



AGRILAND

Jurnal Ilmu Pertanian

Journal homepage: <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/agriland>



Karakteristik petani dan orientasi pasar sebagai pengaruh petani krisan melakukan proses pasca panen

The characteristics of farmers and market orientation as the chrysanthemum growers do influence the process of postharvest

Raditya Johan Kristono^{1*}, Hendrik Johannes Nadapdap²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia. Email: radityakristono1104@gmail.com

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana, Jl. Diponegoro 52-60, Salatiga 50711, Indonesia. Email: handrik.nadapdap@uksw.edu

*Corresponding Author, Email: radityakristono1104@gmail.com

A B S T R A K

Bisnis florikultur Indonesia mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satu komoditas florikultur yang memiliki peluang usaha cukup baik untuk dikembangkan adalah bunga potong khususnya bunga potong krisan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat proses pasca panen yang dilakukan petani krisan, faktor determinan sebagai pengaruh petani melakukan pasca panen. Penelitian ini dilakukan di Dusun Jurang, Kelurahan Kenteng, dan Dusun Jetis, Kelurahan Ngaseman, Kecamatan Bandungan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Pengambilan responden dilakukan menggunakan teknik purposive, Peneliti menetapkan responden sebanyak tiga respondeng dengan kriteria petani dengan skala usaha kecil, menengah dan besar, untuk uji keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber. Faktor determinan yang diamati pada penelitian ini meliputi pendidikan, pengalaman, motivasi, orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa setiap petani melakukan proses pasca panen sampai pada tingkatan yang sama yaitu pengemasan, Faktor determinan yang berpengaruh untuk petani melakukan pasca panen adalah faktor pengalaman, motivasi, orientasi pelanggan. Melihat dari penjelasan yang sudah diberikan oleh para petani, interaksi yang ada pada lingkungan pertanian krisan bersifat asosiatif dimana petani saling membantu dan tidak adanya bentuk persaingan.

Kata Kunci : pasca panen, faktor detrmnan, bentuk interaksi petani krisan

A B S T R A C T

The Indonesian floriculture business has increased in line with the increasing economic growth of Indonesia. One of the floriculture commodities that have a good business opportunity to develop is cut flowers, especially the flower cut chrysanthemum. This research aims to see the post-harvest process that the farmers do, factors determinant as the influence of farmers do post-harvest. This study was conducted in the village of Gorge, Kenteng village, and Jetis Hamlet, Ngaseman village, Bandungan District. This research uses qualitative methods with a discrete approach. The respondents were taken using the purposive technique, Weaver set the respondents three Respondeng with the criteria of farmers with small, medium and large enterprises, to test the validity of this research data using the techniques The source triangulation. Factors of determinants observed in this study include education, experience, motivation, the orientation of the competition and the orientation of competitors. The result of this study showed that every farmer does post harvest process until the same level of packaging, determinant factors that influence for farmers to post harvest is factor of experience, motivation, orientation Customers. Looking at the explanation that has been given by the farmers, the interaction that exists in the agricultural environment is associative where farmers help each other and the absence of the form of competition.

Keywords: post-harvest, detractic factor, form of interaction of chrysandetic farmers

Pendahuluan

Komoditas agribisnis florikultur terdiri dari bunga potong, bunga pot, dan tanaman hias daun. Salah satu komoditas

florikultur yang memiliki peluang usaha cukup baik untuk dikembangkan adalah bunga potong. Bunga potong banyak dibutuhkan oleh florist, decorator, hotel,

catering, kantor dan konsumen rumah tangga, hal ini menunjukkan bunga potong memiliki prospek usaha yang luas dan peluang usaha yang menjajikan.

Krisan merupakan salah satu jenis tanaman hias bunga yang sangat populer dan memiliki nilai ekonomis yang relatif tinggi di Indonesia serta memiliki prospek pemasaran cerah. Salah satu daerah sentra pengembang tanaman krisan terbesar di Indonesia adalah Provinsi Jawa Tengah sebesar 26.33% dari jumlah total kontribusi bunga potong (BPS, 2015). Untuk meningkatkan mutu dan daya saing secara optimal, diperlukan penanganan yang efektif dan efisien pada proses pasca panen. Salah satu kegiatan pasca panen untuk meningkatkan mutu dan daya saing produk adalah dengan proses sorting, grading, packaging, dan labeling.

