RANTAI NILAI BUNGA POTONG Heliconia caribaea

by Ayu Novita, Dkk

FILE	JRMA_AYU_NOVITA_19579-37612-2-PB_3.PDF (176.96K)		
TIME SUBMITTED	04-AUG-2016 11:01PM	WORD COUNT	3303
SUBMISSION ID	693691586	CHARACTER COUNT	19879

RANTAI NILAI BUNGA POTONG *Heliconia caribaea* DESA KERTA, KECAMATAN PAYANGAN, KABUPATEN GIANYAR, PROVINSI BALI

K. Ayu Novita[1], I Ketut Satriawan[2], Dewa Ayu Anom Yuarini.[2]

[1] Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD
[2] Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, UNUD
Email: k.ayunovita@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims (1) to know the general picture of business of cutting flower *Heliconia caribaea*, (2) to determine the pattern of value chain of cutting flowers *Heliconia caribeae* that sold in Kerta Village, District Payangan, Gianyar and (3) calculate the value added at each stage of pattern the value chain of cutting flower *Heliconia caribeae*. This research involved of 26 farmers randomly selected, 4 traders, and 10 retailers. Data were analyzed descriptively on the pattern of value chain and marketing margin of cutting flower *Heliconia caribeae*. Cultivation cutting flower *Heliconia caribeae* in the Kerta village began in 2002, and currently has five farmer groups with more than 15 kinds of varieties. Harvesting is done every two weeks and once the harvest could produce 300 cutting flowers. Pattern of value chain *Heliconia caribeae* in Kerta village there are two, namely first; farmers to traders to retailers to consumers; the second, from the farmer to the consumer. The added value to the traders have of Rp. 1.000,-/stalk, and retailers of Rp.2.000,-/stalk.

Keywords : cutting flowers, value chain, marketing margin.

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan salah satu potensi dalam pembangunan pertanian. Komoditas tanaman hortikultura yang dihasilkan dikelompokkan menjadi empat yaitu sayur, buah, tanaman biofarmaka, dan tanaman hias (Sukayana *et.al*., 2013). Tanaman hortikultura mampu meningkatkan pendapatan petani melalui peningkatan nilai tambah, perluasan peluang usaha, dan kesempatan kerja perdesaan (Rukmana, 1997).

Menurut Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Provinsi Bali ada lima komoditas tanaman hias di Provinsi Bali yang paling menonjol bila dilihat dari luas tanam, luas panen dan produksinya. Lima komoditas itu adalah bunga anggrek, *cordyline*, mawar, krisan dan *Heliconia*. Produksi dari kelima jenis bunga tersebut yang tertinggi adalah bunga anggrek, mawar dan *Heliconia* sebesar 1.040.824 kuntum diikuti oleh krisan 125.425 kuntum dan cordyline sebesar 6.563 kuntum. Tingginya produksi *Heliconia* di Bali dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan pasar diikuti oleh berkembangnya sektor pasar seperti hotel, toko bunga, perkantoran dan *wedding organizer* di Bali. Budidaya *Heliconia* di Bali terdapat di daerah Tabanan dan Gianyar (Wediyanto,2009).

Desa Kerta Gianyar merupakan sentra penanaman bunga *Heliconia* terbesar di Bali dengan luas lahan *Heliconia* sebesar 70 hektar. Desa Kerta juga sedang mengembangkan agrowisata

khususnya *Heliconia* yang semakin banyak diminati oleh masyarakat dan saat ini sudah ada 5 kelompok tani yang mengembangkan bunga *Heliconia* di Desa Kerta. *Heliconia* di Desa Kerta dijual dalam keadaan masih segar dan baru dipotong (Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Provinsi Bali, 2014).

