

**PEMASARAN BUAH JERUK DI KECAMATAN SILIMAKUTA
KABUPATEN SIMALUNGUN**

Janrifran Manihuruk¹, Tri Endar Suswatiningsih², Rupiati Martini²

¹Mahasiswa Fakultas Pertanian INSTIPER

²Dosen Fakultas Pertanian INSTIPER

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, mengetahui biaya pemasaran, margin pemasaran, serta keuntungan pemasaran, dan farmer's share Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran. Saluran pemasaran I adalah Petani-Pedagang Pengecer Kecamatan-Konsumen Kecamatan. Saluran II adalah Petani-Pedagang Besar Kabupaten-Pedagang Pengecer Jakarta- Konsumen Jakarta. Saluran pemasaran III adalah Petani- Pengumpul Kecamatan-Pedagang Besar Kabupaten-Pedagang Pengecer Batam-Konsumen Batam. Metode yang dilakukan untuk pengumpulan data adalah metode observasi, wawancara, dan pencatatan data yang diperoleh dari kuisisioner yang diajukan kepada pihak responden.

Efisiensi Pemasaran yang paling efisien ada pada saluran I yang memiliki total biaya pemasaran Rp 1.453,00/kg, margin pemasarannya Rp 5.485,1/kg dan keuntungan pemasaran Rp 25,741,00/Rpkg. Saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran jeruk manis yang paling efisien karena mempunyai mempunyai nilai *farmer's share* tertinggi yaitu untuk grade buah C = 69,2 %, buah B = 64,2 %, buah AB = 60%,

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang termasuk dalam kekayaan flora (tumbuhan). Dalam keanekaragaman tumbuhan Indonesia memiliki antara 30.000 – 35.000 jenis tumbuhan. Kekayaan flora ini menempatkan Indonesia dalam urutan kelima negara dengan kekayaan flora di dunia. Jenis buah- buahan di Indonesia sangatlah banyak, dari yang sudah biasa terdengar, seperti semangka, durian, nangka, pisang, jambu, rambutan dan nanas hingga buah-buahan yang sebagian besar tidak mengetahui namanya.

Sebagai negara agraris memiliki luas perkebunan jutaan hektar dan melibatkan puluhan juta tenaga kerja. Sebagai sumber daya yang dapat terbarukan (*renewable resource*), pertanian seyogyanya dapat menjadi tulang punggung ekonomi bangsa (Ghani, 2003).

Sejak awal pembangunan peranan sektor pertanian dalam pembangunan Indonesia tidak perlu diragukan lagi, Pembangunan sektor pertanian diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dan kebutuhan industri dalam negeri, meningkatkan ekspor, meningkatkan pendapatan petani, memperluas kesempatan kerja serta mendorong kesempatan berusaha (Soekartawi, 1993).

Salah satu tanaman buah-buahan yang sampai saat ini budidayanya hanya dapat tumbuh di tempat-tempat tertentu adalah buah jeruk. Jeruk (*Citrus*) adalah sejenis tumbuhan berbentuk pohon dengan buah yang berdaging dengan rasa masam yang segar . Jeruk merupakan tumbuhan yang berasal dari Asia Timur dan Asia Tenggara. Indonesia merupakan salah satu

negara yang kaya atas varietas jeruk. Diseluruh dunia varietas jeruk mencapai 600 jenis, dengan karakter yang hampir mirip atau bahkan berbeda sama sekali. Jeruk yang ada di Indonesia sangat beragam jenisnya dari jeruk manis, jeruk lemon, jeruk nipis, jeruk bali, jeruk darah, jeruk purut dan jeruk medan. Buah jeruk sangat disukai oleh semua kalangan baik anak-anak sampai orang dewasa. Tidak semua jenis jeruk dapat dimakan langsung seperti kebanyakan buah. Jeruk yang biasa dikonsumsi langsung ialah jeruk manis dan jeruk medan. Sedangkan beberapa jenis jeruk hanya digunakan untuk rempah makanan ataupun obat seperti jeruk nipis dan jeruk purut. Jeruk juga biasanya diolah menjadi produk minuman yang dikemas dalam botol, seperti *orange juice* dan sebagai bahan tambahan untuk kosmetik. Dengan adanya produk turunan dari jeruk dapat membantu perkembangan agribisnis mulai dari teknologi, pemasaran, dan pendukung masyarakat dalam berpartisipasi dalam penjualan jeruk.

Komoditas hortikultura sudah banyak yang dihasilkan di dataran tinggi Kabupaten Simalungun tepatnya di Kecamatan Silimakuta. Buah jeruk merupakan salah satu komoditas yang banyak dihasilkan. Menurut Badan Agribisnis Kementerian Pertanian (2010), buah jeruk merupakan bahan baku industri minuman (sirup dan jus) yang memiliki prospek cerah, baik didalam negeri maupun diluar negeri. Berdasarkan data Dinas Pertanian Sumatera Utara, selain tanah Karo, Kabupaten Simalungun merupakan penghasil jeruk terbanyak. Pada tahun 2007, dengan luas panen 8.754 ha, produksi buah jeruk di Kabupaten Simalungun sebanyak 227.971 ton. Sementara produksi di Sumatera Utara sebanyak 687.325 ton, hanya kalah dari Tanah Karo yang menghasilkan jeruk sebanyak 345.673 ton (www.academia.edu)

Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun merupakan sentra produksi buah jeruk yang memiliki potensi cukup besar di provinsi Sumatera Utara, dengan luas areal tanam 1075,38 ha. Jeruk merupakan komoditas pertanian yang mempunyai peranan besar dalam meningkatkan pendapatan petani di Desa Saribudolok. Pada tahun 2009 hasil produksi buah jeruk sebesar 16.832 ton atau rata-rata 15,65 ton per ha. (Ginting, 2006).

Pada Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun setiap musim panen komoditi jeruk yang dihasilkan, petani menjual langsung jeruk kepada pihak pemborong maupun membawanya langsung pasar akhir pekan. Biasanya jika harga jeruk sedang mahal para petani tidak perlu membawa hasil panen mereka ke pasar untuk dijual melainkan sudah diborong langsung oleh pihak pemborong. Petani hanya terima bersih harga jual sesuai kesepakatan.

Dalam memperoleh hasil yang maksimal, para petani jeruk harus dapat mempertimbangkan segala aspek dalam memutuskan kemana akan menjual hasil produksi buah jeruk tersebut. Harga buah jeruk akan semakin tinggi jika para petani dapat menjualnya kepada pihak konsumen secara langsung. Namun jika ingin menjual langsung pada pihak konsumen, para petani juga harus mempertimbangkan biaya pengangkutan. Sebagian besar petani jeruk hanya menjual hasil panen mereka kepada pedangang pengumpul yang akan disalurkan kembali kepada pedangang pengecer. Namun ada juga petani yang memilih mengirim sendiri hasil panen mereka keluar provinsi. Dengan begitu harga yang didapatkan petani akan lebih besar dibandingkan menjual langsung kepada pihak pemborong.

