

AGRIBISAIS INDONESIA YANG BERDAYA SAING

DEPARTEMEN AGRIBISNIS

Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor



Menuju AGRIBISNIS INDONESIA yang Berdaya Saing

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Isi di luar tanggung jawab percetakan.

Sanksi Pelanggaran Pasal 72 Undang-undang No. 19 tahun 2002

Tentang Hak Cipta

- 1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000.00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
- 2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suara ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hal terkait sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) satu, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Menuju AGRIBISNIS INDONESIA yang Berdaya Saing

Editor

Bayu Krisnamurthi Harianto



Agribusiness Series 2017

Menuju Agribisnis Indonesia yang Berdaya Saing

Tim Penulis: • Ach Firman Wahyudi

• Ahmad Syariful Jamil • Lukman M. Baga

• Ahmad Zainuddin • Netti Tinaprilla

Amzul Rifin

Anisa Dwi Utami
Anna Fariyanti
Bayu Krisnamurthi
Rita Nurmalina
Suharno
Tintin Sarianti

• Chairani Putri Pratiwi • Triana Gita Dewi

Dwi Rachmina

Feryanto

Harianto

Leo Rio Ependi Malau

Ratna Winandi Asmarantaka

Tursina Andita Putri

Yanti Nuraeni Muflikh

Editor: • Bayu Krisnamurthi

Harianto

Kata Pengantar: Dwi Rachmina (Ketua Departemen Agribisnis FEM IPB)

Editor Bahasa: • Netti Tinaprilla

· Ach. Firman Wahyudi

Desain sampul dan tata letak isi: Hamid Jamaludin Muhrim

Diterbitkan oleh :

DEPARTEMEN AGRIBISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN MANAIEMEN **INSTITUT PERTANIAN BOGOR** Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga – Bogor 16680

Dicetak oleh:

Raffi Offset, Jakarta

Isi di luar tanggung jawab Percetakan

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

Copyright © 2017 Departemen Agribisnis, FEM-IPB

ISBN: 978-602-14623-5-5

KATA PENGANTAR

DEPARTEMEN AGRIBISNIS FEM IPB

Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor memberikan penghargaan yang setinggi-tingginya atas terbitnya buku "Agribisnis Series 2017: Menuju Agribisnis Indonesia yang Berdaya Saing" ini. Buku yang merupakan kristalisasi pemikiran para dosen di Departemen Agribisnis ini merupakan salah satu bentuk pertanggung-jawaban akademik yang berlandaskan pada Mandat yang diberikan oleh Institut Pertanian Bogor, yakni dalam "Pengembangan ilmu dan wawasan bisnis bidang pertanian, perikanan, peternakan dan kehutanan melalui pendekatan sistem dan kewirausahaan".

Terbitnya buku ini dimaksudkan untuk memperkaya keilmuan dan teknologi serta wawasan agribisnis tropika yang dikembangkan oleh Departemen Agribisnis sekaligus menjadi kado bagi Institut Pertanian Bogor yang sedang merayakan Dies Natalis-nya yang ke-54. Departemen Agribisnis berkomitmen penuh untuk menerbitkan buku "Agribisnis Series" secara periodik, sejalan dengan Visi Departemen Agribisnis, yaitu "Menjadi lembaga pendidikan tinggi unggulan dalam pengembangan IPTEKS dan wawasan agribisnis tropika melalui pendekatan sistem dan kewirausahaan untuk mendukung keberlanjutan pembangunan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat".

Salah satu Misi Departemen Agribisnis adalah mengembangkan kualitas sumberdaya manusia melalui peningkatan kemampuan bisnis dan kewirausahaan serta memasyarakatkan konsep dan teknologi agribisnis dengan sasarannya antara lain adalah meningkatkan jumlah publikasi dosen dan membangun budaya akademis yang bertanggung-jawab. Oleh karena itu, buku "Agribisnis Series" ini merupakan salah satu bentuk pengejawantahan dari mandat, visi, dan misi Departemen Agribisnis.

Buku "Agribisnis Series" ini bisa terbit atas dukungan dari para pemangku kepentingan Departemen Agribisnis, baik ditingkat Departemen, Fakultas, maupun Institut, maka dari itu Departemen Agribisnis sangat meng-Apresiasi positif dan penghargaan, Departemen haturkan kepada tim kecil yang dikomandoi oleh Dr. Harianto dan secara khusus kepada Dr. Bayu Krisnamurthi atas lontaran ide membuat buku ini dan yang selalu memberikan "tantangan menuliskan" pikiran-pikiran para dosen di Departemen Agribisnis.

Kepada seluruh penulis buku "Agribisnis Series 2017" ini, Departemen Agribisnis menyampaikan penghargaan dan teruslah berkarya, "jadikan buku ini sebagai awal dari perjalanan pemikiran akademis". Semoga buku ini memberikan manfaat yang seluas-luasnya bagi masyarakat agribisnis dan buku "Agribisnis Series" berikutnya layak untuk ditunggu, selamat membaca.