Bunga potong merupakan bagian dari tanaman yang terdiri dari bunga yang mekar dan beberapa bagian tanaman tetapi tidak termasuk akar dan tanah (Okun *et. al.*, 2003). Bunga potong *Heliconia* merupakan salah satu komoditas dari tanaman hortikultura yang memiliki prospek ke depan cukup baik. Saat ini usaha agribisnis tanaman hias yang dilakukan di Bali menunjukkan adanya peningkatan, baik dari sisi luas lahan maupun jenis komoditas. Paling sedikit telah terdapat 24 komoditas tanaman hias yang telah diusahakan, meskipun dalam skala usaha yang kecil dan tersebar di seluruh Provinsi Bali (Wediyanto, 2009).

Setiap produk hasil pertanian mudah mengalami kerusakan baik karena pembusukan, cacat, dan layu. Hal ini yang menyebabkan produk hasil pertanian tidak dapat bertahan lama begitu juga dengan bunga potong. Bunga potong itu sendiri merupakan komoditi yang mudah rusak, dan umurnya pendek (Pangeman *et. al.*, 2011). Bunga potong *Heliconia* hanya dapat mempertahankan keindahannya dalam waktu 14 hari saja. Pemasaran umumnya merupakan masalah besar bagi petani bunga potong karena daya tahan produk sangat pendek. Penanganan yang baik dalam pengangkutan, penyimpanan, penyortiran, dan lain-lain harus dilakukan oleh para perantara pemasaran agar produk tetap segar dan berkualitas baik sampai ke tangan konsumen (Mubyarto, 1995).

Permasalahan yang sering dihadapi oleh sebagian besar petani hortikultura tanaman hias bunga potong *Heliconia* adalah pemasaran. Petani perlu pemahaman yang lebih baik dalam hal strategi pemasaran hasil panen mereka dan bagaimana menerapkan pola manajemen rantai nilai dalam memasarkan hasil panen mereka. Melalui pemahaman itulah tentunya memberikan pelajaran dan informasi yang menguntungkan bagi petani khususnya dalam hal memasarkan hasil panen mereka. untuk mendapatkan keuntungan yang paling optimal.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Kerta yang terletak di Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar, Bali. Penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus hingga September 2014.

Penentuan Sampel

Penentuan lokasi dilakukan dengan metode purposive, yaitu suatu metode penentuan daerah penelitian secara sengaja dan terencana dengan dasar pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2010), sebagai berikut : (1) Desa Kerta merupakan salah satu daerah yang penduduknya berusahatani komoditas bunga potong *Heliconia caribeae* serta merupakan sentra produksi bunga potong *Heliconia caribeae* di Kecamatan Payangan (2) Petani di Desa Kerta melakukan usahatani bunga potong *Heliconia caribeae* secara kontinyu (3) Belum pernah dilakukan penelitian serupa di desa tersebut.

Pengambilan data dilakukan secara *random sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi (Sugiyono, 2010). Banyaknya sampel yang diambil yaitu 26 petani dari 30% jumlah anggota seluruh kelompok tani, dikarenakan informasi responden yang umumnya homogen dan tidak banyak berbeda satu dengan yang lainnya. Sampel diambil secara proposional berdasarkan jumlah anggota kelompok tani dari masing – masing kelompok yang terdiri dari 5 kelompok tani yang berbeda – beda yaitu kelompok Sekar Bumi (6 sampel), Jati Mulia (5 sampel), Jati Mekar (5 sampel), Amerta Sari (6 sampel) dan Amerta Jati (4 sampel). Untuk mengetahui lembaga – lembaga yang terlibat, dipergunakan metode *snowball* (sampel bola salju). Lembaga pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini ada dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul sebanyak 4 orang, pedagang pengecer sebanyak 10 orang.

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah pola rantai nilai dan margin pemasaran. Rantai nilai yaitu serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen kepada konsumen akhir. Sub variabel rantai nilai meliputi pola saluran rantai nilai. Margin pemasaran, yaitu perubahan harga bunga potong *Heliconia caribeae* di tingkat petani dengan harga bunga potong *Heliconia caribeae* di tingkat pengecer (Sudiyono, 2004). Komponen margin pemasaran meliputi biaya-biaya yang diperlukan setiap pelaku untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran (Kotler, 2002). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan analisis margin pemasaran.

