

**ANALISIS PEMASARAN BUNGA MAWAR
DI DESA KUBANG JAYA KECAMATAN SIAK HULU
KABUPATEN KAMPAR**

OLEH:

FEBRI JULIAN M
164210244

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

BIOGRAFI PENULIS



Febri Julian M lahir di Pangkalan Pisang Km 4. 01 Juli 1998

Anak dari pasangan Bapak T. Manurung dan Ibu R. Br.Sinaga

yang merupakan anak kedua dari enam bersaudara.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh Penulis mulai dari

Sekolah Dasar Negeri 005 Pangkalan Pisang pada tahun 2004 dan lulus pada

tahun 2010. Pada tahun yang sama yaitu tahun 2010, Penulis melanjutkan

pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 1 Koto Gasib Pangkalan Pisang

dan lulus pada tahun 2013. Kemudian Penulis melanjutkan Sekolah Menengah

Atas di SMA 1 Koto Gasib Pangkalan Pisang dengan mengambil jurusan IPA dan

selesai pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan ke

Universitas Islam Riau Studi S1 program studi Agribisnis di Fakultas

Pertanian Universitas Islam Riau. Penulis melakukan penelitian dengan judul

“Analisis Pemasaran Bunga Mawar Di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu

Kabupaten Kampar” Atas kehendak tuhan yang maha esa Penulis dinyatakan lulus

ujian kompreherensif pada tanggal 07 Januari 2021 serta berhak mendapatkan

gelar Sarjana Pertanian dari Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.

Febri Julian M, SP

Kata Persembahan

Salam sejahtera bagi kita semua...

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada tuhan yang maha esa karena berkat dan rahmat dan kebaikan-nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar” dan telah dinyatakan lulus ujian sarjana (SI) di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya serta mempersembahkan skripsi ini kepada :

Ibunda dan Ayahanda tercinta

Terimakasih kepada orang tuaku yang sangat kukasihi dan kusayangi ibunda **R. Br.Sinaga** dan ayahanda **T. Manurung** dan orang tua saya yang berada pekanbaru selama saya kuliah , **uda** (Paman) **Samsul Manurung dan nanguda** (Tante) **Megaros Simanjuntak**. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini, yang tidak pernah berhenti memberiku semangat, doa, dukungan moril atau materil serta kasih sayang dan pengorbanannya yang tidak akan pernah bisa tergantikan dengan apapun dan sampai kapanpun. Dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia, karena kusadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik.

Terima Kasih Ibu...

Terima Kasih Ayah ...

Kakak ku & Adekku

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk kakak ku **Fretty Siska Rahayu M., S.Si** adekku **Ira maya M., S. Sos. Chandro M dan Novita Amelia M, Frita Arta lita M** yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan.

Terima Kasih...

Dosen Pembimbing Tugas Akhir

Terima kasih saya ucapkan kepada :

Bapak **Alm. Ir. Salman, M. Si** dan bapak **Ir. H. Tibrani, M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pemikiran dalam memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Ibu **Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si** dan ibu **Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si** selaku dosen penguji selama dari seminar proposal sampai dengan Komprehensif dan yang telah memberikan arahan terhadap skripsi ini memberikan masukan agar skripsi ini lebih baik lagi. Ibu **Sisca Vaulina, SP., MP** selaku Ketua Prodi Jurusan Agribisnis yang telah memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau hingga lulus dan selesai dalam menempuh studi Stara Satu (S1).

Terima Kasih.....

Untuk semua teman-teman Seperjuangan

Buat teman- tamanku (**Anggota Kim**) **Bayu Indra Pradja, SP, Priyadi, SP., M.MA , Ridho Illahi, SP. Bastian Abdullah, SP** ,Terima kasih telah mau menemaniku selama proses penyusunan karya ilmiah ini, tanpa dukungan dan semangat yang kalian berikan mungkin saya belum sampai dititik ini. Terimakasih juga kepada **Fetya Aspiaramela, SP , Hotni Cristiani Sihotang, SP , Anju Shanaya, SP , Puji Astuti, SP, Miteria Rosanti, SP**, yang telah mau menemani saya selama menyusun karya ilmiah ini dan mau membantu dalam segala hal. Tak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Kelas C Agribisnis'16 yang sama-sama berjuang selama menempuh studi difakultas pertanian Universitas Islam Riau. Semoga keakraban teman-teman kelas C agribisnis'16 selalu terjaga dan kompak terus...

Hidup Kelas C Agribisnis'16 UIR...!!!

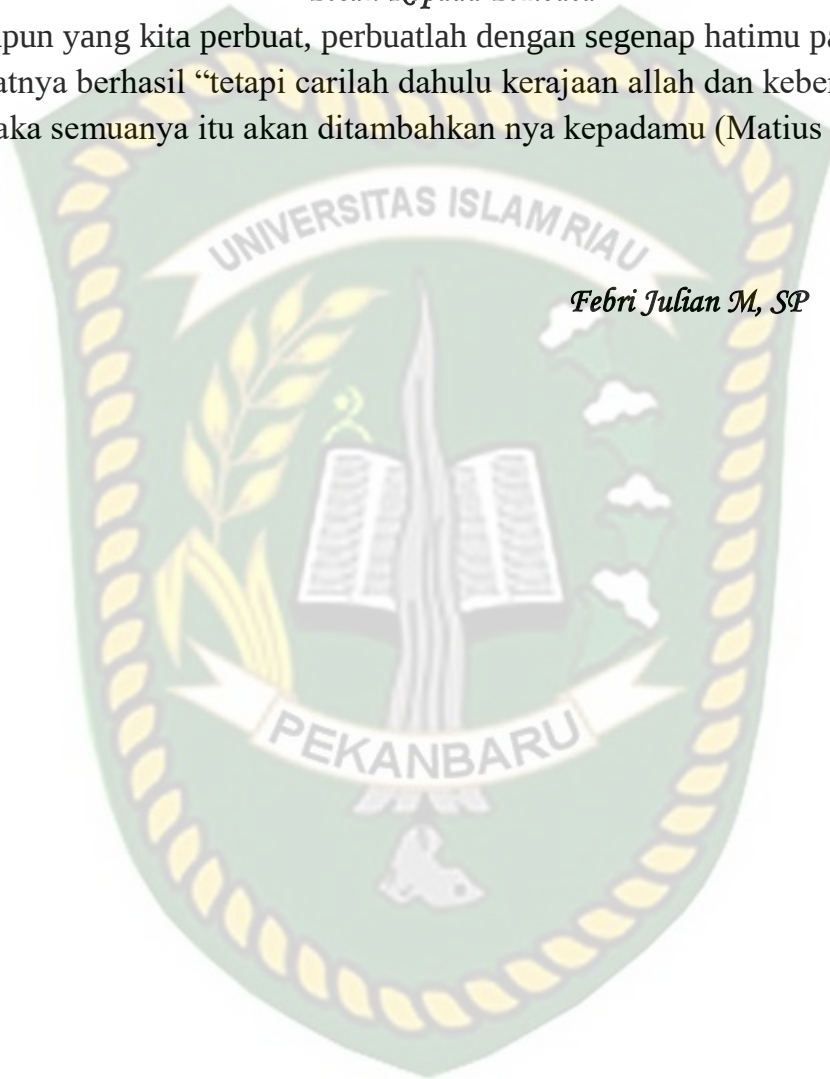
Kepada Teman-teman Sehobi Ayam

Terimakasih kepada teman-teman sehobi ayam dimana di sela-sela kita bersama disaat ayam kita turun kalian mengingatkan ku akan skripsi ku. Terimakasih ku ucapkan kepada, ketua James Purba, Jendri sitinjak, Bintong Berlin Sinaga

Pesan Kepada Pembaca

Apapun yang kita perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu pasti akan dibuatnya berhasil “tetapi carilah dahulu kerajaan allah dan kebenarannya, maka semuanya itu akan ditambahkan nya kepadamu (Matius 6:33)”

Febri Julian M, SP



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

ABSTRAK

FEBRI JULIAN M (164210244). Analisis Pemasaran Bunga Mawar Di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Bimbingan Bapak Ir. H. Tibrani, M. Si

Permasalahan yang sering dihadapi oleh pedagang Tanaman Hias Bunga Mawar yang berada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar yaitu persaingan dalam pemasaran bunga mawar yang ketat dikarenakan jarak dengan pedagang yang lain sangat dekat. Penelitian bertujuan untuk menganalisis (1) karakteristik pedagang tanaman hias bunga mawar (2) saluran dan lembaga pemasaran bunga mawar (3) fungsi-fungsi pemasaran: pertukaran, pengadaan, pelancar (4) biaya pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, dan keuntungan. Penelitian ini menggunakan metode survei. Penentuan Responden dilakukan dengan cara sensus, dengan jumlah Responden yang di dapatkan sebanyak 7 pedagang tanaman hias bunga mawar. Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif Kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian : 1) karakteristik pedagang tanaman hias rata-rata umur pedagang tanaman hias bunga mawar produktif (42 tahun), tingkat pendidikan pedagang 11,47 tahun, pengalaman berdagang 6,29 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga berjumlah 4 jiwa. 2) saluran dan Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga mawar adalah pedagang dan konsumen dan pedagang menggunakan satu saluran yaitu pemasok-pedagang-konsumen, dan 3) fungsi-fungsi pemasaran yang di gunakan pedagang tanaman hias bunga mawar adalah fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi pengadaan meliputi pengangkutan dan penyimpanan, dan fungsi pelancar meliputi permodalan, penganggungan risiko, standarisasi dan grading, dan informasi pasar. Biaya pemasaran bunga mawar senilai Rp. 1.144.167/batang, kemudian margin pemasaran bunga mawar senilai Rp. 5.571/batang, keuntungan pemasaran bunga mawar senilai Rp. 7.426.833/batang, sedangkan efisiensi pemasaran diperoleh 15,4%, dan *farmer's share* yang diperoleh oleh pedagang adalah sebesar 35%.

Kata kunci : Pemasaran, Bunga Mawar, Efisiensi, Saluran, Lembaga

ABSTRACT

FEBRI JULIAN M (164210244). Analysis of Rose Flower Marketing in Kubang Jaya Village, Siak Hulu District, Kampar Regency. Guidance of Mr. Ir. H. Tibrani, M. Si

The problem that is often faced by rose flower ornamental traders in Kubang Jaya Village, Siak Hulu District, Kampar Regency, is the tight competition in the marketing of roses due to the very close distance from other traders. This study aims to analyze (1) the characteristics of rose ornamental plant traders (2) the channels and marketing agencies of roses (3) the marketing functions: exchange, procurement, smoothing (4) marketing costs, marketing margins, marketing efficiency, and profit. This research uses qualitative descriptive analysis method and quantitative descriptive analysis, where the determination of the research location uses a survey method in Kubang Jaya Village and the determination of the research sample is carried out by means of a census in Kubang Jaya Village, Siak Hulu District, Kampar Regency. Sampling was carried out by means of a census, with the number of respondents who were obtained as many as 7 respondents who were entrepreneurs of rose ornamental plants. The data collected consists of primary data and secondary data. The method used in data analysis is descriptive qualitative analysis and descriptive quantitative. Based on the results of the study: 1) the characteristics of ornamental plant traders, the average age of productive rose flower traders was (42 years), the education level of the traders was 11.47 years, trading experience was 6.29 years, and the number of dependents of the family was 4 people. 2) channels and marketing agencies involved in marketing roses are traders and consumers as well as traders using one channel, namely breeders-traders-consumers, and 3) marketing functions used by rose ornamental plant traders are exchange functions including buying and selling, procurement functions covering transportation and storage, and smoothing functions covering capital, risk assuming, standardization and grading, and market information. While marketing 1.144.167 / stem, then the marketing margin of the rose is Rp. 5,571 / stem, the marketing profit of the rose is Rp. 7.26.833 / stick, while marketing efficiency was obtained by 15,4%, and Farmer's Share obtained by traders was 35%.

