

## Saluran Pemasaran Tanaman Hias di CV. Djuffal Florist Kecamatan Bumiaji Kota Batu

<sup>1)</sup>Moch Rohmawan <sup>3)</sup>Novita Lidyana

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Panca Marga Probolinggo

\*Email: [rohman00@gmail.com](mailto:rohman00@gmail.com) <sup>2</sup> [novitalidyana@upm.ac.id](mailto:novitalidyana@upm.ac.id)

### ABSTRAK

Pemasaran adalah kegiatan menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen dengan berbagai cara seperti saluran pemasaran. Di Indonesia kebutuhan tanaman hias atau permintaan tanaman hias meningkat. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran Pemasaran yang dilakukan oleh CV Djuffal Floris. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. CV. Djuffal Floris bergerak dibidang produksi dan pemasok tanaman hias di Kota Batu. Jenis tanaman hias yang di produksi CV. Djuffal Florist Kota Batu diantaranya adalah bunga dan daun potong seperti bunga Gerbera, Anyelir, daun *Leather Leaf* dan Ruskus. Saluran pemasaran di CV. Djuffal Florist menggunakan bentuk saluran langsung dan tidak langsung. Karena CV. Djuffal Florist merangkap bagian menjadi Petani sekaligus Pemasok. Sebagai Petani CV. Djuffal Florist memproduksi Tanaman hias. Tanaman hias tersebut di jual kepada pemasok dan dijual kepada konsumen langsung. Sebagai Pemasok CV. Djuffal Florist juga membeli kepada petani dan pemasok lain untuk disalurkan kepada konsumen yang membutuhkan.

**Kata Kunci** : Saluran:Pemasaran; tanaman hias

### ABSTRACT

*Marketing is the activity of channeling products from producers to consumers in various ways such as marketing channels. In Indonesia the need for ornamental plants or the demand for ornamental plants is increasing. The purpose of this study is to find out the Marketing channels carried out by CV Djuffal Floris. The analysis method used in this study is a qualitative method. CV. Djuffal Floris is engaged in the production and supplier of ornamental plants in Batu City. Types of ornamental plants produced CV. Djuffal Florist of Batu City include flowers and cut leaves such as Gerbera flowers, Carnations, Leather Leaf leaves and Ruskus. Marketing channels on CV. Djuffal Florist uses the form of direct and indirect channels. Because of CV. Djuffal Florist concurrently serves as a Farmer as well as a Supplier. As a CV Farmer. Djuffal Florist produces Ornamental plants. Such ornamental plants are sold to suppliers and sold to direct consumers. As a CV Supplier. Djuffal Florist also buys to farmers and other suppliers to distribute to consumers in need.*

*Keywords* : Marketing Channels; houseplants

*Submitted : 02 June 2022 Revision : 27 June 2022 Accepted : 30 June 2022*

### PENDAHULUAN

Produksi tanaman *Florikultura* (Hias) pada tahun 2020 di Jawa Timur mencapai hingga 121.181.724,00 (tangkai) Krisan, Gerbera mencapai 175.227,00 (tangkai), Anyelir mencapai 210.217,00 (tangkai), BPS Indonesia. Dari data yang ada di BPS menunjukkan bahwa produksi Tanaman hias di Jawa Timur cukup besar. Tidak menuntut kemungkinan bahwa produksi yang besar akan terbuang sia-sia, oleh

sebab itu saluran pemasaran dibutuhkan dalam hal ini untuk menyalurkan barang dari tempat yang mempunyai banyak bahan ketempat yang membutuhkan bahan.

Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan. Nilai keindahan itu sendiri dilihat dari warna daun, bentuk, warna bunga maupun tajuk yang sering digunakan sebagai hiasan. Seperti penghias gedung perkantoran, ruangan yang ada dirumah-rumah ataupun

sebagai penghias pekarangan (Kusuma, dkk 2021).

