

## ANALISIS KEUNTUNGAN PEMASARAN BUNGA POTONG KRISAN DI SURABAYA

### *Analysis of The Marketing Advantages of Cut Chrysanthemum Flowers in Surabaya*

**Adellya Putri Sugiharto<sup>1\*</sup>, Koesriwulandari<sup>2</sup>, Markus Patiung<sup>3</sup>**

<sup>1\*,2,3</sup> Department Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

\*Correspondence author: Adellya Putri Sugiharto

[adellyaaptr@gmail.com](mailto:adellyaaptr@gmail.com)

#### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is: to analyze marketing costs, analyze profits in marketing and analyze the factors that influence the marketing advantages of cut chrysanthemum flowers in the Kayoon flower market Surabaya. The research method used is simple random sampling. The respondents in this study were 30 merchants retailers of chrysanthemum cut flowers. The data analysis method uses multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression, the profit mode of marketing chrysanthemum cut flowers in the Kayoon Surabaya flower market is as follows:  $Y = 3991783,723 - 26,846X1 - 6,587X2 + 0.292X3 + 23,633X4 + e$ . F-statistical value with a magnitude of 2,941 or above the significance level of 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). It was concluded that all marketing activities carried out simultaneously including stand rental financing, transportation financing, levy financing, labor financing have a significant influence with the profits obtained from efforts to market discounts from chrysanthemum flowers at the Kayoon Surabaya flower market. Partially, marketing activities that have a significant influence on the profits obtained from marketing efforts are stand rental financing and transportation financing and labor financing.*

**Keywords:** *Chrysanthemum Cut Flowers, Marketing Advantage, Multiple Linear Regression*

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini yaitu: untuk menganalisis biaya pemasaran, menganalisis keuntungan dalam pemasaran dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah simple random sampling. Responden dalam penelitian ini adalah 30 pedagang pengecer bunga potong krisan. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, maka mode keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya adalah sebagai berikut :  $Y = 3991783.723 - 26.846X1 - 6.587X2 + 0.292X3 + 23.633X4 + e$ . Nilai F-statistik dengan besarnya yakni 2.941 atau di atas taraf signifikansinya 0.05 ( $\alpha=5\%$ ). Diperoleh kesimpulan bahwasanya segala aktivitas pemasaran yang dilaksanakan secara bersamaan meliputi pembiayaan sewa stand, pembiayaan transportasi, pembiayaan retribusi, pembiayaan tenaga kerja memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Secara parsial aktivitas pemasaran yang memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan ialah pembiayaan sewa stand dan pembiayaan transportasi dan pembiayaan tenaga kerja.

**Kata Kunci :** Bunga Potong Krisan, Keuntungan Pemasaran, Regresi Linier Berganda

#### **PENDAHULUAN**

Peningkatan produktivitas pertanian berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Umumnya penerimaan negara berasal dari sektor pertanian. Subsektor perikanan, peternakan, kehutanan, tanaman pangan, dan hortikultura termasuk ke dalam subsektor pertanian. Hortikultura termasuk ke dalam salah satu tanaman pertanian yang berpeluang untuk dijadikan

produk unggulan yang bermanfaat bagi petani Indonesia. Tanaman obat, buah-buahan, sayuran, dan tanaman hias termasuk ke dalam empat jenis kelompok tanaman hortikultura di Indonesia. Bunga krisan termasuk ke dalam salah satu produk komoditas hortikultura (Asmarantaka, Atmakusuma, Muflikh, & Rosiana, 2017).

Krisan termasuk ke dalam tanaman hias yang berbunga. Bunga krisan bisa dimanfaatkan sebagai bunga potong, hiasan, dan bunga pot. Bunga krisan memiliki nilai ekonomi yang relatif tinggi (Yoginugraha, Wijaya, & Nada, 2017). Pada tahun 2016, luas panen bunga krisan di Jawa Timur mencapai 6.318.227, dan 129.829.313 tangkai bunga krisan dihasilkan setiap tahunnya (Badan Pusat Statistik 2016). Bunga krisan memiliki berbagai warna yang beragam. Saat ini krisan dimanfaatkan sebagai penghias ruangan, vas bunga, dan rangkaian bunga selain bunga potong. Bunga krisan dalam pot biasanya diletakkan di meja, tempat penginapan, restoran, dan tempat tinggal.