Keywords: Marketing, Rose Flowers, Efficiency Analysis, Channels and Institutions

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pemasaran Bunga Mawar Di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”..

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah memperoleh bimbingan, bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan penghargaan, rasa hormat dan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan Ibu Sisca Vaulina, SP, MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Bapak Ir. H. Tibrani, M.Si sebagai Dosen Pembimbing, Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si dan Ibu Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si selaku dosen penguji, Bapak Khairizal, SP., M.MA selaku notulen.
3. Terkhusus kedua orang tua yang teramat kuhormati dan kucintai, Ayah (T. Manurung) dan Ibu (R. Br sinaga) selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Apabila terdapat kesalahan dan kekurangan, penulis mengharapkan saran dan kritik yang positif guna perbaikan pada masa yang akan datang, atas masukkan yang berharga. Penulis mengucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 14 September 2020

Febri Julian M

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 I. PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4. Ruang Lingkup Penelitian	7
 II. TINJAUAN PUSTAKA	 8
2.1. Mawar (<i>Rosa Sp</i>).....	8
2.2. Pemasaran	11
2.2.1. Pengertian Pemasaran	11
2.2.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran	12
2.2.3. Fungsi Pemasaran	14
2.2.4. Biaya dan Efisiensi Pemasaran.....	17
2.2.5. Keuntungan Pemasaran.....	17
2.3. Penelitian Terdahulu.....	18
2.4. Kerangka Pemikiran	21
 III.METODOLOGI PENELITIAN	 23
	iii

3.1. Metode , Tempat , dan Waktu Penelitian	23
3.2. Teknik Penentuan Sampel	23
3.3. Teknik Pengumpulan Data	23
3.4. Konsep Operasional	24
3.5. Analisis Data	26
3.5.1. Karakteristik Pedagang Bunga Mawar	26
3.5.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran	26
3.5.3 Fungsi Pemasaran.....	26
3.5.4 Analisis Biaya, Margin Pemasaran, Efisiensi, dan <i>Farmer's</i> <i>Share</i>	27
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	30
4.1. Geografi dan Topografi	30
4.2. Demografis.....	31
4.3. Iklim dan Curah Hujan	32
4.4. Distribusi Penggunaan Lahan	33
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
5.1. Karakteristik Pedagang.....	35
5.1.1. Umur	35
5.1.2. Tingkat Pendidikan	37
5.1.3. Pengalaman Berdagang	37
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga	38
5.2. Lembaga dan Saluran.....	39
5.2.1. Lembaga Pemasaran	39

5.2.2. Saluran Pemasaran.....	40
5.3. Fungsi Pemasaran.....	41
5.4. Biaya, Margin, Keuntungan, efisiensi Pemasaran, dan <i>Farmer's Share</i>	43
5.4.1. Biaya	43
5.4.2. Margin.....	45
5.4.3. Keuntungan	45
5.4.4. Efisiensi Pemasaran.....	45
5.4.5. <i>Farmer's Share</i>	46
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	47
6.1. Kesimpulan	47
6.2. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas Wilayah Kecamatan Siak Hulu Menurut Desa Tahun 2020.....	30
2. Jumlah Penduduk Kecamatan Siak Hulu Menurut Jenis Kelamin Tahun 2018	32
3. Luas Wilayah Kecamatan Siak Hulu Menurut Jenis Penggunaan Tanah menurut Desa 2020	34
4. Distribusi Umur, Lama Pendidikan, Pengalaman Berdagang, dan Jumlah Tanggungan Keluarga Pedagang Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Tahun 2020.	36
5. Fungsi-fungsi Pemasaran Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Tahun 2020.	42
6. Rata-rata Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran, dan <i>Farmer's share</i> pada Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Pemasaran Bunga Mawar	22
2. Saluran Pemasaran Bunga Mawar	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Pedagang Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020	53
2. Distribusi Pengeluaran dan Biaya Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020.	54
3. Distribusi Penggunaan Lahan Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020	57
4. Distribusi Penerimaan/Pendapatan Pemasaran Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020.....	58
5. Distribusi Biaya Upah Tenaga Kerja Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020.....	59
6. Lampiran Dokumentasi Penelitian Pedagang Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020.....	60

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris dimana mata pencaharian sebagian penduduknya adalah dari sektor pertanian. Pertanian merupakan suatu kegiatan masyarakat Indonesia dalam memanfaatkan sumber daya alam yang telah tersedia disekitar lingkungan tempat mereka tinggal, dimana yang menghasilkan sumber energi, bahan baku industri, dan untuk mengelola lingkungan tersebut. Pertanian terdiri dari beberapa subsektor yaitu, subsektor tanaman pangan, hortikultura, subsektor perkebunan dan subsektor peternakan.

Subsektor pertanian yang memberikan kontribusi terbesar Pendapatan Domestik Bruto adalah subsektor hortikultura yang terdiri dari komoditi buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Komoditas hortikultura memiliki masa depan sangat cerah jika dinilai dari keunggulan komparatif dan kompetitif yang dimilikinya dalam pemulihan perekonomian Indonesia waktu mendatang. Pengembangan hortikultura di Indonesia pada umumnya masih sebatas perkebunan rakyat yang tumbuh dan dipelihara secara alami dan tradisional, sedangkan jenis komoditas hortikultura yang diusahakan masih terbatas.

Komoditas hortikultura terdiri dari tanaman buah-buahan, sayuran dan tanaman hias serta obat-obatan. Komoditas ini mempunyai prospek yang bagus bila dikembangkan mengingat potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia. Salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan adalah

tanaman hias, yaitu tanaman yang cocok dibudidayakan karena memiliki keindahan tersendiri dari seluruh tanaman hortikultura yang dibudidayakan.

Tanaman hias dahulu merupakan tumbuhan yang ditanam orang hiasan. Namun seiring dengan masuknya pengaruh peradaban Barat, penggunaan tanaman hias semakin meningkat. Kini tanaman hias banyak dibutuhkan untuk memperindah lingkungan sekitar, termasuk dekorasi ruangan dan halaman rumah, dan tidak sedikit masyarakat mengusahakan tanaman hias sebagai salah satu jenis usaha yang menjadi sumber pendapatan utama dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Usaha tani tanaman hias ini berkembang pesat di berbagai daerah Indonesia dan berperan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting. Saat ini kegiatan usahatani tanaman hias dilakukan secara komersial.

Usaha tani tanaman hias mampu menggerakkan pertumbuhan industri barang dan jasa, berkembangnya kegiatan usaha tanaman hias di Indonesia disebabkan karena meningkatnya pendapatan konsumen, tuntutan keindahan lingkungan, pembangunan industri pariwisata, pembangunan kompleks perumahan, perhotelan dan perkantoran. Meningkatnya permintaan pasar akan tanaman hias, maka hal ini akan berpengaruh terhadap pendapatan petani tanaman hias.

Menurut Zulkarnain (2009), yang dimaksud dengan tanaman hias adalah semua tanaman yang dibudidayakan dengan tujuan untuk dinikmati keindahannya. Oleh karena itu, berdasarkan definisi tersebut maka sesungguhnya pengelompokan tanaman hias tidak hanya terbatas pada tanaman bunga-bunga saja, akan tetapi tanaman hias juga termasuk tanaman perkebunan atau kehutanan

yang memiliki nilai keindahan dari segi bentuknya dan dibudidayakan untuk tujuan menambah keindahan dan keasrian lingkungan hidup.

Dari Jabir bin Abdullah Rodhiyallohu ‘Anhu dia bercerita bahwa Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wa Sallam bersabda:

لَهُ فَهُوَ الطَّيْرُ أَكَلَتْ مَا وَ صَدَقَّةٌ لَهُ مِنْهُ سُرِقَ مَا وَ صَدَقَّةٌ لَهُ مِنْهُ أَكَلَ مَا كَانَ إِلَّا غَرْسًا يَغْرِسُ مُسْلِمٌ مِنْ مَا صَدَقَّةٌ لَهُ كَانَ إِلَّا أَحَدٌ يَرْزُوهُ لَا وَ صَدَقَّةٌ

“Tidaklah seorang muslim menanam suatu pohon melainkan apa yang dimakan dari tanaman itu sebagai sedekah baginya, dan apa yang dicuri dari tanaman tersebut sebagai sedekah baginya dan tidaklah kepunyaan seorang itu dikurangi melainkan menjadi sedekah baginya.” (HR. Imam Muslim Hadits no.1552).

Kebutuhan akan bunga di Indonesia yang merupakan salah satu produk hortikultura cukup mengesankan. Ini dapat dilihat pada kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Bunga merupakan kebutuhan tak terpisahkan dalam upacara keagamaan, upacara perkawinan, upacara pemakaman, dan hari besar. Di Negara-negara Eropa produk hortikultura telah lama dijadikan komoditas perdagangan internasional yang sangat penting. Belanda sebagai contoh Negara yang telah mampu memanfaatkan tanaman hias sebagai komoditas ekspor utama, misalnya bunga tulip dan beberapa stek tanaman hias (Ashari, 1995).

Tanaman hias yang ditanam dilingkungan sekitar rumah atau taman adalah jenis yang memiliki keindahan pada daun selain kemampuannya berbunga. Sementara itu, tanaman hias yang ditanam dalam pot umumnya dipilih dari jenis yang dimiliki kemampuan dan berfungsi sebagai penghias ruangan. Contoh yang paling tepat untuk tanaman hias yang ditanam dalam pot adalah jenis krisan, anggrek, dan mawar. Tentu saja, ketepatan pemilihan jenis tanaman hias yang

digunakan harus didasarkan pada desain yang dipilih sesuai jenis dan lokasi tersebut. Misalnya untuk acara perkawinan di rumah dengan acara perkawinan di hotel berbintang tentu saja akan berbeda pemilihan jenis tanaman hias yang digunakan (Endah, 2001).

Ternyata menanam tanaman hias tidak hanya melanda para penikmatnya, ketika pasar sedang terkagum-kagum dengan jenis atau varietas tanaman hias yang ada, para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) mempersiapkan jenis tanaman hias baru yang tentu saja akan memiliki keunikan dan keindahan tersendiri. Para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) merupakan contoh yang tidak pernah berhenti menyilangkan tanaman-tanamannya untuk mendapatkan varietas baru yang lebih unik dan menarik perhatian para kolektor ataupun hobi. Demikian pula para pemilik tempat pembibitan/pembenihan (*nursery*) didalam negeri, mereka selalu punya ide untuk menghindari kejenuhan pasar dengan menghadirkan tanaman-tanaman hias jenis terbaru. Kehadiran jenis atau varietas baru akan membuat dunia tanaman hias selalu dinamis, penuh keindahan, serta dapat menjadikan peluang bisnis (Endah 2001).

Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu merupakan sebagai bagian dari Kabupaten Kampar yang telah berkembang dengan pesatnya seiring dengan kemajuan pembangunan. Jenis tanaman hias yang banyak dijumpai di Desa Kubang Jaya ini adalah tanaman jenis mawar, bonsai, pucuk merah yang banyak dikembangkan dan dibudidayakan. Tanaman jenis mawar merupakan salah satu tanaman favorit dan semakin terkenal dengan keistimewaan nya dan keindahannya, serta cara merawatnya juga mudah. Untuk mengatasi kebutuhan akan tanaman hias, di Kecamatan Kubang Jaya ini telah banyak dibuka usaha

tanaman hias dimana tempat usahanya berdekatan dengan yang lainnya. Sehingga persaingan dalam menarik konsumen yang datang ditentukan oleh pelayanan, jumlah tanaman yang beragam, serta pemasaran yang digunakan oleh pedagang tanaman hias untuk menarik konsumen.

Hal ini membuka peluang pasar terhadap peningkatan produksi bunga mawar, baik secara kuantitas maupun kualitas. Kualitas dihadapkan dengan semakin sempitnya lahan pertanian yang subur yang dapat dijangkau oleh petani, terutama di daerah perkotaan seperti sekarang ini. Hingga saat ini, kebutuhan bunga mawar sebagai tanaman hias yang memiliki kualitas yang baik belum terpenuhi oleh petani konvensional.

Petani sekaligus pedagang tanaman hias di Desa Kubang Jaya berjumlah 7 pedagang dimana lokasi tempat mereka berdagang itu sangatlah dekat jarak satu dengan yang lainnya, bagaimana proses penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan pedagang, biaya pemasaran, margin, efisiensi serta keuntungan yang diperoleh, dan fungsi-fungsi pemasaran. Pedagang memiliki konsumen potensial yang menjadi langganan untuk setiap penjualan tanaman hias bunga mawar.

Berdasarkan dari uraian tersebut maka penulis tertarik untuk menganalisis pemasaran bunga mawar yang berada di Desa Kubang Jaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang maka permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik pedagang tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?

2. Bagaimana saluran dan lembaga pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?
3. Bagaimana fungsi-fungsi pemasaran : pertukaran, pengadaan, pelancar, pada usaha tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?
4. Berapa biaya pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer's share*, dan keuntungan pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Karakteristik pedagang tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar
2. Saluran dan lembaga pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar
3. Fungsi-fungsi pemasaran: pertukaran, pengadaan, pelancar dalam pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar
4. Biaya pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, *farmer's share*, dan keuntungan pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Petani sebagai acuan supaya pemasaran yang dilaksanakan dapat efisien dan dapat meningkatkan keuntungan.

2. Bagi pedagang tanaman hias bunga mawar dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dalam membuat kebijakan mengenai pemasaran tanaman hias bunga mawar, sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.
3. Bagi akademik penelitian ini sebagai sarana pembelajaran dimasa yang akan datang dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup karakteristik pedagang tanaman hias (umur, pendidikan, pengalaman berusaha), saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang tanaman hias, seperti keuntungan pemasaran, saluran dan lembaga pemasaran, biaya pemasaran, efisiensi pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share*, Jenis bunga mawar yang ada di pedagang tersebut adalah jenis mawar merah, karena jenis mawar ini yang lebih banyak dibeli dari pada mawar putih. Responden adalah pedagang tanaman hias sekaligus petani yang merawat bunga mawar.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Mawar (*Rosa sp*)

Bunga mawar merupakan tanaman hias dengan batang berduri, banyak banyak ditanaman di taman dan paling banyak dijual di toko bunga sebagai bunga hias atau bunga tabur, bunga ini berharga karena keindahan dan aromanya, serta bermanfaat, mawar ditemukan hampir diseluruh Negara diseluruh dunia. (Damayanti dan Fitriana 2012)

Mawar (*Rosa sp.*) merupakan salah satu bunga yang banyak diminati masyarakat, yang seringkali digunakan sebagai bunga penghias acara formal seperti seminar, lokakarya maupun non formal seperti pengantin dan beberapa acara adat. Jika acara telah usai atau bunga mawar disimpan/ dipajang beberapa hari akan menjadi layu dan jatuh harga jualnya. Padahal bunga mawar sortiran (tidak segar lagi) tersebut, ternyata masih mengandung pigmen antosianin berjenis Malvidin dan Sianidin glikosida (Saati, 2011)

Tanaman bunga mawar (*Rosa sp*) yang kini dikenal dengan sebutan “Ratu Bunga” memiliki latar belakang sejarah yang sangat menarik untuk dicermati oleh kalangan masyarakat luas, bunga sudah merupakan simbol atau lambang kehidupan religi dalam peradaban manusia (Rukmana, 2005).

Mawar juga merupakan makanan bagi larva beberapa spesies *Lepidoptera* (Wikipedia, 2015). Mawar memerlukan sinar matahari 5–6 jam per hari. Di daerah yang cukup sinar matahari, mawar akan rajin dan lebih cepat berbunga serta berbatang kokoh. Sinar matahari pagi lebih baik dari pada sinar matahari

sore. Tanaman mawar mempunyai daya adaptasi sangat luas terhadap lingkungan hidup (tumbuh), dan dapat ditanam di daerah beriklim sub-tropis (dingin) maupun di daerah tropis (panas). Suhu udara yang baik adalah 18 – 25 °C dengan kelembaban udara 70 – 80 %.

Derajat keasaman tanah yang ideal adalah pH = 5,5 – 7,0. Pada tanah asam (pH=5,8) perlu dilakukan pengapuran dengan kapur dolomit, Calcit ataupun Zeagro, dengan dosis 4 – 5 ton / hektar. Pemberian kapur bertujuan untuk menaikkan pH tanah, menambah unsur-unsur Ca dan Mg, memperbaiki kehidupan mikroorganisme, memperbaiki bintil-bintil akar, mengurangi keracunan Fe, Mn, dan Al, serta menambah ketersediaan unsur-unsur P dan Mo. Tanah berpori-pori sangat dibutuhkan oleh akar mawar (Fahn, 1991).

Menurut Hidayat (2006), Dalam sistematika (taksonomi) tumbuhan, kedudukan tanaman mawar diklasifikasikan sebagai berikut:

Kingdom : *Plantae*.
Subkingdom : *Tracheobionta*,
Divisi : *Magnoliophyta*.
Super Divisi : *Angiospermae*.
Kelas : *Magnoliopsida*.
Ordo : *Rosales*.
Famili : *Rosaceae*.
Genus : *Rosa*.
Spesies : *Rosa sp.*

Menurut Rukmana, (2005), tanamana bunga mawar yang tumbuh di alam memiliki jenis dan varietas yang berbeda-beda. Di Indonesia banyak di

kembangkan jenis mawar hibrida, terutama jenis dan varietas mawar yang berasal dari Holland (Belanda). Kelompok mawar yang banyak permintaannya adalah tipe hibrida *tea* dan medium. Kelebihan kedua tipe mawar ini adalah memiliki variasi bunga mawar yang cukup banyak, mulai dari yang putih sampai merah padam. Mawar tipe hibrida *tea* memiliki tangkai bunga sepanjang 80-120 cm tersebut termasuk tinggi, berkisar antara 120-280 kuntum/m/tahun.

Mawar terdiri dari 5 helai daun mahkota dengan perkecualian *Rosa sericea* yang hanya memiliki 4 helai daun mahkota. Di antara warna yang dimiliki oleh mawar adalah putih, merah muda, kuning dan biru pada beberapa spesies. Ovari berada di bagian bawah daun mahkota dan daun kelopak.

Batang memiliki duri berbentuk seperti pengait pada batang yang berfungsi sebagai pegangan sewaktu memanjat tumbuhan lain. Beberapa spesies yang tumbuh liar di tanah berpasir di daerah pantai, seperti *rosa rugosa* dan *rosa pimpinellifolia* beradaptasi dengan duri halus seperti jarum yang mungkin berfungsi untuk mengurangi kerusakan akibat dimakan binatang, menahan pasir yang diterbangkan angin dan melindungi akar dari erosi.

Sebagian besar spesies mempunyai daun yang panjangnya antara 5–15 cm dengan dua-dua berlawanan (*pinnate*). Daun majemuk yang tiap tangkai daun terdiri dari paling sedikit 3 atau 5 hingga 9 atau 13 anak daun dan daun penumpu (*stipula*) berbentuk lonjong, pertulangan menyirip, tepi tepi beringgit, meruncing pada ujung daun dan berduri pada batang yang dekat ke tanah. Mawar sebetulnya bukan tanaman tropis, sebagian besar spesies merontokkan seluruh daunnya dan hanya beberapa spesies yang ada di Asia Tenggara yang selalu berdaun hijau sepanjang tahun.

Akar yang terdapat pada bunga mawar adalah jenis akar serabut dengan bentuk bulat memanjang dan memiliki warna coklat muda bercampur coklat tua. Bentuknya yang serabut itulah yang kemudian disebut sebagai akar serabut dengan nama *latinradix adventicia*. Adapun fungsi dari akar pada tumbuhan tersebut tidak lain adalah:

- a. untuk menopang tumbuhan agar dapat berdiri dengan tegak
- b. untuk menyerap air dari dalam tanah
- c. menyerap unsur hara yang diperlukan tumbuhan untuk dapat tumbuh secara maksimal

2.2. Pemasaran

2.2.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan dalam setiap usaha yang dijalankan oleh setiap wirausahawan untuk meningkatkan pendapatan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Disamping kegiatan pemasaran perusahaan juga perlu mengkombinasikan fungsi-fungsi dan menggunakan keahlian mereka agar perusahaan berjalan dengan baik. Dalam hal ini perlu diketahui beberapa definisi pemasaran.

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi atau seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya (Kotler, 2006).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan

mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Basu dan Hani 2004)

Pemasaran merupakan suatu perpaduan aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk dan jasa yang bernilai serta mengembangkan promosi, distribusi, pelayanan dan harga agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan baik pada tingkat keuntungan tertentu (Oentoro, 2010)

Konsep pemasaran merupakan falsafah perusahaan yang menyatakan bahwa keinginan pembeli adalah syarat utama bagi kelangsungan hidup perusahaan. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Definisi konsep pemasaran menurut (Swastha, 2006) Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.

Pemasaran pertanian merupakan jumlah kegiatan bisnis yang ditujukan untuk memberi kepuasan dari barang dan jasa yang ditukarkan kepada konsumen baik input maupun output pertanian (Rahim, 2007). Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia (Firdaus. M, 2008).

2.2.2. Lembaga Pemasaran dan Saluran

Pada suatu usaha pemasaran mempunyai fungsi yang luas dan dalam yang mempengaruhi seluruh aspek operasional usaha tersebut. Oleh karena itu perlu, adanya suatu lembaga yang tepat dan bertanggung jawab untuk tugas pemasaran. Bagian yang tepat untuk tugas pemasaran. Bagian yang tepat untuk memainkan

peran itu adalah manajemen pemasaran. Pemasaran tidak hanya merupakan lalu lintas barang dari produsen ke konsumen tetapi juga mencakup kegiatan sebelum dan sesudah pemasaran seperti perencanaan kegiatan (Assauri, S.2007)

Bentuk pola saluran pemasaran sesuai dengan pendapat Assauri (2007), dapat dibedakan atas dua bentuk saluran, yaitu saluran langsung dan saluran tidak langsung, saluran pemasaran langsung adalah produsen langsung menjualnya kekonsumen, sedangkan saluran pemasaran tidak langsung adalah berupa: 1) produsen, pengecer, konsumen, 2) produsen, pedagang besar atau menengah, pengecer, konsumen, dan 3) produsen, pedagang besar, pedagang menengah, pengecer, konsumen.

