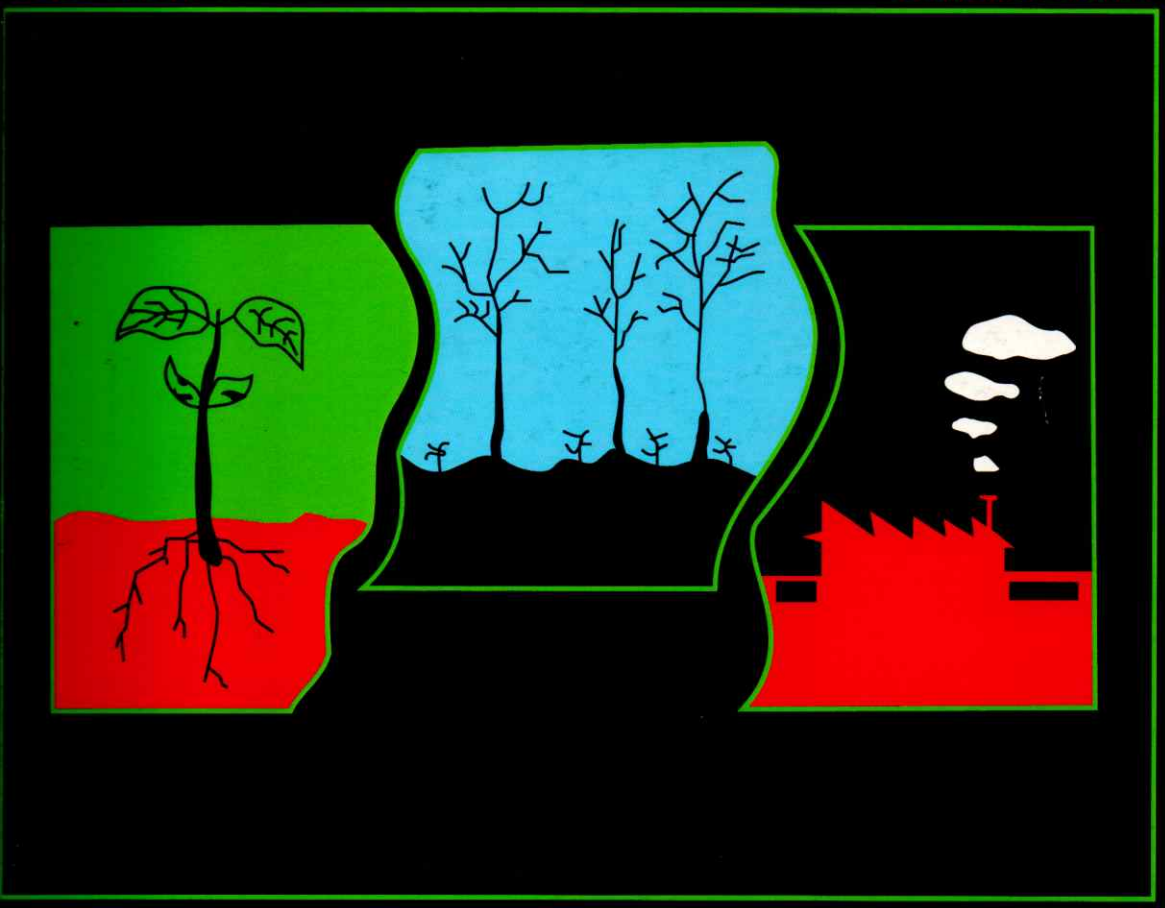
ISSN : 0852-8772

BULETIN ILMIAH

INSTIPER

VOL. 15 No. 2 OKTOBER 2008



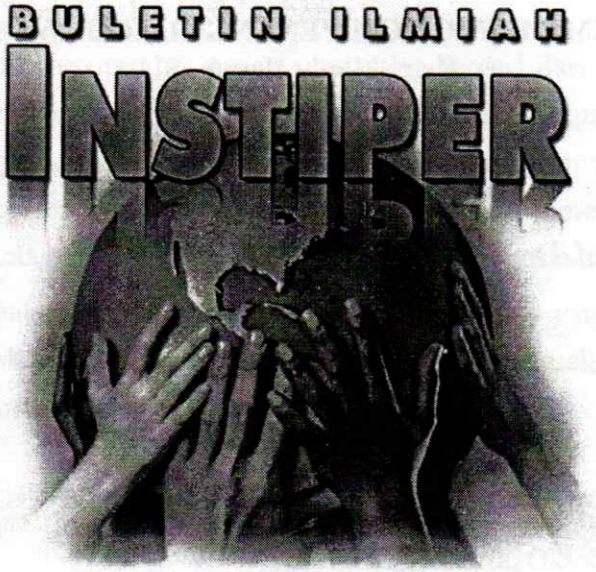
INSTITUT PERTANIAN STIPER YOGYAKARTA
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT

