

ANALISIS NILAI TAMBAH DAN PEMASARAN ANGGREK USAHA TANAMAN HIAS DI KOTA PALU

Added Value Analysis and Marketing of Orchid plants in Palu

Hariyanti Ahmad¹⁾, Marhawati. M²⁾, Sulaeman²⁾

¹⁾Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.

²⁾Staf Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.

Email : riayanti_ahmad@yahoo.com

ABSTRACT

This study aims to determine how much added value can be created by producing fresh orchid flower, and which pattern of orchid marketing bring better benefit, and how much margin is obtained in every marketing pattern in Palu City . This study was conducted in July-August 2012 in the Palu, sampling was done intentionally on two ornamental plants merchants namely "Kartini Nursery" and "Esmeralda Orchid", and middleman from and outside Palu. The result showed that the added value of orchids to fresh flower bunches earned by "Kartini Nursery" is 23,917 IDR per product and 13,250 IDR by "Esmeralda Orchid". Marketing pattern namely pattern I which is from producer to retailers and to consumers meanwhile channel pattern II which is from producer to middleman from outside the region of Palu and then to consumer, and channel III that producer to retailers outside Palu region and to middleman and to consumers. Total margin on marketing pattern I is 50, 000 IDR per product, channel II 70, 000 IDR and pattern III is 80,000 per product, respectively. The marketing pattern of I was more efficient, this is because the marketing margin is lower than the marketing pattern of II and III.

Keywords : Orchid , Added Value, Marketing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar nilai tambah yang dapat diciptakan dengan adanya pelaku usaha anggrek menghasilkan bunga rangkaian anggrek, bagaimana saluran pemasaran yang diciptakan oleh pedagang tanaman hias, dan berapa margin yang diperoleh di setiap kelembagaan pemasaran yang ada di Kota Palu. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli-Agustus 2012 di Kota Palu dengan penentuan sampel menggunakan metode purposive yaitu 2 pelaku usaha tanaman hias "Nurseri Kartini" dan "Esmeralda Orchid", dan pedagang perantara yang ada di Kota Palu dan di luar Kota Palu. Hasil penelitian diperoleh bahwa nilai tambah anggrek menjadi bunga rangkaian anggrek yang diperoleh "Nurseri Kartini" sebesar Rp. 23.917,00/produk dan "Esmeralda Orchid" sebesar Rp. 13.250,00/produk. Saluran pemasaran yang terbentuk ialah pola saluran I, produsen dilanjutkan pedagang pengecer ke konsumen, pola saluran II, produsen dilanjutkan pedagang luar daerah Kota Palu ke konsumen dan saluran III, produsen ke pedagang pengecer dan dilanjutkan kembali pedagang luar daerah sampai ke konsumen. Total margin pada pola saluran I sebesar Rp. 50.000,00/produk, Pola saluran II sebesar Rp.70.000,00/produk dan Pola Saluran III sebesar Rp. 80.000,00/produk. Jika dilihat dari jumlah margin, terdapat biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh maka jalur pemasaran I merupakan saluran yang lebih efisien, hal ini dikarenakan margin pemasaran lebih kecil dibandingkan dengan pola saluran II dan III.

Kata kunci : Anggrek, Nilai Tambah, Pemasaran

PENDAHULUAN

Hortikultura berasal dari Bahasa Latin yang terdiri dari dua kata yaitu *hortus* (kebun) dan *culture* (bercocok tanam).

Umumnya budidaya hortikultura diusahakan lebih intensif dibandingkan dengan budidaya tanaman lainnya. Tanaman hortikultura memiliki berbagai fungsi dalam kehidupan manusia, misalnya tanaman hias berfungsi

untuk memberi keindahan (estetika), buah-buahan sebagai makanan, dan lain-lain.

Tanaman anggrek merupakan salah satu tanaman hias yang banyak dikenal oleh masyarakat luas. Jenis tanaman ini sebetulnya merupakan tumbuhan epifit, yang menempel pada tumbuhan lain, tetapi menghasilkan bunga yang sangat indah. Sejak dekade terakhir kegiatan usaha tanaman anggrek berkembang pesat di berbagai daerah Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting.