Menurut Assauri (1990) pola pemasaran dapat dibedakan atas saluran langsung dan tidak langsung. Bentuk saluran langsung yaitu pedagang langsung menjual ke konsumen. Sedangkan bentuk tidak langsung adalah dapat berupa: 1) produsen, pengecer, konsumen, 2) produsen, pedagang besar/ menengah, pengecer, konsumen, 3) produsen pedagang besar, menengah, pengecer, konsumen.

Menurut Kotler (1997) menyatakan saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk dijadikan suatu produk atau jasa yang siap digunakan oleh konsumen. Saluran pemasaran merupakan proses pemindahan barang dari konsumen ke produsen. Hal ini tersebut untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan pemilihan yang akan memisahkan barang dan jasa yang akan digunakan.

Saluran pemasaran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan dari nama suatu produk untuk

menciptakan suatu kegunaan bagi pasar tertentu. Dari definisi tersebut terdapat beberapa unsur penting dalam saluran pemasaran antara lain:

- a. Saluran pemasaran merupakan sekelompok lembaga yang diantara berbagai lembaga yang mengadakan.
- b. Karena pemasaran merupakan sekelompok yang terdiri atas beberapa pedagang dan agen maka sebagian yang ikut tidak memperoleh nama dan sebagainya dapat dinilai.
- c. Tujuan dari pemasaran adalah mencapai pasar-pasar tertentu sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan.
- d. Saluran pemasaran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikan. Penggolongan produk menunjukkan dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kepuasan pasar. Barang dan jasa merupakan bagian dari penggolongan produk, dan masing-masing produk memiliki jumlah harga yang tertentu (Swastha, 1996).

2.2.3. Fungsi Pemasaran

Menurut Mubyarto (1995) fungsi pemasaran yaitu mengusahakan agar pembelian memperoleh barang yang diinginkan secara tepat waktu, tepat harga dan tepat waktu. Selain itu pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan, merupakan fungsi utama dalam pemasaran.

Sedangkan menurut Kasmir (2004) menyatakan bahwa fungsi pemasaran meliputi:

1. Pemasaran sebagai fungsi yang sama yaitu pemasaran sama besarnya dengan fungsi keuangan, Produksi, Kepegawaian, sumber daya manusia

dengan kata lain masing-masing fungsi memiliki kesamaan satu dengan yang lainnya.

2. Pemasaran sebagai fungsi yang lebih penting yaitu bahwa fungsi pemasaran memiliki peran yang paling besar dari fungsi keuangan, produksi, kepegawaian dan sumberdaya manusia.
3. Pemasaran sebagai fungsi utama yaitu pemasaran dipusatkan sebagai sentral dari kegiatan fungsi lainnya atau dengan kata lain fungsi pemasaran sebagai inti dari kegiatan perusahaan.
4. Pelanggan sebagai pengendalian yaitu masing-masing fungsi memiliki peran yang sama namun dikendalikan oleh pelanggan.
5. Pelanggan sebagai fungsi pengendalian dan pemasaran sebagai fungsi integratif yaitu pemasaran sebagai pusat integratif fungsi keuangan produk dan sumberdaya manusia sedangkan pelanggan karena pelanggan sangat berkaitan dengan keuangan, sumberdaya manusia, dan produksi dalam pengendalian pemasaran.

Menurut pendapat dari Saefudin dan Hanafiah (1986) fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran dan struktur pemasaran atau dalam perkataan lain fungsi pemasaran ini harus dipecahkan dan ditampung oleh produsen dan mata saluran barang-barangnya. Serta lembaga-lembaga lain yang terlibat. Ada beberapa fungsi pemasaran antara lain:

1. Fungsi pertukaran meliputi:
 - a. Fungsi penjualan yaitu mengalikan barang kepada konsumen dengan harga yang dapat memuaskan.

- b. Fungsi pembelian yaitu suatu perpindahan barang dari produsen kekonsumen melalui proses transaksi.

2. Fungsi pengadaan meliputi:

- a. Fungsi pengangkutan atau transportasi yaitu perpindahan barang dari produsen kekonsumen melalui proses transaksi.
- b. Fungsi penyimpanan yaitu menahan barang-barang selama jangka waktu dihasilkan, sampai barang tersebut dijual. Penyimpanan juga menciptakan kegunaan waktu disamping bertedensi meratakan harga.

3. Fungsi pelancar meliputi:

- a. Fungsi standarisasi dan grading yaitu penentu atau penetapan standar golongan untuk barang-barang. Standarisasi merupakan suatu ukuran atau ketentuan umum yang diterima oleh umum sebagai sesuatu yang mempunyai nilai tetap. Seangkan grading adalah tindakan mengklasifikasikan hasil pertanian.
- b. Fungsi permodalan merupakan mencari dan mengurus modal yang berkaitan dengan transaksi-transaksi dalam arus barang dari sektor produksi sampai kekonsumen.
- c. Fungsi informasi pasar merupakan tindakan lapangan yang mencakup pengumpulan informasi, komunikasi, penafsiran dan pengambilan keputusan sesuai dengan rencana.
- d. Fungsi penanggungan resiko adalah sebagai ketidak pastian yang kaitannya dengan ongkos kerugian atau kerusakan.

2.2.4. Biaya dan Efisiensi pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk membiayai keperluan dalam pemasaran. Biaya pemasaran meliputi: biaya angkutan, biaya pengiriman, pengangkutan retribusi dan biaya lain-lain. Biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain karena: a) macam komoditas, b) lokasi pemasaran, c) macam-macam lembaga pemasaran dan d) efektifitas pemasaran (soekartawi, 2002)

Soekartawi (2002) menilai efisiensi akan terjadi jika: 1) dapat menekan biaya pemasaran, sehingga keuntungan pemasaran lebih tinggi, 2) persentase harga yang dibayarkan tidak terlalu tinggi, 3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, 4) adanya persaingan dan kompetisi yang sehat.

Menurut Saefudin dan Hanafiah (1989) biaya pemasaran adalah sejumlah pengeluaran untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran lembaga pemasaran dan laba yang diterima oleh lembaga yang bersangkutan dalam sistem pemasaran, pembiayaan merupakan fungsi mutlak yang harus diperlukan. Tinggi rendahnya biaya pemasaran akan berpengaruh terhadap harga eceran.

2.2.5. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran dapat dijelaskan dengan dua cara, yang pertama adalah laba dalam ekonomi murni adalah peningkatan kekayaan seseorang investor sebagai penanam modal dalam suatu usaha. Sementara itu laba/keuntungan dalam ekonomi adalah sebagai selisih antara harga penjualan dengan biaya produksi, perbedaan keuntungan pemasaran terletak pada hal-hal pendefinisian laba.

2.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan bauran pemasaran tanaman bunga mawar yang telah banyak dilakukan diantaranya adalah:

Rumengan, (2016) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pemasaran Bunga Potong Krisan di Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis margin pemasaran bunga potong krisan di kelurahan Kakaskasen Dua kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Data sekunder diperoleh dari dinas Pertanian Kota Tomohon dan Kantor Kelurahan Kakaskasen dua. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *snowball sampling*. Sensus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu populasi petani yang menanam bunga potong krisan dan selanjutnya ditelusuri ke pemilik florist bunga potong krisan di kelurahan Kakaskasen II, hingga ke tingkat konsumen. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa margin pemasaran yang diperoleh yaitu 53,33%. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu Rp.823,78 /tangcai atau 10,98%. Sedangkan profit margin yang diperoleh Rp.3.176,22 per tangcai .

Penelitian Ridhawardani (2017) dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui lembaga dan saluran pemasaran, untuk mengetahui margin pemasaran, untuk mengetahui farmer's share, untuk mengetahui indeks efisiensi ekonomis dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif dengan teknik studi kasus, dan penentuan responden menggunakan metode purposive, dan untuk responden lembaga pemasaran menggunakan metode

snowball. Dari hasil penelitian ini Saluran pemasaran bunga mawar potong di Desa Kertawangi terdiri dari tiga pola saluran pemasaran dan setiap fungsi melakukan fungsi pemasaran berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dalam menyalurkan mawar potong dari petani hingga konsumen akhir. Efisiensi pemasaran terjadi pada saluran III karena tidak melibatkan banyak pihak meskipun total margin pemasaran yang diterima lebih rendah dibandingkan saluran lain nya tapi secara keuntungan petani dan lembaga pemasaran akhir lebih besar dibandingkan saluran lainnya. Margin pemasaran tertinggi pada pemasaran mawar potong di Desa Kertawangi terdapat pada saluran II, dikarenakan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran cukup tinggi.

Swarati (2017) yang berjudul Analisis Pemasaran Tanaman Hias Pucuk Merah (*Oleina syzygium*) pada Usaha Kembang Asri di Kota Palu. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui saluran pemasaran tanaman hias Pucuk Merah pada usaha Kembang Asri, margin pemasaran tanaman hias Pucuk Merah pada masing- masing saluran pemasaran, bagian harga yang diterima oleh produsen tanaman hias Pucuk Merah, dan efisiensi pemasaran tanaman hias Pucuk Merah.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode peninjauan (*tracing sampling*). Berdasarkan informasi dari produsen usaha tanaman hias Kembang Asri dan beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran tanaman hias pada usaha Kembang Asri. Hasil penelitian ini menunjukkan tiga saluran pemasaran Saluran pertama, yang melibatkan empat lembaga pemasaran yaitu pemilik usaha Kembang Asri sebagai produsen menjual kepada pedagang pengumpul kemudian menjual kepada pedagang pengecer lalu menjual kepada konsumen akhir. Saluran kedua, yang melibatkan tiga lembaga pemasaran yaitu

pemilik usaha Kembang Asri sebagai produsen menjual kepada pedagang pengecer kemudian menjual kepada konsumen akhir. Saluran ketiga, yang melibatkan dua lembaga pemasaran yaitu pemilik usaha Kembang Asri sebagai produsen menjual langsung kepada konsumen akhir, Pemasaran Tanaman Hias pada Saluran Pertama. Margin pemasaran setiap lembaga pemasaran berbeda-beda baik pada saluran pertama maupun pada saluran kedua.

Ferdianingsih (2017) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Bibit Mawar (*Rosa sp*) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Penelitian ini bertujuan untuk (1) menganalisis pendapatan usahatani bibit mawar, dan (2) mengetahui efisiensi pemasaran bibit mawar. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pekalongan yang dipilih secara sengaja dan jumlah sampel adalah 25 petani dan 32 pedagang dalam sistem pemasaran. Metode pengambilan sampel petani digunakan dengan metode sensus, sedangkan metode pengambilan sampel dalam sistem pemasaran dilakukan dengan cara menelusuri saluran pemasaran. Pengumpulan data dilakukan pada bulan September sampai Desember 2016. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif (statistik) dan kualitatif (deskriptif). Analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis pendapatan usahatani, pangsa produsen, margin pemasaran dan *Ratio Profit Margin* (RPM), sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar, perilaku pasar, dan saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) usahatani bibit mawar di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur menguntungkan dengan pendapatan atas biaya total per usahatani adalah Rp 7.679.035,44 dengan *Revenue*

Cost Ratio (R/C) atas biaya total adalah 2,64, dan (2) sistem pemasaran bibit mawar di Kecamatan Pekalongan tidak efisien, karena nilai (RPM) tidak merata di setiap saluran dan lembaga perantara pemasaran serta nilai pangsa produsen masih rendah, yaitu di bawah 50%.