Pemasaran adalah kegiatan menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen dengan berbagai cara seperti saluran pemasaran. Di Indonesia kebutuhan tanaman hias atau permintaan tanaman hias meningkat. Kebutuhan tanaman hias meningkat sampai 15 persen hingga 20 persen pada tahun 2012 (Ernita, dkk 2018). Tidak dapat dipungkiri jika ada peningkatan dalam memenuhi permintaan pasti ada potensi yang menjanjikan bila dibuat bisnis. Variasi permintaan tanaman hias berbeda-beda, ada yang berupa bunga potong, daun potong bahkan tanaman dalam pot. Pemasaran tanaman hias sangat cepat perpindahannya dari produsen ke konsumen yang kerap terjadi di kota besar misalnya, Surabaya, Bandung, dan Denpasar. Tanaman hias juga dapat perhatian dari pelaku usaha dalam bidang dekorasi dan buket. Selain itu tanaman hias juga digunakan untuk upacara adat dan upacara pemakaman.

Saluran pemasaran Tanaman hias juga menentukan keberhasilan pemasaran. Selain produk yang baik dan harga menjangkau, tempat saluran pemasaran juga berpengaruh terhadap berjalannya usaha. Tidak hanya itu, promosi atau pemasangan iklan juga dapat menarik pembeli agar memasuki saluran pemasaran yang dibuat. Entah itu dari Produsen langsung memasarkan ke konsumen ataupun memanfaatkan perantara agar sampai kepada konsumen.

CV. Djuffal Floris bergerak dibidang produksi dan pemasok tanaman hias di Kota Batu. Jenis tanaman hias yang di produksi CV. Djuffal Florist Kota Batu diantaranya adalah bunga dan daun potong seperti bunga Gerbera, Anyelir, daun *Leather Leaf* dan Ruskus. Tanaman hias yang di produksi CV. Djuffal Florist akan dijual kepada pemasok lain atau bisa juga langsung kepada konsumen yang membutuhkan dengan mengandalkan banyaknya relasi dan juga melalui media social WhatsApp. Sebelum tahun 2020

semenjak *Covid 19* masuk ke Indonesia, pengiriman tanaman hias CV. Djuffal Florist masih rutin dilakukan meskipun antar Provinsi, misalnya pengiriman tanaman hias kepada pemasok langganan CV. Djuffal Florist yang berada di Provinsi Bali. Tetapi semenjak *Covid 19* masuk ke Indonesia CV. Djuffal Florist mengalami kesulitan untuk pengiriman barang. Selain itu terdapat masalah karena menemui pemasok bunga yang tidak bertanggung jawab atas transaksi pembayaran dengan alasan bayar tagihan tidak tepat waktu yang dijanjikan. Dari pengalaman yang didapat dari tahun sebelumnya hingga sekarang CV. Djuffal Florist menyalurkan bahan hanya kepada pemasok langganan yang dipercayai saja, misalnya pemasok tanaman hias yang ada di Kota Batu, dan yang diluar Kota Batu hanya pemasok yang dianggap baik saja yang dilayani, dan menerapkan sistem ada uang ada barang

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan adalah data sekunder dan primer. Data primer didapatkan melalui interview, observasi, dokumentasi dari hasil pengamatan yang dilakukan penulis di tempat penelitian. Sedangkan data sekunder didapatkan dari data yang dimiliki oleh CV. Djuffal Floris serta data eksternal

### **Metode Analisis Data**

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif karena hasil yang diperoleh mampu memberikan informasi serta gambaran tentang Saluran Pemasaran dar CV. Djuffal Florist.

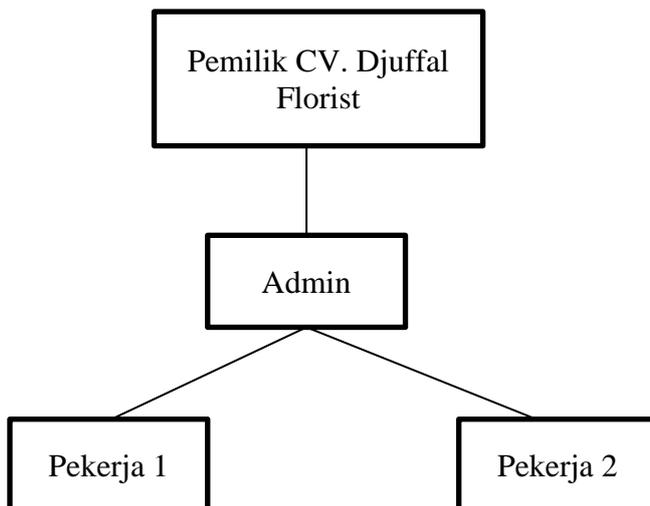
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Perusahaan**

