

**Analisis Rantai Nilai Produk Bunga Potong & Hias
di Kabupaten Bandung Barat**

Yayan Mulyana, Abdul Rosid, Rasyid Nadhif Aryo Faisal, Firda Nabila
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Pasundan, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.33005/jbi.v15i2.5422>

Abstrak

Parongpong di Kabupaten Bandung Barat dikenal sebagai kawasan wisata bunga yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha florikultura. Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur dan aktivitas rantai nilai pada NMM Florist sebagai UMKM florikultura di wilayah tersebut. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model *Miles* dan *Huberman* serta kerangka *Value Chain Porter* yang mencakup aktivitas primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NMM Florist telah melaksanakan sebagian besar aktivitas primer seperti penanganan bahan baku, pengendalian persediaan, dan distribusi, namun masih lemah pada aspek pergudangan dan promosi digital. Pada aktivitas pendukung, pelatihan dan pengadaan sudah berjalan, tetapi pengembangan teknologi, perencanaan, dan manajemen mutu belum optimal. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur value chain UMKM dengan menegaskan pentingnya digitalisasi rantai nilai florikultura berbasis komunitas wisata serta implikasi praktis dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha lokal.

Kata Kunci: Rantai Nilai, Bunga Potong, UMKM

Abstract

Parongpong in West Bandung Regency is known as a flower tourism area with strong potential for floriculture development. This study aims to analyze the structure and activities of the value chain at NMM Florist, a micro and small floriculture enterprise in the region. A qualitative descriptive approach was employed using observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using Miles and Huberman's interactive model and Porter's Value Chain framework covering both primary and secondary activities. The results reveal that NMM Florist has implemented most primary activities such as raw material handling, inventory control, and distribution, but remains weak in warehousing and digital promotion. Supporting activities such as training and procurement are present, yet technology development, strategic planning, and quality management remain underdeveloped. This research contributes theoretically to the literature on MSME value chains by emphasizing the role of digitalized community-based floriculture value chains and provides practical implications for enhancing competitiveness and sustainability of local enterprises.

Keywords: Value Chain, Cut Flowers, MSMEs

PENDAHULUAN

Kecamatan Parongpong di Kabupaten Bandung Barat merupakan salah satu wilayah dengan potensi unggulan di sektor florikultura, khususnya bunga potong dan tanaman hias. Mayoritas masyarakatnya menggantungkan pendapatan pada kegiatan budidaya bunga, baik sebagai petani maupun pelaku usaha kecil. Pemerintah Kabupaten Bandung Barat bahkan menetapkan Parongpong sebagai kawasan wisata bunga untuk memperkuat identitas ekonomi kreatif daerah. Salah satu pelaku utama di sektor ini adalah NMM Florist, sebuah UMKM yang bergerak dalam bidang pertanian dan perdagangan bunga potong serta rangkaian bunga hias.

Perkembangan NMM Florist menggambarkan dinamika khas UMKM florikultura, yaitu keterbatasan kapasitas manajerial, belum optimalnya pengelolaan rantai pasok, dan minimnya inovasi teknologi pemasaran. Meskipun telah beroperasi sejak tahun 2007 dan berhasil memperluas lahan produksi hingga ± 1.260 m², efisiensi rantai nilai masih menjadi kendala utama yang mempengaruhi daya saing usaha. Fenomena ini sejalan dengan temuan Pangemanan dkk. (2011) yang menyatakan bahwa bunga potong merupakan komoditas hortikultura dengan umur simpan pendek dan memerlukan sistem penanganan serta distribusi yang efisien untuk menjaga mutu produk.

Dalam konteks rantai nilai, Porter (1990) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh hasil produksi, tetapi juga oleh koordinasi aktivitas primer dan sekunder yang menciptakan nilai tambah. Aktivitas primer mencakup logistik ke dalam, operasi, logistik keluar, pemasaran, dan pelayanan; sedangkan aktivitas sekunder meliputi pengadaan, pengembangan teknologi, manajemen sumber daya manusia, serta infrastruktur organisasi. Pendekatan ini penting diterapkan pada sektor florikultura yang melibatkan banyak aktor mulai dari petani hingga konsumen akhir.