Kota Palu merupakan sentra produksi dan pemasaran anggrek di Sulawesi Tengah. Anggrek merupakan salah satu komoditi unggulan yang menjadi prioritas untuk dikembangkan di Kota Palu karena pengusahaan anggrek memiliki nilai tambah bila dibandingkan dengan usaha tanaman hias pada umumnya. Pelaku usaha yang memiliki manajemen produksi dan pemasaran yang baik akan lebih mudah dalam mencapai tujuan, selain itu adanya diversifikasi usaha produk yaitu dengan merangkai bunga anggrek akan meningkatkan usaha yang diikuti dengan meningkatkan pendapatan. Anggrek ialah tanaman hias yang banyak diminati oleh konsumen, sehingga anggrek dipilih menjadi komoditi dalam penelitian.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai tambah yang dapat diciptakan dengan adanya pelaku usaha anggrek menghasilkan rangkaian bunga anggrek?
2. Bagaimana bentuk saluran pemasaran bunga rangkaian anggrek di Kota Palu?
3. Berapa jumlah margin yang diperoleh masing-masing di lembaga pemasaran?

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis nilai tambah yang dapat di hasilkan dengan adanya pelaku usaha anggrek menghasilkan rangkaian bunga anggrek
2. Untuk mengetahui saluran pemasaran bunga rangkaian anggrek di Kota Palu
3. Untuk mengetahui jumlah margin yang diperoleh masing-masing dilembaga pemasaran

Kegunaan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi para pelaku usaha dalam menentukan pencapaian target penjualan.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran dan sebagai referensi bagi penelitian lain yang melakukan penelitian serupa.

BAHAN DAN METODE

Penentuan lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*), dipilih 2 pelaku usaha tanaman hias “Nursery Kartini” dan “Esmeralda Orchid” di Kota Palu dan pedagang perantara Kota Palu dan luar daerah Kota Palu, penelitian di lakukan pada bulan Juni-Agustus, 2012.

Pemilihan sampel (responden) dilakukan dengan menentukan sampel yaitu dengan penelusuran yang dilakukan memilih 2 pelaku usaha tanaman hias (perangkai bunga) dengan membandingkan besarnya jumlah produk yang dihasilkan, 1 responden pedagang pengecer dalam Kota Palu, dan 2 responden pedagang luar Kota Palu.

Teknik pengumpulan data primer melalui observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada pimpinan pelaku usaha tanaman hias (pemilik usaha dan tenaga kerja), pedagang pengecer dan pedagang luar Kota Palu. Data sekunder melalui studi kepustakaan melalui dokumen, terbitan dari instansi terkait seperti Dinas Pertanian, Badan Pusat Statistik dan lain-lain.

Analisis Data

Analisis Nilai Tambah. Kegiatan yang dilakukan pada pelaku usaha tanaman hias khususnya komoditi anggrek untuk menghasilkan rangkaian bunga anggrek mengakibatkan bertambahnya nilai pada komoditi bunga anggrek. Melihat pertambahan nilai dari bunga anggrek merubah bentuk menjadi bunga rangkaian anggrek dihitung dengan rumus yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Analisis Dekripsi-Kualitatif. Metode ini merupakan analisis yang menggambarkan

secara sistematik dan akurat bagaimana saluran pemasaran usaha tanaman hias berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari subyek yang diteliti.

Analisis Pemasaran. Perhitungan analisis margin pemasaran sebagai berikut: (Limbong dan Sitorus, 1987):

$$M_i = P_{ri} - P_{fi}$$

$$M_i = C_i + \pi_i$$

Keterangan:

M_i = Margin pemasaran pada lembaga ke-i (Rp/ bunga rangkai)
 P_{ri} = Harga tingkat eceran
 P_{fi} = Harga tingkat distributor
 C_i = Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga ke-i (Rp/bunga rangkai)
 π_i = Keuntungan pemasaran yang diperoleh lembaga ke-i (Rp/bunga rangkai)

Perhitungan presentase keuntungan terhadap biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran (Asmarantaka, 2009):

$$\text{Rasio antara keuntungan dan biaya} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100\%$$

Keterangan :

π_i = keuntungan lembaga pemasaran ke-i

C_i = biaya lembaga pemasaran ke

Untuk menentukan tingkat efisiensi pemasaran digunakan rumus *Product's share* sebagai berikut (Kohls dan Uhl, 1985):

$$P_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan:

