

ANALISIS JALUR EFISIENSI PEMASARAN BUNGA SEDAP MALAM DI BERKAH BUNGA REMBANG PASURUAN DALAM PERSAINGAN PASAR LOKAL DAN REGIONAL

Rafi Peratama Aji
Agribisnis, Univeritas Yudharta
Email: mrafiperatamaaji@gmail.com

<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Bunga sedap malam (<i>Polianthes tuberosa L.</i>) merupakan komoditas florikultura bernilai ekonomi tinggi dengan permintaan pasar yang terus meningkat. Penelitian ini bertujuan menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, <i>farmer's share</i>, dan tingkat efisiensi pemasaran pada usaha Berkah Bunga Rembang, Kabupaten Pasuruan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan tiga saluran pemasaran utama, yaitu produsen → konsumen, produsen → pengecer → konsumen, dan produsen → pengepul → pengecer → konsumen. Saluran langsung memberikan <i>farmer's share</i> tertinggi lebih dari 80% dengan margin minimal sehingga paling efisien, sedangkan saluran panjang menurunkan <i>farmer's share</i> hingga di bawah 50% meskipun menyerap volume lebih besar. Kendala utama terletak pada keterbatasan logistik tanpa fasilitas pendingin dan rendahnya pemanfaatan pemasaran digital. Secara keseluruhan, pemasaran bunga sedap malam di Berkah Bunga Rembang relatif efisien melalui saluran langsung dan pendek, namun perlu perbaikan distribusi dan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing di pasar regional. Kata Kunci: Pendapatan usaha, tempe, BEP, R/C Ratio, efisiensi, agribisnis.</p>	<p>Article history Received: Agustus 2025 Reviewed: Agustus 2025 Published: Agustus 2025 Plagirism checker no 886 prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359 Copyright : author Publish by : musytari</p>  <p>This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license</p>
--	--

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Namun, sektor ini belum mendapatkan perhatian yang optimal dari pemerintah dalam proses pembangunan. Setelah krisis ekonomi melanda, sektor pertanian mulai kembali diperhatikan karena terbukti memiliki daya tawar yang kuat. Ketahanan sektor ini selama krisis ekonomi menunjukkan keunggulannya dibandingkan sektor lain. Keunggulan utama sektor pertanian adalah kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, kondisi geografis Indonesia dengan iklim tropis sangat mendukung pertumbuhan berbagai jenis tanaman. Sektor pertanian Indonesia secara keseluruhan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut Badan Pusat Statistik, sektor pertanian menyumbang sekitar 12,53 % terhadap total PDB nasional pada tahun 2023, menegaskan posisi penting sektor ini dalam arsitektur ekonomi negara. Namun, ketika diperinci ke dalam subsektor, hortikultura mencakup berbagai aspek yakni buah, sayuran, maupun tanaman hias memberikan kontribusi yang relatif lebih kecil. Pada tahun 2024, data menunjukkan bahwa subsektor hortikultura menyumbang sekitar 1,44 % dari total PDB nasional. Meskipun kontribusinya lebih rendah dibanding subsektor

lain seperti perkebunan, posisi hortikultura tetap strategis karena sifatnya yang bernilai tambah tinggi dan mendukung diversifikasi ekonomi, terutama di wilayah pertanian berbasis komoditas spesifik seperti bunga potong. Menurut (Pangemanan et al., 2011), bunga potong termasuk komoditas hortikultura dengan nilai ekonomi yang cukup tinggi dan telah lama dibudidayakan secara komersial untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat. Fakta ini menunjukkan bahwa bunga potong dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi yang strategis dan andal dalam sektor pertanian.