Studi-studi sebelumnya telah membahas penerapan analisis rantai nilai pada berbagai komoditas agribisnis. Ratih dkk. (2012) menekankan pentingnya integrasi horizontal untuk meningkatkan daya saing industri florikultura melalui inovasi produk dan perluasan akses pasar. Rangga dkk. (2018) menemukan bahwa daya saing bisnis tanaman hias dipengaruhi oleh konsistensi kualitas dan efisiensi rantai nilai dari proses produksi hingga pemasaran. Sementara itu, Nia dkk. (2021) menunjukkan bahwa pengelolaan logistik dan kegiatan pendukung seperti pelatihan SDM serta adopsi teknologi dapat memperkuat keunggulan kompetitif UMKM berbasis agribisnis.

Namun, sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada perusahaan florikultura berskala besar atau orientasi ekspor, sementara kajian mendalam terhadap implementasi value chain pada UMKM lokal berbasis komunitas wisata masih sangat terbatas. Hal ini menimbulkan research gap, yaitu belum adanya pemahaman komprehensif mengenai bagaimana pelaku UMKM florikultura mengelola aktivitas rantai nilai untuk mencapai efisiensi dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan latar belakang dan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur dan aktivitas rantai nilai pada NMM Florist di Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat dengan menggunakan kerangka analisis Porter. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi penguatan daya saing UMKM florikultura di kawasan wisata bunga melalui strategi digitalisasi dan inovasi manajemen rantai nilai.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, bertujuan menggambarkan secara komprehensif aktivitas rantai nilai yang dilakukan oleh NMM Florist sebagai UMKM florikultura di Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada konteks dan proses nyata yang terjadi di lapangan, bukan pada pengujian hipotesis statistik, sebagaimana ditegaskan oleh Sugiyono (2016) bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam dalam konteks alami.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif, yaitu pada NMM Florist di Desa Karyawangi, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik usaha yang mewakili UMKM florikultura daerah dengan aktivitas rantai nilai yang lengkap mulai dari produksi hingga distribusi. Subjek penelitian terdiri atas pemilik usaha, karyawan tetap, pekerja harian, serta mitra petani bunga di sekitar wilayah Parongpong.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data:

- a. Data primer, diperoleh langsung dari observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan NMM Florist, serta dokumentasi aktivitas produksi, pemasaran, dan distribusi.
- b. Data sekunder, berasal dari publikasi resmi seperti data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bandung Barat, literatur ilmiah, serta laporan penelitian terdahulu terkait rantai nilai florikultura (Ratih dkk., 2012; Rangga dkk., 2018; Nia dkk., 2021).

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui empat teknik utama, yaitu:

- a. Observasi, untuk mengamati aktivitas produksi, penanganan bahan baku, dan distribusi produk bunga.
- b. Wawancara mendalam, dilakukan terhadap pemilik usaha dan tenaga kerja untuk memahami sistem manajemen, strategi pemasaran, dan kendala operasional.
- c. Dokumentasi, berupa catatan penjualan, struktur organisasi, serta data pendukung lain.
- d. Studi pustaka, digunakan untuk memperkuat kerangka teori dan mendukung interpretasi hasil penelitian.

Untuk menjamin validitas data, digunakan teknik triangulasi meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu (Sugiyono, 2013). Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki konsistensi dan keandalan tinggi melalui perbandingan lintas metode dan waktu pengumpulan.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan:

- a. Reduksi data, yaitu proses penyederhanaan dan pemilahan data relevan berdasarkan kategori aktivitas rantai nilai.
- b. Penyajian data (*data display*), dengan mengorganisasi informasi menjadi tabel dan narasi agar mempermudah interpretasi.
- c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*), untuk menemukan pola hubungan antaraktivitas primer dan sekunder dalam menciptakan nilai tambah (Miles & Huberman, 1994).

Kerangka Analisis Rantai Nilai

Analisis menggunakan kerangka Value Chain Porter (1990) yang membagi aktivitas perusahaan menjadi dua kelompok utama:

- a. Aktivitas Primer, meliputi *inbound logistics, operations, outbound logistics, marketing & sales*, dan *services*.
- b. Aktivitas Sekunder, meliputi *procurement, technology development, human resource management*, dan *firm infrastructure*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

NMM Florist merupakan salah satu UMKM florikultura di Desa Karyawangi, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat. Usaha ini berdiri sejak tahun 2007 dan berperan sebagai produsen sekaligus pemasok bunga potong untuk pasar Bandung dan Jakarta. Produk yang dihasilkan meliputi bunga potong segar (mawar, gerbera, krisan, aster) dan rangkaian bunga hias (buket dan papan ucapan). Jaringan distribusi NMM Florist melibatkan lebih dari 30 toko bunga di Jakarta Selatan, Tebet, dan Cikini. Pada tabel 1 dijelaskan kegiatan rantai nilai bunga potong.

