transportasi *bus* antar kota dengan biaya ongkos kirim Rp 5000,-/ikat. Panjangnya saluran pemasaran yang dipengaruhi oleh lokasi distribusi produk akan menyebabkan semakin panjang pula rantai pasoknya. Semakin panjang saluran pemasaran dalam suatu rantai pasok, maka semakin besar pula margin harga yang diterima oleh produsen hingga ke konsumen akhir sehingga tidak efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat Pearce dan Robinson (2010) yang menyatakan bahwa besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien.

Sasaran Rantai Pasok

Sasaran rantai pasok menjelaskan beberapa aspek seperti sasaran pasar, sasaran pengembangan dan pengembangan kemitraan. Sasaran pasar produk bunga sedap malam di Kelurahan Baran sudah mencapai pasar ekspor ke negara Singapura. Proses produk bunga sedap malam bisa sampai pada pasar internasional berawal dari petani di Kelurahan Baran yang memasarkan produk setelah panennya kepada pengepul yang dijual ke pasar pusat yaitu Pasar Bunga Bandungan. Pasar Bunga Bandungan yang terletak di Jalan P. Diponegoro, Jetis, Kecamatan Bandungan menjadi pasar yang memperluas penjualan bunga sedap malam yang dihasilkan oleh petani di Kelurahan Baran. Pasar Bunga Bandungan inilah tempat bertemunya pedagang bunga dengan berbagai pelanggan seperti pendekor, *florist*, maupun penjual bunga luar kota.

Sasaran pengembangan yang diinginkan oleh petani adalah memperluas jaringan pemasaran bunga sedap malam yang mereka budidayakan. Hingga saat ini pemasaran bunga sedap malam dari Kelurahan Baran dipasarkan di sekitar Pulau Jawa saja. Petani ingin pemasaran

bunga sedap malam juga sampai ke Kalimantan maupun Sumatera dikarenakan bunga sedap malam masih langka dan jarang dipasarkan sehingga harganya lebih mahal jika dijual ke luar jawa. Pengembangan pemasaran yang diinginkan oleh petani harus seimbang dengan mutu produk yang ditawarkan agar terjadi kesinambungan ketika melakukan transaksi jual beli produk. Menurut Sunarmani dan Amiarsi (2011), komponen mutu bunga potong sedap malam seperti ukuran bunga dan tangkai, penampilan, warna dan kesegaran bunga akan mempengaruhi transaksi jual beli antar penjual dengan pembeli. Sasaran pengembangan yang diinginkan oleh pengepul yaitu memperbaiki manajemen pengiriman bunga sedap malam ketika dibawa ke pasar atau pelanggan dengan cara memperbaiki *packaging* dan perlakuan selama pengiriman. Pengepul memiliki kendala dalam hal pengiriman dimana bunga sedap malam yang hanya diikat dengan tali rafia kemudian dibawa dengan motor dan mobil sehingga mudah rusak. Sasaran pengembangan untuk pedagang pasar yaitu memperluas jaringan pemasarannya hingga ke luar pulau dan ekspor ke negara lain.

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok menjelaskan bagaimana petani melakukan pemeliharaan dalam bermitra, sistem kontraktual antar pelaku rantai pasok, sistem transaksi dan dukungan dari pemerintah. Menurut Marimin dan Slamet (2010), tujuan manajemen rantai pasok adalah untuk mengetahui pihak yang bertindak sebagai pelaku utama dalam rantai pasok. Petani selaku pelaku pertama dalam rantai pasok bertindak sebagai perencana, memproduksi dengan budidaya bunga sedap malam dan memasarkan hasil panennya. Petani selaku perencana melakukan perencanaan mengenai proses produksi agar dapat memenuhi permintaan konsumen dan perencanaan penjualan yang akan dilakukan. Petani melakukan perencanaan penyediaan bahan baku seperti benih, pupuk, obat-obatan dan saprotan yang akan digunakan dalam proses budidaya. Petani akan mempertimbangkan berapa jumlah benih yang akan ditanam dalam luasan lahan yang dimiliki, sistem yang akan digunakan dalam bertanam, jenis bunga yang akan ditanam, perawatan yang akan dilakukan, target melakukan pemanenan dan kemana akan menjual produknya kelak setelah panen serta memperkirakan harga jual yang akan laku di pasar agar tidak terjadi kerugian. Petani selaku penjual bertindak dalam memasarkan produknya agar sampai kepada konsumen dengan melakukan negosiasi harga kepada pelaku rantai pasok lainnya.