Jl. Nangka II, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telp. (0274) 885477, 885478, 885580 Fax. (0274) 885479

Vol. 15 No. 2 | Oktober 2008

BULETIN ILMIAH

INSTIPER



ISSN: 0852-8772

BULETIN ILMIAH INSTIPER

Diterbitkan oleh:

LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)
INSTITUT PERTANIAN STIPER (INSTIPER)
YOGYAKARTA

Terbit dua kali setahun: April dan Oktober

PELINDUNG/PENGARAH
Rektor INSTIPER

PEMIMPIN UMUM/PENANGGUNG JAWAB
Ir. Retni Mardu Hartati, SU.

Dewan Redaksi
Prof. Dr. Ir. H. Soemartono
Prof. Dr. Ir. Budi Raharjo, M.Sc.
Prof. Dr. Ir. H. Moch Sambas Sabarnurdin, M.Sc.
Dr. Ir. Herry Wirianata, MS.
Dr. Ir. A. Ayiek Sih Sayekti, MP.

Mitra Bestari
Prof. Dr. Ir. T. Agus Prayitno, MF.
Prof. Dr. Ir. H. Masyhuri

Redaktur Pelaksana
Ir. H. Sugeng Wahyudiono, MP.

Pembantu Pelaksana:
Teguh Widjajanto, S.Hut
Ruspartinah

Alamat Redaksi
LPPM INSTIPER
Jl. Nangka II, Maguwoharjo, Depok, Sleman, Yogyakarta
Telp (0274) 885477, 885478, 885580 Fak. (0274) 885479
Email: lppm@instiperjogja.ac.id
Homepage: http//www.instiperjogja.ac.id

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan YME, Buletin Ilmiah Instiper Volume 15 Nomor 2 periode Oktober 2008 telah terbit.

Buletin Ilmiah Instiper pada periode ini memuat kajian tentang karet, anggrek, gula dan papan serat dari campuran limbah kayu serta metode sampling, areal model sosial forestry.

Komoditas karet ada dua jenis yaitu karet rakyat dan karet alam, komoditas anggrek mengkaji analisis usaha dibanding dengan non anggrek, gula mengkaji masalah elastisitas produksi dan efisiensi harga.

Di bidang kehutanan produk papan serat yang berasal dari campuran limbah kayu dilakukan pengaturan pH pulp agar dapat menghasilkan papan serat yang baik, artikel kedua membandingkan beberapa metode sampling agar memperoleh hasil taksiran luas bidang dasar yang cermat dan artikel yang terakhir mengkaji areal model sosial forestry di Kabupaten Gunung Kidul terhadap pendapatan masyarakat.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada semua pihak yang telah membantu hingga Buletin Ilmiah Instiper ini dapat terbit, semoga bermanfaat.

Yogyakarta, Oktober 2008

Redaksi

BULETIN ILMIAH INSTIPER

Volume 15. No. 2 | Oktober 2008 ISSN: 0852-8772

DAFTAR ISI

Kata Pengantar 3

Daftar Isi 4

Keragaan Usahatani Karet Rakyat di Kabupaten Rokan Hulu Riau
The Porformance of Smallholder Rubber Farms in The Rokan Hulu Regency Riau
Tri Endar Suswatiningsih 6

Profil Karet Alam Indonesia
Profile of Natural Rubber Indonesia
Danang Manumono 15

Analisis Usaha Tanaman Hias Anggrek dan Non Anggrek di Provinsi D.I. Yogyakarta
Analysis of Orchid and Non Orchid Ornamental Plant Business in D.I. Yogyakarta Province
Fitri Kurniawati 27

Efisiensi Produksi Gula di Pabrik Gula PT. Madu Baru Yogyakarta
Sugar Production Efficiency In The Sugar Factory PT. Madu Baru Yogyakarta
Ken Suratiyah, dkk 41

Perbedaan Metode Sampling Terhadap Taksiran Luas Bidang Dasar
Sampling Method Difference In Their Basal Area Estimates
Tatik Suhartati 63

Pengaruh Pengaturan pH Pulp Terhadap Sifat Papan Serat Kerapatan Sedang dari Campuran Limbah Kayu
Effect of pH Regulation of Pulp PropertiesMedium Density Fiber Board of Mixed Waste Wood
Hastanto Bowo Woesono 75

