

ARTIKEL

BAURAN PEMASARAN BUNGA KRISAN PADA KELOMPOK TANI SAHABAT TANI DI KELURAHAN KAKASKASEN DUA KECAMATAN TOMOHON UTARA KOTA TOMOHON

GUNTUR RAHARJO

100 314 107

DOSEN PEMBIMBING :

1. Ir. J. Baroleh, Msi
2. Dr. Ir. T. F. Lolowang, Msi
3. Dr. Ir. G. Kapantow, Mikomp, MSc



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
JURUSAN SOSIAL EKONOMI
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO**

2014

ABSTRAK

Guntur Raharjo Bauran Pemasaran Bunga Krisan Pada Kelompok tani Sahabat tani di Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon dibawah bimbingan **Jenny Baroleh** sebagai Ketua, **Tommy. F. Lolowang** dan **Gene Kapantow** sebagai Anggota.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu, mengkaji bauran pemasaran bunga krisan pada kelompok tani Sahabat Tani di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. serta mengkaji margin pemasaran pada setiap lembaga yang terlibat dalam kelompok Sahabat Tani tersebut.

Pengumpulan data dilakukan selama tiga bulan, sejak bulan mei 2014 hingga bulan juli 2014. Data yang diperoleh adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui survey kepada kelompok tani sahabat tani di kelurahan kakaskasen dua, kecamatan tomohon utara, kota tomohon. Kemudian data sekunder diperoleh melalui instansi-instansi terkait dengan penelitian

ini. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposif sampling yaitu secara sengaja terhadap 10 petani yang tergabung dalam kelompok Sahabat Tani. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan tentang bauran pemasaran kelompok sahabat tani yaitu mengenai 4p, yaitu produk, harga, tempat dan promosi serta menunjukkan margin pemasaran pada setiap lembaga yang terlibat dalam kelompok sahabat tani.

ABSTRACT

Guntur Raharjo Marketing Mix of chrysanthemum flower on Sahabat Tani Group at Kakaskasen Dua Village, Tomohon Utara sub district, Tomohon City. Under guidance of **Ir. J. Baroleh, Msi** as a Chairman, , **Dr. Ir. T. F. Lolowang, Msi.**, and **Dr. Ir. G. Kapantow, Mikomp, MSc** as members.

The objectives of this research is to examine the marketing mix of chrysanthemum at Kakaskasen Dua Village, Tomohon Utara sub district, Tomohon City. And to examine the marketing margin of each institution involved in the Sahabat tani group.

Data collection was conducted for three months, since May 2014 until July 2014. The data obtained are primary and secondary data. The primary data obtained through the survey directly to the farmer groups at Kakaskasen Dua Village, Tomohon Utara sub district, Tomohon City. Secondary data obtained through agencies associated with this research. Sampling was done by purposive sampling technique that intentionally took ten farmers who are members of the Sahabat Tani Group. The analysis used in this study is descriptive analysis.

The research results indicated that the marketing mix of Sahabat Tani Group, were product, price, place and promotion as well as marketing margin shown in every agency involved in Sahabat Tani Group.

BAB 1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan strategis terutama sebagai penyedia pangan rakyat Indonesia, berkontribusi nyata dalam penyediaan

bahan baku industri, penyerapan tenaga kerja yang berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan dan menjaga pelestarian lingkungan. Sejalan dengan hal tersebut kementerian pertanian tahun 2010-2014 telah menentukan visi, yaitu “Pertanian Industrial Unggul Berkelanjutan, Berbasis Sumberdaya Lokal untuk Meningkatkan Kemandirian Pangan, Nilai Tambah, Ekspor dan Kesejahteraan Petani” (PERMENTAN Nomor 82/OT.140/8/2013).

Visi tersebut dapat terwujud jika adanya pelaku utama dan pelaku usaha yang berkualitas, andal, berkemampuan managerial, kewirausahaan dan organisasi bisnis. Dengan demikian, petani diharapkan mampu membangun usahatani berdaya saing dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan posisi tawarnya. Oleh karena itu, kapasitas dan kemampuan petani harus terus ditingkatkan, salah satunya dengan penyuluhan melalui pendekatan kelompok.