Pemilihan mitra dan kontraktual dalam rantai pasok harus memiliki kriteria tertentu agar kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dan menumbuhkan sikap saling percaya. Namun, dalam kegiatan rantai pasok yang terjadi di Kelurahan Baran tidak memiliki kriteria khusus dalam memilih mitra dan menjalin kerjasama. Para pelaku rantai pasok hanya mengandalkan sikap saling percaya dan kontraktual hanya bersifat *mouth to mouth*. Petani bunga di Kelurahan Baran rata-rata sudah memiliki pelanggan tetap yang artinya sudah menumbuhkan sikap saling percaya antara petani dengan pengepul tersebut. Pengepul yang dipilih oleh petani di Kelurahan Baran untuk dijadikan mitra yaitu pengepul yang sudah menjadi pelanggan tetap dan pengepul yang berasal dari dalam kelompok tani. Pengepul yang berasal dari dalam kelompok tani melakukan kontrak kepada beberapa petani agar menjual hasil panennya langsung ke pengepul tersebut. Kriteria pedagang pasar yang dipilih oleh pengepul yaitu yang sudah lama menjadi pelanggan bunga dari pengepul dan pedagang pasar yang memesan melalui telepon seluler.

Sistem transaksi yang dilakukan dalam rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran tidak melalui kesepakatan yang kontraktual karena dipengaruhi oleh sistem penjualan bunga dimana bunga langsung dijual ke setiap pelaku rantai tanpa adanya rencana pembelian sebelumnya. Sistem transaksi bunga sedap malam antara petani dan *florist* hingga konsumen akhir adalah dengan sistem *cash and carry* yaitu dengan membayar langsung ketika ingin mendapatkan produk. Sistem *cash and carry* akan membuat aliran uang dalam rantai pasok menjadi lancar, lebih mudah dan kedua belah merasa merasa diuntungkan dan dipercaya. Penjual hanya akan melepaskan produknya kepada pembeli apabila pembeli langsung memberikan uang *cash* saat itu juga dan menghindari sistem utang dan barang yang telah dibeli tidak dapat dikembalikan.

Sumber Daya Rantai Pasok

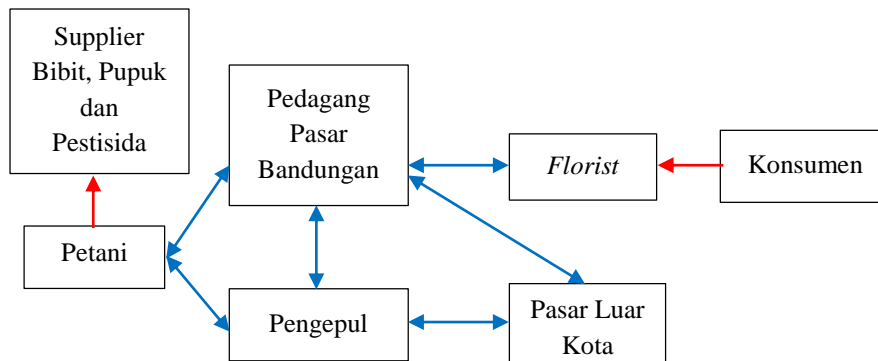
Sumber daya rantai pasok akan membahas mengenai sumber daya fisik yang digunakan dalam rantai pasok seperti lahan bertani, sarana produksi pertanian, transportasi dan sarana