Dalam penelitian ini margin pemasaran dihitung sebagai selisih antara harga bunga potong *Heliconia* di tingkat petani dengan bunga potong *Heliconia* di tingkat pengecer. Untuk mengetahui nilai margin pemasaran pada setiap pelaku pemasaran, maka dilakukan pengujian menggunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran yaitu dengan menghitung besarnya margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran. Untuk menghitung nilai margin pemasaran maka digunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2004):

a) Mengitung margin pemasaran dengan menggunakan rumus :
MP = Pr – Pf
Keterangan :
MP = Margin Pemasaran (Rp/tangkai)
Pr = Harga jual (Rp/tangkai)
Pf = Harga beli (Rp/tangkai)

b) Menghitung persentase margin pemasaran dengan menggunakan rumus :
$MPP = \frac{MP}{Pr} x\ 100\%$
Keterangan :
MPP = Persentase margin pemasaran (%)
MP = Margin pemasaran (Rp)
Pr = Harga jual (Rp)

c) Menghitung margin keuntungan dengan menggunakan rumus :
MK = MP – BP
Keterangan :
MK = Keuntungan (Rp)
MP = Margin Pemasaran (Rp)
BP = Biaya Pemasaran (Rp)

d) Menghitung persentase margin keuntungan dengan menggunakan rumus :
$MKP = \frac{MK}{Pr} \times 100\%$
Keterangan :
MKP = Persentase margin keuntungan (%)
MK = Margin keuntungan (Rp)
Pr = Harga jual (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

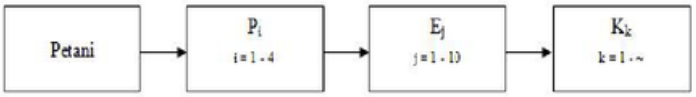
Gambaran Wilayah Penelitian

Pengembangan agrowisata dianggap tepat di Desa Kerta karena desa ini memiliki lahan pertanian yang cukup luas dengan komoditi padi, jeruk, dan bunga. Lahan yang paling menarik disini adalah ladang bunga yang ada di Desa Kerta, yang merupakan satu-satunya ladang bunga terluas di Bali. Luas area Desa Kerta yaitu 1442 hektar dan suhu berkisar 25^{o} – 32^{o}C yang merupakan kondisi alam yang sesuai untuk budidaya bunga potong *Heliconia caribeae* (Gunawan, 2009). Budidaya bunga potong *Heliconia caribeae* dimulai tahun 2002 dan sampai saat ini terdapat 5 kelompok tani dengan total anggota sebanyak 86 orang. Kelompok tani yang membudidayakan bunga potong *Heliconia* adalah kelompok tani Sekar Bumi, Jati Mulia, Jati Mekar, Amerta Sari dan Amerta Jati dengan luas lahan 70 hektar. Varietas bunga potong *Heliconia* yang dibudidayakan sudah lebih dari 15 jenis. Bunga potong *Heliconia* yang paling mahal yaitu bunga potong *Heliconia* jenis *caribeae*.

Pola Rantai Nilai Bunga Potong *Heliconia caribeae*

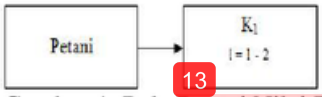
Berdasarkan hasil penelitian maka pola rantai nilai dari bunga potong *Heliconia caribeae* dapat digambarkan seperti Gambar 1 di bawah ini.

Pola Rantai Nilai I



Keterangan :
P_i = Pedagang Pengumpul ke-i
K_k = Konsumen ke-k
E_j = Pedagang Pengecer ke-j
K_l = Konsumen ke-l

Pola Rantai Nilai II



Gambar 1. Pola Rantai Nilai Bunga Potong *Heliconia caribeae* di Desa Kerta, Payangan, Gianyar

Pada pola rantai nilai bunga potong *Heliconia caribeae* yang pertama, petani menjual semua bunga potong *Heliconia caribeae* kepada pedagang pengumpul yang datang langsung ke lahan pertanian. Sebanyak 4 orang pedagang pengumpul membeli bunga potong *Heliconia caribeae* kepada petani, kemudian pedagang pengumpul menjual lagi bunga potong *Heliconia caribeae* kepada pedagang pengecer yang ada di kota seperti ke toko – toko bunga sebanyak 10 orang pedagang pengecer. Pedagang pengumpul tidak menjual langsung ke konsumen melainkan hanya menjual ke pedagang pengecer langganan mereka tersebut, sedangkan untuk pedagang pengecer baru menjual bunga potong *Heliconia caribeae* ke konsumen secara langsung.