Dengan melihat kemampuan para pelaku agribisnis florikultur bunga krisan di Bandungan yang memiliki potensi yang sangat besar dalam menghasilkan bunga krisan, namun dengan potensi besar tersebut para pelaku masih tidak mampu untuk mengoptimalkan produknya karena para pelaku agribisnis florikultur bunga krisan sebagian besar hanya melakukan proses sorting, grading, dan packaging, hanya beberapa pelaku usaha menengah yang melakukan labeling.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui pasca panen yang dilakukan petani bunga krisan di Bandungan, (2) mengetahui faktor yang mempengaruhi petani melakukan penjualan secara curah, sorting, grading, packaging, dan labeling.

Bahan dan Metode

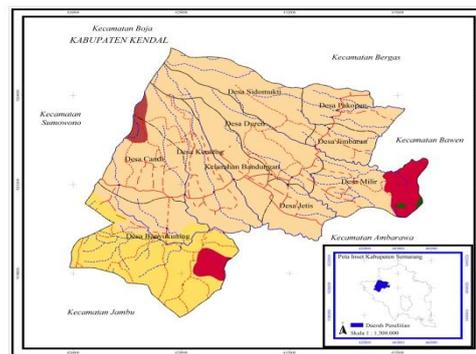
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Penelitian kualitatif sering disebut dengan penelitian yang bersifat alamiah tanpa dilakukan manipulasi oleh peneliti. Penentuan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive yaitu teknik penentuan dengan suatu alasan, supaya peneliti memilih responden yang dapat dipercaya untuk menjadi sumber data (Sutopo, 2006).

Dalam penelitian kualitatif, triangulasi data dan dokumen adalah cara yang paling umum digunakan sebagai alat penjaminan validitas data dengan menggunakan data

atau dokumen dari luar data tersebut untuk keperluan pengecekan data dan perbandingan terhadap data tersebut (Sugiyono, 2007). Dalam penelitian ini teknik triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber.

Hasil dan Pembahasan

Kecamatan Bandungan memiliki luas wilayah menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Semarang seluas 4,823.3 Ha atau 5.08% dari luas Kabupaten Semarang (Gambar 1).



Gambar 1. Peta Kecamatan Bandungan (BPS, 2017)

Partisipan yang menjadi fokus penelitian ini pada tiga petani krisan yang berada di wilayah Kecamatan Bandungan dengan skala usaha yang berbeda (besar, sedang, kecil) yang terdapat di Dusun Jurang, Kelurahan Kenteng, dan Dusun Jetis, Kelurahan Ngaseman, Kecamatan Bandungan. Profil petani krisan dijabarkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Profil partisipan

Partisipan	Jenis Kelamin	Tingkat Pendidikan	Lama Bertani Krisan (tahun)	Luas Lahan (m ²)
Marioto	Laki-laki	SMP	15	1200
Ngateno	Laki-laki	SLTA	21	2500
Ismanto	Laki-laki	SLTA	7	750

Sumber: Data Primer 2019

Proses pasca panen petani krisan

Dalam penanganan pasca panen dilakukan dengan tingkatan tahap yang ada seperti sortasi, grading, pengemasan, dan labeling. Dari penelitian yang sudah dilakukan, pasca panen yang dilakukan oleh partisipan petani krisan di Bandungan

yang diambil dengan kriteria sesuai skala usaha besar, menengah dan kecil semuanya hanya melakukan proses pasca panen hanya pada proses pengemasan, adapun prosesnya sebagai berikut :

1. Sortasi

Sortasi yang dilakukan petani krisan yaitu dengan memisahkan bunga yang layak dan tidak dengan melihat dari fisik bunga tersebut yaitu warna dan keutuhan dari bunga tersebut.

2. Grading

Dalam proses ini petani hanya membedakan grade bunga dengan melihat panjang tangkai, apabila tangkai dengan panjang minimal 1 meter maka akan dikelompokkan dalam grade A, sedangkan untuk panjang tangkai dibawah 100 cm akan dikelompokkan pada grade B.

3. Pengemasan

Pengemasan dilakukan dengan digulung pada kertas koran dengan isi 10 tangkai dalam satu gulungan, adapun pengemasan dengan bahan atau wadah lain dilakukan dengan menggunakan kotak styrofoam. Pengemasan dengan kotak styrofoam dilakukan apabila pengiriman bunga yang jauh.

4. Labeling

Proses labeling dilakukan dengan tujuan memberikan informasi tentang produk yang dihasilkan petani sehingga kepada konsumen. Namun dalam penelitian ini para partisipan tidak menunjukkan ketertarikan dalam melakukan proses labeling, hal ini disebabkan karena beberapa faktor yang membuat petani enggan melakukan proses ini, adapun faktor-faktor tersebut seperti faktor internal (pengalaman, motivasi) dan orientasi pasar.