CV. Djuffal Florist terletak di Desa Bulukerto Kecamatan Bumiaji Kota Batu Jawa Timur. CV. Djuffal Florist berdiri sejak tahun 2010 dengan menyewa lahan dari hasil kerja sama sistem bagi hasil dengan pemilik lahan. Letak lahan CV. Djuffal Florist berada di Desa

Sumbergondo Kecamatan Bumiaji Kota Batu dengan luas lahan kurang lebih 4000 meter persegi. Signature produk dari CV. Djuffal Florist yaitu berupa bunga potong Gerbera dengan alasan masih sedikitnya petani yang memproduksi bunga potong Gerbera didaerah tersebut. Selain Gerbera CV. Djuffal Florist juga memproduksi tanaman Krisan, Rosida, Anyelir, Ruskus, *Leather leaf*, *Philo*.

CV. Djuffal Florist dikelola oleh Bapak Eko Wiyanto sebagai pemilik, dibantu oleh Ibu Rokhmiyati (Istrinya) dan mempunyai dua orang pekerja yang membantu pekerjaan di lahan. Selain berperan sebagai petani, CV. Djuffal Florist juga merangkap sebagai pemasok bunga dan daun potong. Berikut struktur organisasi di CV. Djuffal Florist :



Gambar 1. Struktur Organisasi

Alasan CV. Djuffal Florist memilih menjadi petani dan juga pemosok adalah agar CV. Djuffal Florist mampu bertahan dari *predatory dumping* yang memanfaatkan permainan harga pasar untuk menjatuhkan pesaing usaha dibidangnya. Produksi CV. Djuffal Florist antara lain Gerbera, Anyelir, Krisan, *Philo*, *Leather Leaf*, *IV*, Andong, Daun Cinta, Ruskus, Sirih Belanda, dan Anggrek. Selain memproduksi sendiri CV. Djuffal Florist juga membeli dari pemasok lain untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan Konsumen. Bunga dan daun potong hasil produksi sendiri atau dari pemasok lain akan di proses lagi dengan

dikemas sederhana menjadi satu ikat (berisi sepuluh tangkai bunga dan daun potong) yang akan dijual pada pemasok lainnya dan konsumen. Sedangkan pemasok lainnya akan menjual kepada konsumen. Konsumen yang membeli bunga dan daun potong pada umumnya digunakan untuk dekorasi. Berikut adalah contoh gambar kemasan bunga dan daun potong di CV. Djuffal Florist.



Gambar 2. Kemasan Bunga dan Daun Potong

CV. Djuffal Florist merupakan perusahaan yang berlokasi di Dusun Sengonan Kelurahan Sumber Gendo, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. CV. Djuffal Florist berdiri sejak tahun 2010 dengan bekerja sama menggunakan sistem bagi hasil. Kerjasama tersebut dilakukan oleh CV. Djuffal Florist dengan pemilik lahan. Dengan berjalannya waktu, CV. Djuffal Florist diberikan kesempatan untuk mengelola lahan tersebut oleh pemilik lahan karena alasan tertentu. Tentunya dengan kesepakatan lahan disewakan kepada CV. Djuffal Florist. Biaya sewa pertahun yaitu Rp. 24.000.000, dengan angsuran Rp. 2.000.000 perbulan. Berikut adalah kondisi lahan CV. Djuffal Florist.



Gambar 3. Kondisi Lahan CV. Djuffal Florist

CV. Djuffal Florist menurut hasil wawancara dan tanya jawab dengan pembimbing lapang bergerak di bidang tanaman hias yang merangkap sebagai Petani sekaligus pemasok bunga potong. Bunga potong yang diproduksi oleh CV. Djuffal Florist nantinya akan dijual kepada pemasok 1 untuk dijual kembali kepada konsumen, ada juga konsumen yang langsung membeli kepada petani dengan alasan harga lebih murah dari pada membeli di pasar. Berikut adalah harga tanaman hias yang ada di CV. Djuffal Florist dalam satu ikat yang berisi sepuluh tangkai :

- Gerbera (Rp 15.000 – Rp 18.000)
- Krisan (Rp 15.000 – Rp 16.000)
- Anyelir (Rp 25.000 – Rp 30.000)
- Ruskus (Rp 10.000 – Rp 12.000)
- *Leather Leaf* (Rp 5.000 – Rp 15.000)
- Andong (Rp 25.000 – Rp 30.000)
- *Philo* (Rp 20.000 – Rp 30.000)