Perkebunan jeruk rakyat yang ada di Kabupaten Simalungun memberikan arti penting bagi petani. Turunnya harga jeruk

yang terjadi tahun 2018 memberikan dampak terhadap keadaan sosial ekonomi petani jeruk. Sebelum hari lebaran harga buah jeruk berkisar Rp.12.500,00/kg menurun saat hari lebaran dengan harga jual Rp.8.500,00/kg. Umur tanaman yang berbeda-beda serta jenisnya juga berbeda-beda juga mempengaruhi petani dalam mempertahankan harga jeruk yang semakin menurun. Luas wilayah yang dimiliki petani juga sangat berpengaruh pada petani dalam mempertahankan dan mengembangkan kelestarian buah jeruk.

Dampak sosial yang terjadi di masyarakat yaitu rendahnya kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidup seperti banyak petani yang menjual jeruk dengan harga rendah dan banyak petani jeruk yang mencari pekerjaan tambahan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya karena banyak jumlah keluarga yang harus ditanggung. Sedangkan dampak ekonominya adalah menurunnya tingkat pendapatan petani, sedangkan pengeluarannya relatif besar.

Pemasaran buah jeruk yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun memiliki berbagai macam saluran pemasaran. Petani dapat leluasa menentukan pilihan kemana akan menjual hasil panen mereka sesuai harga yang mereka inginkan. Tinggal bagaimana cara petani mensiasati dan memilih saluran pemasaran yang tepat agar mendapatkan harga tertinggi. Karena setiap petani ingin mendapatkan harga tertinggi dipasaran agar mereka dapat mendapatkan untung sebesar-besarnya yang nantinya akan menaikkan perekonomian mereka. Jika perekonomian petani stabil, maka produksi yang mereka hasilkan juga akan semakin besar dan baik. Namun untuk mendapatkan harga yang tepat dan tinggi, tentunya petani juga memiliki masalah tertentu. Masalah tersebut lah yang perlu diteliti nantinya dan cara memecahkan

masalah tersebut agar pihak petani mendapatkan harga yang mereka inginkan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Dasar Penelitian

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*Case Study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan. Karena study kasus merupakan yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu subjek tertentu selama kurun waktu, atau fenomena yang ditemukan disuatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain (Creswell, 1998).

Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian

Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan dengan sengaja (*purposive*) yaitu penentuan daerah penelitian yang secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu bahwa daerah Kabupaten Simalungun merupakan daerah yang potensial untuk kegiatan produksi pertanian seperti jeruk. Penelitian ini mengambil tempat di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara.

Metode Penentuan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa petani jeruk dan lembaga pemasaran jeruk. Pengambilan responden petani dan lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *Snowball sampling* yaitu dengan cara menelusuri saluran pemasaran buah Jeruk yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara mulai dari petani sampai pada konsumen akhir berdasarkan informasi dari produsen dan pedagang. Aplikasi metode ini dengan menggunakan sejumlah kecil individu atau kelompok orang untuk ditanyai menyangkut hal-hal tertentu, kemudian individu atau kelompok tersebut diminta untuk

menunjukkan individu atau kelompok lain yang mereka kenal dan mengerti tentang seluk beluk masalah yang ditanyakan (Soeratno dan Arsyad, 1993). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dipilih sebanyak 30 petani jeruk dan 10 lembaga pemasaran.

Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data

1. Jenis Data Yang Diambil

Menurut Istijanto (2005), Data berdasarkan sumbernya dibagi menjadi dua kelompok besar yaitu terdiri dari data primer dan data sekunder dengan perincian sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, lembaga atau instansi terkait serta literature yang berhubungan dengan penelitian ini

2. Metode pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan serta untuk menjamin kebenaran data yang dikumpulkan, maka dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data berupa :

a. Observasi, dilakukan guna melengkapi data dari wawancara, observasi

dilakukan dengan langsung ke lokasi penelitian dan objek yang diteliti.

- b. Wawancara dilakukan dengan mengadakan tatap muka langsung dengan petani dan lembaga pemasaran yang menjadi responden, kemudian sesi tanya jawab sesuai dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan.
- c. Pencatatan, yaitu pengumpulan data dengan mencatat semua data yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel

Definisi variable dan pengukurannya dapat dijelaskan agar dapat diperoleh kesamaan pemahaman terhadap konsep-konsep dalam penelitian ini, yaitu:

- 1. Petani sampel adalah petani yang mengusahakan tanaman jeruk manis.
- 2. Lembaga pemasaran jeruk adalah badan atau perantara yang melakukan fungsi pemasaran untuk mendistribusikan jeruk dari petani ke konsumen.
- 3. Pedagang pengumpul adalah orang atau lembaga yang secara langsung berhubungan dengan petani dan melakukan transaksi kemudian dijual kepada pedagang besar dipasar atau di luar kota.
- 4. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli jeruk dari petani dan pedagang pengumpul untuk dipasarkan keberbagai daerah.
- 5. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli jeruk dari lembaga pemasaran sebelumnya, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen.
- 6. Konsumen adalah orang yang membeli jeruk untuk dikonsumsi sesuai dengan tingkat kebutuhan.
- 7. Saluran pemasaran jeruk adalah rangkaian lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui dalam penyebaran jeruk dari petani ke konsumen.

8. Harga jeruk ditingkat petani adalah harga yang diterima petani ketika menjual jeruk dan dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).
9. Harga jual jeruk ditingkat lembaga pemasaran adalah harga yang diterima oleh suatu lembaga pemasaran ketika menjual jeruk dan dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).
10. Harga eceran adalah harga yang diterima oleh pihak konsumen akhir yang dinyatakan dalam rupiah per kilogram (Rp/kg).
11. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Biaya pemasaran jeruk diukur dengan menjumlahkan seluruh biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran jeruk dan dinyatakan dalam rupiah . Biaya pemasaran meliputi sortasi, grading, retribusi, pengemasan, pengangkutan, pergudangan.
12. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli dan biaya pemasaran yang diterima oleh suatu lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran jeruk diukur dengan menjumlahkan keuntungan pemasaran yang diperoleh tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran jeruk dan dinyatakan dalam rupiah .
13. Margin pemasaran adalah perbedaan antara berapa yang dibayarkan oleh konsumen dan berapa yang diterima oleh petani untuk produk pertaniannya. Margin pemasaran diukur dengan membandingkan harga jeruk ditingkat konsumen dengan harga jeruk ditingkat petani dan dinyatakan dalam rupiah (Rp).
14. *Farmer's share* adalah salah satu indikator untuk mengetahui efisiensi pemasaran. *Farmer's share* diukur

dengan membandingkan antar harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dikalikan 100% dan dinyatakan dalam persen (%).

15. Efisiensi pemasaran jeruk secara ekonomis diukur dengan melihat margin pemasaran dan bagian yang diterima petani (*farmer's share*). Semakin kecil nilai margin pemasaran, maka pemasaran semakin efisien. Selain itu, pemasaran jeruk dapat dikatakan efisien secara ekonomis apabila bagian yang diterima petani (*farmer's share*) nilainya lebih dari 50%.