P_s = *Product's Share*

P_f = Harga di tingkat distributor

P_r = Harga di tingkat lembaga pemasaran

Tabel 1. Prosedur Perhitungan Nilai Tambah menurut Metode Hayami (1987)

No.	Variabel	Nilai
Output, Input dan Harga		
1.	Output (Tangkai/bulan)	A
2.	Bunga anggrek (Tangkai/ bulan)	B
3.	Tenaga kerja (HOK/bulan)	C
4.	Faktor konversi	D = A/B
5.	Koefisien tenaga kerja	E = C/B
6.	Harga Output	F
7.	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	G
Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Tangkai)		
8.	Harga bunga anggrek	H
9.	Sumbangan input lain	I
10.	Nilai output	J = D x F
11a.	Nilai tambah	K = J-I-H
b.	Rasio nilai tambah	L% = (K/J) x 100%
12a.	Imbalan tenaga kerja	M = E x G
b.	Bagian tenaga kerja	N% = (M/K) x 100%
13a.	Keuntungan	O = K - M
b.	Tingkat keuntungan	P% = (O/K) x 100%
Balas Jasa dari Masing-masing Faktor Produksi		
17.	Marjin	Q% = (J-H)
a.	Imbalan tenaga kerja	R% = (M/Q) x 100%
b.	Sumbangan input lain	S% = (I/Q) x 100%
c.	Keuntungan	T% = (O/Q) x 100%

Sumber : Havami. 1987

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Palu merupakan ibukota Provinsi Sulawesi Tengah. Letak Kota Palu berbentuk memanjang dari timur ke barat terdiri dari dataran rendah, dataran bergelombang dan dataran tinggi.

Iklim merupakan faktor penentu keberhasilan suatu usaha dibidang pertanian. Kota Palu termasuk daerah yang dapat ditumbuhi oleh tanaman hias jenis anggrek, karena suhu udara yang rata-rata mencapai 26,6-27,1°C (BPS, 2011).

Usaha tanaman hias di Kota Palu merupakan suatu usaha yang banyak diminati oleh sektor agribisnis, hampir seluruh pelaku usaha tanaman hias di Kota Palu menjadikan lahan untuk usaha bunga di pekarangan rumahnya.

Tabel 1, menunjukkan masih terdapat sebagian pelaku usaha yang ada di Kota Palu. Tempat pelaku usaha yang akan diteliti yaitu “Nursery Kartini” dan “Esmeralda Orchid”.

Pelaku Usaha Nursery Kartini. Usaha “Nursery Kartini” berdiri sejak tahun 1970 di Pimpinan Ibu S.Ramondor. Pelaku usaha “Nursery Kartini” masih tergolong usaha Rumah Tangga. Pelaku Usaha “Nursery Kartini” merupakan usaha yang melakukan proses merangkai bunga anggrek kemudian dijual kepada konsumen. Tenaga kerja yang digunakan untuk merangkai sebanyak 3 orang tenaga kerja, sudah termasuk dengan pemilik usaha.

Pelaku usaha “Nursery Kartini” memperoleh bunga anggrek dari hasil pembelian bunga yang berada diluar Kota Palu (Jawa Barat). Alat yang digunakan dalam proses produksi yaitu gunting stek, keranjang bunga, *catter* atau pisau.

Pelaku Usaha Esmeralda Orchid. Usaha “Esmeralda Orchid” berdiri sejak tahun 1980, yang awalnya usaha ini ialah milik keluarga di bawah pimpinan ibu Konstantia kemudian diwariskan oleh anaknya untuk meneruskan usaha tersebut. Usaha “Esmeralda orchid” menggunakan tenaga kerja hanya sebanyak 2 orang tenaga kerja untuk merangkai bunga.

Pelaku usaha “Esmeralda Orchid” dalam proses pengadaan bahan baku juga menggunakan bunga anggrek, bahan baku

diperoleh dari pembudidayaan tanaman anggrek usaha “Esmeralda Orchid” ini sendiri. Alat yang digunakan dalam proses produksi yaitu gunting stek, keranjang bunga, *catter* atau pisau.