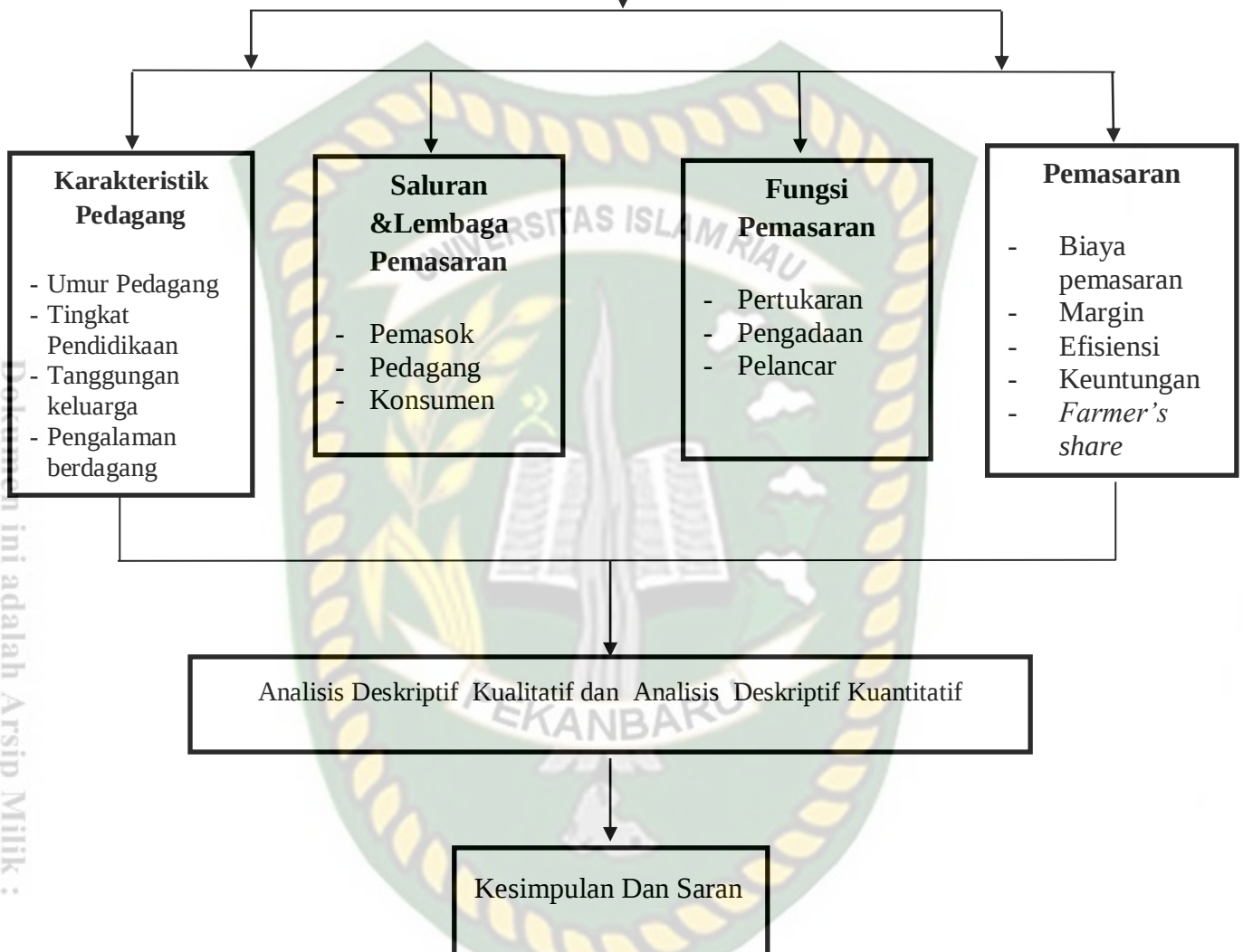
2.4. Kerangka Pemikiran

Desa Kubang Jaya merupakan salah satu tempat yang banyak dijumpai pedagang tanaman bung mawar, dikarenakan daerah tersebut merupakan salah satu tempat perluasan pemukiman penduduk sehingga banyak para pedagang mendirikan tempat untuk menjual tanaman hias yang mereka jual di dekat komplek perumahan sehingga masyarakat tertarik untuk menjadikan tanaman buga hias tempat yang baik untuk mengembangkan taman bunga mawar bagi setiap keluarga yang membutuhkannya untuk menghiasi pekarangan rumah yang terbatas.

Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif, analisis *farmer share* analisis biaya pemasaran, analisis margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Analisis biaya dimanfaatkan oleh para penjual tanaman bunga mawar untuk mengetahui keputusan seperti apa yang layak di ambil dalam menentukan sebuah keputusan, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik pedagang tanaman mawar, saluran dan lembaga pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran bunga mawar, analisi biaya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.

Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya

- Harga yang Relatif Rendah
- Jarak yang Berdekatan



Gambar 1. Hasil Kerangka Pemikiran Pemasaran Bunga Mawar

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Penentuan lokasi ini dipilih secara purposive dengan alasan beberapa masyarakatnya merupakan pedagang tanaman hias bunga mawar yang juga posisi usahanya berdekatan dengan pedagang yang lain, dan juga terletak dipinggir Kota Pekanbaru.

Waktu penelitian dilaksanakan selama enam bulan mulai dari bulan Juni sampai bulan Desember 2020, dengan serangkaian kegiatan yang meliputi, penyusunan usulan penelitian, survei penelitian, pengumpulan data lapangan, tabulasi data, analisis data, dan penyusunan laporan akhir.

3.2. Teknik Penentuan Responden

Populasi petani sekaligus pedagang tanaman hias bunga mawar berjumlah 7 orang keseluruhan populasi dijadikan responden secara sensus. Tanaman mawar dipilih karena merupakan tanaman yang dominan dijual oleh pedagang tanaman hias yang berada di Desa Kubang Jaya. Metode sensus yaitu semua unit populasi diambil sebagai data penelitian (Mardikanto, 2001).

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya. Data primer yang diambil yaitu: identitas pedagang tanaman hias (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, jumlah anggota keluarga),

lembaga dan saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, harga tanaman mawar/polibet, biaya pemasaran, efisiensi pemasaran, keuntungan pemasaran.

Data sekunder merupakan merupakan data yang melengkapi data primer yang bersumber dari literatur-literatur terkait yang relevan. Data sekunder yang dikumpulkan yaitu data yang diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS), pencarian melalui internet, serta penelitian terdahulu yang bisa dijadikan sebagai bahan rujukan seperti luas daerah Desa Kubang Jaya, dan jumlah penduduk yang ada di Desa Kubang Jaya.

3.4. Konsep Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam penelitian maka perlu dikemukakan batasan mengenai konsep operasional yang digunakan sehingga berhubungan dengan tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Bunga mawar adalah tanaman hias yang akan dijadikan objek dalam penelitian.
2. Pemasaran bunga mawar adalah kegiatan yang melakukan perpindahan bunga mawar dari produsen sampai kekonsumen.
3. Responden adalah pedagang yang menjual tanaman hias bunga mawar yang akan dijadikan sampel dalam penelitian.
4. Umur merupakan batas usia pedagang hingga penelitian dilakukan (Tahun)
5. Tingkat pendidikan merupakan lamanya pendidikan formal yang di tempuh pedagang bunga mawar (Tahun)
6. Pengalaman berdagang merupakan lamanya berusaha tanaman hias bunga mawar (Tahun).
7. Jumlah anggota keluarga merupakan inti keluarga yang harus dinafkahi oleh sipedagang (Jiwa).

8. Saluran pemasaran adalah suatu alat untuk memindahkan barang dari produsen kekonsumen, guna mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.
9. Lembaga pemasaran adalah suatu badan atau orang yang ikut terlibat penyaluran barang dan jasa atau dengan adanya lembaga pemasaran dapat menggerakkan barang dan jasa dari produsen kekonsumen melalui berbagai macam kegiatan atau aktivitas, lembaga-lembaga pemasaran akan melakukan kegiatan dan melaksanakan fungsi-fungsinya sebagai lembaga yang meliputi kegiatan fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas.
10. Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang mengusahakan agar pembelian memperoleh barang yang diinginkan secara tepat waktu, tepat harga dan tepat waktu. Selain itu pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan, merupakan fungsi utama dalam pemasaran.
11. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diperoleh si pedagang dari harga yang diterima oleh konsumen (Rp)
12. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh suatu produksi (Rp).
13. Efisiensi Pemasaran adalah rasio biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan oleh pedagang (%).
14. Keuntungan pemasaran adalah hasil yang yang diterima oleh pedaganag dalam bentuk penerimaan (Rp)

15. *Farmer's share* adalah bagian yang diterima oleh petani. *Farmer's Share* digunakan untuk membandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir yang dinyatakan dalam bentuk persentase.

3.5. 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.

3.5.1. Karakteristik Pedagang Bunga Mawar

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

3.5.2. Saluran dan Lembaga Pemasaran

Saluran dan Lembaga pemasaran dapat dianalisis secara kualitatif, dimana untuk dapat mengetahui saluran pemasaran bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dapat ditelusuri bagaimana aliaran bunga mawar dari pedagang sampai kepada konsumen. Yaitu dengan melakukan wawancara dengan pedagang yang ada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Sehingga dari hasil wawancara yang dilakukan akan dapat kita ketahui bagaimana saluran dan lembaga yang terdapat dalam pemasaran bunga mawar di Desa Kubang Jaya.

3.5.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Fungsi-fungsi pemasaran dapat dilihat dari masing-masing fungsi yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan tanaman mawar dari

petani kekonsumen. 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 penanggungungan resiko. Analisis fungsi pemasaran diperlukan untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Analisis fungsi pemasaran dapat dihitung besarnya biaya margin pemasaran. Analisis yang digunakan merupakan analisis deskriptif kualitatif. Fungsi pemasaran merupakan sebuah kegiatan-kegiatan yang wajib dilaksanakan dalam proses perencanaan.

3.5.4. Biaya, Margin Pemasaran, Efisiensi dan *Farmer's Share*

a. Biaya Pemasaran

Biaya Pemasaran Tanaman hias bunga mawar dapat dihitung dengan menggunakan rumus menurut Soekartawi (1995) yaitu sebagai berikut:

$$BP = B1 + B2 + B3 \quad (1)$$

Keterangan:

BP : Biaya Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

B1 : Biaya Transportasi (Rp/ Tanaman).

B2 : Biaya Upah (Rp/ Tanaman).

B3 : Biaya Lainnya (Rp/Tanaman).

b. Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah suatu perbedaan antara harga yang diterima oleh pedagang. Margin Pemasaran menurut Saefudin dan Hanafiah (1986)

$$M = H_p - H_u \quad (2)$$

Keterangan:

M : Margin Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

Hp : Harga Jual Bunga mawar Ditingkat Konsumen (Rp/Tanaman).

Hu : Harga Beli Bunga Mawar Ditingkat Pedagang (Rp/Tanaman).

c. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran menurut Soekartawi dalam Iskandar (2008), keuntungan pemasaran adalah selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran atau dirumuskan sebagai berikut:

$$\pi = M_p - B_p \quad (3)$$

Keterangan:

π : Keuntungan Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

M_p : Margin Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

B_p : Biaya Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

d. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi Pemasaran tanaman bunga mawar secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1993). sebagai berikut:

$$EP = \frac{TC}{TNP} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan:

EP : Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar (%).