Faktor Internal Petani Melakukan Pasca Panen Pendidikan

Peran pendidikan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan, karena dengan semakin tinggi pendidikan yang ditempuh seseorang maka akan merubah pola pikir orang dalam mengadaptasi sesuatu yang baru. Banyak cara mendapatkan pendidikan salah satunya pendidikan nonformal yang bisa didapat dari luar seperti penyuluh. Dalam penelitian ini pendidikan bukan sebagai faktor yang memutuskan melakukan pasca panen pada tahapan tertentu.

Petani krisan skala menengah: “Kek dibidang penting iya mas tapi, kalau saya tidak mas soale dari dulu cuma ngikut petani lain kalo pasca panennya.” “Kalo tentang pasca panen gak ada mas palingan cuma ngasih bantuan alat aja. Kalau selain itu mas tentang pengolahan tanah, pupuk organik sama pestisida sama pengendalian hama, kalo soal pasca panen petani melakukan yang sudah ada saja.”

Petani krisan skala besar: “Gak ngaruh mas disini itu kalau pasca panen ya tinggal ngikutin petani lain mas, ya dari pertama sampe sekarang ya sama aja mas. kalau di kelompok tani pernah ada penyuluhan namun gak tentang pasca panen.”

Petani krisan skala kecil: “Kalo saya pendidikan tidak mas, soalnya saya mengikuti aja sama beberapa petani yang ada disini, sama dulu sebelum bisnis sendiri saya ikut orang jadi udah tau apa-apa saja yang diperlukan untuk pasca panennya.” “Dari dinas dukungannya bukan di pasca panennya mas, tapi cuma bantuan alat alat budidaya aja mas kaya traktor, itu pun satu traktor untuk satu dusun, sedangkan untuk pasca panen pemerintah gak pernahmas soalnya pasca panen petani yang menentukan.”

Soekartawi (1998), menyatakan bahwa pendidikan tinggi membuat seseorang memiliki tingkat penerimaan dan adopsi inovasi yang relatif tinggi, dan sebaliknya jika pendidikan yang diampu rendah tingkat adopsi inovasi akan relatif rendah, namun dalam penelitian ini di dapati bahwa pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan petani melakukan pasca panen, hal ini ditunjukkan dengan pernyataan para petani yang mengaku tidak setuju jika pendidikan menjadi tolak ukur petani krisan dalam menentuka pasca panen yang mereka gunakan, para petani memberikan penjelasan bahwa mereka melakukan pasca panen atas dasar mengikuti apa yang dilakukan petani lain, sehingga apabila petani lain melakukan pasca panen hingga tahap pengemasan, maka petani lain atau petani baru akan melakukan tahapan pasca panen hingga pada tingkatan yang sama. Sedangkan untuk pendidikan nonformal para petani memberikan penjelasan bahwa tidak didapatkan pendidikan nonformal dari pihak dinas pertanian maupun penyuluh, hanya sebatas bantuan alat oprasional budidaya.

Hasil penelitian Ismail (2016) menunjukkan bahwa pendidikan memiliki nilai koefisien variabel bernilai negatif. Hal ini memiliki pengertian bahwa petani yang mengenyam pendidikan lebih rendah memiliki kecenderungan untuk menerapkan pertanian sayuran organik. Melihat dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa hasil yang didapati tidak sesuai dengan teori yang diberikan Soekartawi (1998), hal ini juga terjadi pada penelitian yang dilakukan kepada petani krisan, dimana pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan petani krisan dalam menentukan tahap pasca panen yang akan petani krisan lakukan karena petani hanya mengikuti apa yang sudah mereka lakukan bertahun tahun dan melihat dari para petani lain yang juga melakukan proses pasca panen hingga pada tahap pengemasan saja.

Pengalaman

Dalam penelitian ini didapati bahwa pengalaman petani memberikan pengaruh terhadap keputusan yang diambil untuk menentukan pasca panen yang akan dilakukan.

Petani krisan skala menengah: "Pernah mas, tapi tergantung dari harga dan ya semakin lama semakin kurang mas hasilnya, kalau 2-3 tahun dulu hasilnya bisa maksimal mas kalau sekarang tanahnya sudah tidak subur makanya jadi susah, soalnya terus menerus bunga terus mas mau tanam yang lainnya tidak bisa." "Bisa dibilang begitu mas, ya karna harga yang gak setabil juga mas jadi saya gak mau keluar uang lebih lagi."