Pada pola rantai nilai yang kedua, petani bunga potong *Heliconia caribeae* menjual bunga potong *Heliconia caribeae* secara langsung dengan konsumen yang datang ke lahan pertanian. Konsumen bisa datang langsung ke lahan pertanian dan memilih bunga potong yang baru diambil dari lahan pertanian. Konsumen bisa memilih bunga potong yang masih sangat segar dan kualitas baik dan dengan harga yang lebih murah dibandingkan harga yang diberikan pedagang pengecer. Jumlah petani di Desa Kerta yang menjual hasil pertaniannya langsung kepada konsumen tidak banyak hanya dua konsumen.

Analisis Margin Pemasaran dan Margin Keuntungan

Dalam penelitian ini margin pemasaran dihitung sebagai selisih antara harga jual bunga potong *Heliconia caribeae* di tingkat petani dengan harga jual bunga potong *Heliconia* di tingkat pengecer. Prosedur analisis ini dilakukan dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai tingkat pemasaran yang berbeda, dan mengumpulkan data penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang. Perhitungan margin keuntungan merupakan selisih margin pemasaran dengan biaya pemasaran. Analisis margin

pemasaran dan margin keuntungan komoditas bunga potong *Heliconia caribeae* pola rantai nilai 1 dapat dilihat pada Tabel 1, 2 dan 3.

Tabel 1. Margin Pemasaran dan Margin Keuntungan Petani Bunga Potong *Heliconia caribeae* ke Pedagang Pengumpul

Uraian	(Rp/Tangkai)	(%)
Harga Pokok	1.799	-
Harga Jual	3.000	-
Margin Pemasaran	1.201	40
Margin Keuntungan	1.201	40

Sumber : Data Primer (2015)

Tabel 2. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran dan Margin Keuntungan Pedagang Pengumpul

Uraian	(Rp/Tangkai)	(%)
Harga Beli	3.000	-
Harga Jual	4.000	-
Margin Pemasaran	1.000	25
Biaya Pemasaran	500	16
Margin Keuntungan	500	12

Sumber : Data Primer (2015)

Tabel 3. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran dan Margin Keuntungan Pedagang Pengecer

Uraian	Rp/Tangkai	(%)
Harga Beli	4.000	-
Harga Jual	6.000	-
Margin Pemasaran	2.000	33
Biaya Pemasaran	1.000	25
Margin Keuntungan	1.000	16

Sumber : Data Primer (2015)

Berdasarkan Tabel 1 diatas, harga pokok bunga potong *Heliconia caribeae* yang dijual oleh petani pertangkainya sebesar Rp. 1.799,- dimana harga ini dihitung dengan membagi total biaya produksi bunga potong *Heliconia caribeae* dengan volume penjualan bunga potong *Heliconia caribeae* kemudian petani menjual bunga potong *Heliconia caribeae* dengan harga Rp. 3.000,-/tangkai kepada pedagang pengumpul yang datang langsung membeli bunga potong ke lahan pertanian. Margin pemasaran untuk petani bunga potong *Heliconia caribeae* yang menjual ke pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp. 1.201,-/tangkai atau dengan persentase margin pemasaran sebesar 40%, untuk margin keuntungan yang diterima petani bunga potong *Heliconia caribeae* sama seperti margin pemasaran yaitu sebesar 40%.