Kelompok tani bunga krisan memiliki peran yang sangat aktif sebagai usaha yang berkecimpung dalam bidang florikultura. Dilihat dari faktor external, kelompok-kelompok tani bunga krisan ini harus sadar bahwa memiliki peran sebagai perusahaan yang berkecimpung dalam bidang florikultura yang bersifat labil, dimana pergerakan perubahannya sangatlah cepat.

Untuk menghadapi industri florikultura yang sulit diprediksi, maka setiap kelompok tani tersebut mempunyai inovasi serta menciptakan kapabilitas yang dinamis. Salah satu kelompok tani di Kelurahan Kakaskasen Dua yang masih aktif salah satunya adalah kelompok tani Sahabat Tani.

Perkembangan tanaman hias bunga potong sangat pesat ditandai dengan munculnya bermacam-macam produk bunga potong menggantikan bunga plastik, bunga kertas sebagai tiruan dari produk-produk yang konvensional. Semua itu dapat ditujukan untuk meraih pangsa pasar

yang lebih luas bagi petani sebagai produsen.

Masyarakat sebagai konsumen sekarang mempunyai banyak pilihan dalam membeli bunga potong disebabkan banyak petani tanaman hias memperluas usahanya dengan berbagai produk dan promosi. Pada sisi yang lain, dengan adanya perluasan usaha tersebut menjadikan persaingan antar petani yang memproduksi bunga potong menjadi lebih ketat. Masing-masing petani sebagai produsen menawarkan berbagai produk tanaman hias bunga potong, dengan berbagai atribut manfaat yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Dengan demikian konsumen dapat memilih dari berbagai alternatif produk tanaman hias bunga potong yang memungkinkan dapat memenuhi kebutuhannya, sehingga keputusan ada di pihak konsumenlah yang menentukan pilihan diantara berbagai alternatif yang ditawarkan.

Berbagai macam pilihan yang disediakan petani sebagai produsen bunga membuat masyarakat sebagai konsumen bebas dan leluasa memilih produk yang menjadi pilihan mereka. Dengan adanya persaingan petani tanaman hias bunga potong yang sangat ketat maka mereka berlomba menawarkan produk kepada masyarakat sebagai konsumen dengan berbagai strategi pemasaran yang ditawarkan. Beberapa unsur bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi merupakan faktor yang menentukan dalam keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dalam hal ini bunga potong.

Kelompok tani Sahabat Tani dalam mengantisipasi hal tersebut sejak memulai usahanya hingga saat ini telah mengeluarkan produk-produk seperti jenis krisan potong dengan berbagai varietas diantaranya yaitu Krisan Kulo, Krisan Rini, Krisan Fiji, Krisan Puspita Nusantara, Krisan Puspita Pelangi Nusantara, Krisan Rino, Stankon serta

Krisan Bola. Produk tanaman hias ini diusahakan sedemikian rupa oleh kelompok tani untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada pasar-pasar yang menjadi sasarannya.

Kelompok tani ini merupakan salah satu kelompok tani yang bersaing dengan kelompok tani lain yang ada di Kota Tomohon untuk memasarkan produknya baik dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen yang ada di Kota Tomohon maupun diluar kota ini. Menghadapi persaingan yang lebih ketat ditambah dengan adanya kelompok tani yang lain dengan bermacam-macam usaha tanaman hias, maka perlu dikaji tentang bauran pemasaran bunga krisan pada kelompok tani Sahabat Tani di Kakaskasen Dua Kota Tomohon, yang dibatasi pada Produk, Harga, Lokasi dan Promosi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan yaitu pada bulan Mei sampai bulan Juli tahun 2014 mulai dari persiapan hingga penyusunan laporan. Lokasi

penelitian dilaksanakan pada kelompok tani bunga krisan Sahabat Tani di Kelurahan Kakaskasen Dua, Kecamatan Tomohon Utara, Kota Tomohon.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang disiapkan dalam bentuk kuisisioner. Sedangkan Data sekunder diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian ini yaitu Kantor Kelurahan Kakaskasen Dua.

Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* yaitu secara sengaja terhadap 10 petani yang tergabung dalam kelompok Sahabat Tani di Desa Kakaskasen dua Kecamatan Tomohon Utara.