Petani krisan skala besar: "Ya pernah mas kalo ngirim nya jauh, kayak ke pekalongan itu pernah mas, pas pengiriman hujan tak tutup terpal sampe di alas roban malah panas gak tak buka sampe sana bunga e layu, akhir e hargane turun mas."(N,75). "Tergantung mas kalo ngirimnya cuma Magelang Yogja ya biasa di bungkus koran digulung, kalo jauh ya nanti di tarus ke kotah gabus kalo gak kardus mas."

Petani krisan skala kecil: "Sejauh ini kalo rugi gak pernah, soalnya kalo dilihat dari pendapatan dan total biaya yang saya pakai untuk budidaya paling cuma sampai balik modal tapi gak pernah rugi, rugi pun paling rugi tenaga dan waktu aja mas." "Kalo saya pendidikan tidak mas, soalnya

saya mengikuti aja sama beberapa petani yang ada disini, sama dulu sebelum bisnis sendiri saya ikut orang jadi udah tau apa-apa saja yang diperlukan untuk pasca panennya."

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas pernyataan petani krisan skala besar mendukung pernyataan petani skala menengah dimana menyatakan bahwa dia sering mengalami kerugian dikarenakan cuaca atau alam sehingga bunga yang akan dikirim mengalami pengurangan kualitas sehingga beliau mendapatkan harga yang lebih rendah, dari pengalaman tersebut pada proses pengemasan dirubah dengan menggunakan wadah gabus untuk menjaga kualitas dari bunga krisan tersebut, penggunaan wadah gabus ini jika pengiriman bunga yang membutuhkan waktu lama dan jarak tempuh yang jauh.

Sedangkan untuk pernyataan petani skala kecil berbeda dengan pernyataan dari partisipan sebelumnya, dimana pada pernyataan pertama partisipan tersebut mengungkapkan dirinya tidak pernah mengalami kerugian secara materi dikarenakan selalu balik modal, namun kerugian yang dia alami hanya kerugian waktu dan tenaga. Kemudian pada pernyataan yang kedua, petani skala kecil mengungkapkan bahwa sebelum dirinya melakukan usaha bunga krisan ini beliau sudah bekerja kepada orang lain dengan bidang usaha yang sama, sehingga memberikan pengalaman hal-hal apa saja yang diperlukan untuk melakukan budidaya terutama pada proses pasca panennya.

Melihat diri semua pernyataan ke-3 petani dapat di katakan bahwa pengalaman usaha tani yang pernah mereka alami maupun itu buruk atau baik, memberikan alasan bagi mereka untuk menentukan proses pasca panen yang akan mereka lakukan pernyataan ini sejalan dengan Padmowihardjo (1994), yang mengemukakan bahwa pengalaman baik yang menyenangkan maupun mengecewakan berpengaruh pada proses belajar seseorang, dimana petani pernah mengalami kerugian dalam bentuk materi maupun tenaga dan waktu, petani juga mendapatkan komplain dari para konsumen dikarenakan kualitas yang di inginkan konsumen masih ada beberapa yang belum mencukupi, dari pengalaman tersebut sehingga petani melakukan proses

pasca panen dalam rangka meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk.

Melihat dari lamanya usaha yang dilakukan para petani krisan memberikan pengalaman tentang bagaimana usahatani. Pengalaman usahatani dibagi menjadi tiga kategori yaitu kurang berpengalaman (<5 tahun), cukup berpengalaman (5-10 tahun) dan berpengalaman (>10 tahun). Petani memiliki pengalaman usahatani atau lama usahatani yang berbeda-beda (Soeharjo dan Patong, 1999). Pada hasil penelitian ini dapat diidentifikasi bahwa petani krisan skala kecil melakukan usahatani ini sudah 7 tahun dimana dikategorikan pada sebagai petani yang cukup berpengalaman dan petani skala menengah dan besar sudah melakukan usahatani bunga krisan lebih dari 10 tahun sehingga dikategorikan sebagai petani yang sudah berpengalaman. Namun dengan perbedaan pengalaman usahatani krisan, terlihat bahwa lamanya bertani krisan tidak berpengaruh terhadap keputusan petani melakukan proses pasca panen. Petani krisan lebih memilih mengikuti petani lain atau melakukan sesuai dengan apa yang mereka lakukan bertahun-tahun dalam proses pasca panennya dari pada melakukan inovasi yang dirasa belum tentu menguntungkan petani krisan di Bandungan.