Pengaruh Areal Model Social Forestry Terhadap Pendapatan Petani dan Analisis Faktor-faktor Sosial Ekonomi yang Mempengaruhinya di RPH Candi, BDH Karangmojo, Dinas Kehutanan dan Perkebunan Daerah Istimewa Yogyakarta.
The Influence Area of Model Social Forestry To Farmers Income and Analysis Socioeconomic Factors Affecting at RPH Candi, BDH Karangmojo, Department of Forestry and Plantations Province of Daerah Istimewa Yogyakarta.
Sugeng Wahyudiono, dkk..... 86

Analisis Usaha Tanaman Hias Anggrek dan Non Anggrek di Provinsi D.I. Yogyakarta

Analysis of Orchid and Non Orchid Ornamental Plant Business in D.I. Yogyakarta Province

Oleh **Fitri Kurniawati**
Staf Fakultas Pertanian Instiper Yogyakarta

ABSTRACT

The study was conducted to determine the income of farmers and orchid retailers, farmers' income and non-orchid retailers, business feasibility and marketing channels as well as identify problems and constraints affecting the development of ornamental plants in the province of Yogyakarta.

Results showed that plants that is a trend is Adenium, Aglaonema, Anthorium, Euphorbia, sanseviera and Orchid. The average income of farmers and non-orchid retailers larger than orchid growers and retailers.

Marketing channels which occur very simple, from farmers to consumers and from farmer to retailer to consumer. In an attempt farmers and retailers to deal with factors inhibiting factors which include capital, production and marketing.

***Keywords**: Ornamental Plants, Farmers, Merchants.*

PENDAHULUAN

Tanaman hias merupakan tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan daya tarik tertentu serta mempunyai nilai ekonomis untuk keperluan hiasan di dalam dan di luar ruangan.

Pada masa kini kegiatan usaha tanaman hias berkembang di berbagai daerah di Indonesia dan berperan menjadi pusat pertumbuhan ekonomi yang cukup penting.

Berkembangnya kegiatan usaha tanaman hias di dalam negeri berhubungan dengan meningkatnya pendapatan konsumen, tuntutan keindahan lingkungan,

pembangunan industri pariwisata, pembangunan komplek perumahan, perhotelan, perkantoran, sekolah dan tata kota.

Tanaman hias jenis tertentu mengalami peningkatan peminat, hal ini disebabkan karena trend seperti *adenium, aglaonema, anthorium, euphorbia, sanseviera,* demikian juga dengan anggrek yang tetap memiliki penggemar. Trend dapat terjadi karena masuknya jenis tanaman hias baru dari luar negeri, pengaruh orang terkenal yang menyukai jenis tanaman tertentu sehingga gaya hidupnya diikuti oleh orang lain, dan faktor lainnya yang sifatnya sebagai mode. Trend biasanya hanya melibatkan kalangan masyarakat tertentu saja (golongan ekonomi menengah ke atas) (Rahardi, 1997).

Perkembangan usaha tanaman hias di Propinsi DIY berkembang dengan pesat terutama untuk tanaman hias anggrek dan tanaman hias non anggrek yang sedang trend yaitu *adenium,aglaonema, anthorium, euphorbia, sanseviera*, artinya dari waktu ke waktu permintaan akan tanaman hias cenderung mengingkat. Propinsi Jogjakarta sebagai kota tujuan wisata dan kota pendidikan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perkembangan usaha tanaman hias. Permintaan tanaman hias akan memacu bertambahnya petani maupun pedagang yang bergerak pada usaha tanaman hias. Hal ini menunjukkan bahwa usaha tanaman hias memberikan kesempatan atau lapangan kerja baru, menambah pendapatan petani dan pedagang serta dapat memberikan andil bagi devisa negara.

Usaha tanaman hias adalah usaha budidaya diikuti pemasaran produk untuk memperoleh pendapatan optimal. Setiap petani ingin memperoleh penghasilan setinggi mungkin dari usahanya. Agar tujuan tersebut tercapai, petani harus jeli menyusun strategi pemilihan jenis tanaman sesuai permintaan pasar dan menjaga kualitas produk tanaman hias. Agar produk sampai ke tangan konsumen perlu adanya lembaga pemasaran yang mengantarkan barang dari petani ke konsumen akhir. Semakin banyak jumlah lembaga pemasaran yang terlibat maka saluran pemasaran akan semakin panjang. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan margin pemasaran menjadi tinggi, hal ini disebabkan setiap lembaga pemasaran mengeluarkan

biaya di dalam melaksanakan kegiatan pemasaran sehingga mereka menghendaki keuntungan yang tinggi atas imbalan jasa pemasaran yang dilakukan.