> Bogor, September 2017 Ketua Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

Dr. Dwi Rachmina

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	V
Menuju Agribisnis di Indonesia yang Berdaya Saing	
(Suatu Pengantar)	
Harianto, dan Bayu Krisnamurthi	1
Berpikir Sistem (<i>System Thinking</i>) dalam Pendekatan Sistem (<i>System Aproach</i>)	
Rita Nurmalina	15
Tinjauan Teoritis Risiko Produksi dan Harga dalam Model Ekonomi Rumahtangga Pertanian	
Anna Fariyanti	25
Efisiensi Teknis Usahatani Kedelai Dwi Rachmina, dan Tursina Andita Putri	39
Peran Koperasi Susu dalam Peningkatan Efisiensi Teknis Usahaternak Sapi Perah Leo Rio Ependi Malau, Ratna Winandi Asmarantaka, dan Suharno	53
Analisis Perbandingan Peranan <i>Input</i> terhadap Produksi pada Perkebunan Rakyat Karet dan Kelapa Sawit Triana Gita Dewi, Rita Nurmalina, dan Amzul Rifin	71
Potensi Agribisnis Florikultura di Indonesia Netti Tinaprilla, dan Chairani Putri Pratiwi	89
Analisis Produksi dan Konsumsi Komoditas Pangan Strategis di Indonesia	
Netti Tinaprilla	107

Analisis Ekonomi Rumahtangga Petani Kopi	
Ratna Winandi Asmarantaka, Ahmad Syariful Jamil,	
dan Ahmad Zainuddin	133
Willingness To Pay dan Ability To Pay Petani dalam Asuransi Pertanian	
Anna Fariyanti, Tintin Sarianti, dan Yanti Nuraeni Muflikh	153
Evolusi Elastisitas Permintaan Beras dan Implikasinya Bagi Kebijakan Publik Perberasan: Suatu Pemikiran Awal Harianto	163
Apakah Penerapan Bea Keluar Efektif? (Kasus Minyak Sawit dan Biji Kakao)	
Amzul Rifin	181
Efektifkah Subsidi Pupuk Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Petani Tanaman Pangan di Indonesia? Feryanto	189
Kajian Pemasaran Kopi di Provinsi Lampung Ratna Winandi Asmarantaka, Netti Tinaprilla, dan Amzul Rifin	205
Daya Saing Lada Indonesia di Pasar Dunia Ach Firman Wahyudi, Anisa Dwi Utami, dan Lukman M. Baga	219
Pertanian Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)	
Feryanto	241
Indikator Operasional Pembangunan Pertanian	
Berkelanjutan di Negara Berkembang	
Rita Nurmalina	251

POTENSI AGRIBISNIS FI ORIKUI TURA DI INDONESIA

Netti Tinaprilla, dan Chairani Putri Pratiwi

PENDAHULUAN

Kondisi tanah yang subur dan kondisi agroklimat yang mendukung dipandang sebagai kesempatan untuk mengembangkan sektor agribisnis florikultura. Data Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa nilai ekspor produk florikultur pada tahun 2015 tercatat sebesar USD 30 juta, meningkat 17,6 persen dari tahun sebelumnya. Produk-produk unggulan florikultur adalah anggrek, krisan, dan mawar. Beberapa negara tujuan ekspor florikultur Indonesia adalah China, Jepang, Singapura, Vietnam, dan Australia. Kondisi ini merupakan ilustrasi dari prospek pengembangan produk florikulturaIndonesia di masa depan, di mana permintaan pasar internasional untuk florikultura Indonesia cenderung meningkat setiap tahunnya.

Selanjutnya, prospek pasar produk florikultura semakin cerah seiring dengan pesatnya perkembangan industri pariwisata di berbagai wilayah di Indonesia serta tempat-tempat lain di luar negeri. Hal ini tentu akan menunjang peningkatan permintaan akan produk florikultura, baik sebagai hiasan untuk mempercantik lingkungan atau sebagai kebutuhan sehari-hari sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat.

Sebagai bentuk dukungan, pemerintah mendorong Pemerintah Daerah untuk berperan aktif aktif dalam mengembangkan industri florikultura sesuai dengan potensi masing-masing daerah. Semua pihak diharapkan dapat memanfaatkan seluruh potensi di daerah untuk mengembangkan industri florikultura sebagai salah satu komoditas andalan dalam pembangunan perekonomian daerah. Pemerintah memfasilitasi pembinaan yang diharapkan dapat mendorong pengembangan sentra produksi yang berorientasi pasar sebagai sumber pendapatan masyarakat. Jika hal ini dapat dilaksanakan tidak mustahil agribisnis florikultura dapat menjadi penyumbang penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan pendapatan devisa.

Florikultura adalah cabang ilmu hortikultura yang mempelajari budidaya tanaman hias seperti bunga potong, tanaman pot atau tanaman penghias taman. Bentuk-bentuk produk florikultura yaitu bunga potong (cut flower), tanaman pot berbunga (flowering potted plants), tanaman hias daun dalam pot, tanaman lanskap (landscape plants), daun potong (cut leaf), bunga potong untuk pengisi rangkaian bunga (filler), tanaman bedengan (bedding plants), terrarium dan dishplant. Karakteristik produk florikultura antara lain merupakan produk estetika, teknik budidaya sangat intensif dibandingkan sayuran dan buah, jenis dan penampilan fisik yang beragam.