Tabel 2 menunjukkan harga beli bunga potong *Heliconia caribeae* yang dibeli pedagang pengumpul kepada petani sebesar Rp. 3.000,-/tangkai. Kemudian pedagang pengumpul menjual dengan harga Rp. 4.000,-/tangkai kepada pedagang pengecer langganan mereka. Biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul yaitu untuk transportasi dan perawatan box sebesar Rp. 500,-/tangkai (16%). Margin keuntungan yang dimiliki dari pedagang pengumpul sebesar 12% dari harga jual yaitu sebesar Rp. 500,-/tangkai. Margin pemasaran yang dimiliki pedagang pengumpul

bunga potong *Heliconia caribeae* yang menjual ke pedagang pengecer yaitu sebesar Rp. 1.000,-/tangkai dengan persentase margin pemasaran sebesar 25%.

Pada Tabel 3, biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 1.000,-/tangkai, dimana biaya tersebut adalah biaya untuk penyimpanan, air dan pengemasan. Harga beli dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 4.000,-/tangkai dan harga jual pertangkainya yaitu Rp. 6.000,-. Margin pemasaran dari pedagang pengecer sebesar 33%. Dari biaya pemasaran tersebut pedagang pengecer mengambil keuntungan yaitu sebesar Rp. 1.000,-/tangkai. Analisis margin pemasaran pada pola rantai nilai II dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Margin Pemasaran dan Margin Keuntungan Petani Bunga Potong *Heliconia caribeae* ke Konsumen

No	Konsumen	Harga Pokok	Harga Jual ke Konsumen	Margin Pemasaran		Margin Keuntungan	
				(Rp/Tangkai)	(%)	(Rp/Tangkai)	(%)
1	Konsumen 1	Rp. 1.799	Rp. 5.000	Rp. 3.201	64	Rp. 3.201	64
2	Konsumen 2	Rp. 1.799	Rp. 5.000	Rp. 3.201	64	Rp. 3.201	64

Sumber : Data Primer (2015)

Hasil perhitungan margin pemasaran dan margin keuntungan pada Tabel 4 diatas menjelaskan bahwa petani bunga potong *Heliconia caribeae* menjual bunga potong ke konsumen dengan harga Rp. 5.000,-/tangkai. Konsumen datang langsung membeli bunga potong ke lahan pertanian. Margin pemasaran untuk petani bunga potong *Heliconia caribeae* yang menjual ke konsumen yaitu sebesar Rp. 3.201,-/tangkai dengan persentase margin pemasaran sebesar 64%, sama dengan margin keuntungan yang di dapatkan petani yaitu sebesar 64% karena tidak ada biaya pemasaran.

Dari analisis margin pemasaran pola rantai nilai I dan pola rantai nilai II diatas, maka dapat dibandingkan bahwa petani bunga potong *Heliconia caribeae* yang memiliki margin pemasaran dan margin keuntungan lebih besar adalah petani pada pola rantai nilai II dimana petani yang menjual bunga potong *Heliconia caribeae* langsung kepada konsumen. Petani akan menerima sebanyak 64% margin pemasaran dan margin keuntungan apabila menjual langsung kepada konsumen daripada menjual ke pedagang pengumpul hanya menerima 40% margin pemasaran dan margin keuntungan. Walaupun begitu, petani akan lebih untung menjual ke pedagang pengumpul karena pedagang pengumpul secara terus menerus membeli ke petani, berbeda dengan konsumen yang tidak selalu datang membeli hanya sesekali saja membeli ke lahan pertanian.