Salah satu kota besar di Indonesia yakni Surabaya, yang mana pada akhirnya memiliki potensi besar dalam pemasaran bunga potong khususnya bunga krisan, untuk memenuhi permintaan konsumen baik domestik maupun non-domestik, seperti tempat kerja, hotel, dan restoran (Fiona, Soetoro, & Noormansyah, 2017). Potongan dari bunga krisan cukup banyak diminati oleh masyarakat umum. Hal ini sebagaimana yang didasarkan pada kondisi pasar yang tersebar di toko-toko bunga (florist) di kota Surabaya yang menjual banyak bunga krisan. Bunga krisan yang dipasarkan oleh toko bunga (florist) juga dijual per tangkai dan ada pula yang dikemas dalam bentuk bundel (berupa karangan bunga/rangkaian bunga yang dibungkus rapi dengan kartu ucapan) (Permana, Suamba, & Wijayanti, 2013). Bunga krisan dijual dengan harga berkisar 1.750/tangkai hingga 2000/tangkai di tingkat pedagang pengecer. Kelembagaan dalam proses pemasaran memainkan peran penting dalam upaya pemasaran, terlebih pada penetapan harga. Hal yang berbeda harga di tingkat konsumen dan produsen ditetapkan oleh besarnya keuntungan yang diperoleh setiap lembaga sebagai upah atas kegiatan pemasaran yang dilaksanakan (Suryana, Sujaya, & Ramdan, 2018).

Sebagaimana yang didasarkan pada pertimbangan di atas penulis mengambil judul kajian “Analisis Keuntungan Pemasaran Bunga Potong Krisan di Surabaya”. Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang harus dijawab dalam penelitian ini yakni berapakah biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya dan faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya dan menganalisis faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu produk. Yang meliputi biaya sewa stand, biaya transportasi, biaya retribusi, dan biaya tenaga kerja. Jarak, skala usaha pedagang, banyaknya tenaga kerja, dan kualitas termasuk ke dalam faktor yang menentukan besarnya pembiayaan pemasaran. Harga konsumen akhir dan bagian petani disebabkan oleh adanya pengaruh dari besarnya pembiayaan pemasaran. pembiayaan pemasaran juga berdampak pada efektif tidaknya suatu badan usaha dalam memasarkan produknya. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi pengeluaran pemasaran, disebut sebagai keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran. Karena setiap lembaga berusaha untuk mendapatkan keuntungan, pembiayaan setiap agen pemasaran berbeda. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki produsen, kelembagaan dalam proses pemasaran, dan konsumen tentang cara memperoleh informasi pasar, maka margin pemasaran akan semakin merata (Situmorang, 2010).

Teknik regresi linier dimanfaatkan untuk mendapatkan permodelan keterkaitan diantara variable dependent dengan satu atau lebih variable independent. Regresi linier sederhana dimanfaatkan bila hanya ada satu variable independent dalam permodelan, dan terkait dengan regresi linier berganda dimanfaatkan bila ada beberapa variable independent (Pitaloka, 2017; Pratama, 2020).

## METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di pasar bunga Kayoon Surabaya yang ditentukan secara sengaja (*Purposive Sampling*). Sasaran dari penelitian ini adalah pedagang pengecer bunga potong krisan. Responden pada kajian ini ialah pedagang pengecer bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Pemilihan responden ditetapkan dengan mempergunakan metode acak sederhana (*Simple Random Sampling*). Banyaknya populasi 100 pedagang, dari banyaknya yang telah disebutkan dipilih 30 pedagang untuk dijadikan responden dengan asumsi responden yang telah disebutkan representatif atau bisa mewakili keadaan populasi pedagang pengecer bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya.