Agribisnis florikultura adalah keseluruhan kegiatan bisnis yang terkait dengan bunga-bungaan. Menurut Saragih (2001) prospek agribisnis florikultura di Indonesia dapat dilihat dari sisi permintaan (potensi pasar) maupun dari sisi penawaran (potensi sumberdaya). Dilihat dari sisi potensi pasar, baik domestik dan ekspor, permintaan terhadap kebutuhan produkproduk florikultura terus meningkat. Hal tersebut karena adanya peningkatan di sektor pariwisata dan bisnis, serta menjadikan produk florikultura sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan saat ini (Nurmalinda dan Hayati, 2014).

POTENSI AGRIBISNIS FLORIKULTURA

Dari sisi potensi sumberdaya, prospek agribisnis florikultura antara lain ditunjukkan dengan beberapa kondisi. Pertama, Indonesia merupakan wilayah tropis yang memiliki agroklimat tropis (wilayah dataran rendah) dan agroklimat mirip subtropis (wilayah dataran tinggi). Hampir seluruh komoditas agribisnis florikultura di dunia dapat dikembangkan di Indonesia karena kondisi kedua agroklimat tersebut. Kedua, potensi keragaman jenis florikultura sehingga keragaman tersebut memungkinkan untuk memenuhi hampir semua segmen pasar florikultura internasional. Ketiga, potensi ketersediaan lahan bagi pengembangan tanaman hias di Indonesia yang masih cukup luas sehingga ruang gerak pengembangan agribisnis yang relatif land based seperti umunya florikultura masih cukup besar. Keempat, teknologi dan sumberdaya manusia untuk pengembangan florikultura relatif tersedia. Pusat-pusat teknologi florikultura baik di

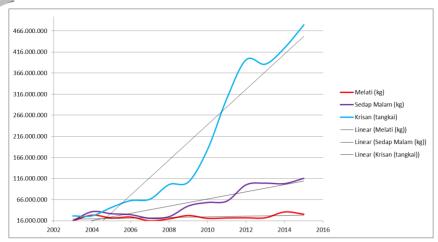
lembaga pemerintah maupun di perguruan tinggi telah berkembang. Demikian juga sumberdaya manusia di mana keberagaman sumberdaya manusia bukan kendala bagi pengembangan agribisnis melainkan potensi karena setiap kualifikasi tenaga kerja memiliki relung pada agribisnis florikultura

Namun, berbagai potensi yang dimiliki Indonesia belum dimanfaatkan dengan optimal. Dibutuhkan kebijakan yang tepat agar florikultura Indonesia mampu mempunyai peran yang lebih berarti dalam ekonomi nasional, baik dari aspek pendapatan nasional (PDB), sumber lapangan kerja, maupun pendapatan devisa. Dari sisi permintaan prospek agribisnis florikultura masih cukup cerah. Peningkatan pendapatan dan jumlah penduduk merupakan faktor pendorong peningkatan permintaan. Di samping itu meningkatnya pengetahuan dan apresiasi masyarakat akan kesegaran dan keindahan juga akan dapat meningkatkan permintaan produk florikultura.

Potensi Produksi Florikultura

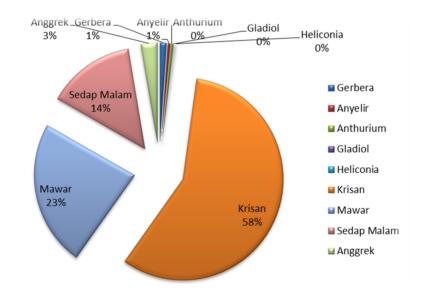
Produksi kelompok bunga potong pada tahun 2014 meningkat sekitar 8,30 persen dibandingkan tahun 2013. Krisan merupakan tanaman yang mempunyai kontribusi produksi terbesar yaitu sekitar 57,67 persen terhadap total produksi bunga potong di Indonesia, diikuti oleh mawar (23,36%) dan sedap malam (14,12%). Ketiga jenis bunga ini adalah tiga besar produksi dengan trend yang terus meningkat sejak 2003-2014 (Gambar 1). Sedangkan persentase produksi untuk enam jenis lainnya (anggrek, gerbera, anyelir, anthurium, gladiol, dan heliconia) secara total hanya 4,85 persen. Secara rinci persentase produksi tanaman bunga potong di Indonesia tahun 2014 disajikan pada Gambar 2.

Netti Tinaprilla, dan Chairani Putri Pratiwi



Gambar 1. Produksi Krisan, Mawar, dan Sedap Malam Sejak 2003-2015

Sumber: Kementan (2015)



Gambar 2. Persentase Produksi Bunga Potong Tahun 2014 Sumber: Kementan (2015)

1. Krisan

Produksi bunga potong terbesar di Indonesia adalah krisan sekitar 427,28 juta tangkai atau sekitar 57,67 persen dari total produksi bunga potong di Indonesia. Sentra produksi krisan terbesar berada di Pulau Jawa, dengan produksi sebesar 414,02 juta tangkai atau sekitar 96,90 persen dari total produksi krisan nasional. Secara rinci persentase produksi krisan pada beberapa sentra produksi diIndonesia tahun 2014 disajikan pada Gambar 3.