Tabel 1 menunjukkan bahwa NMM Florist memiliki tiga fungsi utama dalam rantai nilai, yaitu sebagai petani, pemasok, dan dekorator. Peran ganda ini memperluas nilai tambah, tetapi juga menimbulkan beban operasional tinggi karena seluruh proses produksi hingga distribusi dikelola secara mandiri. Kegiatan *inbound logistics* dilakukan melalui pemilahan bunga pasca panen, pengemasan sederhana menggunakan kertas pembungkus, dan penyimpanan sementara di gudang transit. Gudang yang digunakan juga berfungsi sebagai showroom dan area perakitan karangan bunga.

Tabel 1. Kegiatan NMM Florist Dalam Rantai Nilai Bunga Potong Di Kab.Bandung Barat

NMM Forist	Kegiatan
Petani	Kepemilikan lahan, Penanaman, Pemanenan, Pengolahan Pendistribusian
Pemasok/Pedagang	Kepemilikan lahan Penanaman Pemanenan Pengolahan (bunga potong) Pendistribusian (pedagang/toko kios)
Pendekor	Kepemilikan lahan Penanaman Pemanenan Pengolahan (bunga potong menjadi karangan bunga)) Pendistribusian (individu/perusahaan)

Sumber: Data Diolah,

Dalam tahap operations, perakitan dilakukan secara manual menggunakan alat sederhana seperti hand sprayer dan gunting taman. Desain papan bunga masih dibuat dengan huruf styrofoam tanpa bantuan aplikasi digital. Dari sisi outbound logistics, pengiriman dilakukan dengan mobil box kecil untuk wilayah Jakarta, sedangkan pengiriman lokal memanfaatkan jasa ojek daring. Promosi dan pemasaran (*marketing & sales*) masih mengandalkan media sosial *WhatsApp* dan Instagram, tanpa strategi digital terintegrasi. Hal ini berbeda dengan temuan Ratih dkk. (2012) yang menekankan pentingnya integrasi horizontal dan pemasaran digital untuk memperluas jaringan pasar florikultura.

Sementara itu, pada pelayanan (*service*), NMM Florist memberikan dokumentasi produk sebelum dikirim dan melayani keluhan pelanggan melalui sistem return produk jika terdapat cacat atau kesalahan jenis bunga. Pelayanan ini menjadi salah satu sumber *intangible value* yang meningkatkan loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa kegiatan usaha tanaman hias ini, terdapat beberapa pesaing (*competitor*), dimana competitor berasal dari wilayah terdekat maupun kios atau toko yang tersebar di luar Kabupaten Bandung Barat. Berikut tabel 2 nama toko/kios, serta jenis pesanan, maupun selisih harga antara pemasok dan took/kios.

Tabel 2. Rata-Rata Harga Bunga Potong antara Pemasok (NMM Florist) dan Toko Bunga di Jakarta

No	Jenis Bunga	Harga dari NMM Florist (Rp/tangkai)	Harga Jual Toko (Rp/tangkai)	Margin (%)
1	Romi	Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
2	Ririn	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
3	Truly	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
4	Sabilla	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
5	Rozana	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
6	Acil	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000

Sumber: Data Diolah

Tabel 2 memperlihatkan bahwa margin keuntungan di tingkat toko bunga berkisar antara 40%–100%, tergantung jenis dan kualitas bunga. Jenis bunga premium seperti mawar grade A menghasilkan margin lebih rendah karena harga dasarnya sudah tinggi, sedangkan daun hias (ruskus) dan bunga pelengkap (gerbera, lily) memberikan margin lebih besar karena biaya produksi lebih rendah.

Struktur harga ini memperkuat temuan Rangga dkk. (2018) dan Armenia dkk. (2017) bahwa margin dalam rantai nilai florikultura cenderung meningkat seiring panjangnya jalur distribusi. Dengan demikian, efisiensi rantai pasok menjadi faktor kunci dalam menentukan nilai tambah di tingkat petani maupun pemasok.

Bagi NMM Florist, penguasaan terhadap proses budidaya, perakitan, hingga distribusi langsung ke pasar ritel memberikan peluang memperoleh nilai tambah yang lebih besar dibandingkan pelaku usaha yang hanya berperan sebagai petani atau pengepul. Namun, keterbatasan kapasitas pergudangan dan logistik menyebabkan potensi tersebut belum termanfaatkan optimal.