Motivasi

Motivasi merupakan dorongan untuk memutuskan sebuah tindakan dalam rangka untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini partisipan menjelaskan alasan mereka melakukan proses pasca panen untuk mendapatkan penghasilan yang maksimal. Partisipan mengungkapkan bahwa mereka memiliki alasan untuk hanya melakukan proses pasca panen hingga tahap pengemasan saja, dan partisipan memutuskan untuk tidak melakukan proses labeling, adapun alasan partisipan akan dijelaskan pada pernyataan berikut:

Petani krisan skala menengah: "Bisa dibayangkan begitu mas, ya karena harga yang gak stabil juga mas jadi saya gak mau keluar uang lebih lagi." "Gak pernah mas, ya hasilnya gitu-gitu aja mas kadang bagus kadang buruk sama prosesnya dapat label yang lama."

Petani krisan skala besar: "Lama ngurusnya mas sama, banyak aturannya jadi ya udah gak usah. Kalo kelamaan

ngurus itu nanti bunganya selak layu mas, ya sama gak mau keluar biaya lebih buat label kalo harga yang gak tentu."

Petani krisan skala kecil: "Disini itu masih belum bisa seperti Bandung mas kalo di Bandung bisa karena harganya sudah ditentukan sekian, sekitar Rp 15.000, beli ada yang gak beli ya harganya tetap segitu aja mas. Kalo disini kan petani mikirnya kalo gak laku, makanya langsung kemas terus dijual mas. Kalau di Bandungan sini gak ada yang labeling itu gak ada. Dulu pernah ada disini petani pakai label tapi sekarang bangkrut soalnya gak bisa stabil pendapatannya"

Dalam pernyataan diatas, petani krisan skala kecil memberi perbandingan kondisi harga bunga krisan yang ada di Bandungan dengan kondisi harga di Bandung, dalam pernyataannya beliau mengatakan harga di Bandung terbilang lebih stabil sehingga petani mampu mematok harga sesuai dengan standar yang ada di sana, dengan adanya kestabilan harga petani tidak merasa aman dengan pendapatannya, beliau juga memberikan pernyataan bahwa dulu di Bandungan pernah ada petani yang melakukan pemberian label namun karena harga yang tidak stabil sekarang petani tersebut berhenti menanam krisan.

Dari pernyataan ke-3 partisipan, dapat dinyatakan bahwa alasan utama kenapa petani krisan di daerah Bandungan memilih untuk tidak melakukan proses labeling, sesuai dengan yang disebutkan bahwa motivasi merupakan usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menimbulkan dorongan berbuat atau melakukan tindakan. Motivasi dapat menjelaskan alasan seseorang melakukan sesuatu tindakan (Padmowihardjo, 1994), dalam usaha pertanian krisan ini para petani tidak melakukan proses labeling dikarenakan harga yang bersifat fluktuatif sehingga membuat pendapatan petani tidak dapat dipastikan bahkan seringkali mengalami kerugian ditambah lagi proses untuk membuat label dan mendaftarkan produknya memerlukan waktu dan biaya tambahan, sedangkan petani enggan untuk mengeluarkan uang tambahan dan juga beralasan bahwa bunga krisan harus segera dijual, berbeda dengan pertanian bunga krisan yang terdapat di Bandung, disana bunga krisan sudah memiliki harga yang tetap sehingga petani disana tidak

khawatir akan pendapatannya sehingga mampu melakukan labeling.

Orientasi Pasar

1. Orientasi Pelanggan

Orientasi pelanggan merupakan upaya yang dilakukan oleh petani untuk melihat kebutuhan dan keinginan dari pelanggan untuk mencapai titik kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini melihat apakah partisipan mengenali siap sasaran pasar dan tahu apa yang pelanggan inginkan, sehingga petani mampu memberikan apa yang di inginkan melalui proses pasca panen. Berikut pernyataan partisipan:

Petani krisan skala menengah: "Kalau grade a ya tinggi tinggi mas ya kira-kira 100cm-150cm, untuk grade b nya ya dibawahnya, ya kalau konsumennya paling mintaknya bunganya yang bagus kalau tengkulak biasanya lihat panjang nya mas." "Ya kalo dibilang menguntungkan iya mas, soalnya konsumen saya juga gak pernah komplain, kalo satu ikat kelihatan sedikit ya saya tambah aja mas isinya mas." "Biasanya ya tengkulak tapi ya kadang ada yang dari orang dekor beli langsung biar lebih murah aja mas."