TC : Total Biaya Pemasaran Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

TNP : Total Nilai Produk Bunga Mawar (Rp/Tanaman).

Dengan demikian, semakin rendah atau semakin kecil persentase efisiensi maka pemasaran semakin efisien, sebaliknya semakin tinggi atau semakin besar perentase efesiensi pemasaran maka pemasaran semakin tidak efisien.

e. Bagian yang Diperoleh Pedagang (*Farmer's Share*)

Farmer's Share adalah bagian yang diterima oleh pedagang tanaman mawar, untuk mengetahui bagai mana menghitung *farmer's share* atau bagian yang diterima oleh penjual tanaman mawar adalah dengan menggunakan rumus menurut Asmarantaka (2014) yaitu sebagai berikut:

$$\text{Farmer share} = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \quad (5)$$

Keterangan:

Farmer's share : Bagian yang Diterima Penjual Tanaman Mawar (%).

P_f : Harga Beli Ditingkat Pedagang Tanaman (Rp/Tanaman).

P_r : Harga Jual Ditingkat Konsumen (Rp/Tanaman).

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografi dan Topografi

Kecamatan Siak Hulu memiliki luas wilayah 987.07 km², terdiri atas 12 Desa, dimana salah satu desa yang berada dalam Kecamatan Siak Hulu adalah Desa Kubang Jaya. Desa Kubang Jaya memiliki luas wilayah 89.62 km². Diantara ke 12 desa tersebut yang paling luas wilayahnya adalah Desa Pangkalan Baru dengan luas wilayah 170.36 km². Di ikuti dengan Desa Kepau Jaya dengan luas wilayahnya 114.16 km². Sedangkan desa yang relative sempit (terkecil) adalah Desa Tanjung Balam dengan luas wilayah 30.15 km². Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Wilayah Kecamatan Siak Hulu Menurut Desa Tahun 2018

No	Desa	Luas Wilayah (km ²)	Persentase (%)
1	Buluh Nipis	74,52	7,55
2	Pangkalan Brau	170,36	17,26
3	Buluh Cina	77,12	7,81
4	Lubuk Siam	52,72	5,34
5	Teratak Buluh	68,79	6,97
6	Desa Baru	82	8,31
7	Tanah Merah	75,96	7,70
8	Pandau Jaya	82,74	8,38
9	Pangkalan Serik	68,93	6,98
10	Kepau Jaya	114,16	11,57
11	Tanjung Balam	30,15	3,05
12	Kubang Jaya	89,62	9,08
	Total	987,07	100,00

Sumber: Kampar Dalam Angka, 2019

Desa Kubang Jaya terletak antara 00°25'33,00" Lintang Utara 101°25'10,60" Bujur Timur, 00°25'42,70" Lintang Utara dan 101°25'49,50"

Bujur Timur, $00^{\circ}25' 25,80''$ Lintang Utara dan $101^{\circ}26' 14,80''$ Bujur Timur.

Dengan batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah utara berbatasan dengan Desa Pasir Putih Kelurahan Simpang Tiga.
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pangkalan Baru Kecamatan Siak Hulu
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Suka Maju.
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Teluk Kenidai Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar dengan Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Pada bagian Selatan memiliki daerah topografi yang datar dan agak bergelombang, sedangkan pada bagian Barat memiliki topografi yang datar. Desa Kubang Jaya terletak pada ketinggian berkisar 26-100 m diatas permukaan laut. Kondisi ini tentunya sangat mendukung bagi pengembangan berbagai komoditas pertanian antara lain tanaman makanan, hortikultura, perkebunan, usaha perikanan dan peternakan.

4.2. Demografis

Sebagai salahsatu Kecamatan di Kabupaten Kampar, dengan pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi, Kecamatan Siak Hulu masih dihadapkan pada permasalahan semakin meningkatnya jumlah penduduk baru, yang disebabkan oleh kelahiran maupun migrasi. Adapun mengenai jumlah penduduk Kabupaten Kampar lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Kecamatan Siak Hulu Menurut Jenis Kelamin dan Desa Tahun 2018

No	Desa	Laki-laki (Jiwa)	Perempuan (Jiwa)	Jumlah
1	Buluh Nipis	1.013	954	1.967
2	Pangkalan Baru	2.257	2.138	4.395
3	Buluh Cina	764	741	1.505
4	Lubuk Siam	975	958	1.933
5	Teratak Buluh	2.375	2.230	4.605
6	Desa Baru	4.559	4.393	8.952
7	Tanah Merah	12.499	12.193	24.692
8	Pandau Jaya	18.966	19.200	38.166
9	Pangkalan Serik	951	881	1.832
10	Kepau Jaya	1.987	1.932	3.919
11	Tanjung Balam	693	669	1.362
12	Kubang Jaya	12.405	12.083	24.488
	Total	59.444	58.372	117.816

Sumber: Kampar Dalam Angka, 2019.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Kecamatan Siak Hulu menurut Desa pada Tahun 2018 adalah sebanyak 117.816 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 59.444 jiwa (50.45%) dan perempuan 58.372 (49.55%). ratio Jenis kelamin (perbandingan penduduk laki-laki dengan penduduk perempuan) adalah 1.072, yang berarti jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibanding jumlah penduduk perempuan. Jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki dan perempuan tertinggi terdapat di Desa Pandau Jaya dengan jumlah penduduk laki-laki sebesar 18.966 jiwa dan perempuan 19.200 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk jenis laki-laki 693 jiwa dan perempuan sebanyak 669 jiwa merupakan jumlah yang terendah berada di Desa Tanjung Balam Kecamatan Siak Hulu.

4.3. Iklim dan Curah Hujan

Iklim merupakan salah satu faktor alam yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan produksi pertanian. Diantara unsur alam yang sangat dominan

mempengaruhi keberhasilan kegiatan pertanian, terutama tanaman pangan atau semusim adalah curah hujan. Hujan merupakan salah satu sumber air bagi seluruh makhluk hidup untuk mendukung proses kegiatan produksi yang baik. Kabupaten Kampar pada umumnya beriklim tropis. Rata-rata curah hujan tertinggi selama tahun 2019 terjadi pada bulan November dan Desember sebesar 38 mm. sedangkan rata-rata jumlah hari hujan dalam tahun 2019 terbanyak adalah disekitar Kecamatan Gunung Sahilan dan Bangkinang (Kabupaten Kampar dalam Angka, 2019).

4.4. Distribusi Penggunaan Lahan

Upaya yang dapat dilakukan dalam pemanfaatan potensi sumber daya alam yang tersebar diwilayah Kecamatan Siak Hulu, perlu memperhatikan kondisi daya dukung lingkungan guna menjamin kelestarian lingkungan dan keberlanjutan pembangunan daerah.

Kecamatan Siak Hulu merupakan termasuk kedalam wilayah yang agraris, artinya bahwa sebagian besar penduduknya bergerak disektor pertanian dan potensi wilayah pengembangan pertanian sangat luas. Dalam konteks pembangunan pertanian, lahan atau tanah merupakan faktor utama yang harus tersedia. Secara teoritis juga menunjukkan bahwa tingkat kesuburan tanah pertanian akan sangat menentukan nilai dari lahan pertaanian tersebut. Oleh karena itu, tingkat kesuburan suatu wilayah diantaranya dapat dilihat dari berbagai jenis tanah yang terdapat pada daerah tersebut. Luas tanah yang digunakan di Kecamatan Siak Hulu menurut fungsinya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Luas Wilayah Kecamatan Siak Hulu menurut jenis Penggunaan Tanah dan Desa Tahun 2018 (Ha)

No	Desa	Sawah	Kering	Bangu nan	Hutan	Lainnya	Total
1	Buluh Nipis	0	5.115	765	0	1.572	7.452
2	Pangkalan Baru	0	12.224	1.022	200	3.590	17.036
3	Buluh Cina	0	4.100	307	1.000	2.305	7.712
4	Lubuk Siam	0	3.970	294	0	1.008	5.272
5	Teratak Buluh	0	4.978	705	0	1.196	6.879
6	Desa Baru	0	6.020	1.068	0	1.112	8.200
7	Tanah Merah	0	3.445	1.574	0	2.577	7.596
8	Pandau Jaya	0	4.244	1.970	0	2.060	8.274
9	Pangkalan Serik	60	5.365	623	0	845	6.893
10	Kepau Jaya	0	9.232	819	223	1.142	11.416
11	Tanjung Balam	0	2.109	225	100	581	3.015
12	Kubang Jaya	0	4.724	2.128	0	2.110	8.962
	Total	60	65.526	9.727	1.523	20.098	98.707

Sumber : Kompas Dalam Angka, 2019

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa di Kecamatan Siak Hulu Luas lahan sawah hanya sekitar 60 Ha yang berada di Desa Pangkalan Serik. Lahan kering yang paling luas terdapat di Desa Pangkalan Baru dengan luas 12,244 Ha dan yang paling kecil adalah di Desa Tanjung Balam seluas 2,109 Ha dari total lahan kering di Kecamatan Siak Hulu seluas 65.526 Ha. Untuk penggunaan lahan hutan yang terluas terdapat di Desa Buluh Cina dengan luas 1.000 Ha, dan yang relative agak seditikit yaitu di Desa Tanjung Balam. Sedangkan penggunaan lahan lainnya berkisar dari 581 Ha sampai dengan 3.590nHa dengan rata-rata seluas 20.098 Ha.

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Pedagang Bunga Mawar

Banyak faktor yang mempengaruhi kemampuan pedagang dalam memasarkan bunga mawar, selain dari sikap dan motivasinya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan yang lebih baik dari pada kondisi sebelumnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kemampuan pedagang dalam memasarkan tanaman bunga mawar yang dimiliki oleh pedagang, antara lain: umur, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, dan jumlah tanggungan keluarga. Data identitas pengusaha tanaman bunga mawar dapat kita lihat pada Tabel 4 dan lampiran 1.

5.1.1. Umur

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan fisik pedagang tanaman bunga mawar dalam memasarkan tanaman bunga mawar, serta akan mempengaruhi cara berpikir, bertindak dalam menerima dan mengadopsi inovasi baru yang diterima.

Pedagang yang umurnya relatif muda, umumnya lebih kuat, tangguh, dan cepat menerima inovasi baru serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perkembangan lingkungan sekitarnya, terutama yang berhubungan dengan pemasaran. Tetapi mereka relative kurang memiliki pengalaman dibandingkan dengan pedagang yang lebih tua. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4. Karakteristik Pedagang Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Tahun 2020.

Tabel 4. Karakteristik Pedagang Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar Tahun 2020.