Analisis Data

Metode analisis data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran buah jeruk yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara menggunakan metode *case study* yaitu penelitian yang melihat langsung kelapangan.
2. Untuk mengetahui tugas dan fungsi lembaga-lembaga pemasaran buah jeruk yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara diperoleh dengan metode *Snowball sampling* yaitu menelusuri lembaga/pedagang responden yang memasarkan buah jeruk di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara mulai dari petani sampai pada konsumen akhir yang berupa informasi dari produsen dan pedagang.
3. Untuk mengetahui biaya pemasaran dan margin pemasaran di tingkat lembaga dalam saluran pemasaran digunakan alat analisis biaya dan margin pemasaran (*cost margin analysis*) yaitu dengan menghitung besarnya biaya, keuntungan,

dan marjin pemasaran pada tiap lembaga perantara pada berbagai saluran pemasaran.

- a) Biaya Pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen. Biaya pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan :

B_p : Biaya pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

$B_{p1,2,3\dots n}$: Biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran buah jeruk (Rp/Kg).

1,2,3....n : Jumlah lembaga pemasaran buah jeruk

- b) Keuntungan Pemasaran adalah penjumlahan dari keuntungan yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran. Keuntungan pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

K_p : Keuntungan pemasaran buah jeruk (Rp/Kg).

$K_{p1} + \dots + K_{pn}$: Keuntungan tiap lembaga pemasaran buah jeruk (Rp/kg)

- c) Marjin Pemasaran adalah selisih harga tingkat produsen dan tingkat konsumen akhir. Marjin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$M = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p : Marjin Pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

P_r : Harga buah jeruk di tingkat konsumen (Rp/Kg)

P_f : Harga buah jeruk di tingkat produsen (Rp/Kg)

Marjin yang diperoleh pedagang perantara dari sejumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan yang

diterima oleh pedagang perantara dirumuskan sebagai berikut:

$$M_p = B_p + K_p$$

Keterangan :

M_p : Marjin Pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

B_p : Biaya pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

K_p : Keuntungan pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

- d) Efisiensi Ekonomis dari saluran pemasaran buah durian dapat dihitung dengan cara memperhitungkan persentase bagian yang diterima produsen. Persentase marjin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$1) \text{ Persentase Marjin Pemasaran} = \frac{M_p}{P_r} \times 100$$

$$\left\{ \frac{\quad}{\quad} \right\}$$

!"

Keterangan :

M_p : Marjin pemasaran buah jeruk (%)

P_r : Harga buah jeruk di tingkat produsen (Rp/Kg)

P_f : Harga buah jeruk di tingkat konsumen (Rp/kg)

2) *Farmer's share*

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran secara ekonomis dilakukan analisis marjin pemasaran dan memperhitungkan bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*) dan dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = 1 - \left(\frac{M_p}{100\%} \right)^n$$

Keterangan :

F : Bagian yang diterima petani buah jeruk (%)

M_p : Marjin Pemasaran buah jeruk (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budidaya Jeruk Manis

Tanaman jeruk adalah merupakan tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Cina dipercaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh. Sejak ratusan tahun lalu jeruk sudah tumbuh di Indonesia secara alami maupun dibudidayakan. Salah satu jeruk yang merupakan sebuah peninggalan Negara Amerika dan Itali telah dibudidayakan di Indonesia. Budidaya buah jeruk di Kabupaten Simalungun sudah dilakukan petani selama kurang lebih 12 tahun pasca meletusnya gunung Sibayak di Tanah Karo. Adapun cara budidaya jeruk manis di Kabupaten Simalungun sebagai berikut :

1. Persiapan Lahan

Persiapan lahan merupakan kegiatan awal yang dilakukan oleh petani untuk membersihkan lahan dari gulma yang tumbuh pada lahan yang akan ditanami buah jeruk tersebut. Petani biasanya menggunakan *tractor* untuk kegiatan pembersihan lahan. Kegiatan pembersihan lahan bertujuan agar lahan bersih dari gulma dan sekaligus agar tanah yang ada digemburkan dengan menggunakan bantuan alat berupa *tractor*.

2. Pemancangan Jarak Tanam

Setelah lahan dibersihkan, petani melakukan pemancangan jarak tanam tanaman jeruk dengan menggunakan bantuan tali rafia dan kayu pancang berupa bamboo yang telah disediakan. Jarak tanam yang dilakukan petani beragam, tergantung ukuran lahan dan jumlah bibit. Biasanya jarak tanam yang dipakai petani adalah, 5x4 Meter, 5x5 Meter, dan 6x5 Meter. Pemancangan bertujuan agar tanaman jeruk tidak terganggu pertumbuhan akarnya saat ditanam dan agar baris tanam sejajar untuk memudahkan kegiatan pemeliharaan dikemudian hari.

3. Pembuatan Lubang Tanam

Pembuatan lubang tanam dilakukan secara manual dengan bantuan cangkul oleh petani. Pembuatan lubang tanam ini biasanya dilakukan dengan diameter sesuai ukuran polybag bibit dengan kedalaman 20-30 cm.

4. Penanaman

Sebelum dilakukan penanaman bibit jeruk, petani melakukan kegiatan langsir bibit menggunakan angkong. Setelah bibit diecer, petani menaburkan terlebih dahulu pupuk organik atau kompos kedalam lubang tanam. Setelah itu dilakukan penanaman dengan cara melepas polybag dari bibit jeruk dan saat penanaman akar serabut jeruk diatur kesamping agar pertumbuhan bias sempurna. Penanaman bibit biasanya dilakukan petani saat musim hujan tiba. Karena keperluan air yang dibutuhkan tanaman jeruk cukup tinggi sehingga tidak memungkinkan untuk menyirami bibit yang sudah ditanam.

5. Pemupukan

Kegiatan pemupukan dilakukan petani setelah umur tanaman jeruk berumur 1 tahun. Sebelum umur tanaman satu tahun, maka tanaman tersebut hanya mengandalkan unsur hara yang ada pada tanah. Pemupukan dilakukan pada tahun pertama sesudah penanaman. Jenis pupuk yang diaplikasikan pada tanaman jeruk adalah pupuk KCL, NPK, TSP, Urea, Racun Tanah, dan Curater. Sebelum pemupukan dilakukan, terlebih dahulu petani melakukan pencampuran pupuk jenis NPK, KCL, dan TSP masing-masing dengan dosis 25 kg/ jenis lalu dicampur. Setelah itu untuk Racun Tanah dan Curater, dosis pencampuran adalah ½ kg dan 250 ml. Dosis diatas adalah untuk kebutuhan pemupukan jeruk 400 batang. Setelah petani selesai mencampur pupuk tersebut maka dilakukan pemupukan pada tanaman

jeruk, dengan dosis pemupukan untuk sekali pemupukan adalah 250 ons/batang.

a. Identitas Petani Menurut Kelompok Usia
Sampel petani/responden yang diambil berjumlah 30 orang dengan rincian identitas sampel petani tersebut menurut kelompok usia adalah sebagai berikut :

B. Identitas Responden

1. Petani

Tabel 5.1 Identitas Petani Menurut Kelompok Usia

Kelompok Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
26-35	3	10
36-45	9	30
46-55	12	40
56-65	4	13
>65	2	7
Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa usia termuda sampel adalah 28 tahun dan usia tertua adalah 73 tahun. Persentase tertinggi identitas petani menurut kelompok usia adalah pada kelompok usia 46-55 tahun, yaitu sebesar 40 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa para petani jeruk manis

tergolong pada petani yang sudah berpengalaman melakukan usaha tani jeruk .