Petani krisan skala besar: "Ya pernah mas kalo ngirim nya jauh, kayak ke pekalongan itu pernah mas, pas pengiriman hujan tak tutup terpal sampe di alas roban malah panas gak tak buka sampe sana bunga e layu, akhir e hargane turun mas."(N, 75). "Konsumennya paling cuma pendekor, pengepul sama paling pengecer aja mas. Kalo kualitas itu yang penting bagus aja warnanya sama panjang tangkainya, ya grade A atau B itu mas harga ya sesuai itu juga mas."

Petani krisan skala kecil: "Ya banyak, kalo di pasar sudah banyak mas kalo dipasar atau disini sudah mencakup jawa tengah lah, cuma kalo mungkin ada kita gak ada barang ya paling pada kesana pasar ajaman lebih lengkap, ya kalau dibilang ada dari orang dekor sama pengepul palingan mas." "Kalo disini sih grade yang menentukan petani mas, sebenarnya disini ada 2 grade mas, tapi kalo orang dekorasi pasti mintanya grade A, sayakan juga orang dekor bos saya itu mintanya pasti grade A padahal nantinya juga dipotong 75cm. Kalau dilihat dari warnanya sama paling beda di pajang tangkainya saja kalo grade A 100cm kali grade B dibawah itu lah mas."

Dari pernyataan petani krisan, dapat disimpulkan bahwa beliau mampu mengenali siap saja yang menjadi konsumen usahanya yaitu pendekor dan pengepul dan mengetahui kualitas yang diinginkan yaitu grade A dan B, namun yang membedakan pernyataan petani krisan skala kecil dengan yang lainnya adalah dikatakan bahwa grade yang diberikan sesuai dengan ketetapan petani namun tidak dinyatakan bahwa konsumen memberikan komplain untuk bunga yang diberikan beliau.

Perusahaan atau pengusaha yang berorientasi pada pelanggan akan selalu berusaha untuk mencari tahu apa yang diinginkan dan yang dibutuhkan oleh pelanggan sehingga para pengusaha akan berupaya membuat produk atau jasa yang terbaik untuk memuaskan pelanggan (Wahyudiono, 2013 dalam Purwasari dan Suprpto, 2014). Berdasarkan dari teori yang dijelaskan, hasil dari penelitian yang dilakukan terhadap tiga petani krisan dapat disimpulkan bahwa petani telah mengetahui standar atau keinginan dari para pelanggan atau konsumen bunga krisan, sehingga para petani melakukan proses pasca panen sortasi dan grading untuk memisahkan produk sesuai dengan kualitas yang ditetapkan yaitu grade A dengan panjang tangkai kurang lebih 100 cm dan grade B dengan panjang tangkai kurang dari 100 cm, sedangkan untuk kondisi warnanya pelanggan hanya melihat dari kecerahan bunga. Namun dengan melakukan proses pasca panen sortir dan grading untuk memuaskan konsumen, para petani masih mendapatkan komplain dikarenakan produk bunga yang dikirim mengalami penurunan kualitas. Menurut penuturan para petani, penurunan kualitas yang terjadi pada produknya disebabkan karna kondisi alam dan suhu udara yang berbeda pada setiap wilayah.

Dilihat dari Preferensi Konsumen Terhadap Krisan Bunga Potong dan Pot (Nurmalinda dan Hayati, 2014), selera konsumen bunga potong krisan pendekor dalam pemilihan bunga yang akan digunakan dilihat dari jenis bunga, warna, ukuran bunga, bentuk bunga, tangkai bunga, dan ketahanan bunga. Jenis bunga krisan potong yang paling digandrungi oleh para pendekor adalah jenis standar, dengan warna putih, dengan ukuran bunga 6-8 cm. Namun dalam keterangan para

petani krisan di Bandungan, konsumen hanya melihat grade bunga krisan dari panjang tangkai yang sehingga petani krisan melakukan proses pasca panen sortir dan grading hanya melihat dari kondisi warna dan ukuran tangkai. Untuk jenis bunga yang digunakan doleh para petani hampir keseluruhan sama yaitu jenis standar dan spreng, dengan warna putih dan kuning, sedangkan untuk ukuran bunga petani krisan tidak pernah melakukan spesifikasi ukuran, hanya saja jika pada saat pengemasan bunga jika dirasa dalam satu ikat berisi sepuluh bunga dirasa masih terlihat sedikit maka petani krisan akan membahakan beberapa tangkai lagi.