Berkaitan dengan pengembangan usaha tanaman hias di Daerah Istimewa Jogjakarta, maka ada empat hal yang harus dicermati yaitu :

1. Bagaimana pendapatan petani dan pedagang tanaman hias anggrek dan non anggrek, serta membandingkan mana yang lebih besar pendapatannya.
2. Bagaimana kelayakan usaha petani dan pedagang tanaman hias anggrek dan non anggrek.
3. Bagaimana saluran pemasaran tanaman hias di DIJ
4. Kendala apa saja yang mempengaruhi pengembangan usaha tanaman hias.

TINJAUAN PUSTAKA

Tanaman hias adalah jenis tanaman tertentu baik yang berasal dari tanaman daun atau tanaman bunga yang dapat ditata untuk memperindah lingkungan sehingga suasana menjadi lebih artistik dan menarik (Sudarmono, 1997). Keindahan tanaman hias dapat dinikmati dengan cara menghadirkan tanaman tersebut secara utuh dilingkungan pemukiman manusia, misalnya dengan menanam tanaman hias tersebut di halaman rumah atau di taman umum. Tanaman hias selain ditanam langsung pada lahan yang tersedia, juga dapat ditanam pada pot. Keindahan tanaman hias juga dapat dinikmati dengan cara memanen organ tanaman tersebut, misalnya untuk bunga potong *(cut flower)*. Dengan demikian, panen tanaman hias dapa dilakukan secara fisik dan dapat juga hanya dengan cara menikmati keindahannya dengan tidak secara fisik memanen tanaman atau bagian dari tanaman hias tersebut (Lakitan, 1995)

Pada umumnya tantangan yang dihadapi dalam pengembangan komoditi tanaman hias adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran

   Pemasaran komoditi tanaman hias masih dihadapkan masalah pokok yaitu lemahnya informasi pasar terutama dalam hal jumlah, jenis dan mutu yang

sesuai dengan tuntutan pasar. Hal ini mengakibatkan tingginya biaya pemasaran sehingga harga yang diterima oleh petani atau pedagang menjadi rendah.

2. Skala Usaha

   Skala pada umumnya kecil dan terpencar-pencar. Hal ini menyebabkan produksi yang tidak efisien dengan mutu, jenis dan jumlahnya kurang kompetitif dipasarkan terutama di pasar internasional.

3. Sarana Produksi

   Terbatasnya ketersediaan bibit dari segi kuantitas dan kualitas menyebabkan tingginya biaya produksi. Selain itu fasilitas yang tersedia bagi pengembangan usaha tanaman hias juga relatif sedikit.

4. Permodalan

   Modal yang dimiliki oleh petani tanaman hias pada umumnya sangat terbatas. Di lain pihak lembaga finansial sebagai penyedia modal kerja yang dapat di jangkau oleh petani belum mendukung secara optimal (Adjid, 1994)

Dalam sistem pemasaran produsen seringkali menggunakan perantara sebagai penyalurnya dan perantara ini merupakan suatu kegiatan usaha yang berdiri sendiri serta berbeda di antara produsen dan konsumen akhir atau pemakai.

Lebih lanjut Swasta (2002) mengemukakan bahwa dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen terdapat lima macam saluran pemasaran, yaitu :

1. Produsen → Konsumen akhir
2. Produsen → Pengecer → Konsumen akhir
3. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen akhir
4. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen akhir
5. Produsen → Agen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen.

Margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen atau perbedaan antara harga beli dengan harga jual. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan membentuk margin pemasaran yang berbeda.

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang perantara dalam melaksanakan proses pemasaran. Total keuntungan atau laba dalam saluran pemasaran merupakan penambahan keuntungan atau laba dari setiap pedagang perantara yang ikut serta.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dengan memilih daerah penelitian secara *purposive sampling,* yaitu memilih daerah yang memiliki tingkat produksi tanaman hias yang paling tinggi, data produksi tanaman hias diperoleh dari BPS D.I. Yogyakarta. Daerah yang terpilih adalah Kabupaten Sleman dan Kotamadya Yogjakarta.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan survei lapangan. Studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang akan digunakan untuk mengetahui keadaan umum daerah penelitian dan data yang akan mendukung hasil penelitian. Studi pustaka dilakukan pada instansi terkait yaitu BPS, Dinas Pertanian dan instansi lain.