b. Identitas Petani Menurut Pendidikan
Rincian identitas petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5.2 Identitas Petani Menurut Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak Sekolah	-	-
SD	2	7
SMP	6	20
SMA/SMK	16	53
Perguruan Tinggi	6	20
Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa keseluruhan petani telah mengenyam pendidikan. Jumlah terbanyak berada pada

tingkat SMA/SMK. Sehingga dapat disimpulkan bahwa petani telah memiliki

ilmu pengetahuan untuk mengembangkan usahatani.

c. Identitas Petani Menurut Pengalaman Usahatani Jeruk

Sampel petani/responden yang diambil dari 30 orang dapat dirincikan menurut pengalaman dalam usahatani jeruk adalah:

Tabel 5.3 Identitas Petani Menurut Pengalaman Usahatani Jeruk

Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
3-5	9	30
6-8	18	60
9-11	3	10
>12	-	-
Jumlah	30	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

2. Pedagang

a. Identitas Pedagang Menurut Kelompok Usia

Sampel pedagang/responden yang diambil berjumlah 10 orang dengan rincian identitas sampel pedagang tersebut menurut kelompok usia adalah sebagai berikut :

Tabel 5.4 Identitas Pedagang Menurut Kelompok Usia

Kelompok Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
26-35	-	-
36-45	7	70
46-55	3	30
56-65	-	-
>65	-	-
Jumlah	10	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari data yang diperoleh dapat diketahui bahwa usia termuda sampel adalah 28 tahun dan usia tertua adalah 73 tahun. Persentase tertinggi identitas petani menurut kelompok usia adalah pada kelompok usia 46-55 tahun, yaitu sebesar 40 %.

b. Identitas Pedagang Menurut Pendidikan

Rincian identitas petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat disajikan pada tabel berikut :

Tabel 5.5 Identitas Pedagang Menurut Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Tidak Sekolah	-	-
SD	-	-
SMP	2	20
SMA/SMK	5	50
Perguruan Tinggi	3	30
Jumlah	10	100

Sumber : Analisis Data Primer 2018

Dari tabel 5.5 dapat disimpulkan bahwa para pedagang telah menempuh pendidikan, dan jumlah persentase terbanyak ialah pada jenjang SMA sebanyak 50 %.

c. Identitas Pedagang Berdasarkan Lama Pengalaman
Sampel pedagang/responden yang diambil dari 10 orang dapat dirincikan menurut pengalaman dalam berdagang jeruk adalah :

Tabel 5.6 Identitas Pedagang Berdasarkan Lama Pengalaman

Pengalaman (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
2-4	2	20
5-7	6	60
8-10	1	10
>11	1	10
Jumlah	10	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari tabel 5.6 dapat diketahui bahwa pedagang yang baru saja memulai usaha nya berjumlah 2 orang dengan persentase 20 % dan yang paling berpengalaman 2 orang

yaitu dengan persentase masing-masing 10 %.

d. Identitas Pedagang Berdasarkan Jumlah Keluarga

Tabel 5.7 Identitas Pedagang Berdasarkan Jumlah Keluarga

Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1-2	2	20
3-4	5	50
5-6	3	30
Jumlah	10	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari tabel 5.7 dapat diketahui bahwa pedagang jeruk manis masing-masing memiliki anggota keluarga 1-2 orang sebanyak 2 pedagang dengan persentase 20

%, 3-4 sebanyak 5 orang dengan persentase 50 %, dan 5-6 orang sebanyak 3 pedagang dengan persentase 30 %.

e. Identitas Pedagang Menurut Status

Tabel 5.8 Identitas Pedagang Menurut Status

Status Pedagang	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pengecer	3	30
Pengumpul	2	20
Pedagang Kecil	-	-
Pedagang Besar	5	50
Jumlah	10	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dari tabel 5.8 dapat diketahui bahwa jumlah pedagang berdasarkan statusnya adalah pedagang pengecer sebanyak 3 orang, pedagang pengumpul 2 orang, dan pedagang besar yang mengirim jeruk keluar daerah sebanyak 5 orang. Lembaga pemasaran yang ada di daerah Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun dibagi menjadi dua kelompok, yaitu pedagang dalam kota dan pedagang yang memasarkan buah jeruk keluar kota/provinsi.

3. Konsumen

Konsumen adalah pihak yang mengkonsumsi buah jeruk atas dasar

kebutuhan mereka. Biasanya konsumen membeli buah jeruk untuk dikonsumsi dalam skala rumah tangga, dan ada juga yang membeli buah jeruk untuk jamuan saat pengajian, acara pernikahan, dan syukuran lain-lain. Untuk skala rumah tangga biasanya mereka membeli buah jeruk hingga kisaran sampai 4 kg dan untuk kebutuhan acara pernikahan, adat, tergantung dengan kebutuhan tamu undangan.

C. Pemasaran Buah Jeruk

1. Produksi dan Harga Buah Jeruk

Tabel 5.9 Rata-Rata Produktifitas,Produksi,dan Harga Jeruk

No	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Produktifitas (Kg/Pokok/Tahun)		
	< 20	3	10
	21 – 40	16	53,4
	41 – 60	7	23,3
	61 – 80	1	3,3
	> 81	3	10
	Jumlah	30	100
	Rata – Rata (Kg/Pokok/Tahun)	44,3	
2	Produksi (Ton/Tahun)		
	< 10	12	40
	11 – 20	13	43,3
	21 – 30	2	6,7
	> 31	3	10
	Jumlah	30	100
	Rata – Rata (Ton/Tahun)	14.300	
3	Harga (Rp/Kg)		
	< 4.500	5	16,7
	4.600 – 6.000	21	70
	> 6.100	4	13,3
	Jumlah	30	100
Rata – Rata (Rp/Kg)	5.316,7		

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

2. Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku pemasaran buah

jeruk. Dari data yang diperoleh dengan acuan kuisiner yang diajukan kepada responden diperoleh data berikut ini :

Tabel 5.10 Fungsi Pemasaran Pelaku Pemasaran

Pelaku Pemasaran				
Jenis Kegiatan	Petani	Pengumpul	Pedagang Besar	Pengecer
Pemetikan	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Grading	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Sortasi	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Packing	Tidak	Ya	Tidak	Ya
Angkut	Tidak	Ya	Ya	Ya
Bongkar	Tidak	Ya	Ya	Ya

Sumber : Analisis Data Primer,2018

3. Sortasi dan Grading

Sortasi dan grading adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku pemasaran buah jeruk untuk menyeleksi dan memenuhi permintaan buah jeruk oleh konsumen. Sortasi dan grading dilakukan agar buah jeruk yang akan dipasarkan terjamin kualitasnya dan juga bermanfaat untuk

penentuan harga jual sesuai grading buah jeruk itu sendiri. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun dapat diketahui bahwa ada beberapa pelaku pemasaran yang melakukan kegiatan grading. Berikut ini tabel rata-rata harga sesuai grading yang dilakukan :