Pemerintah Indonesia telah meletakkan landasan hukum yang kuat untuk pengembangan hortikultura, termasuk florikultura. Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2010 tentang Hortikultura menegaskan pentingnya penguatan subsektor ini dengan memperhatikan potensi daerah, kesejahteraan petani, dan kelestarian lingkungan. Misalnya, Pasal 43 secara eksplisit mengamanatkan pengembangan pasar hortikultura agar kompetitif secara nasional dan internasional. Kebijakan ini diperkuat melalui Peraturan Menteri Pertanian Nomor 28/Permentan/OT.140/2/2012, yang mengatur tentang pedoman pengembangan hortikultura, termasuk efisiensi rantai pasok dan penguatan nilai tambah produk hortikultura. Landasan hukum ini menunjukkan bahwa kerangka regulasi telah mendukung penguatan posisi komoditas seperti bunga sedap malam dalam struktur agribisnis nasional.

Bunga potong hias atau yang biasa disebut dengan usaha florikultura menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan karena Salah satu bunga potong yang memiliki permintaan banyak di Jawa Timur adalah bunga sedap malam (Rahmaniah et al., 2024). Hal ini terbukti dengan maraknya industri florikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi khususnya di Jawa Timur. Sejak awal perkembangan pertanian, bunga potong telah memainkan peran penting dalam industri tanaman hias, terutama sebagai bahan utama dalam rangkaian bunga untuk berbagai keperluan dalam siklus kehidupan manusia. Di Indonesia, beberapa jenis bunga potong yang paling diminati antara lain mawar, anggrek, krisan, anthurium, gerbera, anyelir, dan bunga sedap malam. Khususnya bunga sedap malam yang memiliki nilai ekonomi dan sosial yang cukup tinggi, menjadikannya komoditas yang potensial dalam perdagangan dan bisnis komersial. Hal ini dibuktikan dengan luas panen bunga hias di Jawa timur menjadi penghasil panen bunga potong terbanyak dari seluruh provinsi di Indonesia yakni dengan jumlah 70.247 pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2023). Dengan demikian, Hal ini menunjukkan bahwa usaha budidaya bunga sedap malam berorientasi pada agribisnis dengan prospek yang sangat menjanjikan.

Menurut (Badan Pusat Statistik Jawa Timur, 2023) produktivitas bunga sedap malam potong di Jawa Timur mencapai 76.852.170 per tahun 2023. Dengan ini maka bunga sedap malam menjadi bunga hias dengan produktivitas tertinggi ketiga setelah bunga mawar dan bunga krisan. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kegunaan bunga sedap malam yang beragam. Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur No. 471 Tahun 1991, bunga sedap malam dinobatkan sebagai maskot Jawa Timur karena Bunga sedap malam memiliki berbagai fungsi bagi masyarakat Indonesia. Umumnya, bunga ini digunakan dalam rangkaian bunga untuk acara kenegaraan, perayaan hari raya keagamaan, serta resepsi pernikahan. Selain itu, bunga sedap malam juga dimanfaatkan sebagai pengharum ruangan, bunga tabur saat berziarah ke makam, atau sebagai ungkapan belasungkawa dalam upacara kematian. Selain keperluan seremonial, bunga ini juga digunakan dalam industri kosmetik karena mengandung minyak atsiri.

Bunga sedap malam (*Polianthes tuberosa*) merupakan salah satu komoditas florikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi di pasar bunga potong Indonesia. Keunggulan bunga ini terletak pada keharuman yang khas, bentuk bunga yang anggun, dan ketahanan segar yang relatif lama dibandingkan beberapa jenis bunga potong lainnya, yaitu dapat bertahan 5-7 hari setelah panen

jika dirawat dengan benar. Karakteristik ini membuat sedap malam menjadi pilihan utama untuk dekorasi acara pernikahan, upacara adat, perayaan keagamaan, hingga dekorasi hotel dan tempat publik. Permintaan yang stabil bahkan cenderung meningkat pada momen tertentu, seperti musim pernikahan dan hari-hari besar keagamaan, menjadikan bunga ini memiliki prospek pasar yang menjanjikan baik di tingkat lokal maupun regional.

