

ANALISIS KEUNTUNGAN PEMASARAN BUNGA MAWAR POTONG (*Rosa hybrida L.*) DI SURABAYA

*Marketing Profit Analysis of Cut Roses (*Rosa hybrida L.*) in Surabaya*

Dinda Ayu Sofiana^{1*}, Koesriwulandari², Endang Siswati³

^{1*,2,3} Department Agribusiness, Faculty of Agriculture, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

*Correspondence author: Dinda Ayu Sofiana

dindaasofiana@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out marketing costs, analyze profits in marketing and find out the factors that influence the marketing advantages of cut roses at the Kayoon Flower Market Surabaya. The research method used is simple random sampling. The respondents in this study were 30 cut rose vendors. The data analysis method uses multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression, the marketing profit model of cut roses at the Kayoon Flower Market Surabaya is as follows: $Y = 2956323,939 - 2,973X_1 + 1,067X_2 + 6,892X_3 - 0,475X_4 + e$. Based on F – statistics of 4,346 with a significance of 0.008%, it can be interpreted that simultaneously all marketing activities carried out include stand rental costs, levy costs, transportation costs and labor costs have a significant effect on marketing profits cut roses at Kayoon Flower Market Surabaya. Partially marketing activities that have a significant effect on marketing profits are stand rental costs and transportation costs.

Keywords: Cut Roses, Marketing Profits, Multiple Linear Regression

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui biaya pemasaran, menganalisis keuntungan dalam pemasaran dan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah simple random sampling. Responden dalam penelitian ini adalah 30 pedagang bunga mawar potong. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil regresi linier berganda, maka model keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya adalah sebagai berikut : $Y= 2956323.939 - 2.973X_1 + 1.067X_2 + 6.892X_3 - 0.475X_4 + e$. Berdasarkan F – statistik sebesar 4.346 dengan signifikansi 0,008 %, dapat diartikan bahwa secara simultan semua aktivitas pemasaran yang dilakukan meliputi biaya sewa stand, biaya retribusi, biaya transportasi dan biaya tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Secara parsial aktivitas pemasaran yang berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pemasaran adalah biaya sewa stand dan biaya transportasi.

Kata Kunci : Bunga Mawar Potong, Keuntungan Pemasaran, Regresi Linier Berganda

PENDAHULUAN

Diperoleh pengetahuan bahwasanya bangsa ini termasuk ke dalam negara agraris dimana ekosistem di dalamnya terdiri atas keberagaman dengan kondisi iklim pertanian dan iklim tropis di garis khatulistiwa, hal ini amat mendukung untuk perkembangan bisnis. Salah satu usaha komoditas hortikultura yang bernilai tinggi seperti sayuran, buah-buahan, tanaman obat, serta tanaman hias diinginkan mampu mendongkrak kesejahteraan ekonomi masyarakat Indonesia (Qodriyah et al., 2022).

Didapatkan pengetahuan bahwasanya tanaman hias ialah suatu jenis tanaman hortikultura dengan nilai pendapatan yang tinggi yang berpeluang untuk dijadikan usaha ataupun bisnis yang menjanjikan. Pertumbuhan sektor tanaman hias di dalam negeri terkait dengan meningkatnya

penghasilan konsumen, tuntutan lingkungan, perkembangan industri pariwisata, dan pembangunan kompleks rumah, hotel, dan perkantoran. Tanaman hias termasuk ke dalam tanaman dengan ciri morfologi nilai estetika dan eksotis, termasuk tanaman hias yang berbunga (krisan, mawar, anggrek, sedap malam serta anthurium), tanaman hias dengan daun yang indah (pucuk merah, aglonema, puring, serta siprus), serta tanaman hias yang berbentuk menyerupai pohon ataupun perdu (palem, bougenvil, beringin serta sikas) (Mutakabbir & Duakaju, 2019).

Dalam hal ini, tanaman hias khususnya bunga termasuk ke dalam suatu produk hortikultura yang banyak diminati. Selain fungsi estetika, bunga juga menawarkan manfaat ekonomi. Budidaya tanaman hias ialah suatu prospek bisnis yang menarik. Bunga mawar ialah suatu bunga hias yang bisa dimanfaatkan untuk memulai bisnis. Mawar (*Rosa hybrida L.*) ialah suatu jenis bunga potong yang populer di Indonesia. Bunga mawar potong banyak diminati oleh para dekorator, toko bunga, hotel, restoran dan konsumen bunga mawar untuk menghias interiornya. Bunga mawar telah menjadi bagian penting dari budaya Indonesia, dan sering ditampilkan di acara-acara seperti kelahiran, ritual keagamaan, perayaan kemerdekaan, dan pernikahan. Bunga mawar bersifat universal, yang diminati oleh seluruh kalangan, baik remaja maupun dewasa.