Tabel 5.11 Rata-Rata harga Jeruk Berdasarkan Kualitas

Pelaku Pemasaran	Harga (Rp/Kg)			
	AB	B	C	SS
Petani	-	-	-	5.316
Pengumpul Kecamatan	7.350	6.700	6.100	-
Pedagang Besar Kabupaten	11.500	10.750	9.750	11.000
Pedagang Pengecer Kecamatan	7.166	6.666	6.166	-
Pedagang Pengecer Kota	17.500	14.500	11.500	-

Sumber : Analisis Data Primer,2018

Dari Tabel 5.11 diatas dapat dilihat rata-rata harga pemasaran buah jeruk tiap tingkat pelaku pemasaran. Harga terendah ada pada pengumpul langsung yang membeli pada

petani dan harga tertinggi ada pada pedagang kecil yang membeli jeruk dari pedagang besar. Berikut gambar buah jeruk sesuai *grading* :



Gambar 5.1 Buah jeruk dengan grade AB (Ukuran Besar)



Gambar 5.2 Buah jeruk dengan grade B (Ukuran Sedang)

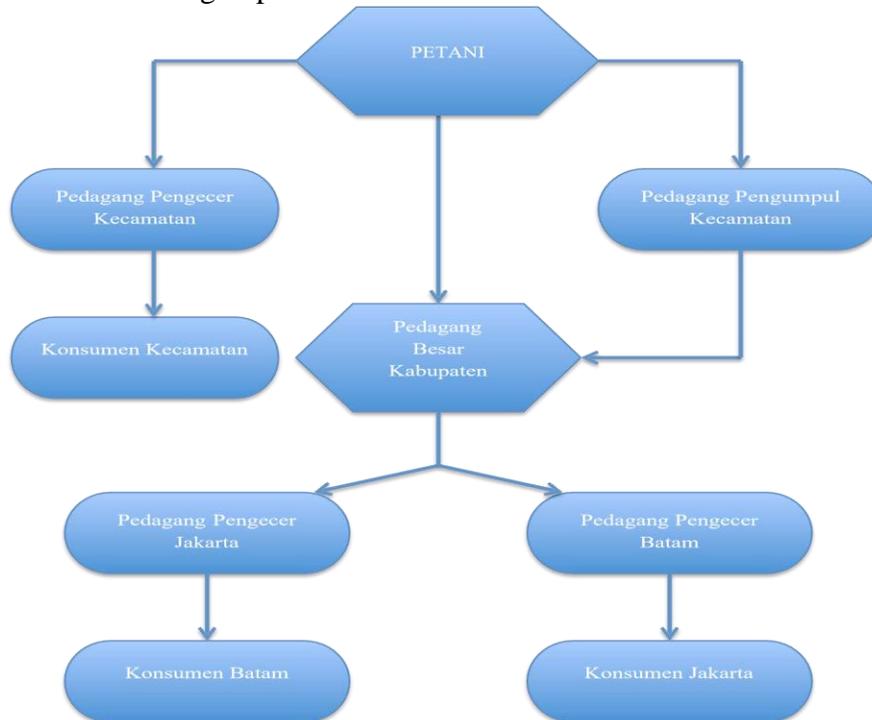


Gambar 5.3 Buah jeruk dengan grade C (Ukuran Kecil)

D. Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Silimakuta. Pengumpulan data

dilakukan dengan cara menelusuri jalur pemasaran dari petani hingga konsumen. Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diuraikan saluran pemasaran sebagai berikut :



Gambar 5.4 Saluran Pemasaran

1. Saluran Pemasaran I Petani – Pedagang Pengecer Kecamatan –Konsumen Kecamatan

Pemasaran buah jeruk pada Saluran I terdapat tiga pelaku pemasaran hingga buah sampai ketangan konsumen. Pada saluran ini biasanya petani menjual buah jeruk yang tersisa saat panen raya. Sisa buah yang tertinggal dipokok dijual langsung kepada pengecer di pasar. Dalam saluran ini jumlah produksi jeruk yang dijual tidak dalam skala besar. Rata-rata penjualan buah jeruk dalam saluran ini berkisar 250 kg. Pada umumnya petani langsung menghubungi pedagang untuk menawarkan jeruk manis untuk dibeli.

Setelah kedua belah pihak sepakat dengan harga dan jumlah yang akan dibeli, maka pedagang pengecer akan melakukan pengutipan buah jeruk langsung dikebun petani tersebut. Pada saluran ini, dari hasil penelitian harga jual di tingkat produsen adalah Rp.4500,00/kg.

Sehingga pada saluran ini petani hanya bertugas untuk menawarkan buah kepada pedagang dan langsung menerima uang muka sebelum dilakukan pengutipan buah. Berikut ini proses kegiatan yang dilakukan oleh pedagang serta biaya-biaya yang diperlukan hingga buah jeruk siap untuk dijual pada konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 5.12 Biaya,Keuntungan,dan Margin Pemasaran Saluran I

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga Tingkat Petani	4.500
	b. Biaya Petik	0
	c. Biaya Sortir	0
	d. Biaya Packing	0
	e. Biaya Pengangkutan	0
	f. Total Biaya	0
No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
2	Pengecer	
	a. Harga Beli Jeruk	4.500
	b. Biaya Petik	333
	c. Biaya Sortir	300
	d. Biaya Packing	320
	e. Biaya Pengangkutan	500
	f. Total Biaya	1.453
	g. Rata-Rata Keuntungan	1.047
	h. Harga Jual Jeruk	
	Buah Besar (AB)	7.500
	Buah Sedang (B)	7.000
	Buah Kecil (C)	6.500
	i. Margin Pemasaran	
	Buah Besar (AB)	3.000
	Buah Sedang (B)	2.500
	Buah Kecil (C)	2.000
	Rata-Rata Mp	2.500
3	Konsumen	
	Harga Beli Konsumen	
	Buah Besar (AB)	7.500
	Buah Sedang (B)	7.000
	Buah Kecil (C)	6.500
4	a. Rata-Rata Keuntungan	1.047
	b. Biaya Pemasaran	1.453

Berdasarkan tabel 5.9 diatas dapat diketahui bahwa pola pemasaran pada saluran Pemasaran I adalah petani langsung menjual buah jeruk kepada pengecer luar kota. Proses kegiatan yang terjadi adalah pihak petani menawarkan buah jeruk yang siap dipanen, namun dalam skala kecil. Karena biasanya petani yang terlibat pada saluran Pemasaran I adalah petani yang baru

saja melakukan panen raya 1-2 bulan sebelumnya. Maka dari itu hasil produksi juga tergolong kecil. Harga jual yang diterima petani pada saluran ini adalah Rp.4500/kg.

Dalam Pemasaran I ini proses pemetikan buah dilakukan langsung oleh pedagang pengecer. Untuk pemetikan buah biasanya dibutuhkan tenaga kerja 3 orang.