No	Uraian	Jumlah (orang)	Persentase
1	Umur (Tahun)		
	31-36	1	14,29
	37-42	1	14,29
	>42	5	71,42
	Jumlah	7	100,00
2	Pendidikan		
	SMP	2	28,57
	SMA	4	57,14
	Perguruan Tinggi	1	14,29
	Jumlah	7	100,00
3	Pengalaman (Tahun)		
	1-5	4	57,14
	6-11	2	28,57
	>11	1	14,29
	Jumlah	7	100,00
4	Jumlah Tanggungan keluarga (Jiwa)		
	1-2	1	14,29
	3-4	5	71,42
	>4	1	14,29
	Jumlah	7	100,00

Hasil penelitian dilapangan menunjukan bahwa pedagang tanaman bunga mawar memiliki tingkat umur yang berbeda- beda. Berdasarkan dari hasil tabel diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar pedagang tanaman bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah pada kelompok umur diatas 42 tahun yaitu berjumlah 5 orang atau sebesar (71,42 %), diikuti umur 32-36 tahun yaitu berjumlah 1 orang atau sebesar (14,29%), dan umur 37-42 yaitu berjumlah 1 orang atau (14,29%), Berdasarkan dari hasil Lampiran 1. Dapat kita lihat bahwa sebagian besar pedagang tanaman bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah pada rata-rata umur 42,86 . Terlihat pada (Lampiran 1) . Dengan umur tersebut menunjukan bahwa semua pedagang nya dalam usia produktif, sebagaimana kita ketahui batas usia produktif adalah 15-54 tahun menurut (Yasin, 2003).

Artinya umur pedagang tanaman hias bunga yang berada di Desa Kubang Jaya termasuk kedalam golongan masih produktif

5.1.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam menunjang pembangunan pertanian Mosher (1985) mengemukakan bahwa pendidikan merupakan salah satu syarat untuk mempelancar proses pembangunan pertanian, karena dengan pendidikan dapat meningkatkan produktivitas kerja. Untuk mengetahui tingkat pendidikan pedagang di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan dari hasil tabel diatas diperoleh tingkat pendidikan yang paling dominan adalah yang tamatan SMA sebanyak 4 orang atau sebesar (57,14%) yang kedua pedagang yang tamatan SMP berjumlah 2 orang pedagang atau sebesar (28,57%) dan pedagang yang tamatan sarjana berjumlah 1 orang atau sebesar (14,29%), ini berarti pedagang yang menjual tanaman bunga mawar memiliki pendidikan yang sudah mengerti pentingnya pendidikan walaupun masih ada yang tamatan SMP yaitu berjumlah 2 orang. Dilihat pada lampiran 1 yaitu rata-ratanya selama 11 tahun atau setara dengan SMA. Berdasarkan dari hasil tabel diatas diperoleh tingkat pendidikan yang paling dominan adalah yang tamatan SMA Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seorang pedagang maka akan mempengaruhi tingkat pendapatan seorang pedagang tersebut.

5.1.3. Pengalaman Berdagang

Dalam menjalankan usahanya, pengalaman berdagang merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keberhasilan seseorang untuk mengelola usahanya, semakin lama pengalaman seseorang pedagang dalam menjual barang

atau produk yang dimilikinya dapat menimbulkan risiko yang dihadapinya. Pengalaman berdagang seseorang tidaklah sama antara satu dengan yang lainnya, hal ini dapat kita lihat pada Tabel 4. Diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman berdagang di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar ini termasuk kedalam golongan yang sudah berpengalaman yaitu 1-5 tahun berjumlah 4 orang atau sebesar(57,14%), diikuti dengan pengalaman 5-11 tahun yaitu berjumlah 2 orang atau sebesar (28,57%), dan pengalaman yang lebih dari 11 tahun berjumlah 1 orang atau sebesar (14,29%).

Berdasarkan dari Tabel 4 diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengalaman berdagang di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar ini termasuk kedalam golongan yang sudah berpengalaman yaitu selama 6 Tahun. Pengalaman berdagang erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berdagang maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki oleh pedagang tanaman hias bunga mawar, yang secara langsung akan mempengaruhi penjualan dan pendapatan pedagang tersebut.

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Banyak sedikitnya jumlah tanggungan keluarga, erat kaitannya dengan pendapatan. Keadaan ini mendorong pedagang untuk terus berusaha meningkatkan pendapatan dalam memenuhi kebutuhan keluarganya. Sebab semakin besar jumlah tanggungan keluarga semakin besar juga kebutuhan yang diperlukan, jumlah tanggungan keluarga pedagang tanaman bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dapat kita lihat pada Tabel 4 diatas, dapat kita simpulkan bahwa sebagian pedagang tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar

mempunyai jumlah tanggungan keluarga yang berjumlah 1-2 orang sebanyak 1 orang atau sebesar (14,29%), kemudian diikuti dengan jumlah 3-4 orang yaitu berjumlah 5 orang pedagang atau sebesar (71,42%), dan >4 orang yaitu berjumlah satu orang pedagang atau sebesar (14,29%).

Dari hasil Lampiran 1 rata-rata jumlah tanggungan keluarga dapat kita simpulkan bahwa sebagian pedagang tanaman bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar rata-ratanya adalah 3 Jiwa. Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak biaya yang akan dikeluarkan untuk kebutuhan hidup keluarga.

5.2. Lembaga dan Saluran Pemasaran

5.2.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran merupakan badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran, dimana barang-barang yang bergerak dari pihak produsen sampai kepada pihak konsumen. Lembaga pemasaran tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar terdiri dari Pemasok dan pedagang, pedagang yang berperan dalam membeli bibit bunga mawar dari pemasok yang berada di kota Medan, kemudian pedagang merawat kembali tanaman bunga mawar yang dibeli dari pemasok hingga bisa di jual kembali kepada konsumen dengan harga yang sudah ditentukan oleh pedagang.

a) Pemasok

Pemasok umumnya berasal dari Medan, pemasok melakukan penjualan tanaman bunga mawar ke pengusaha, dalam hal ini pemasoklah yang menjalankan

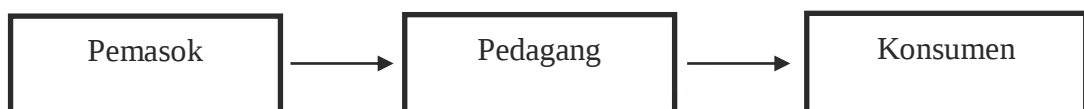
peran pengangkutan dan melakukan pengiriman ke pedagang yang berada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, dengan begitu pedagang tidak perlu melakukan kegiatan pengangkutan atas bibit bunga mawar yang dipesannya dari kota Medan.

b) Pedagang

Pedagang yang melakukan kegiatan pembelian dari pihak pemasok, dan juga sebagai petani yang melakukan pemeliharaan dan melakukan kegiatan penjualan langsung kepada konsumen. Pedagang melakukan pemesanan melalui telepon kepada pemasok yang ada di kota Medan, dan melakukan kegiatan perawatan dan pemeliharaan terhadap bibit tanaman hias Bunga Mawar sebelum dijual kepada konsumen.

5.2.2. Saluran Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berperan dalam menyampaikan barang dari produsen hingga ke konsumen. Dalam proses pemasaran ini melibatkan lembaga pemasaran seperti pemasok dan pedagang, pemasaran ini mencakup kegiatan pengembalian produk ke konsumen dari produk usaha tani. Sebelum sampai ketangan konsumen bibit tanaman hias bunga mawar ini hampir semuanya tidak melalui pedagang perantara, artinya pemasaran tanaman hias bunga mawar ini terdapat satu saluran pemasaran yaitu saluran dijual dari pedagang langsung ke konsumen. Disini produsen atau pedagang langsung berhadapan dengan konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Saluran Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya 2020

Saluran pemasaran bunga mawar yang ada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar ini relative pendek hanya 1 saluran pemasaran, pedagang memesan bibit tanaman bunga mawar kepada pemasok yang berada dikota Medan, dan kemudian pemasok mengirim bibit tanaman bunga mawar yang dipesan oleh pedagang yang berada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dengan harga yang diterapkan oleh pemasok senilai Rp. 3000/batang, peran pemasok hanya sampai disini saja, sedangkan yang memasarkan kekonsumen adalah pedagang yang berada di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dengan mendirikan tempat usaha dengan menyewa lahan untuk tempat pedagang memasarkan bunga mawar yang mereka miliki di sepanjang jalan kubang raya dengan harga yang relatif murah, harga bunga mawar per polibet Rp. 10.000/batang.

5.3. Fungsi-fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran bekerja melalui lembaga pemasaran atau struktur pemasaran, dengan kata lain fungsi pemasaran ini harus ditampung dan dipecahkan oleh pedagang dan mata rantai saluran barang-barangnya serta lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasara. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan tanaman hias bunga mawar dapat kita lihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Fungsi-fungsi Pemasaran Tanaman Hias Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Tahun 2020.

No	Fungsi Pemasaran	Pemasok	Pedagang	Konsumen
1	Fungsi Pertukaran a) Pembelian		✓	✓
	b) Penjualan	✓	✓	
2	Fungsi Pengadaan a) Pengangkutan	✓	✓	✓
	b) Penyimpanan	✓	✓	
3	Fungsi Pelancar a) Permodalan	✓	✓	
	b) Penanggungan risiko	✓	✓	
	c) Standarisasi dan Grading	✓	✓	
	d) Informasi Pasar		✓	✓

Tabel 5 menunjukkan bahwa, fungsi pertukaran diatas meunjukkan bahwa pemasok dan pedagang melakukan sebagian dari fungsi pemasaran. Dimana, untuk pemasok melakukan penjualan kepada pedagang dan pedagang melakukan pembelian bibit tanaman bunga mawar dari pemasok yang berada di Medan, kemudian pedagang menjual tanaman bunga mawar kepada konsumen yang datang langsung ke lokasi pedagang bunga mawar yang ada di Desa Kubang Jaya.

Fungsi pengadaan dimanaa ada pengangkutan dan penyimpanan. Pedagang melakukan pengangkutan menggunakan mobil jika ada konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak. Pedagang dan pemasok melakukan fungsi penyimpanan dengan memberikan perawatan dan pemeliharaan, karena semakin bagus bunga mawar maka harganya pun akan semakin tinggi.

Fungsi pelancar ada beberapa fungsi yaitu, permodalan, penanggung risiko, standarisasi dan grading, dan informasi pasar. Untuk permodalan pemasok dan pedagang menggunakan modal sendiri untuk biaya pemasaran bunga mawar, penanggung risiko juga dihadapi oleh para pedagang jika tanaman hias yang mereka jual tiba-tiba rusak atau mati, daunnya kering maupun terserang penyakit sehingga menimbulkan risiko yang harus ditanggung oleh pedagang. Standarisasi dan grading dilakukan untuk menentukan harga, yang ditentukan oleh ukuran bunga mawar. Konsumen mendapatkan informasi yang berhubungan dengan harga bunga mawar yang dijual oleh pedagang pedagang bunga mawar dari pedagang langsung.

5.4. Biaya, Margin, Keuntungan, efisiensi Pemasaran, dan *Farmer Share*

5.4.1. Biaya

Dalam proses pemasaran tanaman hias bunga mawar tentunya akan berkaitan dengan pembiayaan. Adapun pembiayaan adalah mencari dan mengurus modal uang yang berkaitan dengan transaksi arus barang atau produk dari tangan distributor sampai ketangan konsumen. Dalam rangka melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses pemasaran tanaman hias bunga mawar perlu diperhitungkan dengan teliti dan sasaran pembiayaan harus jelas. Untuk biaya sewa lahan yang digunakan oleh pedagang senilai Rp. 120.635/Bulan dan biaya upah tenaga kerja yang berada di Desa Kubang Jaya adalah senilai Rp. 594.290/Bulan, kemudian untuk biaya transportasi untuk pengangkutan bunga mawar senilai Rp. 60.000/Bulan dan biaya lainnya ada di Tabel 4.