Untuk meningkatkan efisiensi, diperlukan strategi integrasi vertikal antara petani, pemasok, dan toko bunga, serta penerapan sistem digital inventory agar pasokan dan permintaan dapat dipantau secara real-time. Hal ini sejalan dengan konsep Porter (1990) tentang value system integration, di mana sinergi antar pelaku rantai nilai akan mengurangi biaya, mempercepat aliran produk, dan meningkatkan nilai kompetitif usaha.

Dalam rangka memperkuat posisi kompetitif, NMM Florist perlu mengadopsi strategi digitalisasi rantai nilai, seperti promosi berbasis media sosial terstruktur, sistem pemesanan daring (*online order management*), dan pencatatan keuangan berbasis aplikasi sederhana. Strategi ini akan mengubah model bisnis dari traditional florist menjadi digitally connected florist, sebagaimana direkomendasikan oleh Nia dkk. (2021) dalam analisis keunggulan kompetitif UMKM agribisnis.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aktivitas rantai nilai pada NMM Florist, salah satu UMKM florikultura di Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, dengan menggunakan kerangka *Value Chain Porter* (1990). Hasil penelitian menunjukkan bahwa NMM Florist telah melaksanakan sebagian besar aktivitas primer, terutama dalam aspek penanganan bahan baku, pengendalian persediaan, dan distribusi ke toko bunga di Bandung dan Jakarta. Meskipun demikian, efisiensi pada aspek pergudangan dan logistik keluar masih rendah karena keterbatasan fasilitas dan belum adanya sistem penyimpanan dingin (*cold storage*). Pada aktivitas sekunder, usaha ini telah menjalankan fungsi pengadaan dan pelatihan tenaga kerja, tetapi masih lemah dalam pengembangan teknologi, pencatatan keuangan, serta perencanaan strategis. Kelemahan ini menyebabkan integrasi antaraktivitas primer dan sekunder belum optimal, sehingga nilai tambah yang dihasilkan masih terbatas. Secara umum, rantai nilai NMM Florist berada pada tahap semi-terintegrasi, di mana sebagian besar aktivitas sudah terbentuk namun belum terdigitalisasi. Temuan ini memperkuat argumen Ratih dkk. (2012) dan Rangga dkk. (2018) bahwa efisiensi rantai nilai sangat ditentukan oleh kemampuan integrasi antaraktor serta penerapan inovasi teknologi. Oleh karena itu, strategi penguatan rantai nilai NMM Florist harus diarahkan pada digitalisasi proses bisnis, peningkatan efisiensi logistik, dan pelatihan berkelanjutan bagi tenaga kerja. Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis dan akademik yang penting bagi pengembangan UMKM florikultura di kawasan wisata bunga. Secara praktis, penelitian ini menegaskan perlunya transformasi digital dalam pengelolaan rantai nilai UMKM untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. NMM Florist perlu mengadopsi sistem digital sederhana, seperti katalog daring, aplikasi pemesanan, serta pencatatan stok berbasis cloud, guna mempercepat proses pertukaran informasi antara bagian produksi dan pemasaran. Digitalisasi ini juga akan membantu pelaku usaha dalam melakukan pengawasan mutu dan pengendalian persediaan secara real-time, sehingga mengurangi risiko kerusakan atau kehilangan produk bunga potong yang memiliki umur simpan pendek. Dari sisi kelembagaan, pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Pertanian perlu berperan aktif dalam menciptakan ekosistem pendukung yang mendorong inovasi dan keberlanjutan usaha florikultura. Program pelatihan kewirausahaan digital, pendampingan manajemen usaha, dan bantuan permodalan merupakan langkah strategis yang dapat memperkuat rantai nilai pada tingkat lokal. Selain itu, kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta dapat mendorong terbentuknya pusat logistik florikultura yang efisien dan mampu menjangkau pasar

regional. Sementara itu, dari sisi akademik, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap literatur value chain management dengan mengadaptasi model Porter (1990) dalam konteks UMKM berbasis pertanian. Pendekatan ini membuktikan bahwa teori rantai nilai tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga dapat diterapkan untuk menilai efisiensi dan integrasi aktivitas usaha kecil dengan orientasi lokal dan komunitas wisata. Penelitian ini membuka peluang bagi kajian lanjutan yang meneliti hubungan antara digitalisasi rantai nilai, efisiensi biaya, dan keberlanjutan usaha (*Business Sustainability*) pada sektor agribisnis florikultura di Indonesia.