Variabel yang diukur serta digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Bauran pemasaran bunga krisan pada kelompok Sahabat Tani kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara hanya dibatasi pada 4P yaitu meliputi *Product, Price, Promotion and Place* karena merupakan

pemasaran non-jasa, dengan rincian sebagai berikut :

- a. Produk (*Product*) meliputi :
 1. Klasifikasi Produk.
 2. Kuantitas Produk.
- b. Harga (*Price*) Meliputi :
 1. penetapan harga jual.
 2. metode yang digunakan.
- c. Promosi (*Promotion*) Meliputi :
 1. metode dalam promosi penjualan.
 2. kehumasan/ *Public Relation*.
- d. Tempat (*Place*) Meliputi :
 1. saluran Pemasaran.
 2. lokasi.
 3. transportasi.

2. Marjin pemasaran pada setiap lembaga yang terlibat dalam kelompok Sahabat Tani kelurahan kakaskasen dua kecamatan Tomohon Utara.

Untuk melihat marjin pemasaran, serta farmer share pada tiap saluran

distribusi kelompok tani sahabat tani
dugunakan rumus :

Untuk menghitung margin pemasaran
digunakan rumus :

$$Mr = Pr - Pf$$

dimana :

Mr = margin pemasaran

Pr = harga di tingkat konsumen

Pf = harga di tingkat petani

Untuk menghitung *Farmer Share*
digunakan rumus sebagai berikut :

Farmer Share =

$$\frac{\text{Harga yang diterima petani}}{\text{Harga dibayar konsumen ahir}} \times 100\%$$

PEMBAHASAN

Kelurahan Kakaskasen Dua secara administrasi termasuk dalam wilayah Kecamatan Tomohon Utara, Kota Tomohon, Provinsi Sulawesi Utara. Secara geografis , kelurahan Kakaskasen Dua terletak pada 1,15 Lintang Utara dan 124,5 Bujur Timur dengan mempunyai luas wilayah sebesar 378 Km² serta memiliki iklim sejuk dengan suhu udara 19°C-29°C.

Denga adanya program (P4S) yaitu Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya yang dirintis pada tahun 1998, memberi motivasi untuk memicu masyarakat Kota Tomohon yaitu Kelurahan Kakaskasen Dua pada khususnya untuk berinovasi dibidang florikultura diantaranya usaha bunga krisan. Oleh karena itu pada tanggal 5 Juli 2008 terbentuklah kelompok tani Sahabat Tani yang diketuai oleh bapak Jany A.H.J Lasut dengan 9 anggota lainnya yaitu Noldy B. Liuw, Stella L. Mongdong, Mientje kaureng, Selvie Mongdong, Maikel S, Ekky Pungut, Abdy S, Max Rares, Pingkan E.D. Lasut yang tergabung dalam Kelompok Tani Sahabat Tani, dan dinamakan kelompok tani Sahabat Tani karena kelompok tani adalah wadah berhimpun, kelas belajar, unit pemasaran serta sahabatnya petani.

Kelompok Tani Sahabat Tani memiliki 2 (dua) tipe bunga krisan yaitu tipe standar dan tipe spray dan dibagi menjadi tiga *grade* berdasarkan

permintaan konsumen dengan ketentuan standar *grade* di pasar bunga. Tipe standar (*disbudded inflorescens*) hanya memiliki satu tunas bunga yaitu tunas terminal yang dipelihara pada satu batang. Tunas bunga lateral dibuang sehingga dihasilkan satu bunga dengan ukuran besar. Tipe spray (*spray inflorescens*) merupakan tipe dengan seluruh tunas bunga lateral dibiarkan berkembang, tetapi bunga yang pertama berkembang dibuang agar lebih banyak tunas lateral yang tumbuh dan berukuran kecil.

Kelompok Tani Sahabat Tani memiliki luas lahan 1.000 m² dan bisa memproduksi berkisar 20.000 sampai 30.000 tangkai bunga krisan potong dalam sekali panen dalam jangka waktu 90 sampai 115 hari dengan presentase: \pm 60% untuk tipe standar dan 40% untuk tipe spray dengan luas 750 m². 8000 tangkai mother mum atau indukan dengan luas 240 m² dan 1000 krisan pot dalam luas 10 m². Serta untuk menarik permintaan konsumen kelompok tani Sahabat Tani menanam

berbagai warna bunga krisan yang disesuaikan dengan permintaan pasar.