Survei lapangan dilakukan guna memperoleh data primer yang berkaitan dengan penelitian yaitu data-data yang mendukung kegiatan usaha tanaman hias, saluran pemasaran serta untuk mengidentifikasi kendala atau permasalahan yang terjadi dalam pengembangan usaha tanaman hias. Survei lapangan dilakukan dengan observasi, wawancara dan pengisian kuesioner terhadap instansi terkait, petani, pedagang dan konsumen tanaman hias. Penentuan responden sebagai sumber informasi dilakukan dengan metode acak sederhana baik untuk petani, pedagang maupun konsumen tanaman hias anggrek dan non anggrek, tanaman non anggrek yang diteliti adalah *Adenium, Aglaonema, Anthorium, Euphorbia, Sanseviera.* Jumlah responden adalah 100 orang terdiri dari 20 orang petani tanaman hias anggrek dan

20 orang petani tanaman hias non anggrek, 20 orang pedagang tanaman hias anggrek dan 20 orang pedagang tanaman hias non anggrek serta 10 orang konsumen tanaman hias anggrek dan 10 orang konsumen tanaman hias non anggrek.

Digunakan analisis tabel untuk mengetahui pendapatan petani dan pedagang, dan analisis R/C ratio untuk mengetahui kelayakan usaha tanaman hias. Untuk mengetahui jenis saluran pemasaran dilakukan dengan jalan menelusuri jejak penyaluran tanaman hias mulai dari petani sampai ke konsumen akhir. Analisis diakhiri dengan analisis pengambilan keputusan untuk menafsirkan dan menyimpulkan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Petani Tanaman Hias

Perkembangan usaha tanaman hias di propinsi DIJ sangat pesat, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya petani maupun pedagang yang bermunculan sebagai pemain baru. Pada umumnya mereka menggeluti bidang tanaman hias berawal dari hobi yang kemudian berkembang menjadi bersifat komersial, tetapi ada juga petani atau pedagang yang melihat peluang bisnis yang besar dan berusaha menanamkan modal yang dimiliki untuk usaha tanaman hias. Peluang bisnis ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang memerlukan lingkungan yang sehat, dan banyaknya pembangunan taman di kota-kota sebagai area terbuka.

Petani dalam berproduksi lebih banyak yang membudidayakan tanaman hiasnya sendiri. Petani non anggrek dalam membudidayakan tanaman hiasnya dengan cara generatif maupun vegetatif. Untuk tanaman adenium, aglaonema dan anthurium, petani memperbanyak dengan cara penyemaian biji, sedangkan untuk tanaman euphorbia dan sanseviera petani membudidayakan dengan cara vegetatif.

Petani mempunyai lahan sendiri untuk mengusahakan tanaman hias dan bervariasi untuk luas lahan yang digunakan yaitu antara 500-6.000 m^2. Penggunaan tenaga kerja menggunakan tenaga kerja luar keluarga untuk proses produksi, se-

dangkan tenaga kerja dalam keluarga sebagai administrator. Petani menjadikan usaha sebagai pekerjaan pokok, hanya sebagian kecil yang menjadikan usaha ini sebagai pekerjaan sampingan.

Bahan baku untuk melakukan proses produksi sebagai pemenuhan konsumen, petani sering mendatangkan dari luar propinsi DIJ, yaitu untuk tanaman (bibit) dari Malang, Bandung, Jakarta, Tawangmangu, Magelang dan Ungaran. Sedangkan untuk sarana produksi seperti pot, pupuk didatangkan dari Malang, Jakarta dan Bandung.

Petani tidak hanya menjual tanaman hias saja tetapi melakukan usaha sampingan yaitu menyewakan tanaman *(rental)* dan pembuatan taman. Usaha ini masih berhubungan dengan usaha tanaman hias dan dilakukan untuk menambah pendapatan petani. Usaha sampingan ini muncul, awalnya karena permintaan dari konsumen. Kebutuhan akan adanya tanaman di dalam ruangan yang semakin meningkat dan kebutuhan akan keberadaan tanaman di dalam kantor-kantor, sekolah, instansi swasta, penataan kota menyebabkan usaha sampingan ini semakin berkembang. Usaha ini berkembang kurang lebih hampir sepuluh tahun terakhir, hal ini dapat dipahami bahwa masyarakat kota sudah memiliki apresiasi yang cukup tinggi terhadap keindahan ruangan dengan elemen tanaman sebagai unsur alami yang dapat memperlunak sifat keras furniture maupun struktur arsitek bangunan. Selain itu konsumen juga sudah menyadari manfaat adanya tanaman hias yang berfungsi sebagai titik pandang yang menyejukkan.

Usaha sampingan yang lain adalah pembuatan taman. Sistem pembuatan taman sangat tergantung pada luasan area yang akan dibuat taman. Apabila area semakin luas berarti membutuhkan tanaman semakin banyak dan membutuhkan waktu untuk proses pembuatan taman.