Dalam pemetikan buah jeruk biasanya satu tenaga kerja dapat memetik hingga 300 kg per hari. Sedangkan untuk biasa *sortasi dan grading* dibutuhkan dua tenaga kerja dengan prestasi kerja 400 kg per orang. Untuk biaya tenaga kerja pemetik biasanya diberi upah Rp.100.000/orang, sedangkan tenaga kerja *sortasi dan grading* Rp.120.000/orang. Dalam kegiatan *sortasi dan grading* buah jeruk digolongkan menjadi tiga bagian sesuai dengan permintaan pasar dan penentuan harga penjualan. Buah jeruk yang di *grading* dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu buah besar (AB), buah sedang (B), dan buah kecil (C). Untuk proses packing dan bongkar muat dilakukan oleh empat tenaga kerja. Upah yang diterima adalah Rp.100.000/orang.

Kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan biasanya menggunakan tenaga kerja dalam desa. Setelah kegiatan pemetikan sampai pengangkutan selesai, maka pihak pengecer akan mengirim barang tersebut dengan jasa ekspedisi *truck*. Untuk biaya ekspedisi pedagang pengecer memerlukan biaya Rp.500/kg.

Dari tabel saluran Pemasaran I, dapat diketahui bahwa pedagang pengecer memerlukan biaya pemasaran Rp.1.453/kg hingga buah jeruk siap untuk dipastikan kepada konsumen. Penentuan harga buah dilakukan sesuai dengan buah yang sudah di *grading*. Untuk buah besar (AB) harga jualnya Rp.7500/kg, buah sedang (B) Rp.7000/kg, sedangkan untuk buah kecil (C)

Rp.6500/kg. Dari hasil pemasaran tersebut, pedagang pengecer akan meraih rata-rata keuntungan Rp.1.047/kg. Sedangkan margin pemasaran per kg dapat diketahui sebesar Rp.3.000 untuk buah besar (AB), Rp.2.500 buah sedang (B), dan Rp.2.000 buah kecil (C)

Untuk mengukur efisiensi pemasaran secara ekonomi dilakukan *farmer's share*. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui pemasaran buah jeruk dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap saluran pemasaran memiliki perentase bagian yang diterima petani tinggi. Jika presentase < 50 % berarti belum efisien, dan jika sudah > 50 % maka pemasaran dikatakan efisien (Sudiyono,2002). Berikut *farmer's share* yang diterima petani :

- Buah Besar *F's* = 60 %
- Buah Sedang *F's* = 64,2 %
- Buah Kecil = 69,2 %

Berdasarkan *farmer's share* diatas, dapat dilihat bahwa harga yang diterima petani pada grade buah besar (AB) sebesar 60 %, pada buah grade sedang (B) 64,2 %, dan pada grade buah kecil (C) 69,2 %.

2. Saluran Pemasaran II

Petani – Pedagang Pengumpul/Besar Kabupaten – Pedagang Pengecer Jakarta – Konsumen Jakarta

Tabel 5.13 Biaya,Keuntungan,dan Margin Pemasaran Saluran II

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1	Petani	Biaya
	a. Harga Tingkat Petani	5.000
	b. Biaya Petik	0
	c. Biaya Sortir	0
	d. Biaya Packing	0
	e. Biaya Pengangkutan	0

	f. Total Biaya		0
2	Pedagang Pengumpul/Besar Kabupaten		
	a. Harga Beli Jeruk		5.000
	b. Biaya Petik	333	
	c. Biaya Sortir	300	
	d. Biaya Packing	320	
	e. Bongkar Muat	-	
	f. Biaya Pengangkutan	1.440	
	g. Total Biaya		2.393
	h. Rata-rata Keuntungan		2.607
	i. Margin Pemasaran Buah		
	SS @10.000	5.000	
	Rata-Rata Mp		5.000
3	Pedagang Pengecer Jakarta		
	a. Harga Beli Jeruk		10.000
	b. Biaya Bongkar Muat	250	
	c. Retribusi	250	
	d. Total Biaya		500

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)	(
	e. Rata-Rata Keuntungan		2.500
	f. Harga Jual		
	Buah Besar (AB)	15.000	
	Buah Sedang (B)	13.000	
	Buah Kecil (C)	11.000	
	g. Margin Pemasaran Buah		
	Buah Besar (AB)	5.000	
	Buah Sedang (B)	3.000	
	Buah Kecil (C)	1.000	
	Rata-Rata Mp		3.000
4.	Konnsumen Jakarta		

	a. Harga Beli Konsumen		
	Buah Besar (AB)	22.000	
	Buah Sedang (B)	20.000	
	Buah Kecil (C)	17.000	
5	a. Rata-Rata Keuntungan		5.107
	b. Total Biaya Pemasaran		2.893
	c. Rata-Rata Margin Pemasaran		8.000

Sumber : Analisis Data Primer,2018

Berdasarkan tabel 5.13 diatas, dapat disimpulkan bahwa pada saluran pemasaran II, pelaku yang terkait adalah Petani – Pedagang Pengumpul/Besar Kabupaten – Pedagang Pengecer Jakarta – Konsumen

Jakarta. Pada saluran ini petani menjual langsung jeruknya kepada pedagang pengirim luar kota, tepatnya adalah Jakarta. Segala proses pemasaran mulai dari pemetikan, sortasi, angkut dilakukan oleh pedagang pengirim. Buah jeruk yang sudah dipetik *dipacking* kedalam keranjang yang sudah dialasi dengan rumput pada dasar keranjang dan Koran pada samping keranjang. Kemudian dilakukan penimbangan dan ditulis menggunakan spidol pada tutup keranjang. Biaya yang dikeluarkan pedagang sampai jeruk siap untuk dikirim atau dipasarkan adalah Rp.7.393/kg. Biaya tersebut sudah termasuk kedalam ongkos kirim melalui ekspedisi . Ongkos kirim buah dihitung per keranjang dengan harga Rp.72.000/keranjang. Sehingga dapat dikatakan biaya untuk packing dan kirim satu keranjang buah jeruk adalah Rp.320/kg. Buah yang dikirim sudah di sortasi dan grading oleh pedagang dengan pembagian tiga grade, yaitu buah besar, buah sedang, dan buah kecil. Untuk harga penjualan pedagang pengirim adalah Rp.10.000/kg. Harga tersebut ditetapkan tidak berdasarkan grading. Dalam istilah

pemasaran oleh pedagang harga tersebut adalah harga campuran (*samsam*). Jeruk yang dikirim ke Jakarta biasanya dengan menggunakan *Truck Container* dengan ongkos kirim Rp.72.000/keranjang. Harga tersebut sudah termasuk dari biaya jalan tol, parkir, retribusi, dll hingga buah sampai ditangan pihak pengecer Jakarta.