REFERENSI

- Adriyansya, L., Hendra, U., Abdul, R. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *JAMBURA Industrial Review*, 1(2), 94-103. <http://doi.org/37905/jirev.1.2.94-103>.
- Armenia, R., Pandi, P., Gema, W. M. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Bunga Mawar Potong di Desa Kertawangi Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal AGROSAINS dan TEKNOLOGI*. 2(1), 13-21.
- Baguna, F. L., Kaddas, F. (2021). Analisis Rantai Nilai dan Kontribusi Pendapatan Terhadap Pemanfaatan Hhbk Kayu Manis di Pulau Tidore. *JIP-Jurnal Inovasi Penelitian*. 1(9), 1787-1794.
- Damayanti, N. A., Probowulan, D., & Nastiti, A. S. (2021). Analisis Rantai Nilai Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif (Studi Kasus Pada UD. Ijen Batik Bondowoso). *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 1(1), 12-24.
- Fajri, D. A., Azis, A. L. (2021). *Manajemen Strategis*. UB Press.
- Fauzi, Teddy. H. (2020). *Manajemen Strategi Bisnis: Teori dan Implementasi*. Jakarta: Yayasan Kharisma Venti Rahmawati.
- Husen, U. (2001). *Strategic Management in Action. Konsep, Teori, dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Strategic Business Unit Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David, dan Wheelen-Hunger*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ivonne Ayesha. (2016). Analisis Rantai Pasok Komoditas Florikultura sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Bandung Barat. *Mimbar Agribisnis Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. 1(2). 133-138.
- Jauch, Lawrence, R., Glueck, William F. (1997). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan Edisi ketiga*. Erlangga.
- Juju. U. (2023). *Manajemen Strategi*. Cipta Media Nusantara.
- Kurniaty, R. M., Fauzi, A. M., & Chozin, M. A. (2012). Daya Saing PT Benar Flora Utama Berdasarkan Aktivitas Rantai Nilai Florikultura. *Jurnal Manajemen & Agribisnis* 9(3), 146-153.
- Mubyarto. (1995). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3S.

Y. Mulyana dkk., Analisis Rantai Nilai Produk Bunga Potong & Hias

- Novita, K. A., I Ketut S, Dewa, A. A. Y. (2016). Rantai Nilai Bunga Potong Heliconia Caribaea Desa Kerta, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. 4(1). 11-20
- Pangemanan, L., Kapantow, G., & Watung, M. (2011). Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong (Studi Kasus Petani Bunga Krisan Putih di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon). *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 7(2), 5–14. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.7.2.2011.86>.
- Saladin, D. (2004). *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Linda Karya.
- Perdana, S. Y. (2020). *Bisnis Digital. Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Alfabeta.
- Wisanggara, R., Firdaus, M., & Oktaviani, R. (2018). Daya Saing Bisnis PT Pesona Daun Mas Asri Berdasarkan Aktivitas Rantai Nilai. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 73-85. <https://doi.org/10.17358/jabm.4.1.73>.

Lampiran 1. Distributor/Pemilik Toko, Jenis Pesanan, Harga Satuan & Harga Toko di Wilayah Jakarta

No	Nama	Jenis Pesanan Bunga	Harga Satuan	Harga Toko
1	Romi	Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
2	Ririn	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
3	Truly	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
4	Sabilla	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
5	Rozana	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
6	Acil	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
7	Mance	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
8	Rosalia	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Krisdoren	Rp. 5.000	Rp. 8.000
9	Lexza	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
10	Flamboyan	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
11	Arif	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
12	Mian	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
13	Cikini Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
14	Abas Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Aster	Rp. 7.000	Rp. 10.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000

Y. Mulyana dkk., Analisis Rantai Nilai Produk Bunga Potong & Hias

No	Nama	Jenis Pesanan Bunga	Harga Satuan	Harga Toko
15	Ria	Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Senep	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
16	CH	Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
17	Rehan Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
18	Ricky	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
19	Salwa	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
20	Olif	Gerbera	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Pakis	Rp. 6.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
21	Alam	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
22	Nailla	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
23	Harum Sari	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
24	Sebunga	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
		Senep	Rp. 6.000	Rp. 10.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
25	Rumah Bunga	Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
26	Natalia	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Lily	Rp. 1.500	Rp. 3.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
27	Wulan Florist	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
28	Ahya	Mawar GD A	Rp. 30.000	Rp. 50.000

No	Nama	Jenis Pesanan Bunga	Harga Satuan	Harga Toko
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Hebras	Rp. 5.000	Rp. 10.000
29	Bocor Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Lasidah	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000
30	Senu Florist	Mawar GD C	Rp. 15.000	Rp. 30.000
		Pikok	Rp. 4.000	Rp. 8.000
		Ruskus	Rp. 4.000	Rp. 8.000

Sumber: Data Diolah