Pada garis besarnya pelaku tata niaga bunga potong *Heliconia caribeae* di Desa Kerta menggunakan pola rantai nilai yaitu: petani bunga potong *Heliconia caribeae* ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Hasil analisis margin pemasaran yang terdiri dari biaya yang dibutuhkan pelaku pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diterima oleh para pelaku pemasaran pada setiap rantai tata niaga pemasaran

komoditas bunga potong *Heliconia caribeae* yang paling dominan di Desa Kerta. Persentase margin pemasaran untuk pola rantai nilai I dari setiap pelaku tata niaga rantai nilai bunga potong *Heliconia caribeae* dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Persentase Margin Pemasaran Pelaku Tata Niaga Pola Rantai Nilai I Bunga Potong *Heliconia caribeae*

Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa pada pola rantai nilai I dimana petani yang menjual bunga potong *Heliconia caribeae* dengan harga Rp. 3.000,-/tangkai ke pedagang pengumpul memiliki margin pemasaran tertinggi yaitu sebesar 40%. Sedangkan margin pemasaran tertinggi kedua pada pola rantai nilai I terjadi pada pedagang pengecer yaitu 33% dengan menerima keuntungan sebesar Rp. 1.000,-/tangkai dan margin pemasaran terendah berada pada pedagang pengumpul yaitu sebesar 25% dengan keuntungan yang di dapatkan oleh pedagang pengumpul adalah 500,-/tangkai. Persentase margin pemasaran untuk pola rantai nilai II dapat dilihat pada Gambar 3.

Gambar 3. Persentase Margin Pemasaran Pelaku Tata Niaga Pola Rantai Nilai II Bunga Potong *Heliconia caribeae*

Pada Gambar 3, margin pemasaran untuk petani ke konsumen langsung sebesar 64%, dimana petani menjual bunga potong *Heliconia caribeae* dengan harga Rp. 5.000,-/tangkai kepada konsumen. Perbandingan margin pemasaran pada pola rantai nilai pertama dan kedua untuk petani bunga potong *Heliconia caribeae* yang terbesar yaitu pada pola rantai nilai kedua (64%) dimana petani menjual langsung bunga potong *Heliconia caribeae* kepada konsumen dengan harga Rp. 5.000,-/tangkai. Pada pola rantai nilai pertama petani hanya menerima margin pemasaran sebesar 40% dimana petani hanya menjual bunga potong *Heliconia caribeae* sebesar Rp. 3.000,-/tangkai kepada pedagang pengumpul yang datang ke lahan pertanian langsung. Meski demikian, pola rantai nilai yang sering digunakan oleh petani bunga potong *Heliconia caribeae* adalah pola rantai nilai yang pertama, karena pedagang pengumpul selalu datang membeli bunga potong *Heliconia caribeae* kepada petani untuk dijual kembali kepada pedagang pengecer. Sedangkan, untuk konsumen yang membeli langsung tidak selalu datang untuk membeli bunga potong *Heliconia caribeae*. Banyaknya pelaku dalam tata niaga akan menyebabkan besarnya biaya pemasaran, sehingga ada bagian yang harus dikeluarkan sebagai keuntungan pelaku tata niaga. Keadaan ini

cenderung memperkecil bagian yang seharusnya diterima oleh petani dan memperbesar biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

Hasil perhitungan nilai tambah pada setiap pola rantai nilai dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4. Nilai tambah setiap pola rantai nilai merupakan jumlah dari biaya pemasaran dengan margin keuntungan yang diperoleh dari masing –masing pelaku rantai nilai. Pedagang pengumpul menerima nilai tambah sebesar Rp. 1.000/tangkai dan pedagang pengecer menerima nilai tambah sebesar Rp. 2.000/tangkai.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Nilai Tambah Bunga Potong *Heliconia caribeae*

Pelaku	Nilai Tambah (Rp/tangkai)
Pedagang Pengumpul	1.000
Pedagang Pengecer	2.000

Sumber : Data primer (2015)