Usaha rental dan pembuatan taman sebagian dilakukan oleh petani yang mempunyai skala usaha besar, akan tetapi tidak semua petani mengusahakan usaha sampingan ini. Hal ini dikarenakan mereka mempunyai alasan bahwa penyewaan tanaman membutuhkan biaya yang banyak dan menanggung banyak resiko yaitu tanaman akan rusak setelah disewa.

Keberhasilan petani dalam melaksanakan usahataninya sangat dipengaruhi oleh umur petani, tingkat pendidikan, pengalaman dan juga jumlah anggota keluarga.

2. Profil Pedagang Tanaman Hias

Sampel pedagang pengecer yang diambil dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli tanaman hias dari petani langsung kemudian di jual ke konsumen. Pedagang disini juga dibedakan menjadi dua kelompok jenis tanaman yaitu pedagang pengecer non anggrek yang menjual tanaman hias yang sedang trend dan jenis tanaman lain dalam jumlah relatif sedikit. Penjualan pedagang pengecer hanya terbatas pada penjualan tanaman pot dan pupuk. Untuk pedagang non anggrek jenis pot yang dijual beraneka ragam ada yang terbuat dari plastik (berwarna hitam, hijau, coklat), tanah liat dan keramik. Sedangkan pupuk yang dijual adalah pupuk organik (kompos, sekam, pakis) dan pupuk anorganik (pupuk daun, akar, hormon perangsang pertumbuhan). Sedangkan untuk pedagang anggrek selain menjual anggrek berbunga juga menjual bibit anggrek baik dalam botol maupun seedling. Untuk penjualan pot macamnya ada pot yang dari tanah liat, pakis, kotak dari kayu. Sedangkan pupuk yang dijual adalah pupuk anorganik (*vitobloom*, *gromone*) dan hormon pertumbuhan.

Cara penjualan yang dilakukan oleh pedagang tanaman hias yaitu selain membuka kios, juga mengikuti pameran tanaman hias dua sampai empat kali dalam satu bulan yang diselenggarakan oleh beberapa even organizer, maupun mengikuti lomba atau kontes tanaman hias. Walaupun ada juga pedagang yang melakukan pemasaran secara mandiri yaitu dengan menjual dilingkungan tetangga, teman dan dari mulut ke mulut.

3. Profil Konsumen Tanaman Hias

Konsumen yang membeli tanaman hias terdiri dari konsumen pribadi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, yaitu sebagai kolektor atau hanya untuk penyejuk ruangan atau rumah, instansi pemerintah, swasta, sekolah dan masih banyak yang

lain. Konsumen ada yang bersifat kolektor, hal ini disikapi pedagang untuk selalu menyediakan jenis tanaman tertentu bahkan dengan cara mendatangkan dari luar negeri karena harga jualnya sangat tinggi.

Sebagian besar konsumen non anggrek adalah mereka yang menyukai tanaman hias (hobi) dan hanya sekedar ikut-ikutan ingin memiliki tanaman hias terutama tanaman yang sedang trend. Tanaman yang paling diminati konsumen adalah tanaman bibit karena harganya lebih murah dan merasa puas apabila bisa mengembangkan sendiri.

Sedangkan konsumen anggrek adalah bersifat hobi dan pemula karena menyukai tanaman jenis yang menghasilkan bunga. Untuk konsumen anggrek yang bersifat kolektor, mereka berusaha mencari jenis tanaman anggrek yang belum dimiliki dan mencari jenis yang baru.

4. Jenis Tanaman Hias Yang Diperdagangkan

Banyaknya jenis dan macam tanaman hias yang diperdagangkan baik oleh petani maupun pedagang pengecer di Prov. D.I. Yogyakarta sangat tergantung dari luas usahanya, semakin luas usaha semakin banyak pula jenis dan jumlah tanaman hias yang diusahakan. Petani dan pedagang tanaman hias non anggrek mengusahakan lebih dari satu jenis tanaman hias, mereka lebih menitikberatkan pada jenis tanaman yang sedang trend, yaitu adenium, aglaonema, anthorium, euphorbia, dan sanseviera. Harga jual untuk tanaman berdaun bisa mencapai jutaan rupiah, hal ini berdasar pada jumlah daun, penampilan, tinggi tanaman, jenis/spesies. Sedangkan untuk tanaman berbunga berdasar pada jenis/spesies, semakin langka jenisnya maka akan semakin mahal harganya. Walaupun untuk jenis tertentu yang tidak trend tetap menyediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen instansi atau kantor pemerintaih, swasta, sekolah dan sebagainya. Sedangkan untuk petani dan pedagang anggrek hanya mengusahakan satu jenis tanaman anggrek saja.