Data yang digunakan dalam analisa ini berupa data kuantitatif dan kualitatif. Kedua jenis data tersebut berasal dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder, diperoleh melalui koordinasi pasar. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Analisis meliputi biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan faktor – faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga potong krisan digunakan perhitungan sebagai berikut (Sari, Yulius, & Malini, 2020) :

Analisis biaya pemasaran pengeluaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dalam memasarkan potongan dari bunga krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya.

$$BP = \sum_{i=1}^n BP1 + BP2 + BP3 + BP4$$

Keterangan :

- BP1 = pembiayaan Transport
- BP2 = pembiayaan Sewa Stand
- BP3 = pembiayaan Tenaga Kerja
- BP4 = pembiayaan Retribusi

Analisis keuntungan pemasaran Selisih harga yang dibayarkan pedagang pengecer bunga potong krisan dan harga yang diberikan oleh konsumen (Karyadi & Sitepu, 2016).

$$KP = (Pj - Pb) Q - \sum_{i=1}^n Bi$$

Keterangan :

- Kp = Keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran
- Pj = Harga Jual
- Pb = Harga Beli
- Q = Banyaknya Produk

Analisis regresi linier berganda Analisis ini ditujukan untuk melihat besaran pengaruh berbagai faktor independent seperti pembiayaan sewa stand (X1), pembiayaan transportasi (X2), pembiayaan retribusi (X3), dan pembiayaan tenaga kerja (X4) dengan variable dependent yakni keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya (Briliant & Kurniawan, 2020).

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Dimana :

- Y = Keuntungan
- 0 = Konstanta
- 1, 2, 3, 4 = Koefisien Regresi
- X1 = pembiayaan Sewa Stand (Rp/bulan)
- X2 = pembiayaan Transportasi (Rp/bulan)

- X3 = pembiayaan Retribusi (Rp/bulan)  
 X4 = pembiayaan Tenaga Kerja (Rp/bulan)  
 e = Variable Pengganggu (disturbance error)

Uji Simultan (Uji F) dimanfaatkan guna memperoleh pengetahuan perihal apakah segala variabel independen memberikan pengaruh dengan variabel dependen. Keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran potongan dari bunga krisan termasuk ke dalam variabel dependen pada kajian ini, dan terkait dengan pembiayaan sewa stand, pembiayaan transportasi, pembiayaan retribusi, pembiayaan tenaga kerja, termasuk ke dalam variabel independen.

$$\text{Rumus uji F hitung ialah yakni : } \frac{R^2/(k-1)}{(1-R)/(n-k)}$$

Dimana :

- $R^2$  = Koefisien regresi  
 n = Jumlah sampel (pengamatan)  
 k = Banyaknya parameter atau koefisien regresi plus constant.

Hipotesis

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , artinya segala variable independent bukan termasuk ke dalam penjelas yang nyata dengan variable dependent.
- $H_0 : \beta_1 \neq 0$ , artinya segala variable independent secara simultan termasuk ke dalam penjelas yang nyata dengan variable dependent

Melalui proses perbandingan diantara nilai F hitung dengan F menurut tabel bisa menentukan pengambilan keputusan. Tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) ditetapkan dengan besarnya yakni 5%. Kriteria pengujian :

1. Jika  $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0,5; db = n - k - 1$ ) maka hipotesis  $H_0$  ditetapkan untuk dilakukan penerimaan dan  $H_1$  ditetapkan untuk dilakukan penolakan. Hal ini mengartikan bahwasanya segala variable independent tidak memberikan pengaruh pada variable dependent secara bersamaan.
2. Jika  $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0,5; db = n - k - 1$ ) maka hipotesis  $H_0$  ditetapkan untuk dilakukan penolakan dan  $H_1$  ditetapkan untuk dilakukan penerimaan Hal ini mengartikan bahwasanya segala variable independent memberikan pengaruh pada variable dependent secara bersamaan.