Dapat diketahui bahwa total biaya pemasaran pedagang tanaman hias bunga mawar di Desa Kubang Jaya untuk biaya pemasaran bunga mawar senilai Rp. 1.144,167/Bulan. Untuk lebih jelasnya dapat kita lihat pada tabel berikut.

Tabel 6. Rata-rata Biaya, Margin, Keuntungan, Efisiensi Pemasaran, dan *Farmer's Share* pada Pemasaran Bunga Mawar di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar 2020

No	Uraian	Tanaman Bunga Mawar	
		(Rp)/Bulan	%
	Penangkar		
	harga Jual	3.000	
	Pedagang		
	Harga beli	3.000	
	Biaya:		
	A. sewa lahan	120.635	
	B. Transportasi	60.000	
	C. perawatan & pemeliharaan		
	a. Media Tanam		
	Polybag	27.143	
	Tanah Hitam	75.000	
	Sekam Padi	5.057	
	b. Pupuk&Pestisida		
	Pupuk Kandang	10.724	
	NPK	22.500	
	Taspu	21.429	
	Decis	536	
	Dupon	14.860	
	Antracol	7.143	
	c. Tenaga Kerja		
	TKDK	594.290	
	Listrik	210.571	
	Telepon	1.833	
	Total Biaya	1.144.167	
	Keuntungan	7.426.833	
	Margin Pemasaran	5.571	
	Harga Jual	8.571	100,00
	Efisiensi Pemasaran (%)	15,4	
	Farmer's Share	35	

5.4.2. Margin

Margin pemasaran tanaman hias bunga mawar diperoleh dari selisih antara harga ditingkat pedagang dengan harga ditingkat konsumen. Berdasarkan Tabel 6, harga jual tanaman bunga mawar ditingkat pemasok adalah Rp. 3.000/batang, sedangkan harga jual ditingkat konsumen dan yang diterima oleh konsumen adalah senilai Rp. 8.571/batang. Sehingga margin pemasaran yang diterima oleh pengusaha adalah senilai Rp. 5.571/batang.

5.4.3. Keuntungan

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran. Berdasarkan Tabel 6. Menunjukkan total biaya pemasaran tanaman hias bunga mawar yang di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar adalah senilai Rp. 1.144.167/bulan. Kemudian margin pemasaran senilai Rp. 5.571/batang, sehingga didapat keuntungan pemasarannya dari selisih harga dikalikan dengan penjualan adalah senilai Rp. 7.426.833/bulan. Dengan keuntungan yang diperoleh, usaha yang dijalankan oleh pedagang tanaman hias bunga mawar ini sudah baik.

5.4.4. Efisiensi Pemasaran

Untuk melihat efisiensi pemasaran tanaman hias bunga mawar didapatkan dari total biaya pemasaran dengan total nilai produk atau biasa disebut dengan pendapatan kotor yang diterima oleh pedagang tanaman bunga mawar. Dimana semakin besar rasio pemasarannya, maka semakin besar pula saluran atau rantai pemasaran yang digunakan belum efisien, dan apabila semakin kecil rasio pemasarannya, maka saluran pemasaran yang digunakan sudah efisien. Berdasarkan hasil pada Tabel 6. Efisiensi pemasaran tanaman hias bunga mawar

yang diperoleh sebesar 15,4%. Artinya setiap rupiah biaya pemasaran yang dilakukan oleh pedagang tanaman hias bunga mawar yang dikeluarkan akan menghasilkan keuntungan senilai Rp. 15,4. Sehingga efisiensi yang berada di Desa Kubang Jaya sudah efisien.

5.4.5. *Farmer's Share*

Farmer's share adalah perbandingan antara harga yang diterima oleh petani/pedagang dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase. *Farmer's share* ini merupakan sebagai konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam memasarkan. Dengan begitu perbandingan harga yang diterima oleh pedagang tanaman bunga mawar adalah sebesar 35%. Sehingga harga jual yang diterima pedagang lebih besar dari pada pemasok, karena pengusaha melakukan penambahan biaya dalam memasarkan bunga mawar.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Rata-rata umur pedagang tanaman hias bunga mawar produktif adalah 42,86 tahun, tingkat pendidikan pedagang tanaman bunga mawar 11,71 tahun, pengalaman berdagang 6,29 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga berjumlah 3 jiwa.
2. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran bunga mawar adalah pemasok, pedagang dan konsumen, dan saluran pemasaran yang terdapat pada analisis pemasaran bunga mawar adalah dengan menggunakan satu saluran dimulai dari pemasok, pedagang dan konsumen akhir.
3. Fungsi-fungsi pemasaran yang digunakan pedagang tanaman hias bunga mawar adalah fungsi pertukaran meliputi pembelian dan penjualan, fungsi pengadaan meliputi pengangkutan dan penyimpanan, dan fungsi pelancar meliputi permodalan, penganggungan risiko, standarisasi dan grading, dan informasi pasar, pedagang menggunakan satu saluran yaitu pemasok-pedagang-konsumen.
4. Biaya pemasaran bunga mawar senilai Rp. 1.144.167/batang, kemudian margin pemasaran bunga mawar senilai Rp. 5.571/batang, keuntungan pemasaran bunga mawar senilai Rp. 4.426.833/batang, sedangkan efisiensi pemasaran diperoleh 25,8%, dan *Farmer's Share* yang diperoleh oleh pedagang adalah sebesar 35%.

6.2. Saran

Dari hasil kesimpulan diatas dapat diajukan beberapa saran agar pemasaran bunga mawar yang berada di Desa Kubang Jaya dapat lebih efektif.

1. Untuk dapat meningkat 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 pedagang bunga mawar di Desa Kubang Jaya.
2. Dihimbau kepada pemerintah agar dapat memberikan perhatian terhadap pedagang bunga mawar khususnya dinas pertanian hortikultura agar memberikan pembinaan terhadap pedagang bunga mawar, agar mereka dapat memperluas jangkauan pemasaran mereka sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang.
3. Untuk meningkatkan harga jual bunga mawar, sebaiknya pedagang melakukan pembibitan sendiri, sehingga biaya yang digunakan untuk pembelian terhadap pemasok dapat digunakan untuk biaya yang lain, atau juga bisa digunakan sebagai tambahan modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka. R. W. 2014. Pemasaran Agribi(*Agrimarketing*). Penerbit PT IPB Press. Bogor
- Assauri. 2007. Manajemen Pemasaran. Penerbit Rajawali Pers. Jakarta
- Ashari. 1995. Hortikultura, Aspek Budidaya. Penerbit UI. Jakarta
- Basu dan Hani. 2004. Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen. Edisi Ketiga. Liberty. Yogyakarta
- BPS. 2019. *Kampar Dalam Angka 2019*. Bangkinang
- Damayanti, Fitirana. 2012. Pemungutan Minyak Astri Mawar (*Rose Oil*) dengan Metode Maeserasi. *Jurnal Bahan Alam Terbarukan*. UNNES. ISSN 2303-0623
- Edi Susilo. 2017. Analisis Pembiayaan dan Resiko Perbankan Syariah: Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Endah. 2001. Membuat Tanaman Hias Rajin Berbunga. Kanisisus. Yogyakarta
- Fahn. 1991. Anatomi Tumbuhan. UGM – Press. Yogyakarta.
- Ferdianingsih 2017. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Bibit Mawar (*Rosa sp*) di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur. Skripsi. Program Studi Agribisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Firdaus, M. 2008. *Ekonomika suatu pendekatan aplikatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Fisher, N. M dan R. S. Peter. 1984. *Physiology of Tropical Field Groups*. John Wiley and Sons. New York.
- Foster. 1991. Bauran Pemasaran 4P Dalam Edisi Pemasaran Buah-buahan; Penebar Swadaya. Jakarta.
- Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Hanafia dan Saefudi. 1989. *Tataniaga Hasil Pertanian*. Universitas Indonesia. Press, Jakarta.

- Hasmurullah. 2018. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Bunga Potong Anthurium di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Agribisnis dan Agrowisata. 7 (2) : 14-21
- Hidayat. 2006. Membuat Pewarna Alami. Trubus Agrisarana. Malang.
- Iskandar. 2008. Metodolgi Penelitian dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Penertbit GP Press. Jakarta.
- Jermoe. 1996. Saluran Pemasaran. penebar Swadaya. Jakarta.
- Kasmir. 2005. Pemasaran Jasa. Graya Grafindo Persada. Jakarta.
- Kotler. Philip. 2005. Manajemen pemasaran Edisi Kesebelas: PT. Indeks: Jakarta
- Kotler dan Dkk. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip. 2006. Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, PT. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi Ke-Tiga.LP3S. Jakarta.
- Mei. 2006. Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Sayuran Organik Yayasan Bina Sarana Bhakti. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agibisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Oentoro, 2020. Manajemen Pemasaran Modrern. PT. Laksbang Perssindo, Yogyakarta.
- Rahim. 2007. Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rahmawati. 2007. Analisis Usahatani Sayuran Organik pada Perusahaan Benny's Organik Garden Bogor-Jawa Barat. Skripsi. Program Sarjana Eksistensi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Ridhawardani. A, 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong di Desa Kertawangi, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bandung Barat. Jurnal Agrosains dan Teknologi. 2 (1) : 13-21

- Rukmana, R. 2005 Mawar Bunga Cinta Abadi Menjanjikan Keuntungan Abadi. Kanisius. Yogyakarta
- Rukmana, R. 1995. Mawar. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Rumengan. N. 2016. Analisis Pemasaran Bunga Potong Krisan di Kelurahan II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. Jurnal Sains dan Teknologi, 7 (7) : 1-14
- Saati, E.A. 2011. Pigmen Antosianin Mawar Merah Bunga sebagai Pewarna Alami. *Proseding Presentasi Poster Nominator WHR 2011 dalam Halal Science & Research Excellence*, di Kuala Lumpur 6–7 April 2011.
- Saefuddin dan Hanafiah. 1986. Tataniaga Hasil Perikanan. Edisi kedua. UI_Press. Jakarta.
- Srawati. F. 2017. Analisis Pemasaran Tanaman Hias Pucuk Merah (*oleina syzygium*) pada Usaha Kembang Asri di Kota Palu. Jurnal Agroland. 24 (2) : 155-162
- Suharsimi arikunta. 1988. Pengelolaan Kelas dan Siswa, CV. Rajawali, 1988. jakarta
- Sudiyono, 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. UMM Press, Malang.
- Stanton (1996). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Buah Segar (Studi kasus : Fress-E, Kodya Depok). Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Soekartawi, 1993. Dasar-dasar Pemasaran Teori Aplikasi. Penerbit Raja grafindo Persada, Jakarta.
- Soegijatna Tjakranegara, 1995, Hukum Pengangkutan Barang dan Penumpang, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Swastha. 1996. Azas-Azas Marketing. Edisi 3. Liberty: Yogyakarta.
- Swastha. 2006. Manajemen Pemasaran Modren, Penerbit Liberty. Yogyakarta
- Tjiptono. Fandy, 1997. Strategi Pemasaran, Edisi Kedua. Penerbit AND. Yogyakarta.

Wikipedia. 2015. Mawar. <https://id.wikipedia.org/wiki/Mawar>. Diakses pada Desember 2015. Diakses pada tanggal 15 Januari 2020

Yasin. 2003. Pengaruh Investasi dan Tenaga Kerja Terhadap PDB Indonesia. Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan., 7 (3) : 17-25

Zulkarnain. 2009. Dasar-dasar Hortikultura. Bumi Aksara, Jakarta