Jumlah tanaman yang terjual setiap bulannya baik dari jenis maupun jumlahnya secara keseluruhan sulit untuk diketahui. Hal ini disebabkan karena keluar

masuknya tanaman tidak dirinci dengan jelas dan bagi petani dan pedagang pengecer, jumlah dan jenis tanaman yang terjual dan dibeli bukan merupakan hal yang harus benar-benar diperhitungkan.

Harga yang terbentuk di pasar pada komoditas tanaman hias ditentukan oleh penampilan. Untuk tanaman hias daun, harga sering dihitung bersasarkan jumlah daun, spesies tanaman, penampilan (bentuk, warna) dan untuk tanaman hias bunga, harga ditentukan apabila tanaman sudah menghasilkan bunga. Penentuan harga tanaman anggrek biasanya didasarkan pada bentuk bunga yang indah, rapi, menarik dan tahan lama, warna bunga yang cemerlang dan bersih bahkan warna yang mencolok, tangkai yang kokoh dan tidak lemah serta kelangkaan jenisnya.

5. Analisis Pendapatan.

a. Pendapatan Petani Dalam Usaha Tanaman Hias.

Pendapatan diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya keseluruhan. Biaya dalam usaha tanaman hias dibedakan atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari pajak tanah, restribusi sampah, biaya keamanan dan tenaga kerja tetap serta penyusutan sedangkan biaya variabel terdiri dari biaya untuk pembelian tanaman/bibit, pot, pupuk, rekening listrik, rekening telpon, transportasi dan upah tenaga kerja tidak tetap.

Penerimaan diperoleh dari penjualan tanaman, pot, pupuk dan penerimaan rental, pembuatan taman dan merangkai bunga (bouqet). Tabel 1 dibawah ini menjelaskan pendapatan rata-rata petani tanaman hias.

Tabel 1. Rata-rata pendapatan petani tanaman hias di Prov. D.I. Yogyakarta (Rp/bln)

No	Keterangan	Non Anggrek	Anggrek
1.	Penerimaan	17.512.500,00	11.960.000,00
2.	Total Biaya	4.033.244,80	2.812.562,51
3.	Pendapatan	13.479.255,00	9.147.437,49
4	R/C Ratio	4.342	4.252

Sumber : Analisis data primer, 2008

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan R/C ratio, baik petani non anggrek maupun petani anggrek mempunyai nilai lebih dari 1, maka petani tanaman hias baik non anggrek maupun anggrek layak untuk diusahakan.

b. Pendapatan pedagang pengecer tanaman hias

Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan R/C ratio. Baik pedagang pengecer non anggrek maupun pedagang pengecer anggrek mempunyai nilai lebih dari 1, maka pedagang pengecer tanaman hias baik non anggrek maupun anggrek layak untuk diusahakan.

Tabel 2. Rata-rata pendapatan pedagang pengecer tanaman hias di Prov. D.I. Yogyakarta (Rp/bln)

No	Keterangan	Non Anggrek	Anggrek
1.	Penerimaan	8.410.000,00	7.665.000,00
2.	Total Biaya	1.850.631,94	1.983.565,98
3.	Pendapatan	6.559.368,06	5.681.434,02
4	R/C Ratio	4.544	3.864

Sumber : Analisis data primer, 2008

6. Faktor-Faktor Penghambat dan Pendukung Dalam Usaha Tanaman Hias

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa dalam melakukan suatu usaha tentu tidak lepas dari faktor penghambat atau kendala-kendala yang harus dihadapi. Bagi petani dan pedagang pengecer tanaman hias ada beberapa hambatan atau kesulitan yang dihadapi dalam mengusahakan usaha tanaman hias. Dalam hal ini faktor penghambat yang dihadapi dalam mengusahakan usaha tanaman hias dibagi menjadi 3 faktor yaitu: Faktor penghambat dalam mendapatkan modal, produksi dan pemasaran. Modal disini ditujukan guna pengembangan usaha, yaitu perluasan usaha, penganekaragaman jenis tanaman, penganekaragaman usaha sampingan dan lain-lain. Petani dan pedagang pengecer menghadapi kendala mendapatkan modal disebabkan bunga pinjaman yang tinggi, prosedur pinjaman sulit dan berbelit-

belit serta tidak mempunyai agunan. Kendala produksi adalah terbatasnya bibit atau tanaman dari segi kualitas maupun kuantitas, sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen dalam jumlah banyak dan kualitas yang sama. Kendala pemasaran adalah persaingan yang terlalu ketat, karena perkembangan jumlah petani dan pedagang pengecer tanaman hias yang terus bertambah, kendala lain adalah lemahnya informasi.