Surabaya ialah suatu kota besar di Indonesia, yang mana pada akhirnya Surabaya mempunyai potensial yang besar dalam pemasaran bunga khususnya bunga mawar untuk memenuhi permintaan konsumen baik konsumen rumah tangga maupun non rumah tangga, yaitu perkantoran, hotel dan restoran. Pasar Bunga Kayoon ialah suatu pasar bunga terlengkap di Surabaya, bunga yang banyak dijual ialah Bunga Mawar. Bunga Mawar Potong dijual dengan harga rerata 2.000 – 2.500/tangkai. Dalam satu bulan pedagang bisa menjual mawar potong mencapai 800 hingga 1.000 tangkai mawar. Volume pembelian bisa berubah-ubah karena permintaan konsumen tidak selalu menentu. Biasanya volume permintaan konsumen meningkat pada saat terdapat momen-momen special seperti Hari Ibu, Acara Wisuda, Hari Valentine, Pesta Ulang Tahun dan berbagai acara lainnya. Semakin meningkatnya volume permintaan bunga mawar harapannya tingkat pendapatan semakin meningkat (Balau et al., 2019).

Pedagang melaksanakan aktivitas-aktivitas pemasaran. Sebagai konsekuensinya pedagang mengeluarkan pembiayaan aktivitas. Hal itu terjadi karena ingin mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Aktivitas yang dilaksanakan seperti mengeluarkan pembiayaan transportasi untuk pengiriman bunga dari produsennya, menyewa stand untuk mereka berjualan, mengeluarkan pembiayaan retribusi, dan mengeluarkan pembiayaan tenaga kerja untuk karyawannya. Ini yang mempengaruhi keuntungan pemasaran. Pedagang juga melaksanakan perawatan tanaman hias Mawar Potong. Mawar Potong cukup dipotong batangnya per 1-3cm tiap hari agar pori-pori terbuka dan tidak mudah layu. Kemudian airnya diganti 2x sehari. Perawatan Mawar Potong tidak memerlukan pembiayaan apapun. Selain itu, pada saat menjualnya mereka juga menawarkan berbagai macam permodelan/karangan bunga dengan bentuk yang amat cantik. Semakin banyak permintaan dari konsumen semakin besar juga keuntungan yang didapatkan. Sebagaimana yang didasarkan pada potensial dan peluang pasar bunga mawar potong di Jawa Timur khususnya di Pasar Bunga Kayoon Surabaya yang mana pada akhirnya didapatkan judul kajian “Analisis Keuntungan Pemasaran Bunga Mawar Potong (*Rosa hybrida L.*) Di Surabaya” (Arbi et al., 2018).

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang harus dijawab dalam penelitian ini yakni berapakah biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Berdasarkan rumusan masalah yang telah disajikan diatas maka peneliti tertarik untuk menganalisis biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya dan menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Pembiayaan dalam proses pemasaran termasuk ke dalam pembiayaan yang harus dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk, dimana didalamnya terdiri atas pembiayaan transportasi, sewa stand, tenaga kerja serta retribusi. Jarak, skala usaha pedagang, jumlah karyawan, dan kualitas termasuk ke dalam berbagai faktor yang menentukan besarnya pembiayaan yang dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk. Harga konsumen akhir dan bagian petani akan dipengaruhi oleh jumlah pembiayaan yang

Dinda Ayu Sofiana – Analisis Keuntungan Pemasaran Bunga Mawar Potong (*Rosa hybrida L*) di... 47 dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk. Pembiayaan yang dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk juga berdampak pada efektif tidaknya suatu badan usaha pemasaran dalam menyebarkan produknya.

Selisih antara harga yang terdapat di pasaran ke produsennya serta harga yang diberi oleh konsumennya dilaksanakan pengurangan terhadap pembiayaan yang dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk dikenal sebagai keuntungan yang didapatkan dari proses pemasarannya tersebut. Karena setiap kelembagaan berusaha untuk memperoleh keuntungannya, pembiayaan setiap agen pemasaran berbeda. Semakin banyak informasi yang dimiliki produsen, kelembagaan yang berkaitan dengan proses memasarkan suatu produk, dan konsumen terkait dengan cara memperoleh informasi pasar, maka margin pemasaran akan semakin merata (Lukitaningsih, 2013).