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Budidaya bunga potong *Heliconia caribeae* di Desa Kerta dimulai dari tahun 2002, dan sampai saat ini telah memiliki lima kelompok tani yang aktif dengan jumlah anggota 86 orang. *Heliconia* yang dibudidayakan memiliki lebih dari 15 jenis varietas. Panen dilakukan selama dua minggu sekali dan sekali panen bisa menghasilkan 300 bunga potong. Bunga potong *Heliconia* yang paling mahal yaitu bunga potong *Heliconia* jenis *caribeae*. Satu tangkainya dijual sebesar Rp. 3.000,-/tangkai untuk pedagang pengumpul dan untuk konsumen langsung dijual dengan harga Rp. 5.000,-.
2. Pola rantai nilai bunga potong di Desa Kerta ditemukan dua saluran, yaitu: *pertama*, dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen; *kedua*, dari petani ke konsumen. Pola rantai nilai yang sering digunakan adalah saluran distribusi yang pertama, yaitu dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen.
3. Nilai tambah dari setiap pola rantai nilai yaitu pedagang pengumpul memiliki nilai tambah sebesar Rp.1.000,-/tangkai, dan pedagang pengecer sebesar Rp.2.000,-/tangkai.

SARAN

1. Petani dapat memilih pola rantai nilai II dimana petani memiliki margin keuntungan tertinggi dengan menjual ke konsumen daripada pada pola rantai nilai I karena lebih menguntungkan bagi petani. Namun, petani harus tetap mengutamakan pola rantai nilai I karena volume penjualan pada pola rantai nilai I lebih besar dan kontinyu daripada pola rantai nilai II.

2. Petani dapat memilih jalur distribusi yang menghasilkan margin pemasaran terbesar yaitu pedagang pengecer karena akan menguntungkan bagi petani dalam pemasaran bunga potong *Heliconia caribeae*.
3. Petani dapat menjalin kerjasama yang baik dengan lembaga pemasaran untuk memperoleh informasi perkembangan harga serta terjadinya penyaluran produk yang selaras sehingga tidak adanya monopoli harga dalam sistem saluran pemasaran komoditas bunga potong Heliconia.

DAFTAR PUSTAKA

Ali, M. 1987. Penelitan Kependidikan Prosedur dan Strategi. Angkasa, Bandung.

Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Provinsi Bali. 2014. Hasil Produksi Bunga Potong *Heliconia* di Bali pada Tahun 2014. Denpasar. Bali

Gunawan, I.M. 2009. Profil Desa dan Kelurahan. Direktorat Jenderal Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Departemen dalam Negeri, Bali.

Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran. Penerbit PT. Ikrar. Mandiri Abadi, Jakarta.

Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3S, Jakarta.

Okun D.T., Chairman, J.A Hillman, V. Chairman, L.M Bragg, M.E Miller, and S. Koplan. 2003 Industry and Trade Summary Cut Flowers. United States International Trade Commission. Washington, DC.

Pangemanan, L., G. Kapantow, dan M. Watung. 2011. Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong. ASE, 7 (2) : 5 – 14.

Rukmana, R.H. 1997. Budidaya dan Pascapanen Ubi Jalar. Kanisius, Yogyakarta.

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

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian. Alfabeta, Bandung.

Sukayana, M., D.P Darmawan, dan U. Wijayanti. 2013. Rantai Nilai Komoditas Kentang Granola di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. E-*jurnal* Agribisnis dan Agrowisata 2 (3) : 99 - 108.

Wediyanto, A. 2009. Pedoman Umum Pengembangan Cluster Tanaman Hias Bali. Direktorat Budidaya Tanaman Hias. Jakarta.

RANTAI NILAI BUNGA POTONG Heliconia caribaea

ORIGINALITY REPORT

10%	9%	0%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Udayana University Student Paper	2%
2	sulutiptek.com Internet Source	1%
3	journal.ipb.ac.id Internet Source	1%
4	massofa.wordpress.com Internet Source	1%
5	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	1%
7	winnyalnamarlina.blogspot.com Internet Source	1%
8	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
9	pustaka.unpad.ac.id Internet Source	<1%

10	www.scielo.org.mx Internet Source	<1%
11	issuu.com Internet Source	<1%
12	snyube2013.pnl.ac.id Internet Source	<1%
13	www.unud.ac.id Internet Source	<1%
14	lkpm-proumedia.blogspot.com Internet Source	<1%
15	as-roni.blogspot.com Internet Source	<1%
16	www.untika.ac.id Internet Source	<1%
17	rayvictory.wordpress.com Internet Source	<1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE MATCHES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	OFF		