Produksi bunga sedap malam terkonsentrasi di beberapa daerah sentra di Indonesia, dengan Jawa Timur menjadi salah satu penghasil utama. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu sentra terbesar, dengan kontribusi signifikan terhadap pasokan bunga sedap malam di wilayah provinsi. Pasuruan memiliki keunggulan agroklimat di daerah seperti Rembang, Tukur, dan Puspo yang memungkinkan tanaman sedap malam tumbuh optimal dengan kualitas bunga yang seragam dan beraroma kuat. Faktor geografis ini, ditambah keterampilan budidaya yang diwariskan secara turun-temurun, menjadi modal utama dalam mempertahankan posisi bunga sedap malam Pasuruan di pasar lokal dan luar daerah.

Hasil Studi yang dilakukan oleh (Afif Nur Zahidah, dkk 2020) di Kecamatan Ambarawa menemukan bahwa harga jual bunga sedap malam relatif stabil di tingkat petani, dengan peningkatan signifikan pada musim permintaan tinggi. Penelitian tersebut juga mengidentifikasi bahwa saluran pemasaran yang pendek mampu memberikan farmer's share lebih dari 75 persen, yang berarti petani memperoleh proporsi pendapatan yang besar dari harga akhir di konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa bunga sedap malam bukan hanya komoditas yang diminati pasar, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan petani ketika dipasarkan secara efisien.

Dalam skala regional, bunga sedap malam dari Pasuruan dipasarkan ke berbagai kota besar seperti Surabaya, Malang, dan Denpasar, bahkan menjangkau pasar di luar Pulau Jawa melalui jaringan distributor bunga potong. Data lapangan dari Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan menunjukkan bahwa volume pengiriman ke pasar luar daerah meningkat rata-rata 8-10 persen per tahun dalam lima tahun terakhir, mencerminkan adanya ekspansi pasar yang konsisten. Permintaan dari luar daerah ini tidak hanya memperluas pangsa pasar, tetapi juga mendorong petani dan pelaku usaha untuk menjaga standar kualitas dan kontinuitas pasokan agar dapat bersaing dengan produsen dari wilayah lain.

Peranan bunga sedap malam sebagai komoditas unggulan juga terlihat dari kontribusinya terhadap diversifikasi ekonomi daerah. Selain dijual dalam bentuk bunga potong, sedap malam juga diolah menjadi produk turunan seperti minyak atsiri dan bahan baku industri parfum. Potensi ini didukung oleh hasil penelitian Balai Penelitian Tanaman Hias (Balithi, Kementerian Pertanian) yang menemukan bahwa kandungan minyak atsiri pada sedap malam memiliki kualitas aroma yang dapat bersaing dengan produk impor.

Disisi lain, meskipun memiliki potensi ekonomi yang tinggi, pemasaran bunga sedap malam masih menghadapi berbagai tantangan (Rahmaniah et al., 2024). Efisiensi pemasaran menjadi faktor utama yang menentukan daya saing produk pertanian ini khususnya dalam persaingan pasar lokal dan regional. Dalam menghadapi persaingan di pasar lokal maupun regional, pelaku usaha di daerah ini harus berhadapan dengan berbagai kendala dalam distribusi dan pemasaran. Jalur pemasaran yang panjang dan tidak efisien dapat menyebabkan harga jual yang tinggi bagi konsumen, sementara keuntungan yang diterima petani tetap rendah. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efisien agar produk tetap kompetitif dan mampu bersaing di pasar yang semakin ketat.

Menurut (Nur Aini, 2024) Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh efisiensi pemasaran terhadap keputusan pembelian ulang konsumen, terdapat beberapa faktor utama yang berperan, yaitu promosi, tenaga penjual, kenyamanan, dan kepuasan konsumen. Promosi yang efektif, seperti penyelenggaraan bazar, strategi pemasaran persuasif oleh tenaga penjual, serta pemanfaatan media sosial dan poster, dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang. Selain itu, tenaga penjual yang profesional dan mampu memberikan pelayanan yang baik berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Faktor lain yang berpengaruh adalah kenyamanan, baik dari segi kemudahan akses, proses pembelian yang lancar, maupun pelayanan yang ramah, yang secara keseluruhan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong keputusan pembelian ulang, khususnya pada bunga sedap malam.