Kelompok Tani Sahabat Tani dalam menentukan harga bunga krisan tidak dengan menentukan harga sendiri. Penentuan harga melalui kesepakatan Asosiasi atau lembaga pedagang bunga krisan di kota Tomohon sehingga tidak terjadi perbedaan harga yang mencolok antara pedagang yang satu dengan pedagang yang lainnya. Harga jual bunga potong krisan juga tergantung pada kualitas grade nya.

Lokasi *green house* atau kebun kelompok tani Sahabat Tani berada di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon dan berjarak hanya \pm 200 m dari jalan raya Kota Tomohon, sehingga memudahkan akses dalam mendistribusikan produk-produknya. Jarak lokasi kebun dengan pedagang tingkat pengecer serta florist di Kota Tomohon juga sangat terjangkau, sehingga sangat memudahkan konsumen

dalam melakukan transaksi jual beli produk.

Kelompok Tani Sahabat Tani sangat inovatif dalam mempromosikan produk-produk bunga krisanya. Selain mempromosikan secara langsung kepada konsumen, kelompok tani ini juga mempromosikan produknya dalam bentuk media sosial yaitu internet. Kelompok tani ini juga memberikan potongan harga kepada konsumen tetap serta bagi konsumen yang membeli dalam jumlah tertentu. Kelompok ini juga aktif mengikuti pameran-pameran bunga yang diadakan di Kota Tomohon serta Manado sehingga dapat memperkenalkan produk-produknya secara langsung. Bahkan ketua kelompok Tani Sahabat Tani sering berpartisipasi mengikuti seminar-seminar pertanian baik yang diadakan di daerah Sulawesi maupun luar Sulawesi.

Marjin pemasaran pada kelompok tani sahabat tani pada saluran tingkat A yaitu dari tingkat produsen langsung ke konsumen pada tiap gradenya yaitu harga

di tingkat produsen tidak mengalami perubahan di tingkat konsumen. Harga tetap sesuai produk pada gradenya masing-masing yaitu Rp3.000,- untuk grade A, Rp 2.750,- untuk grade B dan Rp2.250,- untuk grade C.

Marjin pemasaran pada kelompok tani sahabat tani pada saluran tingkat B yaitu dari tingkat produsen ke tingkat pengecer dan ke konsumen pada tiap gradenya yaitu harga ditingkat produsen sampai ke konsumen mengalami perubahan dalam tiap grade nya, yaitu dari harga Rp3.000 di tingkat produsen menjadi Rp5.000,- di tingkat konsumen untuk grade A, dan Rp2.750,- menjadi Rp4.500,- untuk grade B serta Rp2.250,- menjadi Rp4.000,- untuk grade C.

Marjin pemasaran pada kelompok tani sahabat tani pada saluran tingkat C yaitu dari tingkat produsen ke pedagang pengumpul, lalu ke pedagang pengecer dan ke konsumen pada tiap gradenya yaitu Untuk saluran distribusi tingkat C, perubahan harga dari tingkat produsen

sampai ke konsumen yaitu : untuk grade A dari Rp3.000,- menjadi Rp7.000,-, grade B dari harga Rp2.750,- menjadi Rp6.500,- dan grade C dari harga Rp2.250,- menjadi Rp6.000,-.

KESIMPULAN DAN SARAN

- a. Produk yang dihasilkan oleh kelompok tani Sahabat Tani terdiri dari dua tipe yaitu krisan tipe standar dan krisan tipe spray dengan berbagai macam grade. Krisan potong diklasifikasikan kedalam tiga jenis grade atau kelas produk, yaitu produk grade A, B dan C.
- b. Dalam penentuan harga, kelompok tani Sahabat Tani melalui kesepakatan asosiasi pedagang bunga krisan di Kota Tomohon, sehingga tidak terjadi perbedaan harga yang mencolok antara pengusaha bunga krisan yang satu dengan yang lainnya.
- c. Kelompok tani Sahabat Tani menggunakan tiga jenis saluran pemasaran. Saluran pemasaran A

yaitu produsen langsung menjual produknya ke konsumen, Saluran pemasaran B yaitu produsen ke pengecer dan dipasarkan langsung ke konsumen serta saluran pemasaran C yaitu produsen ke pengumpul dilanjutkan ke pengecer dan baru dipasarkan ke konsumen.