Proses Produksi. Kreatifitas tenaga kerja dalam merangkai bunga dengan proses produksi yang dilakukan antara lain pemetikan bunga, pemilihan bunga, menyiapkan wadah sebagai vas bunga, kemudian merangkai bagian daun terlebih dahulu dan dilanjutkan untuk merangkai bunga anggrek sesuai selera yang diinginkan konsumen.

Analisis Nilai Tambah. Komponen perhitungan nilai tambah bunga anggrek pada dua pelaku usaha “Nursery Kartini” dan “Esmeralda Orchid” dapat disajikan pada Tabel 2.

Tabel 3 menunjukkan output pada usaha “Nursery Kartini” sebesar 20 rangkaian bunga anggrek dengan bahan baku sebesar 60 tangkai bunga anggrek, dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar 48 rangkaian bunga anggrek dengan bahan baku sebesar 12 tangkai bunga anggrek. Nilai faktor konversi usaha “Nursery Kartini” sebesar 0,33 dan “Esmeralda Orchid” sebesar 0,25. Besar sumbangan input lain pada usaha “Nursery Kartini” sebesar Rp. 27.750,00/produk dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 21.750,00/produk. Harga output bunga rangkai di pelaku usaha sebesar Rp. 200.000,00.

Upah tenaga kerja pelaku usaha “Nursery Kartini” dan “Esmeralda Orchid” sebesar Rp 50.000,00/HOK. Tenaga kerja dalam proses produksi merangkai bunga usaha “Nursery Kartini” membutuhkan 3,40 HOK dan usaha “Esmeralda Orchid” membutuhkan 2,98 HOK.

Nilai koefisien tenaga kerja pada usaha “Nursery Kartini” sebesar 3,4 dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar 2,98. Nilai output “Nursery Kartini” sebesar Rp. 66.667,00 dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 50.000,00. Nilai tambah yang diperoleh usaha “Nursery Kartini” sebesar Rp. 23.917,00 dengan rasio nilai tambah sebesar 36% dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 13.250,00 dengan rasio nilai tambah sebesar 27%. Keuntungan usaha

“Nurseri Kartini” sebesar Rp. 21.083,00 dengan tingkat keuntungan sebesar 88% dan usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 10.146,00 dengan tingkat keuntungan sebesar 77%.

Margin pada usaha “Nurseri Kartini” sebesar Rp. 51666,67 terdiri dari 5% imbalan tenaga kerja, 54% sumbangan input lain dan 41% keuntungan. Usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 35000,00 terdiri dari imbalan tenaga kerja sebesar 9%, sumbangan input lain 62% dan 29% keuntungan.

Saluran Pemasaran. Saluran pemasaran bunga rangkaian melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer dan pedagang luar daerah. Secara umum terdapat saluran pemasaran untuk dua pelaku usaha

“Nurseri Kartini” dan “Esmeralda Orchid” yang berada didaerah Kota Palu.

Margin Pemasaran. Berdasarkan saluran pemasaran secara umum di Kota Palu. Perhitungan analisis margin pemasaran dapat disajikan pada tabel 4 :

Berdasarkan Tabel 4, pada pola saluran I yang terdiri dari produsen atau pelaku usaha dilanjutkan dengan pedagang pengecer. Margin pemasaran yaitu sebesar Rp. 50.000,00 persatu bunga rangkaian anggrek. Total biaya pemasaran yang ditanggung oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 27.000,00 antara lain terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 15.000,00 dan biaya pemeliharaan selama proses pemasaran sebesar Rp. 12.000,00. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 23.000,00 dengan rasio keuntungan sebesar 85% dan *Product's share* sebesar 80%.

Tabel 2. Sentra Produksi Tanaman Hias Unggulan di Kota Palu Tahun 2011

No.	Pelaku usaha	Pemilik	Tahun	Alamat
1	Nurseri Kartini	Ibu S.Ramondor	1970	Jl. Gg Watumapida No.6
2	Kembang Asri	Ibu Koniati	1997	Jl. Dewi Sartika No. 94
3	Krismalin Arseri	Bapak Gusti	2006	Jl. Watumarangga No. 51
4	Esmeralda Orchid	Ibu Konstantia	1980	Jl. Una-una No. 81
5	Usaha Tani Anggrek	Bapak Muder	1996	Jl. Elang II. Palu
6	Stratiotes	Ibu Margareta	2000	BTN Mutiara Blok E No. 1