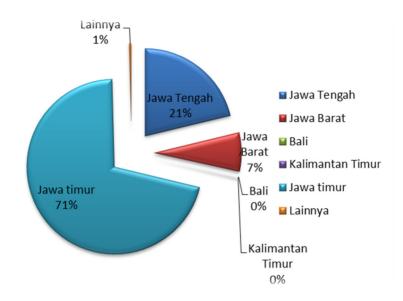


Gambar 3. Pangsa Sentra Produksi Krisan Indonesia Tahun 2014 Sumber: Kementan (2015)

Apabila dilihat per provinsi, maka Provinsi Jawa Barat merupakan penghasil krisan terbesar yaitu sebesar 209,25 juta tangkai atau sekitar 48,98 persen dari total produksi krisan secara nasional diikuti oleh Jawa Tengah dan Jawa Timur. Adapun provinsi penghasil krisan terbesar di luar Jawa adalah Bali dengan produksi sebesar 5,16 juta tangkai atau sekitar 1,2 persen dari total produksi krisan nasional.

2. Mawar

Tanaman mawar menempati urutan kedua dengan produksi sebesar 173,07 juta tangkai atau sekitar 23,36 persen dari total produksi bunga potong nasional. Secara rinci persentase produksi mawar pada beberapa sentra produksi diIndonesia tahun 2014 disajikan pada Gambar 4.



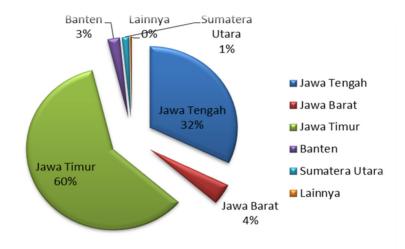
Gambar 4. Pangsa Sentra Produksi Mawar di Indonesia Tahun 2014

Sumber: Kementan (2015)

Adapun sentra produksi mawar adalah Pulau Jawa dengan produksi sebesar 171,86 juta tangkai atau sekitar 99,3 persen dari seluruh produksi mawar secara nasional. Provinsi penghasil mawar terbesar di Pulau Jawa adalah Jawa Timur dengan produksi sebesar 122,61 juta tangkai atau sekitar 70,84 persen dari total produksi mawar nasional, diikuti oleh Jawa Tengah dan Jawa Barat. Sedangkan Provinsi Bali merupakan penghasil mawar terbesar di luar Jawa dengan produksi sebesar 290,41 ribu tangkai atau sekitar 0,17 persen dari produksi mawar nasional.

3. Sedap Malam

Produksi sedap malam berada di urutan ketiga dengan jumlah produksi sebesar 104,62 juta tangkai atau sekitar 14,12 persen dari total produksi bunga poton gnasional. Sentra produksi sedap malam adalah Pulau Jawa dengan produksi sebesar 103 juta tangkai atau sekitar 98,45 persen dari total produksi sedap malam nasional. Provinsi Jawa Timur merupakan penghasil sedap malam terbesar dengan produksi sebesar 65,52 juta tangkai atau sekitar 59,76 persen dari total produksi sedap malam nasional, diikuti oleh Jawa Tengah dan Jawa Barat. Sedangkan provinsi penghasil sedap malam terbesar di luar Jawa adalah SumateraUtara dengan produksi sebesar 1.31 juta tangkai atau sekitar 1.26 persen dar itotal produksi sedap malam secara nasional. Secara rinci persentase produksi sedap malam pada beberapa sentra produksi di Indonesia tahun 2014 disajikan pada Gambar 5.

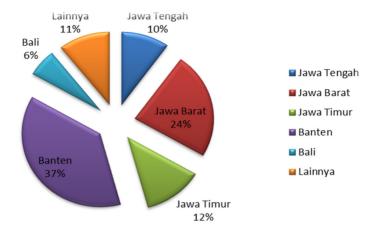


Gambar 5. Pangsa Sentra Produksi Sedap Malam di Indonesia Tahun 2014

Sumber: Kementan (2015)

4. Anggrek

Komoditas anggrek berada di urutan keempat dengan jumlah produksi sebesar19,73 juta tangkai atau sekitar 1,01 persen dari total produksi bunga potong nasional. Sentra produksi anggrek adalah Pulau Jawa dengan produksi sebesar16,69 juta tangkai atau sekitar 84,56 persen dari total produksi anggrek nasional. Provinsi Banten merupakan penghasil anggrek terbesar dengan produksi sebesar 7.40 juta tangkai atau sekitar 37,53 persen dari total produksi anggrek nasional, diikuti dengan Jawa Barat dan Jawa Timur. Sedangkan provinsi penghasil anggrek terbesar di luar Jawa adalah Bali dengan produksi sebesar 1,19 juta tangkai atau sekitar 6,03 persen dari total produksi anggrek nasional. Secara rinci persentase produksi anggrek pada beberapa sentra produksi di Indonesia tahun 2014disajikan pada Gambar 6.