- *Iv* (Rp 10.000 – Rp 20.000)
- Rosida (Rp 10.000 – Rp 30.000)
- Daun Cinta (Rp 10.000 – Rp 25.000)

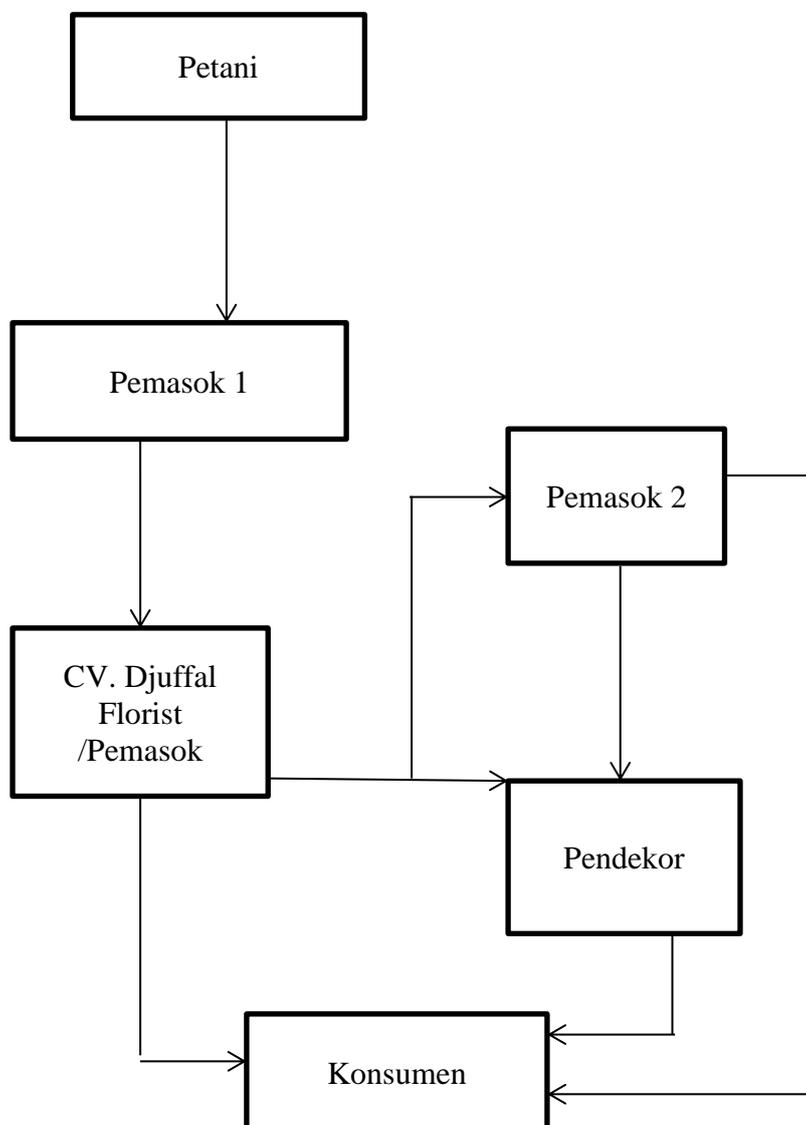
Harga tersebut tidak pasti karena melihat siapa pembelinya dan berapa banyak yang dibeli untuk ketetapan pelanggan dengan tujuan agar pembeli puas dengan pelayanan yang diberikan.

Sebagai pemasok tentunya CV. Djuffal Florist juga membeli produk yang tidak diproduksi kepada pemasok lain sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kepercayaan antar penjual dan pembeli tanaman hias menjadi modal utama dari CV. Djuffal Florist. Strategi yang digunakan CV. Djuffal Florist yaitu memonopoli pasar dengan tidak memberikan bibit tanaman mewah seperti anyelir yang menjadi keahlian dari pemilik CV. Djuffal Florist. Dengan tujuan agar tidak ditiru oleh petani lain. Sedangkan alasan memproduksi tanaman gerbera sebagai signatur dari produksi CV. Djuffal Florist karena minimnya petani sekitar yang memproduksi tanaman tersebut.