Sumber : Dinas Pertanian Kehutanan dan Kelautan Kota Palu, 2012

Tabel 3. Perhitungan Analisis Nilai Tambah Pelaku Usaha Tanaman Anggrek Nurseri Kartini dan Esmarelda Orchid di Kota Palu, 2012

No.	Variabel	Nilai	
		Nurseri Kartini	Esmarelda Orchid
	Output, Input dan Harga		
1.	Output atau produksi (bunga rangkai/bulan)	20	12
2.	Bunga anggrek (Tangkai/bulan)	60	48
3.	Tenaga kerja (HOK/proses)	3,40	2,98
4.	Faktor konversi (1/2)	0,33	0,25
5.	Koefisien tenaga kerja (3/2)	0,06	0,06
6.	Harga Output (Rp/1 bunga rangkai)	200.000,00	200.000
7.	Upah rata-rata tenaga kerja (Rp/HOK)	50.000,00	50.000,00
	Pendapatan dan Keuntungan (Rp/Tangkai)		
8.	Harga bunga anggrek/produksi	15.000,00	15.000,00
9.	Sumbangan input lain	27.750,00	21.750,00
10.	Nilai output (4 x 6)	66.667,00	50.000,00
11a.	Nilai tambah (10-9-8)	23.917,00	13.250,00
b.	Rasio nilai tambah (11a/10 x 100%)	36%	27%
12a.	Pendapatan tenaga kerja (5x7)	2.833	3.104
b.	Bagian tenaga kerja (12a/11ax100%)	12%	23%
13a.	Keuntungan (11a-12a)	21.083,00	10.146,00
b.	Tingkat keuntungan (13a/11a x 100%)	88%	77%
	Balas jasa dari masing-masing faktor produksi		
17.	Marjin (10-8)	51666,67	35000,00
a.	Imbalan tenaga kerja (12a/17/100%)	5%	9%
b.	Sumbangan input lain (9/17/100%)	54%	62%
c.	Keuntungan (13a/17/100%)	41%	29%

Sumber : Data Primer Diolah 2012

Tabel 4. Analisis Margin dan Biaya Pemasaran di Lembaga Pemasaran Pelaku Usaha Tanaman Hias Bunga Anggrek, 2012

No	Uraian	Saluran I		Saluran II		Saluran III	
		Nilai (Rp)	%	Nilai (Rp)	%	Nilai (Rp)	%
1	distributor						
	harga jual	200.000		200.000		200.000	
2	pedagang pengecer						
	harga beli	200.000	20	-	-	200.000	15
	biaya pemasaran	27.000	54	-	-	25.000	71
	a. biaya transportasi	15.000	30	-	-	15.000	43
	b. pemeliharaan	12.000	24	-	-	10.000	29
	keuntungan	23.000	-	-	-	10.000	-
	total margin	50.000	-	-	-	35.000	-
	harga jual	250.000	-	-	-	235.000	-
	π/C_i	85%	-	-	-	40%	-
3	pedagang luar daerah						
	harga beli	-	-	200.000	26	235.000	16
	biaya pemasaran	-	-	45.000	64	32.500	72
	a. Transportasi	-	-	30.000	43	20.000	44
	b. pemeliharaan	-	-	10.000	14	10.000	22
	c. Pengemasan	-	-	5.000	7	2.500	6
	keuntungan	-	-	25.000	-	5.000	-
	total margin	-	-	70.000	-	45.000	-
	harga jual	-	-	270.000	-	280.000	-
	π/C_i	-	-	56%	-	15%	-
4	konsumen akhir	250.000		270.000		280.000	
	Total biaya pemasaran	27.000		45.000		57.500	
	Total Keuntungan	23.500		25.000		5.000	
	Total Margin	50.000		70.000		80.000	
	<i>Product's share</i>	80%		74%		71%	

Sumber : Data Primer Diolah 2012

Pola saluran II yang terdiri dari produsen dilanjutkan dengan pedagang luar daerah. Harga beli untuk satu produk bunga rangkai dari produsen ketingkat pedagang luar daerah sebesar Rp. 200.000,00. Total margin yang di peroleh pedagang luar daerah sebesar Rp. 70.000,00 persatu rangkai bunga anggrek. Biaya pemasaran sebesar Rp. 45.000,00 antara lain terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 30.000,00 biaya pemeliharaan sebesar Rp. 10.000,00 dan pengemasan sebesar Rp. 5.000,00. Keuntungan

yang diperoleh sebesar Rp. 25.000,00 dengan rasio keuntungan sebesar 56% dan *Product's share* sebesar 74%.