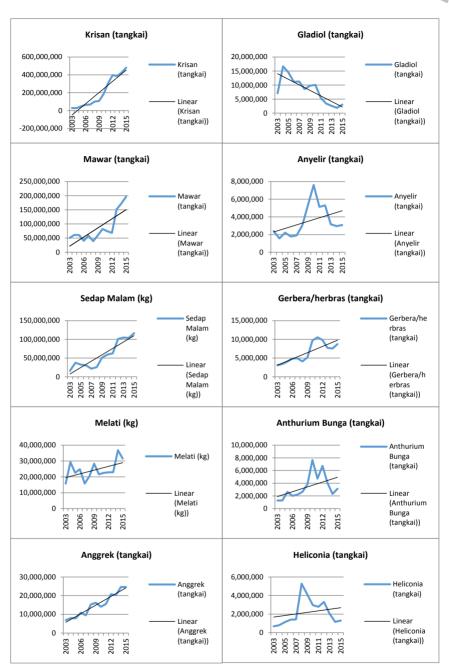


Gambar 6. Pangsa Sentra Produksi Anggrek di Indonesia Tahun 2014

Sumber: Kementan (2015)

Dari aspek produksi maka dapat disimpulkan bahwa tanaman bunga hias di Indonesia memiliki prospek yang cerah. Gambar 7 menjelaskan trend produksi sepuluh komoditi bunga unggulan. Dari gambar tersebut terlihat bahwa sembilan jenis bunga memiliki trend produksi yang naik terus dan hanya bunga gladiol yang memiliki trend negatif. Trend produksi yang meningkat menandakan produsen dapat merespon permintaan yang meningkat terhadap komoditas tersebut dan mengubahnya menjadi penjualan. Trend produksi yang meningkat disebabkan oleh faktor alam dan sarana produksi, lahan, serta teknologi yang mendukung keberhasilan panen. Selain itu harga, permintaan, dan kemitraan sebagai jaminan pasar juga dapat menjadi insentif bagi meningkatnya produksi.

Permintaan bunga hias dapat berasal dari dalam maupun luar negeri. Sedangkan trend permintaan yang menurun dapat disebabkan oleh tidak "match" nya antara permintaan dengan produksi. Hal ini dapat menjadi tanda bahwa produsen belum sanggup memenuhi keinginan konsumen, baik kuantitas, kualitas, maupun kontinuitas. Atau produksi turun dikarenakan faktor alam sehingga terjadi gagal panen.



Gambar 7. Tren Produksi Sepuluh Komoditi Bunga Unggulan (2000-2014)

Sumber: Kementan (2015)

Potensi Permintaan Florikultura

Peningkatan jumlah penduduk Indonesia serta peningkatan pendapatan menjadi alasan bahwa ada peningkatan permintaan domestik terhadap produk florikultura di Indonesia. Jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2019 diperkirakan akan bertambah menjadi 285 juta jiwa. Konsumsi produk florikultura juga meningkat seiring dengan kondisi ekonomi Indonesia yang membaik. Pada tahun 2025 diperkirakan Indonesia masuk kategori level ekonomi sedang atau menengah, dengan pendapatan masyarakat Indonesia US\$13 ribu per kapita per tahun.

Peningkatan sektor pariwisata dari tahun ke tahun juga turut berperan dalam peningkatan permintaan produk florikultura. Permintaan domestik juga dipengaruhi oleh acara keagamaan seperti, Idul Fitri, Natal, Hari Raya Umat Hindu dan Budha, dan perayaan lainnya seperti hari kemerdekaan, valentine day, tahun baru, dan acara-acara pernikahan. Peningkatan lainnya dipengaruhi perkembangan sektor bisnis seperti jasa penyewaan tanaman, jasa pemeliharaan tanaman, jasa parcel, jasa merangkai bunga (florist), jasa dekorasi dan lainnya.

Menurut data Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, usaha florikultura telah menunjukkan pertumbuhan yang cukup baik yakni peningkatan produksi sebesar 150 persen jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2012. Sementara itu produksi nasional bunga potong florikultura pada tahun 2017 diperkirakan meningkat sebesar 16,1 persen dibanding produksi tahun 2016. Seiring dengan peningkatan produksi, volume dan nilai ekspor juga meningkat. Pada tahun 2008, volume ekspor florikultura dunia sebesar 185,89 ribu ton meningkat dengan rata-rata pertumbuhan lebih dari 10 persen per tahun. Sementara volume impor florikultura rata-rata turun sebesar 9,38 persen per tahunnya. Ekspor dan impor florikultura sendiri lazimnya dalam bentuk produk florikultura segar dan/atau benih setek berakar. Untuk memenuhi permintaan pasar domestik dan global, Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian membuat target agar produksi tanaman florikultura 2015-2019 ditingkatkan 5 sampai 7 persen per tahun.