Uji T Statistik dimanfaatkan untuk membuktikan besaram pengaruh setiap variable independent dalam memberikan penjelasan terkait dengan variasi variable dependent. Pengujian ini dimanfaatkan guna melakukan pengujian terkait dengan apakah keterkaitan diantara variable X dan Y signifikan, dan apakah variable X1, X2, X3, dan X4 memberikan pengaruh dengan variable Y (keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran potongan dari bunga krisan) (Purnamasari, Novita, & Yusdiarti, 2017). Rumus Uji T hitung ialah yakni :

$$\text{Rumus T Hitung} = \frac{(b_i - b)}{S_b}$$

Dimana :

- $b_i$  = Koefisien bebas ke - i  
 b = Nilai hipotesis nol  
 $S_b$  = Simpangan baku dari variabel bebas ke - 1

Hipotesis

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , Variable independent secara parsial bukan termasuk ke dalam faktor penjelas yang nyata untuk variable dependent.

- $H_0 : \beta_1 \neq 0$ , Variable independent secara parsial termasuk ke dalam faktor penjelas yang nyata untuk variable dependent.

Statistik t (uji satu sisi) dimanfaatkan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan ditetapkan untuk dilakukan penerimaan atau ditetapkan untuk dilakukan penolakan. Kriteria pengujian :

1. Jika  $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0,05$ ,  $db = n - k - 1$ ) maka hipotesis  $H_0$  ditetapkan untuk dilakukan penerimaan dan  $H_1$  ditetapkan untuk dilakukan penolakan. Hal ini mengartikan bahwasanya variable independent secara individual tidak memberikan pengaruh yang nyata dengan variable dependent.
2. Jika  $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$  ( $\alpha = 0,05$ ,  $db = n - k - 1$ ) Ketika nilai T hitung  $>$  T tabel, maka hipotesis  $H_0$  ditetapkan untuk dilakukan penolakan dan  $H_1$  ditetapkan untuk dilakukan penerimaan. Hal ini mengartikan bahwasanya variable independent secara individual dan signifikan memberikan pengaruh dengan variable dependent.

Dalam uji T ini dilaksanakan pada derajat kebebasan dengan tingkat keyakinan yang dimanfaatkan yakni 95% atau  $\alpha = 5\%$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang bunga potong krisan selama satu bulan. Biaya pemasaran meliputi biaya sewa stand, transportasi, retribusi dan tenaga kerja. Berikut tabel biaya pemasaran bunga potong krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya (Rasam & Sari, 2019).

**Tabel 1. Biaya Total Rata-rata Pemasaran Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya Tahun 2021 (Rp/bulan).**

No.	Biaya Pemasaran	Nilai (Rp/bulan)
1	Biaya Sewa Stand	149.833
2	Biaya Transportasi	87.333
3	Biaya Retribusi	59.933
4	Biaya Tenaga Kerja	146.666
	Biaya Total	443.766

Sebagaimana yang didasarkan pada tabel 1, total pembiayaan rata-rata pembiayaan sewa stand, pembiayaan transportasi, pembiayaan retribusi dan pembiayaan tenaga kerja di Pasar Bunga Kayoon Surabaya dengan besarnya yakni Rp. 443.766/bulan.

### Penerimaan Pemasaran

Penerimaan termasuk ke dalam seluruh hasil yang di terima dari penjualan potongan dari bunga krisan dari konsumen. Banyaknya penjualan bunga potong krisan dalam satu bulan rata-rata 1734 tangkai dengan harga jual rata-rata Rp. 1.925. yang mana pada akhirnya total penerimaan pedagang bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya dengan besarnya yakni Rp. 3.321.625/bulan.

### Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah selisih antara pendapatan dengan pembiayaan pemasaran yang dikeluarkan selama proses pemasaran. Keuntungan yang diperoleh pedagang bunga potong krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya rata-rata mencapai Rp. 2.877.859 dalam satu bulan. Dengan rumus yakni :

$$KP = (P_j - P_b) Q - \sum_{i=1}^n B_i$$

$$KP = TR - B_i$$

$$KP = 3.321.625 - 443.766$$

$$KP = 2.877.859/\text{bulan}$$

### Koefisien Determinasi

**Tabel 2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Keuntungan Pemasaran Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya Tahun 2021.**

Permodelan	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 <sup>a</sup>	.320	.211	610332.255

Variable yang termasuk dalam permodelan yakni sewa stand, transportasi, dan tenaga kerja memberikan pengaruh dengan besarnya yakni 32% dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di Surabaya, dan terkait dengan sisanya 68% disebabkan oleh adanya pengaruh dari variable lain yang tidak termasuk dalam permodelan, seperti bongkar muat, perawatan bunga krisan, grading dan sortasi.