- d. Promosi yang dilakukan oleh kelompok tani ini yaitu dengan memperkenalkan produk-produknya melalui media sosial seperti internet dan mengikuti pameran-pameran bunga untuk memperkenalkan secara langsung.

Marjin pemasaran pada saluran tingkat B ada tiga grade, untuk grade A yaitu sebesar Rp 2.000,- untuk grade B sebesar Rp 1.750,- dan grade C sebesar Rp 1.750,-. Marjin pemasaran Pada saluran pemasaran tingkat C yaitu pada grade A sebesar Rp 4.000,- untuk grade B sebesar Rp 3.750,- dan grade C sebesar Rp 3.750,-.

Saran yang bisa dibarikan adalah :

1. Kelompok Tani Sahabat Tani diharapkan mampu dalam mempertahankan kualitas produk yang dipasarkan diantaranya dengan menanam bibit unggul serta tetap memperhatikan syarat tumbuh bunga krisan supaya dapat dihasilkan produk yang berkualitas.
2. Sebaiknya Kelompok Tani Sahabat Tani lebih memperluas daerah pemasarannya supaya jika terjadi kelebihan produksi, kelompok tani ini tetap bisa memasarkan produk bunganya sehingga tidak terjadi penyimpanan bunga yang terlalu lama karena mengingat masa tumbuh bunga yang tergolong singkat.
3. Direkomendasikan bagi Kelompok tani Sahabat Tani supaya menerapkan strategi pemasaran bauran pemasaran agar tetap dapat bersaing dengan Kelompok tani lainnya di Kota Tomohon.

DAFTAR PUSTAKA

- Abednego. 2008. Analisis Pengaruh Saluran Pemasaran dan Harga Terhadap Pendapatan Petani Jeruk Manis di Daerah Sukanalu Kecamatan Barusjahe Kabupaten Karo. Tesis. Medan. Universitas Sumatra Utara.
- Engel, J dan Blackwell, R. 2004. Consumer Behavior. Dryden Press Chicago. Andi. Yogyakarta.
- Hurriyati, R 2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Alfabet. Bandung.
- Kartasapoetra. 1991. Teknologi Penyuluhan Pertanian. Bina Aksara. Jakarta.
- Kasali, R. 2010. Modul Kewirausahaan. PT Mizan Publika. Jakarta.
- Kotler, P & K. L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid Pertama. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta. Erlangga.
- Lupioadi, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Salemba Empat. Jakarta.
- Lovelock, C & Lauren W. 2002. Principles of Services Marketing dan Management. Edisi Kedua. New Jersey. Pearson Education, Inc., hlm10-14, 173
- Margono, H.P. 2013. Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Kartu Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Cabang Samarinda. Skripsi. Samarinda. Universitas Mulawarman.
- Matindas, L. 2009. Pengembangan Bunga Krisan Dalam Perspektif Agribisnis di Kota Tomohon. BPTP Sulut.

Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.

Manajemen Bisnis Kecil. Jakarta : PT Prenhallindo.

Peraturan Menteri Pertanian Nomor 82/Permentan/OT.140/8/2013
Tentang Pedoman Pembinaan Kelompok Tani dan Gabungan Kelompok Tani.

Permana, D. 2012. Pengaruh diferensiasi produk “green tourism destination” Terhadap Kepuasan Berkunjung di Pulau Sikuai. Skripsi. Bandung. Universitas Pendidikan Indonesia.

Rukmana, R. dan A.E. Mulyana. 1997. Krisan (Seri Bunga Potong). Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

Sari, A.W. 2008. Analisis Pengusahaan Bunga Potong Krisan Loka Farm Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.

Sudiyono, A. 2004. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhamadiyah. Malang.

Tjiptono, F. 1996. Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Penerbit Andy. Yogyakarta.

----- 2007. Manajemen Penjualan Produk. Cetakan Pertama. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.

----- 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Penerbit Andy. Yogyakarta.

Tomek, E. W dan K. L. Robinson. 1995. Agricultural Product Price. Comell University Press Ithata. London.

Zimmerer & Scarborough. 2002. Pengantar Kewirausahaan dan