Teknik regresi linear dimanfaatkan untuk mendapatkan permodelan keterkaitan diantara variabel terikatnya dengan satu ataupun lebih variabel bebas. Regresi linier sederhana dimanfaatkan bila hanya ada satu variabel bebas dalam permodelan, dan terkait dengan regresi linier berganda dimanfaatkan bila ada beberapa variabel bebas.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan di Pasar Bunga Kayoon Surabaya yang ditentukan secara sengaja (Purposive Sampling). Sasaran dari penelitian ini adalah pedagang pengecer bunga mawar potong. Responden pada kajian ini ialah pedagang pengecer bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Pemilihan responden ditetapkan dengan menggunakan metode acak sederhana (Simple Random Sampling). Populasi pada kajian ini ialah pedagang bunga mawar potong yang terdapat di Pasar Bunga Kayoon Surabaya, di pilih 30 pedagang untuk dijadikan responden. Jumlah responden tersebut di anggap sudah representative yaitu mewakili keadaan senyatanya secara keseluruhan.

Data yang digunakan dalam analisis ini berupa data kuantitatif dan kualitatif. Kedua jenis data tersebut berasal dari data primer dan data sekunder, Data primer didapatkan melalui wawancara dengan menggunakan kuisioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari BPS (Badan Pusat Statistik). Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis. Analisis meliputi biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keuntungan pemasaran bunga mawar potong digunakan perhitungan sebagai berikut : Total pembiayaan yang pedagang keluarkan pengecer dalam pemasaran bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya.

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

Keterangan :

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

Selisih harga yang dibayarkan pedagang pengecer bunga mawar potong dan harga yang diberikan oleh konsumen.

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

Keterangan :

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

Penganalisaan ini dimanfaatkan untuk melihat besaran dari pengaruh berbagai faktor independen seperti pembiayaan sewa stand (X1), pembiayaan retribusi (X2), pembiayaan

transportasi (X3), pembiayaan tenaga kerja (X4) terhadap variable dependent yaitu keuntungan yang didapatkan dari upaya memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya (Fitria et al., 2021).

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y	= Keuntungan
0	= Konstanta
1, 2, 3, 4	= Koefisien Regresi
X1	= pembiayaan Sewa Stand (Rp/bulan)
X2	= pembiayaan Retribusi (Rp/bulan)
X3	= pembiayaan Transportasi (Rp/bulan)
X4	= pembiayaan Tenaga Kerja (Rp/bulan)
e	= Variable Penganggu (disturbance error)

Uji Simultan (Uji F) dimanfaatkan guna memperoleh pengetahuan terkait dengan apakah seluruh variable independent mempengaruhi variable dependent (Sena, 2011). Variable dependent pada kajian ini ialah keuntungan yang didapatkan dari upaya memasarkan bunga mawar potong dan terkait dengan variable independentnya ialah pembiayaan sewa stand, pembiayaan retribusi, pembiayaan transportasi, pembiayaan tenaga kerja. Rumus uji F hitung ialah di bawah ini :

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

Dimana :

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

Hipotesis

- H₀ : $\beta_1 = 0$, artinya segala variable independent bukan termasuk ke dalam penjelas yang nyata dengan variable dependent.
- H₀ : $\beta_1 \neq 0$, 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 (α) ditetapkan dengan besarnya yakni 5%. Kriteria pengujian :

1. Jika $F_{\text{statistik}} \leq F_{\text{tabel}} (a = 0,5: db = n - k - 1)$ maka hipotesis H₀ ditetapkan untuk dilakukan penerimaan dan H₁ ditetapkan untuk dilakukan penolakan. Hal ini mengartikan bahwasanya segala variable independent tidak memberikan pengaruh pada variable dependent secara bersamaan.
2. Jika $F_{\text{statistik}} > F_{\text{tabel}} (a = 0,5: db = n - k - 1)$ maka hipotesis H₀ ditetapkan untuk dilakukan penolakan dan H₁ ditetapkan untuk dilakukan penerimaan. Hal ini mengartikan bahwasanya segala variable independent memberikan pengaruh pada variable dependent secara bersamaan.