### Analisis Regresi Linier

Dapat dilihat dari hasil penganalisisan regresi linier berganda, maka permodelan keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran potongan dari bunga krisan ialah yakni :

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Faktor yang Memberikan pengaruh dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya Tahun 2021.**

Permodelan	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3991783.723	1011780.881		3.945	.001
1 Sewa Stand	-26.846	10.926	-.684	-2.457	.021
Transportasi	-6.587	2.438	-.457	-2.702	.012
Retribusi	.292	4.485	.011	.065	.949
Tenaga Kerja	23.633	10.499	.647	2.251	.033

$$Y = 3991783.723 - 26.846X_1 - 6.587X_2 + 0.292X_3 + 23.633X_4 + e$$

### Uji F (Secara Simultan)

**Tabel 4. Hasil Analisis Uji F Secara Simultan memberikan pengaruh dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan Bunga Potong Krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya Tahun 2021.**

Permodelan	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4382830916705.356	4	1095707729176.339	2.941	.040 <sup>b</sup>
Residual	9312636543711.310	25	372505461748.452		
Total	13695467460416.666	29			

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil penganalisisan diperoleh nilai F-statistik dengan besarnya yakni 2.941, di atas taraf signifikansinya 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ). Diperoleh kesimpulan bahwasanya seluruh kegiatan pemasaran yang meliputi pembiayaan sewa stand, transportasi, retribusi dan tenaga kerja memberikan pengaruh yang nyata dengan pemasaran potongan dari bunga krisan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya.

### Uji T (Secara Parsial)

Hasil penganalisisan parsial untuk masing-masing variable independent yakni :

#### Biaya Sewa stand

Dari hasil penganalisisan diperoleh nilai T-statistik dengan besarnya yakni - 2.457 dan nilai signifikansi dengan besarnya yakni 0.021 menunjukkan bahwasanya pembiayaan sewa stand secara parsial memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi dengan besarnya yakni 26.846 yang mengartikan bahwasanya ketika pembiayaan sewa stand dilaksanakan kenaikan dengan besarnya yakni Rp. 1,- mengakibatkan keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran akan menurun dengan besarnya yakni Rp. 26.846.

### **Biaya Transportasi**

Dari hasil penganalisisan diperoleh nilai T-statistik dengan besarnya yakni – 2.702 dan nilai signifikansi dengan besarnya yakni 0.012 menunjukkan bahwasanya pembiayaan transportasi secara parsial memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi dengan besarnya yakni – 6.587 yang mengartikan bahwasanya ketika pembiayaan transportasi dilaksanakan penaikan dengan besarnya yakni Rp 1,- mengakibatkan keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran akan menurun dengan besarnya yakni 6.587.

### **Biaya Retribusi**

Dari hasil penganalisisan diperoleh nilai T-statistik dengan besarnya yakni 0.065 dengan nilai signifikansi dengan besarnya yakni 0.949 menunjukkan bahwasanya pembiayaan retribusi secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi dengan besarnya yakni 0.292 yang mengartikan bahwasanya ketika pembiayaan retribusi dilaksanakan penaikan dengan besarnya yakni Rp 1,- mengakibatkan keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran akan menunjukkan hasil yang naik dengan besarnya yakni 0.292.