Setelah buah sampai ditujuan, maka biaya bongkar muat buah dilakukan sendiri oleh pedagang pengecer. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang untuk bongkar adalah Rp.500.000/*container*. Setelah buah diturunkan maka dilakukan pengecekan buah oleh pengecer untuk dilaporkan kepada pedagang pengirim. Setelah dilakukan pemeriksaan buah, pedagang pengecer akan mengirim buah tersebut untuk dipasarkan sesuai dengan *grade* nya. Biasanya buah dikirim ke *Supermarket*. Untuk harga jual buah setiap *grade* berbeda harga nya. Untuk buah besar Rp.22.000/kg, buah sedang Rp.20.000/kg, dan buah kecil Rp.17.000/kg. Dari saluran pemasaran II , dapat diketahui bahwa rata-rata Margin Pemasaran adalah Rp.8.000/kg, sedangkan Total Biaya Pemasaran adalah Rp.2.893/kg, dan Rata-rata Keuntungan sebesar Rp.5.107/kg. Untuk mengukur efisiensi pemasaran secara ekonomi dilakukan *farmer' share* . kriteria yang digunakan untuk mengetahui pemasaran buah jeruk dianggap efisien

secara ekonomis adalah tiap saluran pemasaran memiliki perentase bagian yang diterima petani tinggi. Jika presentase < 50 % berarti belum efisien, dan jika sudah > 50 % maka pemasaran dikatakan efisien (Sudiyono,2002). Berikut *farmer' share* yang diterima petani :

- Buah Besar *F's* = 22,7 %
- Buah Sedang *F's* = 25 %
- Buah Kecil *F's* = 29,4 %

Berdasarkan *farmer's share* diatas, dapat dilihat bahwa harga yang diterima petani pada grade buah besar (AB) sebesar 22,7 %, pada buah grade sedang (B) 25 %, dan pada grade buah kecil (C) 29,4 %.

3. Saluran Pemasaran III

Petani – Pengumpul Kecamatan – Pedagang Besar Kabupaten –
Pedagang Pengecer Batam – Konsumen Batam

Tabel 5.14 Biaya,Keuntungan,dan Margin Pemasaran Saluran III

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
1	Petani	
	a. Harga Tingkat Petani	4.500
	b. Biaya Petik	0
	c. Biaya Sortir	0
	d. Biaya Packing	0
	e. Biaya Pengangkutan	0
	f. Total Biaya	0
2	Pedagang Pengumpul Kecamatan	
	a. Harga Beli Jeruk	4.500
	b. Biaya Petik	333
	c. Biaya Sortir	300
	d. Biaya Packing	320
	e. Bongkar Muat	-
	f. Biaya Pengangkutan	150
	g. Total Biaya	1.103
	h. Rata-Rata Keuntungan	763,7
	i. Harga Jual	
	Buah Besar (AB)	6.700
	Buah Sedang (B)	6.400
	Buah Kecil (C)	6.000
	j. Margin Pemasaran Buah	
	Buah Besar (AB)	2.200
	Buah Sedang (B)	1.900
	Buah Kecil (C)	1.500
	Rata-Rata Mp	1.866,7

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)	
3	Pedagang Besar Kabupaten		
	a. Harga Beli Jeruk		
	AB @6.700		
	B @6.400		
	C @6.000		
	b. Biaya Bongkar Muat	200	
	c. Ongkos Ekspedisi	1.700	
	d. Total Biaya		1.900
	e. Rata-Rata Keuntungan		2.066,7
	f. Harga Jual		
	Buah Besar (AB)	11.000	
	Buah Sedang (B)	10.500	
	Buah Kecil (C)	9.500	
	g. Margin Pemasaran Buah		
	Buah Besar (AB)	4.300	
	Buah Sedang (B)	4.100	
	Buah Kecil (C)	3.500	
	Rata-Rata Mp		3.966,7
4.	Pedagang Luar Kota		
	a. Harga Beli Jeruk		
	Buah Besar (AB)	11.000	
	Buah Sedang (B)	10.500	
	Buah Kecil (C)	9.500	
	b. Bongkar Muat	250	

No	Uraian	Nilai (Rp/kg)
	c. Total Biaya		250
	d. Rata-Rata Keuntungan		5.750
	e. Margin Pemasaran Buah		
	Buah Besar (AB)	9.000	
	Buah Sedang (B)	5.500	
	Buah Kecil (C)	3.500	
	Rata-Rata Mp		6.000
5.	Konsumen Batam		
	a. Harga Beli		
	Buah Besar (AB)	20.000	
	Buah Sedang (B)	16.000	
	Buah Kecil (C)	13.000	
6.	a. Rata-Rata Keuntungan		8.580,4
	b. Total Biaya Pemasaran		3.253
	c. Rata-Rata Margin Pemasaran		11.833,4

Sumber : Analisis Data Primer,2018

Pada saluran pemasaran III terdapat 5 pelaku pemasaran yaitu Petani, Pengumpul Kecamatan, Pedagang Besar Kabupaten, Pedagang Pengecer Batam, dan Konsumen Batam. Pada saluran pemasaran ini petani menjual hasil produksi buah jeruk kepada pedagang pengumpul. Pada umumnya pihak pedagang pengumpul menghubungi petani untuk menawarkan harga kepada petani. Setelah sepakan akan harga, maka buah jeruk akan dipetik oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul membeli buah jeruk dari petani untuk dibawa ke gudang yang akan dijual kepada pihak pedagang besar tingkat Kabupaten. Buah jeruk yang dipetik akan ditampung di gudang maksimal selama 3 hari. Sebelum dilakukan penjualan, pedagang pengumpul sudah

terlebih dahulu melakukan *sortasi dan grading*. Kegiatan *sortasi dan grading* dilakukan untuk menyeleksi buah jeruk yang rusak dan memenuhi permintaan *grading* oleh pembeli.

Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang untuk buah jeruk dapat dijual adalah Rp.1.103/kg. Biaya tersebut terdiri atas biaya pemetikan Rp.333/kg, biaya *sortasi dan grading* Rp.300/kg, biaya angkut dan bongkar Rp.150/kg, dan biaya packing Rp.320/kg. Sehingga modal yang dikeluarkan petani untuk satu kilogram (kg) buah jeruk adalah Rp.5.603/kg, sudah termasuk harga beli buah dari petani Rp.4.500/kg.

Pedagang pengumpul tingkat Kecamatan biasanya menjual buah jeruk kepada

pedagang besar tingkat Kabupaten. Pedagang besar ini adalah pedagang yang membeli buah jeruk untuk dipasarkan lagi keluar kota. Jeruk akan dikirim keluar kota oleh pedagang besar. Adapun harga beli oleh pedagang besar adalah sesuai dengan ukuran buah atau hasil *grading* yang dilakukan oleh pedagang. Pedagang besar membeli buah jeruk dengan harga buah besar (AB) Rp.6.700/kg, buah sedang (B) Rp.6.400/kg, dan buah kecil (C) Rp.6.000/kg. setelah buah dibeli dari pedagang pengumpul, maka pedagang besar akan melakukan pengiriman buah keluar kota dengan menggunakan jasa ekspedisi yang ada. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar untuk pengiriman buah adalah biaya ekspedisi, dan biaya bongkar muat masing masing Rp.1.700/kg dan Rp.200/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besar agar buah siap untuk dikirim adalah Rp.1.900/kg. Buah jeruk dikirim ke Kota Batam dengan menggunakan ekspedisi melalui via belawan. Pedagang besar mengirim buah jeruk kepada pedagang yang ada di Kota Batam dengan harga jual buah sesuai *grade* buah. Harga jual buah sesuai grade adalah buah besar (AB) Rp.11.000/kg, buah sedang (B) Rp.10.500/kg, dan buah kecil (C) Rp.9.500/kg. Keuntungan yang diterima pedagang besar adalah Rp.6.200/kg.