Dalam penelitian ini para petani tidak memberikan pernyataan bahwa konsumen memiliki keinginan atau standar untuk pengemasannya, hal ini dikarenakan para konsumen terlebih pendekor hanya menginginkan bahwa bunga yang dia dapatkan dari pada petani memiliki warna yang cerah dan tangkai yang panjang sesuai dengan grade yang ditetapkan. Hal ini membuat para petani hanya melakukan pengemasan hanya menggunakan koran, adapun pengemasan menggunakan kotak sterofoam pada saat pengiriman bukan atas permintaan para konsumen tetapi hanya sebuah inovasi para petani agar bunga yang dikirim kepada konsumen yang jauh tidak mengalami penurunan kualitas seperti yang dilakukan petani dengan skala usaha besar seperti bapak Ngateno lakukan. Sedangkan untuk petani dengan skala usaha kecil dan menengah hanya melakukan pengemasan dengan kertas koran dikarenakan konsumen yang mereka jangkau hanya para pendekor dari daerah kabupaten Semarang.

2. Orientasi Pesaing

Orientasi pesaing merupakan upaya produsen untuk melihat kekuatan maupun kelemahan produk dan strategi pasar dari setiap pesaing bisnis. dalam penelitian ini dilihat apakah para partisipan mampu mengenali kondisi persaingan yang ada dan mampu mencari tahu informasi tentang kelemahan dan strategi yang dilakukan para pesaing untuk memenangkan pasar. Pada beberapa pernyataan partisipan, dapat diketahui bahwa partisipan mampu mengenali kondisi persaingan dan juga tahu strategi pasca panen yang dilakukan

untuk memenangkan persaingan antar petani, berikut pernyataan partisipan:

Petani krisan skala menengah: "Kalau dibilang penting iya mas tapi, kalau saya tidak mas soale dari dulu cuma ngikut petani lain kalo pasca panennya." "Ya kalau dibilang persaingan enggak mas soalnya kualitasnya sama saja mas." "Rata-rata sama saja mas sampai itu saja, gak ada yang sampai labeling paling cuma sampai pengemasan aja mas."

Petani krisan skala besar: "Gak ngaruh mas disini itu kalau pasca panen ya tinggal ngikutin petani lain mas, ya dari pertama sampe sekarang ya sama aja mas. kalau di kelompok tani pernah ada penyuluhan namun gak tentang pasca panen." (N, 70). "Gak ada persaingan mas kalo petaninya, ya balik lagi rejekinya beda-beda." "Sama aja mas paling sampe pengemasan tok, dibungkus pake kertas koran grade nya juga sama aka mas, paling bedanya juannya kemana aja mas."

Petani krisan skala kecil: "Kalau tentang persaingannya disini gak ada mas, biasanya kalo saya dapat penanan tapi bunganya kurang saya minta tolong petani lain bunganya itu dibeli juga, jadi akhirnya tolong menolong mas pokoknya mana yang ada gitu mas." (I, 155). Sama semua mas, untuk grade nya sama saja mas, kalo misal ada yang bunganya kurang bagus ya di bantu mas, ya bisa dibilang yang bisa bantu yang bantu." (I, 160).

Dilihat dari pernyataan ketiga partisipan dapat disimpulkan bahwa tidak ada persaingan nyata yang dilakukan oleh para pelaku bisnis bunga krisan, ini dikarenakan strategi peningkatan kualitas melalui pasca panen memiliki tingkatan yang sama dan juga kualitas yang dihasilkan setiap petani memiliki tingkatan yang sama, bahkan dinyatakan petani saling membantu jika kualitas dan jumlah bunga yang dapat disediakan kurang dari yang diinginkan konsumen.

Orientasi pesaing berarti pemahaman yang dimiliki pelaku usaha dalam memahami kekuatan jangka pendek, kelemahan, dan strategi jangka panjang dari pesaing utama. Menurut Wulandari (2013) dalam Purwasai dan Suprpto (2014), kemampuan manajemen mengenai pesaingnya akan membantu dan menggali berbagai informasi mengenai apa dan bagaimana pesaing menjalankan bisnis, serta model strategi yang diterapkan,

sehingga manajemen memperoleh kepastian bahwa strategi ataupun aktivitas yang dilakukan perusahaan tidak didahului pesaingnya. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa petani mampu mengetahui kekuatan, kelemahan serta strategi yang dilakukan petani krisan lain, sehingga para petani ini tidak mengalami ketertinggalan aktivitas dan melakukan pasca panen dalam rangka meningkatkan kualitas produk pada tingkatan yang sama. Namun dalam keterangan dari ketiga petani yang diwawancarai, beliau mengutarakan bahwa tidak terjadi persaingan antar petani, ini disebabkan karena para petani melakukan kerja sama dalam usaha bunga krisan. Bentuk kerja sama yang dilakukan para petani krisan di Bandung adalah meminta tolong petani lain pada saat jumlah produk yang disediakan tidak mampu memenuhi jumlah yang dibutuhkan konsumen dan memberikan bantuan dalam pembudidayaan bunga krisan apabila bunga yang ditanam mengalami masalah kualitas, gangguan hama dan penyakit.