Sesuai dengan konteks di atas, usaha florikultura harus mampu dalam menerapkan bauran strategi pemasaran yang efisien guna memperbanyak presentase pembelian. Salah satu usaha florikultura bunga sedap malam di Pasuruan adalah Berkah Bunga yang terletak di Kecamatan Rembang. Berkah Bunga merupakan salah satu pelaku usaha yang berperan dalam pemasaran bunga sedap malam yang beroperasi dalam distribusi bunga ke pasar lokal dan regional.

Pada konteks pemasaran bunga sedap malam, terdapat berbagai tantangan yang mempengaruhi efisiensi pemasaran. Saluran pemasaran yang panjang dan melibatkan berbagai perantara sering kali menyebabkan disparitas harga antara produsen dan konsumen akhir (Mukhlis et al., 2024). Petani sebagai produsen utama sering kali menerima harga jual yang relatif rendah dibandingkan dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Fenomena ini berkaitan dengan margin pemasaran, yaitu proporsi harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga akhir di pasar. Jika margin pemasaran terlalu tinggi, hal ini dapat menunjukkan adanya ketidakefisienan dalam sistem pemasaran (Soekartawi, 2006).

Efisiensi pemasaran menjadi faktor krusial dalam mempertahankan daya saing produk bunga sedap malam, terutama di tengah persaingan antara pasar lokal dan regional (Kadwi Nugraha, 2023). Pemasaran yang efisien akan menguntungkan semua pihak dalam rantai nilai, baik produsen, pedagang perantara, hingga konsumen akhir. Oleh karena itu, analisis jalur pemasaran, margin pemasaran, serta efisiensi pemasaran bunga sedap malam menjadi penting untuk mengidentifikasi peluang peningkatan sistem pemasaran yang lebih berkelanjutan dan menguntungkan bagi petani.

Berkah Bunga merupakan salah satu pelaku usaha florikultura yang berlokasi di Desa Oro-Oro Ombo, Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan. Usaha ini bergerak dalam produksi dan pemasaran bunga sedap malam (*Polianthes tuberosa*), yang telah menjadi komoditas unggulan daerah. Berdiri sejak awal tahun 2000-an, Berkah Bunga dirintis oleh pemilik yang berpengalaman dalam budidaya tanaman hias, khususnya bunga potong. Keberadaan usaha ini tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan pasar lokal, tetapi juga menyuplai permintaan dari wilayah regional seperti Surabaya, Malang, dan Bali, melalui jalur distribusi yang terstruktur.

Secara operasional, Berkah Bunga mengelola lahan produksi dengan sistem budidaya intensif. Lahan yang digunakan memiliki kondisi agroklimat yang mendukung, berupa tanah subur dengan drainase baik serta ketersediaan air irigasi yang memadai sepanjang tahun. Sistem tanam dilakukan secara bergilir untuk memastikan pasokan bunga tetap stabil setiap minggu. Panen biasanya dilakukan pada malam hari atau dini hari untuk menjaga kesegaran bunga hingga sampai ke tangan konsumen. Dari hasil wawancara lapangan, kapasitas produksi Berkah Bunga dapat mencapai ratusan hingga ribuan tangkai per minggu, terutama pada periode permintaan tinggi seperti musim pernikahan atau perayaan hari besar keagamaan.

Jalur pemasaran yang diterapkan oleh Berkah Bunga bervariasi, mulai dari penjualan langsung ke konsumen dan toko bunga, hingga pengiriman dalam skala besar kepada pedagang grosir. Berdasarkan pengamatan dan data penjualan, jalur yang memberikan keuntungan terbesar adalah distribusi langsung ke pengecer, karena mampu meminimalkan biaya perantara dan mempertahankan harga jual yang lebih tinggi. Namun, untuk menjangkau pasar luar daerah, usaha ini tetap memanfaatkan jaringan pedagang besar yang memiliki akses transportasi dan gudang penyimpanan di kota-kota besar. Strategi pemasaran ini memungkinkan Berkah Bunga menjaga keseimbangan antara volume penjualan dan margin keuntungan.