### **Biaya Tenaga Kerja**

Dari hasil penganalisisan diperoleh nilai T-statistik dengan besarnya yakni 2.251 dengan nilai signifikansi dengan besarnya yakni 0.033 menunjukkan bahwasanya pembiayaan tenaga secara parsial memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi dengan besarnya yakni 23.633 yang mengartikan bahwasanya ketika pembiayaan tenaga kerja dilaksanakan penaikan dengan besarnya yakni Rp 1,- mengakibatkan keuntungan yang diperoleh dari proses pemasaran akan menunjukkan hasil yang naik dengan besarnya yakni 23.633.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di pasar bunga Kayoon Surabaya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pembiayaan pemasaran yang dikeluarkan untuk memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya rata-rata mencapai Rp. 443.766/bulan.
2. Keuntungan yang diperoleh pedagang potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya rata-rata mencapai Rp. 2.877.859/bulan.
3. Sebagaimana yang didasarkan pada hasil analisis, menunjukkan nilai F-statistik dengan besarnya yakni 2.941 atau di atas taraf signifikansinya 0.05 ( $\alpha=5\%$ ). Diperoleh kesimpulan bahwasanya segala aktivitas pemasaran yang dilaksanakan secara bersamaan meliputi pembiayaan sewa stand, pembiayaan transportasi, pembiayaan retribusi, pembiayaan tenaga kerja memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan potongan dari bunga krisan di pasar bunga Kayoon Surabaya. Secara parsial aktivitas pemasaran yang memberikan pengaruh signifikan dengan keuntungan yang diperoleh dari upaya memasarkan ialah pembiayaan sewa stand dan pembiayaan transportasi dan pembiayaan tenaga kerja.

### **Saran**

Diharapkan pedagang pengecer tidak hanya memasarkan potongan dari bunga krisan melalui media online saja, tetapi mampu berinovasi seperti mengikuti pameran-pameran yang ada. Yang mana pada akhirnya bunga krisan lebih dikenal luas dan bisa menunjukkan hasil yang naikkan pendapatan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2017). Konsep pemasaran agribisnis: pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia (Journal of Indonesian Agribusiness)*, 5(2), 151–172.
- Briliant, E. H., & Kurniawan, M. H. S. (2020). Perbandingan Regresi Linier Berganda dan Regresi Buckley-James Pada Analisis Survival Data Tersensor Kanan. *Science, Technology, Engineering, Economics, Education, and Mathematics*, 1(1).
- Fiona, Y., Soetoro, S., & Noormansyah, Z. (2017). Analisis Pemasaran Kedelai. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 1(2), 137–142.
- Karyadi, D. S., & Sitepu, H. (2016). ANALISIS PEMASARAN KRISAN (*Chrysanthemum indicum* L) STUDI KASUS Di KELOMPOK TANI SRI REJEKI DESA JETIS KECAMATAN BANDUNGAN KABUPATEN SEMARANG. *AGROMEDIA: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 34(1).
- Permana, I. M. R., Suamba, I. K., & Wijayanti, P. U. (2013). Bauran Pemasaran Bunga Krisan pada Kelompok Usaha Bersama Manik Mekar Nadi di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. *Journal of Agribusiness and Agritourism*, 44843.
- Pitaloka, D. (2017). Hortikultura: Potensi, Pengembangan Dan Tantangan. *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 1(1), 1–4.
- Pratama, M. P. (2020). Analisis dan Kontribusi Sektor Basis Non-Basis: Penentu Potensi Produk Unggulan Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 75–82.
- Purnamasari, A., Novita, I., & Yusdiarti, A. (2017). Analisis Preferensi Bunga Krisan (*Chrysanthemum morifolium* r) di Pusat Promosi dan Pemasaran Bunga dan Tanaman Hias, Rawa Belong, Jakarta Barat. *Jurnal AgribiSains*, 3(1).
- Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2019). Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru, Cikampek. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(2), 82–96.
- SARI, B. N., Yulius, Y., & Malini, H. (2020). Analisis Pemasaran Sayuran di Dusun Kerinjing Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Sriwijaya University.
- Situmorang, J. R. (2010). Metrik Pemasaran Sebagai Alat Untuk Mengukur Kinerja Pemasaran Perusahaan (Studi Kasus Pada Bisnis Ritel). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
- Suryana, T., Sujaya, D. H., & Ramdan, M. (2018). ANALISIS SALURAN PEMASARAN KELAPA (*Cocos nucifera* L)(Suatu kasus di Desa Karangbenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 4(1), 635–642.
- Yoginugraha, P. P. I., Wijaya, I. M. A. S., & Nada, I. M. (2017). Kualitas hasil tanaman krisan (*Chrysanthemum*) pada penambahan cahaya lampu LED merah secara siklik. *Jurnal BETA (Biosistem Dan Teknik Pertanian)*, 5(1), 35–44.