Hal ini mengartikan bahwasanya seluruh variable independent menghasilkan pengaruh pada variable dependent secara bersamaan. Uji T Statistik dimanfaatkan untuk didapatkan pengetahuan besaran dari pengaruh setiap variable independent dalam memberikan penjelasan terkait dengan variasi variable dependent. Pengujian ini dimanfaatkan untuk menguji apakah keterkaitan diantara variable X dan Y nyata, dan apakah variable X₁, X₂, X₃, X₄ menghasilkan pengaruh terhadap variable Y (keuntungan yang didapatkan dari upaya memasarkan bunga mawar potong). Rumus Uji T hitung ialah yakni :

$$\text{Rumus T Hitung} = \frac{|(bi - b)|}{Sb}$$

Dimana :

- b_i = Koefisien bebas ke – i
- b = Nilai hipotesis nol
- Sb = 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 $t_{\text{statistik}} \leq t_{\text{tabel}} (a = 0,05, db = n - k - 1)$ 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 $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}} (a = 0,05, db = n - k - 1)$ Ketika nilai $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$, 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

Total pembiayaan termasuk ke dalam jumlah seluruh pembiayaan yang pedagang keluarkan mawar potong selama satu bulan. Pembiayaan rata-rata sewa stand, pembiayaan retribusi, pembiayaan transportasi, pembiayaan tenaga kerja di Pasar Bunga Kayoon Surabaya yakni Rp. 1.067.900/bulan.

Penerimaan Pemasaran

Penerimaan termasuk ke dalam seluruh pendapatan yang diterima dari penjualan mawar potong dari konsumen. Jumlah penjualan mawar potong dalam satu bulan rata-rata 1.313 tangkai dengan harga jual rata-rata per tangkai Rp. 3.083. Yang mana pada akhirnya total penerimaan yang bisa pedagang mawar potong di Pasar bunga Kayoon Surabaya yakni Rp. 3.862.666 /bulan.

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan termasuk ke dalam selisih harga yang dibayarkan ke produsen mawar potong dengan harga jual ke konsumen dikurangi pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan selama proses aktivitas pemasaran. Keuntungan yang didapatkan pedagang bunga Mawar Potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya rerata yakni Rp.2.851.833 dalam satu bulan. Dengan rumus di bawah ini :

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

$$KP = TR - Bi$$

$$KP = 3.862.666 - 1.067.900$$

$$KP = 2.794.766/\text{bulan}$$

Koefisien Determinasi

Tabel 1. Hasil Analisis Koefisien Determinasi Keuntungan Pemasaran Bunga Mawar Potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya Tahun 2021.

Permodelan	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.410	.316	784382.575

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan Koefisien Determinasi sebagaimana yang diketahui dari tabel 1 yakni $R^2 = 41\%$, berarti 41% keuntungan yang didapatkan dari upaya memasarkan bunga mawar potong di Surabaya dipengaruhi oleh variable - variable yang dimasukkan ke dalam permodelan, yaitu sewa stand dan transportasi. Dan terkait dengan sisanya 59% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dimasukkan ke dalam permodelan, misalnya bongkar muat, perawatan bunga mawar potong, 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 2. 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 Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	2956323.939	625341.176	4.728	.000
	Sewa Stand	-2.973	1.156	-2.572	.016
	Retribusi	1.067	2.250	.474	.639
	Transportasi	6.892	3.428	2.011	.055
	Tenaga Kerja	-.475	.480	-.988	.332

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan regresi linier berganda, maka permodelan keuntungan yang didapatkan dari upaya memasarkan bunga mawar potong ialah di bawah ini : $Y = 2956323.939 - 2.973X_1 + 1.067X_2 + 6.892X_3 - 0.475X_4 + e$.

Uji F (Secara Simultan)

Tabel 3. 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	10696657256121.360	4	2674164314030.340	4.346 .008 ^b
	Residual	15381400610545.305	25	615256024421. 812	
	Total	26078057866666.664	29		

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan, didapatkan pengetahuan nilai F-statistik yakni 4.346 ataupun lebih besar dari tingkatan nyata 0.05 ($\alpha = 5\%$). Bisa diartikan bahwasanya secara simultan seluruh aktivitas pemasaran yang dilaksanakan terdiri atas pembiayaan sewa stand, pembiayaan retribusi, pembiayaan transportasi, dan pembiayaan tenaga kerja menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya..

Uji T (Secara Parsial)

Hasil penganalisisan parsial untuk masing-masing variable independent yakni :

Biaya Sewa Stand

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan, nilai T-statistika -2.572 yang mana nilai nyatanya yakni 0.016 berarti secara parsial pembiayaan sewa stand menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses

Dinda Ayu Sofiana – Analisis Keuntungan Pemasaran Bunga Mawar Potong (Rosa hybrida L) di... 51
memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi yakni -2.973 yang berarti ketika pemberian sewa stand dinaikkan yakni Rp 1,- maka keuntungan pemasaran akan menurun yakni 2.973.