prasarana pengangkutan. Lahan yang digunakan dalam membudidayakan bunga sedap malam adalah sawah irigasi yang dimiliki secara pribadi, sewa maupun bagi hasil dengan rata-rata luas 2.001–2.500 m² (Tabel 1). Penyediaan benih bunga sedap malam didapatkan oleh petani dari membeli melalui kelompok tani. Pupuk diperoleh dari subsidi pemerintah melalui kelompok tani dan obat-obatan yang dibeli sendiri oleh petani. Sarana transportasi yang digunakan oleh petani dan pengepul untuk pengangkutan bunga sedap malam ke pasar sudah cukup memadai yaitu menggunakan motor, mobil, dan *pick up*. Sarana dan prasarana cukup memadai karena jarak ke pasar Bandung cukup dekat dengan kondisi jalan yang beraspal sehingga dapat menunjang lancarnya proses rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran. Sumber daya modal yang digunakan petani yaitu menggunakan modal sendiri untuk memenuhi kebutuhan sumber daya untuk budidaya bunga sedap malam. Menurut Elviana (2018), modal merupakan salah satu komponen yang diperlukan oleh petani maupun pedagang untuk keberlangsungan usahanya. Petani memulai usahanya dengan modal sendiri dan manajemen keuangan hasil penjualan produk untuk dipakai pada periode berikutnya. Perputaran modal yang dilakukan oleh petani digunakan untuk tetap menjaga keberlangsungan usahanya yang dilakukan petani di Kelurahan Baran. Apabila ada beberapa masalah yang membuat petani menjadi rugi seperti ketika terjadi gagal panen akibat musim kemarau dan penyakit, petani di Kelurahan Baran akan mencoba usaha lain dengan modal yang masih tersisa dengan menjalankan usaha lain atau menanam tanaman yang tahan terhadap kemarau.

Proses Bisnis Rantai Pasok

Proses bisnis rantai pasok terdiri dari aspek hubungan proses bisnis antar rantai pasok, pola distribusi, support anggota rantai, perencanaan kolaborasi, penelitian kolaborasi, jaminan identitas merek, aspek nilai tambah pemasaran, aspek risiko, proses *trust building* (Marimin dan Slamet, 2010). Petani bunga sedap malam di Kelurahan Baran memutuskan harga jual produknya berdasarkan harga yang berlaku di pasar. Penetapan harga jual dan beli berasal dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli. Harga jual bunga sedap malam fluktuatif karena termasuk dalam produk pertanian yang bersifat *perishabel* yaitu mudah busuk dan rusak. Menurut Sunarmani dan Amiarsi (2011), permasalahan yang sering dijumpai petani bunga potong yaitu mudah rusak, daya simpan pendek, dan harga yang murah ketika panen raya. Semakin siang produk bunga sedap malam tidak terjual maka pedagang bunga akan menurunkan harganya. Harga bunga sedap malam juga hampir setiap bulan berubah dimana harga bisa naik hingga Rp 1.000,-/tangkai. Periode bulan Desember 2019, harga bunga sedap malam yang dijual dipasar seharga rata-rata Rp 4.000,-/tangkai, bulan Januari 2020 harga dipasar naik dengan rata-rata Rp 5.000,-/tangkai. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan produk di pasar, apabila sedang musim setelah panen raya maka harga jual akan rendah dan sebaliknya. Harga bunga akan melambung tinggi apabila permintaannya tinggi dan kelangkaan produk di pasar. Periode bulan Januari hingga Maret 2020 produksi bunga sedap malam di Kelurahan Baran sedang turun karena masih berada pada fase penanaman kembali (ditanam bulan September 2019) sehingga belum mencapai fase panen raya yang menyebabkan ketersediaan bunga sedap malam di pasar menjadi langka, hal ini menyebabkan harga yang dijual lebih tinggi. Petani yang sebelumnya telah melakukan perencanaan akan memasang harga jual di atas HPP agar tidak mengalami kerugian yang signifikan.

Kekuatan tawar menawar dalam rantai pasok bunga sedap malam pada harga bibit, pupuk dan pestisida di supplier lebih dominan sehingga petani mengikuti harga yang ditetapkan oleh supplier. Harga beli bunga sedap malam dari petani kepada tengkulak dan pedagang pasar setara sehingga dapat terjadi tawar menawar dan memutuskan harga yang disepakati bersama. Kekuatan tawar menawar antara pengepul dengan pedagang pasar Bandung maupun pasar luar kota setara sehingga dapat memutuskan harga yang disepakati bersama. Kekuatan tawar menawar antara pedagang pasar dengan pedagang luar kota dan *florist* setara sehingga dapat memutuskan harga yang disepakati bersama. Kekuatan tawar menawar antara *florist* dengan konsumen lebih dominan kepada *florist* karena harga jual yang sudah mutlak di pasar. Kekuatan tawar menawar harga antara penjual dengan pembeli dapat dilihat pada Ilustrasi 4.