Data menunjukkan ekspor florikultura dunia masih didominasi oleh Belanda, Kolombia, Ekuador, Ethiopia, Kenya dan India. Negara yang juga mulai menggeliat menjadi eksportir adalah Thailand, Malaysia, Australia, Israel, Selandia Baru, dan Afrika Selatan. Sumbangan florikultura negara-negara tersebut terhadap PDB sudah ada yang

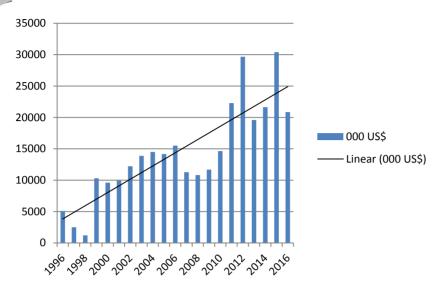
mencapai 40 persen. Data statistik dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menunjukkan bahwa trend perkembangan ekspor produk florikultura (pohon dan bunga potong) meningkat. Pada tahun 2013 ekspor produk florikultura sebesar US\$19 juta, dan pada tahun 2014 meningkat menjadi US\$21 juta, dan pada tahun 2016 terjadi peningkatan cukup besar menjadi US\$30 juta.

Potensi Pemasaran Florikultura

Aspek pemasaran bunga potong merupakan aspek yang penting karena hal ini menyangkut kelangsungan usaha para petani dan pengusaha bunga potong. Pasar bunga potong mempunyai ciri tersendiri pada segmen pasarnya. Banyaknya petani atau pengusaha yang berkecimpung dalam usaha bunga potong, mengharuskan seorang petani atau pengusaha untuk dapat menentukan segmen pasar produknya yang dianggap paling menguntungkan. Adanya beberapa segmen pasar bunga potong, seperti florist, dekorator, hotel, restoran, perkantoran, catering, supermarket dan lainlain, menunjukkan bahwa usaha bunga potong di Indonesia diyakini masih memilikip eluang yang untuk terus dikembangkan.

Bunga potong bukanlah kebutuhan pokok sehingga elastisitas permintaannya lebih tinggi dari makanan, terutama makanan pokok seperti beras. Bunga potong masih dianggap barang spesial sehingga pembeliannya hanya pada saat-saat tertentu saja. Namun pada saat ini momen-momen yang membutuhkan bunga semakin banyak, tidak hanya saat pernikahan, kematian atau pun ulang tahun, tetapi juga saat wisuda, menjenguk orang sakit, pilkada, pemilu, dan sebagainya, yang semuanya dapat membuat permintaan bunga semakin meningkat.

Pertumbuhan permintaan bunga potong untuk konsumsi di dalam negeri diperkirakan meningkat antara 15 sampai 20 persen per tahun. Untuk pasar dalam negeri, pembelian bunga dalam jumlah besar (bukan individual) dilakukan oleh florist, flowershop, perhotelan dan perkantoran, meskipun di antara mereka ternyata terdapat perbedaan selera terhadap jenis bunga yang diminta. Indikator lain yang menunjukkan optimisme terhadap prospek usaha bunga potong tersebut adalah bahwa Indonesia, selain mengimpor juga mengekspor bunga potong. Namun nilai ekspor bunga potong Indonesia masih sangat kecil dibandingkan dengan peluang yang ada.



Gambar 8. Perkembangan Ekspor Produk Florikultura (1996-2016) Sumber: UN Comtrade, 2017

Bunga potong menjadi komoditas utama di dalam produk florikultura yang diekspor kemudian disusul dengan tanaman hias dan lainnya. Gambar 8 menunjukkan bagaimana trend perkembangan ekspor produk florikultura selama 10 tahun terakhir. Di tahun 1996-1999 ekpor produk florikultura mengalami penurunan karena pengaruh situasi perekonomian nasional yang sedang terpuruk. Namun nilai ekspor pada tahun 2000 kembali meningkat, dan pada tahun 2015 nilai ekspor mencapai US\$ 30,40 juta.

Produsen florikultura yang terbesar di dunia adalah negeri Belanda yang menguasai lebih dari 50 persen dari pangsa pasar dunia, terutama untuk bunga mawar. Negara-negara lain yang berperan dalam perdagangan dunia florikultura antara lain adalah Kolumbia, Italia, Israel, Spanyol, dan Kenya. Di kawasan Asia Tenggara, beberapa negara produsen florikultura yang perlu diperhitungkan adalah Thailand dan Malaysia.

Pemilihan jenis komoditas yang tepat penting sekali sebagai strategi pemasaran bunga potong ke manca negara. Pemilihan tersebut disesuaikan dengan struktur permintaan dunia. Permintaan dunia akan florikultura lebih banyak untuk bunga dan anggrek sedangkan sisanya tanaman hias daun dalam jumlah kecil. Sementara di Indonesia, komposisinya berbeda, yaitu lebih banyak tanaman hias daun dan anggrek, sementara bunga

potong adalah paling sedikit. Untuk meningkatkan ekspor maka produksi florikultura di Indonesia harus lebih diarahkan pada pengembangan bunga potong. Hanya saja yang menjadi tantangan adalah penyediaan varietas baru yang unggul. Ketergantungan pada bibit bunga impor tinggi sekali. Ditambah lagi biaya bibit memiliki proporsi tertinggi dalam cost structure, vaitu lebih dari 30 persen.