Interaksi Sosial Antar Petani Krisan

Interaksi sosial adalah bentuk hubungan yang dinamis, berupa hubungan antar individu satu dengan individu yang lain, antar kelompok yang satu dengan kelompok lain, bahkan antara kelompok dan individu. Berikut keterangan para petani tentang interaksi yang terjadi pada lingkungan pertanian krisan:

Petani krisan skala kecil: "Kalau tentang persaingannya disini gak ada mas, biasanya kalo saya dapat penanan tapi bunganya kurang saya minta tolong petani lain bunganya itu dibeli juga, jadi akhirnya tolong menolong mas pokoknya mana yang ada gitu mas." "Sama semua mas, untuk grade nya sama saja mas, kalo misal ada yang bunganya kurang bagus ya di bantu mas, ya bisa dibilang yang bisa bantu yang bantu."

Petani krisan skala menengah: "Ya kalau dibilang persaingan enggak mas soalnya kualitasnya sama saja mas."

Petani krisan skala besar: "Gak ada persaingan mas kalo petaninya, ya balik lagi rejekinya beda-beda."

Dalam pernyataan yang diberikan petani krisan skala menengah dan besar menyebutkan tidak adanya persaingan yang ada pada usaha tani krisan ini. Dalam terori interaksi yang dijabarkan menurut

Stiadi *et al.* (2013), ada dua macam proses sosial yang timbul akibat adanya interaksi sosial yaitu poses asosiatif dan disosiatif. Dalam penelitian ini didapatkan bahwa interaksi sosial yang terjadi pada lingkungan petani krisan di Bandung adalah interaksi asosiatif dimana petani krisan melakukan kerjasama dalam usaha tani ini. Petani krisan skala kecil menyatakan bahwa tidak adanya persaingan dan adanya kerja sama dalam bentuk membantu menutupi kekurangan jumlah bunga krisan yang dapat disediakan petani untuk mencukupi jumlah yang diinginkan konsumen, pernyataan ini juga didukung oleh kedua petani lain dimana tidak adanya bentuk persaingan murni antar petani.

Kesimpulan

Dari hasil dan pembahasan yang dilakukan untuk melihat faktor determinan dan orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap pasca panen yang dilakukan para petani krisan di Bandung, Kab Semarang dapat disimpulkan bahwa Setiap petani melakukan proses pasca panen sampai pada tingkatan yang sama yaitu pengemasan. Faktor determinan yang berpengaruh untuk petani melakukan pasca panen adalah faktor pengalaman, motivasi, orientasi pelanggan

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. 2017. Statistik Pertanian Hortikultura Provinsi Jawa Tengah 2014-2016.
- Badan Standardisasi Nasional. 1998. Standar Nasional Indonesia SNI 01-4478-1998.
- Hasim, I., Reza, M. 1995. Krisan. Jakarta (ID): Penebar Swadaya.
- Nurmalinda, Hayati, N.Q. 2014. Preferensi Konsumen Terhadap Krisan Bunga Potong dan Pot. Cianjur (ID): Balai Penelitian Tanaman Hias.
- Padmowiharjo. 1994. Ilmu Usahatani. Jakarta (ID): Penebar Swadaya.
- Purwasari, M.M.N., Suprpto, B. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja Cafe di Yogyakarta. (Tesis). Yogyakarta (ID): Universitas Atma Jaya.
- Saleh, I. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani dalam Penerapan Pertanian Sayuran Organik di Desa

- Wukirsari Kecamatan Cangkringan
Kabupaten Sleman. Yogyakarta (ID):
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta.
- Setiadi, E.M., Hakam, K.A., Effendi, R.
2013. Ilmu Sosial Budaya Dasar.
Jakarta (ID): Kencana.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif dan R & D.
Bandung (ID): Elfabeta.
- Sutopo. 2006. Metode Penelitian Kualitatif.
Surakarta (ID): UNS.
- Soeharjo, A., Patong, D. 1999. Sendi-Sendi
Pokok Ilmu Usahatani. Bogor (ID):
Departemen Ilmu-Ilmu Sosial
Ekonomi. Fakultas Pertanian, Institut
Pertanian Bogor.
- Soekarwati. 1998. Manajemen Agribisnis
Bunga Potong. Jakarta (ID): UI-Press.