Keterangan :

← Penjual memiliki kekuatan melebihi pembeli

↔ Penjual dan pembeli saling berpengaruh

Ilustasi 4. Kekuatan Tawar Menawar pada Rantai Pasok Bunga Sedap Malam

Performa Rantai Pasok

Performa rantai pasok dapat diukur menggunakan margin pemasaran dan *farmer's share*. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, nilai margin dapat dilihat pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Nilai Margin Pemasaran Saluran Pemasaran Berdasarkan Rantai Pasok

No.	Pelaku Rantai Pasok	Saluran 1	Saluran 2 (Rp/tangkai)	Saluran 3
1.	Petani			
	Harga Jual	4.015	4.015	4.015
2.	Pengepul			
	Harga Beli		3.750	3.750
	Harga Jual		4.125	4.125
	Margin Pemasaran		375	375
3.	Pedagog Pasar			
	Harga Beli	4.200	4.200	
	Harga Jual	5.200	5.200	
	Margin Pemasaran	1.000	1.000	
4.	Florist			
	Harga Beli	5.800	5.800	
	Harga Jual	7.800	7.800	
	Margin Pemasaran	2.000	2.000	
5.	Konsumen			
	Harga Beli	8.000	8.000	
6.	Pasar Luar Kota			
	Harga Beli		5.200	5.200
	Total Margin Pemasaran	3.000	3.375	375

Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4. besar nilai margin pada ketiga saluran pemasaran berbeda karena setiap lembaga pemasaran memiliki fungsi pemasaran yang berbeda. Total nilai margin pada

saluran pemasaran 1 yaitu Rp 3000,-, saluran pemasaran 2 yaitu Rp 3.375,- dan saluran pemasaran 3 yaitu Rp 375,-. Saluran pemasaran 2 memiliki nilai margin terbesar diantara saluran pemasaran lainnya. Hal ini dikarenakan saluran pemasaran 2 memiliki lembaga pemasaran lebih banyak yang terlibat untuk menyampaikan produk hingga ke konsumen akhir. Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu rantai pemasaran akan mempengaruhi besarnya margin harga yang diperoleh petani selaku produsen. Pearce dan Robinson (2010) menyatakan bahwa besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh produsen semakin kecil dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen langsung petani. Menurut Istiyanti (2010) saluran pemasaran yang terjadi semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien.

Efisiensi pemasaran dapat diukur menggunakan *farmer's share* sebagai indikator untuk mengukur efisiensi suatu saluran pemasaran. Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran adalah sebagai berikut:

Tabel 5. *Farmer's Share* Saluran Pemasaran Berdasarkan Rantai Pasok

Saluran Pemasaran	Harga ditingkat Konsumen (Rp/tangkai)	Harga ditingkan Produsen	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	8.000	4.015	50,19
2	8.000	4.015	50,19
3	5.200	4.015	77,21