Perlunya Dukungan *Stakeholders* dan Sistem Informasi yang Handal

Potensi agribisnis florikultura vang belum optimal, dapat dikembangkan dengan adanya dukungan dan peran dari kelembagaan pemerintah, masyarakat dan swasta. Peran pemerintah pengembangan agribisnis florikultura adalah fungsi fasilitasi, promosi, regulasi dan proteksi. Bentuk dukungan pemerintah lebih ditujukan terhadap para pelaku skala kecil berupa bimbingan, penguatan modal, dan penghubung antara petani kecil dengan pengusaha besar. Peran pemerintah juga dapat ditekankan pada penyediaan fasilitas umum, termasuk prasarana transportasi, pasar dan pusat penjualan, penyediaan berbagai sertifikat dan perijinan, penyediaan fasilitas pengairan, fasilitas kredit, dan lain-lain.

Peran dan partisipasi masyarakat dalam bentuk kepeduliaan di bidang lingkungan hidup seperti penanaman pohon khususnya tanaman hias di lingkungan sekitar, dapat mendorong peningkatan permintaan terhadap produk florikultura. Peran lembaga swasta dalam hal memajukan usaha produk florikultura dapat berupa sebagai pasar atau konsumen tanaman hias.

Pengembangan industri florikultura yang berdaya saing seperti komoditas agribisnis lainnya perlu didukung oleh sistem informasi yang handal. Seperti negara-negara maju yang telah mengadaptasikan sistem informasi untuk produk pertanian. Sistem informasi ini sangat berguna dalam penentuan (a) perencanaan kebutuhan perbenihan secara nasional, (b) penetapan strategi pemasaran, (c) pemetaan sentra produksi, (d) sarana komunikasi antar pelaku bisnis, (e) perwilayahan spesifik komoditas, (f) pemetaan negara kompetitor, dan (g) evaluasi kinerja masa lampau. Jaringan informasi dan komunikasi yang efektif dan efisien ini juga berguna untuk menyebarluaskan teknologi unggulan, akses pasar, dan membuka komunikasi antar pelaku usaha florikultura.

Kasus Pembelajaran: ABetterFlorist.com.

Bisnis bunga termasuk salah satu jenis bisnis yang masih sangat mengandalkan metrik-metrik konvensional. Padahal, bisnis bunga ini cukup besar waste dan mark-up dari para tengkulak (middlemen). Di Asia Tenggara, disrupsi bisnis ini dipelopori oleh ABetterFlorist.com. Toko bunga online paling high-tech di Asia Tenggara ini didirikan oleh Steve Feiner, yang pernah bekerja di Google di bagian e-commerce sales dan strategi bisnis. Menurut hasil observasinya, industri bunga termasuk yang paling tidak efisien karena bunga berpindah tangan beberapa kali di antara para tengkulak, sebelum jatuh ke tangan konsumen setelah 10 hari hingga 16 hari kemudian.

Dalam industri bunga potong, kesegaran bunga tidak dapat ditawar. Di sisi lain, harga yang dibayarkan oleh konsumen sudah di-mark-up hingga berkali-kali sehingga bisa dipahami apabila karangan bunga yang diterima oleh customer terlambat. Pasar global bunga senilai US\$ 60 miliar dan pasar bunga Asia mencapai US\$ 7 miliar. Sedangkan pasar Asia Tenggara mencapai US\$ 2,5 miliar atau Rp 43 trilliyun. Angka-angka tersebut sangat menantang untuk didisrupsi. Jadilah mantan "Google-er" hijrah ke Singapura dan membuka toko yang bernama ABetterFlorist.com. Dari deskripsi tersebut muncul pertanyaan bagaimana cara disrupsi industri bunga tersebut. Ada enam hal yang menjadi dasar adanya disrupsi pada industri florikultura antara lain: Pertama, smile guaranteed. Ini adalah filosofi dasar. Semua bergerak cepat, tepat, akurat, dan tanpa ragu. Artinya, dari pengumpulan leads untuk pemasangan targetted ads saja, sudah dilakukan dengan menggunakan analisis big data. Sehingga perilaku dan ekspektasi konsumen tidak bergeser dari fakta. Penggunaan big data, aplikasi canggih, dan pengiriman dalam satu jam melengkapi disrupsi ini.

Kedua, pegang stok bunga terbatas, sesuai analitis data. Artinya, ada pembagian, hari-hari sepi dan hari-hari super ramai. Namun, seberapa ramaikah? Bagaimana cara memprediksi stok yang tepat. Semua dapat diprediksi dengan tepat dari data yang terkumpul berdasarkan wilayah, tanggal-tanggal penting pribadi dan momen-momen berharga seperti pernikahan, lamaran, baby shower berdasarkan kultur setempat. Selain itu, pilihan jenis bunga dan model karangan bunga dibatasi yang paling populer saja.