Faktor pendukung usaha tanaman hias meliputi faktor pendukung dalam modal, produksi dan pemasaran. Petani maupun pedagang pengecer tanaman hias yang mengikuti suatu kelompok tani atau badan koperasi tidak akan mengalami kesulitan karena mendapat dukungan dari pemerintah berupa bantuan modal dengan bunga yang rendah dan pengembalian jangka panjang. Penyediaan bibit atau tanaman juga didukung oleh pemerintah dalam hal ini dibawah Departemen Pertanian. Bahkan pihak swasta sekarang banyak menyediakan sarana dan prasarana produksi. Untuk memasarkan tanaman hias agar produk sampai ke tangan konsumen, pemerintah propinsi DIJ juga menyediakan sarana atau tempat untuk jual beli yaitu di Bursa Agro Jogjakarta dan Departemen Pertanian. Sedangkan pihak swastapun membantu pengusaha tanaman hias untuk memasarkan produknya dengan mendirikan *Event Organizer* yang menyelenggarakan pameran-pameran di Propinsi D.I. Yogyakarta antara lain Yudhistira, Oskar Production, Witkoe, Iwan Moris Production, Cipta Wahana karya dan Flower's Land, mereka bersaing dan melihat peluang besar untuk ikut mengambil keuntungan dengan perkembangan usaha tanaman hias ini. Lokasi pameran juga mendukung dalam pameran tanaman hias karena letak berada di Jantung atau tengah kota, antara lain halaman parker Mc. Donald Gondolayu, bekas hotel Ambarukmo, Alfa Supermarket, Kedaung, Parkir Timur Galeria Mall. Halaman APMD, Among Rogo, Purna Budaya UGM.

Tabel 3. Faktor Penghambat dan Pendukung dalam usaha tanaman hias di Prov. D.I. Yogyakarta

No	Faktor	Penghambat	Pendukung
1	Modal	Bunga pinjaman tinggi Prosedur pinjaman sulit Tidak mempunyai agunan	Dukungan Pemerintah melalui kelompok tani atau koperasi
2	Produksi	Terbatasnya bibit atau tanaman dari segi kualitas dan kuantitas.	Pemerintah dan pihak swasta menyediakan sarana dan prasarana yang cukup
3	Pemasaran	Persaingan	Pameran

Sumber : Analisis data primer, 2008

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tanaman hias yang sedang trend adalah adenium, aglaonema,anthorium, euphorbia, sanseviera dan anggrek.
2. Saluran Pemasaran tanaman hias di Propinsi Daerah Istimewa Jogjakarta sangat sederhana yaitu terdiri dari
   a. Saluran I : Petani → Konsumen
   b. Saluran II : Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
3. Rata-rata pendapatan petani dan pedagang pengecer tanaman hias non anggrek lebih besar dibandingkan dengan rata-rata pendapatan petani dan pedagang pengecer tanaman anggrek.
4. Petani dan pedagang pengecer tanaman hias dalam melakukan usahanya ada faktor penghambat dan faktor pendukung yaitu faktor modal, faktor produksi dan faktor pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Adjid, DA, 1994. *Kebijakan Pengembangan Agribisnis Tanaman Hias.* Makalah pada Seminar dan Pameran Tanaman Hias di Jakarta.

Arifin, Nurhayati, 1996. *Tanaman Hias Ruangan,* Kanisius, Yogyakarta.

Hadisapoetra, S, 1977.*Pemasaran Hasil Pertanian.* Departemen Ekonomi. Fakultas Pertanian, UGM, Yogyakarta.

Kotler, Phillip, 1977. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol,* Edisi Kesembilan PT. Prenhallindo, Jakarta

Lakitan, 1995.*Budidaya Tanaman Hortikultura,* IPB, Bogor.

Limbong dan Sitorus, 1985. *Tataniaga Pertanian.* Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. ITB. Bogor.

Mosher, AT.1987.*Menggerakkan dan Membangun Pertanian (Tanaman Pangan dan Hortikultura).* Penebar Swadaya, Jakarta.

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

Rahardi dan Wahyuni, 1997. *Agribisnis Tanaman Hias.* Penebar Swadaya, Yogyakarta

Sulistianingsih, Rahayu, 2007. *Pesona Anggrek Tak Pernah Pudar.* PSTT UPN Veteran, Yogyakarta.

Suryowinoto, Sutarni, M, 1997. *Tanaman Hias Berharga,* Kanisius, Yogyakarta.

Swasta, 1979. *Saluran Pemasaran.* Liberty, Yogyakarta

Swasta, 2002. *Asas-Asas Marketing.* Liberty. Yogyakarta.