Pemilik CV. Djuffal Florist bertanggung jawab atas admin dan dua pekerjanya. Admin bertugas memasarkan produk melalui media sosial serta mengemas produk yang akan dijual. Sedangkan pekerja memiliki tugas untuk membantu mengurus lahan. Tugas pekerja tergantung dengan kebutuhan lahan seperti mengolah tanah sampai dengan membersihkan rumput dilahan. Jam kerja dari jam 07.00 hingga jam 12.00 WIB dan hari minggu libur kerja. Upah dari pekerja 1 yaitu Rp 50.000 dan pekerja 2 Rp 40.000 setiap harinya yang diberikan secara mingguan.

Saluran pemasaran di CV. Djuffal Florist menggunakan bentuk saluran langsung dan tidak langsung. Karena CV. Djuffal Florist merangkap bagian menjadi Petani sekaligus Pemasok. Sebagai Petani CV. Djuffal Florist memproduksi Tanaman hias. Tanaman hias tersebut di jual kepada pemasok dan dijual kepada konsumen langsung. Sebagai Pemasok CV. Djuffal Florist juga membeli kepada petani dan pemasok lain untuk disalurkan kepada konsumen yang membutuhkan. Berikut bagan saluran pemasaran yang ada di CV. Djuffal Florist :

**Saluran Pemasaran CV. Djuffal Florist**



Dari bagan saluran pemasaran yang ada di CV. Djuffal Florist kita bisa menentukan target pasar sasaran. Dengan tujuan agar keuntungan yang didapat secara maksimum. Atau kita bisa menambahkan peran saluran yang ada dari petani dan pemasok saja menjadi pendekor juga. Dan juga kita bisa memangkas saluran dengan memasarkan produk secara online agar produk langsung kepada konsumen dengan strategi pemasar melalui media sosial, *market place* dan *E-commerce*.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan diatas adalah sebagai berikut :

- Bentuk saluran pemasaran di CV. Djuffal Florist adalah bentuk saluran pemasaran langsung dan tidak langsung
- CV. Djuffal Florist ialah petani sekaligus pemasok tanaman hias yang berada di Kecamatan Bumiaji Kota Batu.
- Konsumen dari CV. Djuffal Florist terbanyak ialah Pemasok 1 dengan membeli untuk dijual lagi kepada pendekor.

### Saran

Harapan kedepan untuk CV. Djuffal Florist dari saluran pemasaran, selain merangkap menjadi petani sekaligus pemasok juga dapat mempertimbangkan untuk menjadi pendekor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Zainal, Skripsi 2015. "Saluran Pemasaran Dan Efisiensi Biaya Serta Pendapatan Usaha Tani Tembakau".  
<http://repository.unej.ac.id/bitstream>
- Aryanti RD. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias Pada Ciapus Nursery, Bogor Jawa Barat.
- Arifin Hadi Susilo, Nurhayati H.S. Arifin-cet 7 (edisi revisi)-Jakarta:Penebar Swadaya, 2005 iv + 172 hlm.; illus.; 23cm
- Haris Abdul 2016, "Manajemen Pemasaran". Surya Pena Gemilang, Malang-Jawa Timur.
- Marlina. 2016, "Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada Citra Bunga Garden Di Jalan Imam Bonjol Aceh Barat". Skripsi Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Aceh Barat. <http://repository.utu.ac.id>
- Puspasari Ernita Dian, Rosihan Asmara dan Fitria Dina Riana 2018 "Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong". (JEPa) Volume 1 No.2 Bulan Desember 2017.  
<http://jepa.ub.ac.id/index.php/jepa/article/view/12>
- Rahmawati, 2016."Manajemen Pemasaran", Mulawarman University PRESS. Samarinda, Kalimantan Timur.
- Sumarni Murti 2011, "MANAJEMEN PEMASARAN BANK". LIBERTY YOGYAKARTA, Yogyakarta 55112.
- Swastha Basu, 1996. "Azas-Azas Marketing". LIBERTY YOGYAKARTA, Yogyakarta 55112.
- Wahyu Andaru Novara, Grisna Anggadwita 2016 "Analisa Distribusi Produk Berbasis Teknologi Terhadap Rintisan Usaha Wallts". e-Proceeding of Management : Vol.3, No.3 December 2016/page 2655.  
<http://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3032/2877>