Pola saluran III yang terdiri dari produsen dan pedagang pengecer dilanjutkan kepedagang luar daerah. Harga beli ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 200.000,00 dan dilanjutkan kepedagang luar daerah sebesar Rp. 235.000,00 kemudian harga di konsumen akhir sebesar Rp. 280.000,00.

Margin pemasaran sebesar Rp. 35.000,00 persatu bunga rangkai anggrek.

Biaya pemasaran yang di tanggung oleh pedagang pengecer sebesar Rp. 25.000,00 antara lain terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 15.000,00 dan biaya pemeliharaan sebesar Rp. 10.000,00. Keuntungan yang di peroleh pedagang pengecer sebesar Rp. 10.000,00 dan rasio keuntungan sebesar 40%.

Pedagang luar daerah membeli kepada pedagang pengecer bunga rangkai anggrek sebesar Rp. 235.000,00 dan biaya pemasaran yang di tanggung oleh pedagang luar daerah sebesar Rp. 32.500,00 antara lain terdiri dari biaya transportasi sebesar Rp. 20.000,00 biaya pemeliharaan sebesar Rp. 10.000,00 dan pengemasan sebesar Rp. 2.500,00. Keuntungan yang di peroleh pedagang pengecer sebesar Rp. 5.000,00 dan rasio keuntungan sebesar 15%. Total biaya pemasaran pada pola saluran III sebesar Rp. 57.500 per satu rangkaian bunga anggrek, dan keuntungan sebesar Rp. 15.000,00. Total Marjin sebesar Rp. 80.000,00 dengan rasio keuntungan sebesar sebesar 55% dan *Product's share* 71%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Nilai tambah yang diperoleh pada pelaku usaha dengan menggunakan analisis nilai tambah, pelaku usaha “Nurseri Kartini”

sebesar Rp. 23.917,00 dan pelaku usaha “Esmeralda Orchid” sebesar Rp. 13.250,00 dari hasil perhitungan jumlah output selama satu bulan, input yang digunakan, tenaga kerja dan input lain.

Saluran pemasaran yang terlibat dalam penelitian ini antara lain pola saluran I yang terdiri dari produsen atau pelaku usaha dilanjutkan ke pedagang pengecer, pola saluran II yang terdiri dari produsen atau pelaku usaha, dilanjutkan ke pedagang luar daerah dan pola saluran III yang terdiri dari produsen atau Pelaku usaha dilanjutkan pedagang pengecer lalu lanjut kepedagang luar daerah.

Total Margin yang diperoleh untuk masing-masing lembaga pemasaran adalah pada pola saluran I margin yang diperoleh sebesar R. 50.000,00. Pada pola saluran II margin yang diperoleh sebesar Rp. 45.000,00 dan pada pola saluran III total margin yang diperoleh sebesar Rp. 57.000,00.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku usaha tanaman anggrek yang ada di Kota Palu, lebih meningkatkan kualitas bentuk bunga rangkaian anggrek agar dapat menarik konsumen dan harga bunga anggrek lebih tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha tanaman hias di Kota Palu.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, Ratna W. 2009. *Pemasaran Produk-produk Pertanian*. Di dalam Dresthy Aulia Estefan, editor. Bunga Rampai Agribisnis. Bogor: IPB Press.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Tengah, 2011. *Pertumbuhan Ekonomi Sulawesi Tengah 2011*.
- Dinas Pertanian, Kehutanan dan Kelautan Kota Palu, 2012. Hortikultura. Palu.
- Hayami Y., Thosinori, M., dan Masdjidin S., 1987. *Agricultural Marketing and Processing in Upland Java: A prospectif From A Sunda Village*. Bogor
- Kohls, Richard L. And Joseph N. Uhl. 1985. *Marketing of Agricultural Products*. Purdue University. Macmillan Publishing Company. New York
- Limbong, W.H. dan P. Sitorus. 1987. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.