Ketiga, pemesanan bunga oleh konsumen dilakukan secara online, sehingga lebih efisien dari segi biaya operasional. Berbagai program pengiriman bunga otomatis secara subscription juga ditawarkan, selain adanya sistem pengingat otomatis setiap tanggal-tanggal penting. Dengan demikian, para customer tidak perlu khawatir lupa momen penting semisal hari ulang tahun pernikahan, Hari Ibu dan lainnya.

Keempat, pengiriman bunga dilakukan ala *Uber* atau *Go-Jek* (*delivery* online) dengan pengiriman dalam waktu satu jam. Sehingga kesegaran bunga terjaga. **Kelima**, stok bunga diimpor langsung dari *nursery* bunga di Cameron Highlands, Malaysia. Dalam dua hari, bunga akan diterima oleh customer, sehingga kesegarannya dapat terjamin. Tanpa middlemen, harga jual ke konsumen dapat ditekan hingga angka 20 persen. Dengan penerapan strategi seperti itu, otomatis ABetterFlorist.com sangat kompetitif dibandingkan dengan toko-toko bunga konvensional.

Keenam, buket bunga dalam kemasan (kotak) spesial. Ternyata bunga-bunga yang dikemas dalam kotak juga memberi solusi baru bagi stok dalam kondisi tertentu dan stok berlebih yang dibeli dengan harga rendah dari para wholesaler. Ini juga menurunkan biaya tenaga kerja yang merangkai bunga. Dalam tradisi potpourri di Eropa, bunga-bunga dalam kotak (box) merupakan aromaterapi yang digemari, jadi memang telah mempunyai pasar tersendiri.

PENUTUP

Dilihat dari segi potensi sumberdaya maupun potensi pasar, agribisnis di bidang florikultura di Indonesia memiliki peluang untuk terus dikembangkan, baik yang berorientasi pasar domestik maupun ekspor. Tantangannya adalah bagaimana mengubah dan mengembangkan kebiasaan masyarakat Indonesia agar terbiasa memanfaatkan produk florikultura (bunga-bungaan) dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, perlu dipahami bagi para pelaku industri florikultura, selera dan peluang pasar domestik dan internasional, dimana permintaan pasar domestik lebih memilih tanaman hias sedangkan pasar internasional memilih bunga potong. Peluang ekspor masih besar, namun belum optimal.

Perlu adanya promosi untuk meningkatkan pengetahuan dan kepeduliaan masyarakat terhadap produk florikultura. Bentuk promosi yang dapat dilakukan antara lain memfasilitasi produsen florikultura dalam pameran domestik dan internasional serta menyelenggarakan misi

Netti Tinaprilla, dan Chairani Putri Pratiwi

perdagangan. Di sisi lain, dengan era perdagangan maupun ekonomi terbuka Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), merupakan tantangan sekaligus peluang bagi industri dan pelaku bisnis florikultura Indonesia untuk meningkatkan ekspor florikultura dan beradaptasi untuk memanfaatkan teknologi untuk memperluas pasar domestik dan untuk mendorong penetrasi pasar ekspor. Jika agribisnis florikultura di Indonesia berkembang diharapkan mampu berkontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- De L.C., and Singh D.R. 2016, Floriculture Industries, Opportunities and Challenges in Indian hills, International Journal of Horticulture, 6(13):1-9, India.
- Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian, Ekspor Produk Florikultura 2007-2011, Jakarta.
- Khan D., and Fazili, A.I. 2015. A SWOT Analysis of Floriculture Industry in Kashmir. Journal of Research in Management and Techhology Vol.4, Issue 12, ISSN 2320-0073, India.
- Kemendag. 2016. Perkembangan Ekspor Non Migas (Sektor) Periode: 2012-2017, Jakarta.
- Kementerian Pertanian. 2017. Laporan Tahunan 2016, Pengolahan dan Pemasaran Hasil Tanaman Pangan Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Kementerian Pertanian. 2015. Statistik Produksi Hortikultura Tahun 2014. Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
- Lim, J. 2015. There's A Better Florist in Southeast Asia Now, diakses pada: https://www.forbes.com/sites/jlim/2015/12/22/theres-a-betterflorist-in-south-east-asia-now/#678ffc1726b8
- Nurmalinda dan Hayati, N.Q. 2014. Preferensi Konsumen Terhadap Krisan Bunga Potong dan Pot. J. Hort. Vol. 24 No.4: 363-372.
- Direktorat Jenderal Hortikultura Kementerian Pertanian. Rencana Strategis Direktorat Jenderal Hortikultura 2015-2019. Jakarta.
- Saragih, B. 2001. Suara dari Bogor: "Membangun Opini Sistem Agribisnis". IPB Press, Bogor.
- UN Comtrade, 2017, Ekpor Produk Florikultura 1996-2016, United Nations Commodity Trade Statistics Database.

Netti Tinaprilla, dan Chairani Putri Pratiwi