Biaya Retribusi

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan, nilai T-statistika 0.474 yang mana nilainya yakni 0.639 berarti secara parsial pemberian retribusi tidak menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi yakni 1.067 yang berarti ketika pemberian retribusi dinaikkan yakni Rp 1,- maka keuntungan pemasaran akan meningkat yakni 1.067.

Biaya Transportasi

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan, nilai T-statistika 2.011 yang mana nilainya yakni 0.055 berarti secara parsial pemberian transportasi menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi yakni 6.892 yang berarti ketika pemberian transportasi dinaikkan yakni Rp 1,- maka keuntungan pemasaran akan meningkat yakni 6.892.

Biaya Tenaga Kerja

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pengpenganalisisan yang dilaksanakan, nilai T-statistika -0.988 yang mana nilainya yakni 0.332 berarti secara parsial pemberian tenaga kerja tidak menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Nilai koefisien regresi yakni -0.475 yang berarti ketika pemberian tenaga kerja dinaikkan yakni Rp 1,- maka keuntungan pemasaran akan menurun yakni 0.475.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil pembahasan maka bisa disimpulkan di bawah ini : Pemberian yang dikeluarkan dalam proses memasarkan suatu produk yang dikeluarkan untuk memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya rata-rata mencapai Rp. 1.067.900/bulan. Keuntungan yang didapatkan pedagang bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya rata-rata mencapai Rp. 2.794.766/bulan.

Sebagaimana yang didasarkan pada hasil penganalisisan yang dilaksanakan, didapatkan pengetahuan nilai F-statistik yakni 4.346 ataupun lebih besar dari tingkatan nyata 0,05 ($\alpha=5\%$). Bisa diartikan bahwasanya secara simultan seluruh aktivitas pemasaran yang dilaksanakan terdiri atas pemberian sewa stand, pemberian retribusi, pemberian transportasi, pemberian tenaga kerja menghasilkan pengaruh nyata dengan keuntungan yang didapatkan dari proses memasarkan bunga mawar potong di Pasar Bunga Kayoon Surabaya. Secara parsial aktivitas pemasaran yang menghasilkan pengaruh nyata terhadap keuntungan pemasaran ialah pemberian sewa stand dan pemberian transportasi.

Saran

Dan terkait dengan saran yang bisa dikemukakan dalam Skripsi ini ialah di bawah ini: Harapannya pedagang bunga mawar mampu bersaing dengan pedagang bunga yang lain salah satunya dengan cara mengikuti berbagai event/pameran tanaman hias agar penjualan bunga mawar lebih banyak meraup keuntungan dan bunga mawar yang mempunyai berbagai macam variasi ini lebih dikenal lagi oleh seluruh kalangan masyarakat..

DAFTAR PUSTAKA

- Arbi, M., Thirtawati, T., & Junaidi, Y. (2018). Analisis saluran dan tingkat efisiensi pemasaran beras semi organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian (J-SEP)*, 11(1), 22–32.
- Balau, Y., Manossoh, H., & Runtu, T. (2019). Analisis biaya kualitas dan biaya pemasaran dalam kaitannya dengan Tingkat Earning Before Interest And Tax (Ebit)(Studi kasus pada PT. Hasrat Abadi Toyota Manado Cabang Tendean). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Fitria, A. H. N., Widyani, D., Kurniani, E., Salsabila, J. N., Anantatur, K. P., Driyani, M., Afifah, N. T., Nurhatifah, N., Istiqomah, N. I. N., & Ilma, R. N. (2021). Pengaruh Perbedaan Jenis Medium Perendaman Terhadap Vase Life Bunga Potong Mawar Merah. *Jurnal Ilmiah Respati*, 12(1), 36–44.
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 3(1), 21–35.
- Mutakabbir, E. A., & Duakaju, N. N. (2019). Analisis kelayakan finansial usaha tanaman hias di Kota Samarinda. *Jurnal Agribisnis Dan Komunikasi Pertanian (AKP)*, 2(1), 25–34.
- Qodriyah, L., Sutisna, A., & Budiarso, K. (2022). Evaluation of growth and flowering performances of chrysanthemum cultivars. *Recent Trend in Agricultural Science*, 1(1).
- Sena, T. F. (2011). Variabel antiseden organizational citizenship behavior (OCB). *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 2(1).