Sumber: Data Primer Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 5. diketahui bahwa nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran 1 dan saluran pemasaran 2 yaitu 50,19% sedangkan nilai *farmer's share* saluran pemasaran 3 yaitu 77,21%. Saluran pemasaran yang ada dalam rantai pasok ini sudah tergolong efisien dikarenakan berada pada angka >40%. Soekartawi (2002) menyatakan bahwa kegiatan pemasaran dapat dikatakan efisien jika nilai *Farmer's Share* >40%, sebaliknya dikatakan tidak efisien jika nilai *Farmer's Share* <40%. Panjang dan pendeknya suatu saluran pemasaran tergantung pada banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat. Keuntungan yang diterima masing-masing lembaga pemasaran juga berdeda-beda. Semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran, maka keuntungan yang diperoleh produsen (petani) akan semakin besar. Menurut Puspasari *et al.* (2017), semakin panjang saluran pemasaran maka harga yang diterima oleh konsumen semakin tinggi yang menyebabkan keuntungan yang diperoleh produsen semakin rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kondisi kinerja rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran berjalan dengan baik karena dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan pasar hingga ke konsumen akhir. Sasaran dan struktur rantai pasok jelas dan terarah karena memiliki target pemasaran yang jelas. Manajemen rantai pasok yang kurang optimal disebabkan oleh kesepakatan kontraktual antar lembaga pemasaran yang tidak tertulis. Sumber daya rantai pasok yang cukup dan memadai ditandai dengan kemampuan menyediakan produk secara kontinyu. Proses bisnis rantai pasok yang terkendala karena aliran informasi dan harga produk yang dapat berubah seiring dengan ketersediaan produk di pasar serta performa rantai pasok yang sudah efisien. Terdapat 3 saluran pemasaran dalam rantai pasok bunga sedap malam di Kelurahan Baran. Saluran pemasaran 1 terdiri dari petani, pedagang pasar, *florist*, dan konsumen akhir. Saluran pemasaran 2 terdiri dari petani, pengepul, pedagang pasar, dan pasar luar kota. Saluran pemasaran 3 terdiri dari petani, pengepul dan pasar luar kota. Nilai margin pada saluran pemasaran 1 yaitu Rp 3000,-, saluran pemasaran 2 yaitu Rp 3.375,- dan saluran pemasaran 3 yaitu Rp 375,-. Ketiga saluran pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien karena memiliki nilai *farmers Share* >40%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayesha, I. (2016). Analisis Rantai Pasokan Komoditas Florikultura Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Bandung Barat. *J. Mimbar Agribisnis*, 1(2): 133–138.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Kecamatan Ambarawa dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik. <https://semarangkab.bps.go.id/publication/2018/09/26/e65cb356ce2787581cf091d7/kecamatan-ambarawa-dalam-angka-2018.html> Diakses tanggal 14 Januari 2020.
- Elviana, D. (2018). Analisis Saluran Dan Fungsi Pemasaran Komoditas Hortikultura Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Perbatasan (Studi Kasus Di Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan Propinsi Kalimantan Utara). *Borneo Saintek*, 1(2), 13–20.
- Istiyanti, E. (2010). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Pertanian MAPETA*, 12(2), 71–144.
- Marimin., dan S. Slamet. (2010). Analisis Pengambilan Keputusan Manajemen Rantai Pasok Bisnis Komoditi dan Produk Pertanian. *Pangan*, 19(2), 169–188.
- Pearce, J. A., dan R. B. Robinson. (2010). *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Puspasari, E. D., R. Asmara., dan F. D. Riana. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong (Studi Kasus di Desa Gunungsari, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu). *Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 1(2), 80–93.
- Sihombing, D. (2017). *Polianthes Tuberosa Breeding In Indonesia*. *KnE Life Sciences*, 2(6), 587–598.
- Sihombing, D. dan W. Haryanti. (2017). *Effect of Mulch on the Growth and Yield of Polianthes tuberosa*. *Life Sciences*, 2(6), 579–586.
- Soekartawi. (2002). *Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian, Cetakan Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sunarmani., dan D. Amiarsi. (2011). Karakteristik Mutu dan Ketahanan Simpan Bunga Potong Sedap Malam di Sentra Produksi. *Hortikultura*, 21(2), 191–196.
- Van der Vorst J. G. A. J. (2004). *Supply chain Management: Theory and Practices*. The Emerging World of Chains & Networks. Elsevier. Hoofd-stuk 2.1. Wageningen.
- Yulida, R. (2012). Kontribusi Usahatani Lahan Pekarangan Terhadap Ekonomi Rumah Tangga Petani Di Kecamatan Kerinci Kabupaten Pelalawan. *Ilmu Ekonomi Pertanian Indonesia*, 3(2), 135–154.
- Zuraida., dan Wahyuningsih, Y. M. (2015). Efisiensi pemasaran kacang tanah (*Arachis Hypogaeae L*) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. *Sains Pertanian*, 40(3), 212–217.