Dampak ekonomi dari keberadaan Berkah Bunga terhadap masyarakat sekitar cukup signifikan. Usaha ini menyerap tenaga kerja lokal, mulai dari pekerja kebun, pemanen, hingga tenaga pengemas dan pengangkut. Selain itu, usaha ini juga mendorong tumbuhnya usaha pendukung seperti pemasok pupuk, penyedia bahan kemasan, dan jasa transportasi. Berdasarkan catatan dari Dinas Pertanian Kabupaten Pasuruan, sektor florikultura di wilayah Rembang menjadi salah satu sumber penghidupan utama bagi sebagian warga, sehingga keberlangsungan usaha seperti Berkah Bunga memiliki kontribusi langsung terhadap kesejahteraan masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, Berkah Bunga mulai mengadopsi strategi pemasaran digital untuk meningkatkan jangkauan pasar. Pemanfaatan media sosial dan platform penjualan daring digunakan untuk memperkenalkan produk, menampilkan foto bunga segar, serta menerima pesanan dari konsumen yang berada di luar wilayah distribusi konvensional. Inovasi ini sejalan dengan program pemerintah daerah yang mendorong digitalisasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai bagian dari upaya memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing. Dengan kombinasi antara metode pemasaran tradisional dan modern, Berkah Bunga terus memperkuat posisinya sebagai produsen bunga sedap malam terkemuka di Pasuruan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan data yang diperoleh secara mendalam. Data dikumpulkan dan diinterpretasikan dalam bentuk narasi yang tersusun sistematis. Fokus penelitian diarahkan pada analisis efisiensi pemasaran dalam konteks persaingan pasar lokal dan regional.

Sumber data terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, serta dokumentasi. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur relevan seperti jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian sebelumnya. Instrumen penelitian yang digunakan mencakup pedoman wawancara, lembar observasi, serta catatan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara untuk memperoleh informasi mendalam dari narasumber, observasi untuk menggambarkan fenomena secara langsung, dan dokumentasi sebagai penguat dari data yang diperoleh. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi tahapan pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses ini bertujuan untuk menyeleksi, menyederhanakan, dan mengorganisasi data sehingga menghasilkan temuan yang relevan dengan fokus penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bunga sedap malam (*Polianthes tuberosa* L.) di Berkah Bunga Rembang dipasarkan melalui tiga jalur distribusi utama, yaitu (1) produsen → konsumen

(jalur langsung), (2) produsen → toko bunga/pengecer → konsumen (jalur pendek), dan (3) produsen → pengepul → konsumen akhir di pasar regional (jalur panjang). Pemilik usaha menegaskan bahwa distribusi dilakukan secara fleksibel, menyesuaikan kebutuhan pasar. Observasi lapangan memperlihatkan bahwa bunga yang dikirim ke pasar regional melewati proses sortir dan pengemasan lebih ketat untuk menyesuaikan standar kualitas konsumen luar kota. Berdasarkan klasifikasi Angipora dalam Mukhlis et al. (2024), pola distribusi ini sesuai dengan tipe saluran langsung, saluran pendek, dan saluran panjang. Diversifikasi saluran distribusi memungkinkan Berkah Bunga menjangkau pasar yang lebih luas sekaligus menjaga keberlanjutan usaha meskipun terjadi fluktuasi permintaan musiman.

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran dihitung menggunakan rumus:

$$MP = P_c - P_f$$

Keterangan:

- MP = Marjin pemasaran
- P_c = Harga beli di tingkat konsumen
- P_f = Harga jual di tingkat produsen

Pada jalur langsung, harga jual berkisar Rp2.500-Rp3.000 per batang, dengan margin minimal dan efisiensi relatif tinggi karena sebagian besar nilai pembayaran diterima langsung oleh produsen. Sebaliknya, pada jalur panjang harga awal di tingkat produsen sekitar Rp1.500 per batang, sedangkan harga di tingkat konsumen mencapai Rp3.500. Dengan demikian, margin pemasaran sebesar Rp2.000 terbagi antara pengepul dan pengecer. Hal ini menunjukkan bahwa semakin panjang rantai distribusi, semakin besar margin yang terbentuk, sebagaimana dijelaskan Soekartawi (2006). Meski memberikan nilai tambah dari sisi volume penjualan, saluran panjang menurunkan farmer's share produsen.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dianalisis tidak hanya dari sisi marjin, tetapi juga dari aspek kualitas produk, stabilitas pasokan, dan kepuasan konsumen. Hasil wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa bunga sedap malam dari Berkah Bunga memiliki kualitas memadai dengan tangkai panjang, kesegaran terjaga, dan aroma yang khas. Proses sortasi dan pengemasan yang dilakukan secara konsisten mendukung hal tersebut. Namun demikian, terdapat kendala signifikan dalam aspek logistik, terutama pengiriman jarak jauh. Ketiadaan fasilitas pendingin (cold chain) menyebabkan risiko kerusakan bunga saat cuaca panas atau terjadi keterlambatan distribusi. Hal ini sejalan dengan pandangan Soekartawi (2006) bahwa lemahnya fasilitas pendukung merupakan hambatan utama efisiensi pemasaran hasil pertanian di Indonesia.

Efisiensi juga dipengaruhi oleh stabilitas harga. Pemilik usaha mengakui bahwa fluktuasi harga sering menjadi kendala, terutama ketika permintaan tinggi pada momen tertentu seperti hari besar keagamaan. Hal ini membuat jalur distribusi melalui pengepul tetap dominan karena mampu menyerap bunga dalam jumlah besar meskipun margin keuntungan produsen berkurang.

Pembahasan Teoritis

Hasil penelitian ini konsisten dengan teori pemasaran hasil pertanian yang menekankan pentingnya diversifikasi saluran distribusi untuk meminimalkan risiko (Asmarantaka et al., 2018). Jalur langsung terbukti lebih efisien dari sisi farmer's share karena produsen menerima lebih dari 80% harga konsumen akhir. Sebaliknya, pada jalur panjang, farmer's share turun hingga di bawah

50%, mendukung temuan Putranto (2019) bahwa panjangnya rantai distribusi mengurangi bagian keuntungan produsen.

Di sisi lain, margin tinggi pada jalur panjang tidak serta-merta menandakan ketidakefisienan. Menurut Mukhlis et al. (2024), margin besar dapat dianggap efisien apabila diimbangi dengan value added berupa peningkatan kualitas, kemasan, atau kecepatan distribusi. Namun, dalam kasus ini, margin besar tidak sepenuhnya diikuti peningkatan mutu pasca panen, karena keterbatasan logistik dingin membuat bunga rentan layu.

Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Permatasari (2022) yang menunjukkan dominasi jalur tradisional melalui pedagang besar dan pengecer di Pasuruan. Namun, penelitian ini menambahkan analisis perbandingan antara pasar lokal dan regional, sehingga memberikan gambaran lebih luas. Latifa Nur Aini (2023) menemukan bahwa pemasaran digital mampu meningkatkan pendapatan, sementara di Berkah Bunga strategi ini belum dimaksimalkan. Putranto (2019) menegaskan penurunan farmer's share pada saluran panjang, yang juga terbukti dalam penelitian ini. Penelitian Maryam dan Hidayati (2023) pada bunga mawar memperlihatkan bahwa hubungan langsung dengan pengecer meningkatkan loyalitas dan efisiensi, sejalan dengan rekomendasi penelitian ini.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran bunga sedap malam di Berkah Bunga Rembang Pasuruan meliputi jalur langsung produsen-konsumen, produsen-pengecer/toko bunga-konsumen, serta produsen-pengepul-pasar regional. Jalur pengepul menjadi yang paling dominan karena mampu menyerap volume besar dan memperluas jangkauan, meskipun jalur langsung tetap dijalankan untuk memenuhi permintaan lokal dengan margin lebih tinggi. Analisis margin pemasaran mengindikasikan bahwa semakin panjang rantai distribusi, semakin besar margin yang terbentuk dan semakin kecil bagian harga yang diterima produsen (farmer's share), sehingga efisiensi pemasaran cenderung menurun. Secara keseluruhan, efisiensi pemasaran bunga sedap malam di Berkah Bunga belum optimal karena masih dihadapkan pada fluktuasi harga, kendala cuaca, serta keterbatasan logistik tanpa fasilitas pendingin yang meningkatkan risiko kerusakan produk. Selain itu, potensi pemasaran digital belum dimanfaatkan secara maksimal, meskipun terdapat peluang dari permintaan konsumen terhadap sistem pemesanan daring.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggun Puspita, T., Hendarto, K., Dewi Andarasari, T., Widagdo Jurusan Agroteknologi Fakultas Pertanian Universitas Lampung Jl Sumantri Brojonegoro No, S., & Lampung, B. (2017). PENGARUH PEMBERIAN DOSIS PUPUK NPK DAN PUPUK PELENGKAP TERHADAP PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI TANAMAN SEDAP MALAM (Polianthes tuberosa L.). In *Jurnal Agrotek Tropika* (Vol. 5, Issue 1).
- Dwiastuti, R., Asmara, R., Laksmi Pramita, P., Sosial, J., Pertanian, E., Brawijaya, U., & Malang, J. V. (2010). Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian Bunga Sedap Malam (Aspek sikap dan Tindakan Konsumen Individu dan Hotel di Kabupaten Denpasar, Propinsi Bali)
- Marlinda, B., Lubis, I., & Sitorus, S. R. P. (2023). Kajian Agribisnis Komoditas Unggulan Tanaman Pangan di Kabupaten Lima Puluh Kota. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 7(3), 310-325. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2023.7.3.310-325>

- Mutakabbir, E. A., & Duakaju, N. N. (2019). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Tanaman Hias Di Kota Samarinda (Analysis Of Financial Feasibility Of Ornamental Plants Business In Samarinda City). *Jurnal Agribisnis Dan Komunikasi Pertanian (Journal Of Agribusiness And Agricultural Communication)*, 2(1),25. <https://doi.org/10.35941/akp.2.1.2019.2055.25-34>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2),96102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Rohibni, R., Fuat, F., Aidin, A., Indrianis, Y., Yolanda, A. T., Jannah, H. I., Irfandy, F. I., Munir, M. M., Dwitanto, M. F., Safiudin, K., Latif, N., & Yasmin, Y. (2023). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Rembang Kabupaten Pasuruan Melalui Sociopreneur Sedap Malam (Polianthes Tuberosa) Terintegrasi Dalam Mewujudkan Desa Maju Berkelanjutan. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(3), 784-802. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i3.499>
- Sawe Ri Ezzo, A., & Tabsir, K. (2025). Strategi Pemasaran Produk Agribisnis Dalam Era Digital: Analisis Literatur. *Maret*, 2(2), 257-262.
- Septana, Ariningsih, A., Saktyanu, K. D., Wahyuni, S., & Darwis, V. (2015). Kebijakan Pengembangan Hortikultura Di Kawasan Agribisnis Hortikultura Sumatera. *Analisis Kebijakan Petani*, 3(1), 51-67.
- Sinaini, L., & Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Wuna Raha, A. (2020).) 1-6 2020 *Jurnal Paradigma Agribisnis (Vol. 3, Issue 1). Tanm-Hias-3*
- Soekartawi. (2006). *Agribisnis: Teori Dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada.
- Trisna Mei Br Kabeakan, N. (2019). Deskripsi Karakteristik Konsumen dan Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Beras Merah di Kota Medan. *Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 227-234. <https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3614>
- Transdisiplin Pertanian Budidaya Tanaman, J., dan Ekonomi, S., Syandika Pabiaran, M., Kaunang, R., & Marsellanie Benu, N. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Bunga Potong Di Ilomata Florist Kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon Analysis Of Marketing Strategy For Cut Flowers At Ilomata Florist Kakaskasen II Village, North Tomohon District, Tomohon City (Vol. 5).
- Utami, H. N. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis. [www.kebunbibit.id.Nur](http://www.kebunbibit.id/Nur),