Pedagang pengecer Batam yang menerima buah jeruk kiriman dari pedagang besar juga mengeluarkan biaya sebelum memasarkan buah jeruk kepada konsumen luar kota. Adapaun biaya yang dikeluarkan adalah biaya bongkar muat Rp.250/kg. Setelah buah jeruk ditampung digudang, maka pihak pedagang pengecer Batam akan memasok jeruk tersebut ke berbagai daerah yang ada disekitar kota tersebut. Penentuan harga disesuaikan dengan

grading buah. Harga jual buah jeruk sesuai *grading* adalah buah besar (AB) Rp.20.000/kg, buah sedang (B) Rp.16.000/kg, dan buah kecil (C) Rp.13.000/kg. Pada tingkat ini, harga buah jeruk dijual dengan mahal untuk mengurangi kerugian, karena buah jeruk yang tidak laku. Buah jeruk memiliki sifat yang tidak tahan ditampung digudang dengan lama. Buah jeruk akan dijual dengan harga normal jika buah sudah mulai rusak. Sehingga memaksa pedagang menjual dengan harga murah. Namun pedagang akan menjual buah jeruk yang tidak laku minimal sesuai dengan harga beli buah jeruk dari pedagang besar.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata margin pemasaran pada saluran III sebanyak Rp.11.833,4/kg, total biaya pemasaran sebanyak Rp.3.253/kg, dan rata-rata keuntungan Rp.8.580,4/kg. Untuk mengukur efisiensi pemasaran secara ekonomi dilakukan *farmer's share*. kriteria yang digunakan untuk mengetahui pemasaran buah jeruk dianggap efisien secara ekonomis adalah tiap saluran pemasaran memiliki perentase bagian yang diterima petani tinggi. Jika presentase < 50 % berarti belum efisien, dan jika sudah > 50 % maka pemasaran dikatakan efisien (Sudiyono,2002). Berikut *farmer's share* yang diterima petani :

- Buah Besar $F's = 22,5 \%$
- Buah Sedang $F's = 28,1 \%$
- Buah Kecil $F's = 34,6 \%$

Berdasarkan *farmer's share* diatas, dapat dilihat bahwa harga yang diterima petani pada grade buah besar (AB) sebesar 22,5 %, pada buah grade sedang (B) 28,1 %, dan pada grade buah kecil (C) 34,6 %.

E. Perbandingan Efisiensi Saluran Pemasaran

Tabel 5.15 Efisiensi Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran	Grade Buah Jeruk	Harga Buah Jeruk (Rp/Kg)		Marjin Pemasaran (Rp)	Farmer's Share (%)
		Petani	Konsumen		
Satu (I)	AB	4.500	7.500	3.000	60
	B	4.500	7.000	2.500	64,2
	C	4.500	6.500	2.000	69,2
Dua (II)	AB	5.000	22.000	17.000	22,7
	B	5.000	20.000	15.000	25
	C	5.000	17.000	12.000	29,4
Tiga (III)	AB	4.500	20.000	15.500	22,5
	B	4.500	16.000	11.500	28,1
	C	4.500	13.000	8.500	34,6

Sumber : Analisis Data Primer,2018

Berdasarkan tabel 5.15 diatas terdapat data yang menunjukkan keefisienan pemasaran buah jeruk di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun. Pada Saluran I dapat dilihat bahwa harga jual yang diterima petani sebesar Rp.4.500,00/kg dan harga ditingkat konsumen dibedakan atas kualitas buah. Terdapat tiga *grade* dan tiga harga berbeda. *Grade* buah besar (AB) sebesar Rp.7.500,00/kg, *grade* buah sedang Rp.7.000,00/kg, dan *grade* buah kecil sebesar Rp.6.500/kg. Untuk margin pemasaran buah jeruk sesuai *grade* masing-masing sebesar Rp.3.000,00/kg buah besar, Rp.2.500,00/kg buah sedang, dan Rp.2.000,00/kg buah kecil. Pada saluran pemasaran I *farmer's share* yang diterima petani tergolong efisien dengan persentase > 50%.

Pada saluran pemasaran II dapat dilihat bahwa harga jual yang diterima petani sebesar Rp.5.000,00/kg dan harga ditingkat konsumen dibedakan atas kualitas buah. Terdapat tiga *grade* dan tiga harga berbeda.

Grade buah besar (AB) sebesar Rp.22.000,00/kg, *grade* buah sedang Rp.20.000,00/kg, dan *grade* buah kecil sebesar Rp.17.000. Untuk margin pemasaran buah jeruk sesuai *grade* masing-masing sebesar Rp.17.000,00/kg buah besar, Rp.15.000,00/kg buah sedang, dan Rp.12.000,00/kg buah kecil. Berdasarkan margin pemasaran pada saluran II, dapat dilihat bahwa *farmer's share* yang diterima petani sangat kecil. *Farmer's share* tertinggi yang diterima oleh petani terdapat pada *grade* buah kecil dengan persentase 29,4 % dan terendah pada *grade* buah besar sebesar 22,7 %.

Pada saluran pemasaran III dapat dilihat bahwa harga jual yang diterima petani sebesar Rp.4.500,00/kg dan harga ditingkat konsumen dibedakan atas kualitas buah. Terdapat tiga *grade* dan tiga harga berbeda. *Grade* buah besar (AB) sebesar Rp.20.000,00/kg, *grade* buah sedang Rp.16.000,00/kg, dan *grade* buah kecil

sebesar Rp.13.000. Untuk margin pemasaran buah jeruk sesuai *grade* masing-masing sebesar Rp.15.500,00/kg buah besar, Rp.11.500,00/kg buah sedang, dan Rp.8.500,00/kg buah kecil. Berdasarkan margin pemasaran pada saluran II, dapat dilihat bahwa *farmer's share* yang diterima petani sangat kecil. *Farmer's share* tertinggi yang diterima oleh petani terdapat pada *grade* buah kecil dengan persentase 34,6 % dan terendah pada *grade* buah besar sebesar 22,5 %.

Dari tiga saluran pemasaran yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun dapat dibandingkan saluran pemasaran yang paling efisien. Saluran I merupakan saluran yang paling efisien jika dilihat dari persentase harga yang diterima petani. Efisiensi pemasaran dapat dikatakan efektif jika *farmer's share* yang diterima petani > 50 %. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang efektif karena *farmer's share* yang diterima petani > 50%, yaitu persentase terbesar terdapat pada *grade* buah kecil dengan persentase 69,2 % dan terendah pada *grade* buah besar sebesar 60 %.

Pada saluran II dan III, margin pemasaran antara harga yang diterima petani dan konsumen sangat tergolong jauh. Hal tersebut menyebabkan *farmer's share* yang diterima petani menjadi sangat kecil.

KESIMPULAN

1. Saluran Pemasaran buah jeruk manis yang terdapat pada Kecamatan Silimakuta ada tiga saluran pemasaran, yaitu :
 - a. Saluran Pemasaran I
Petani – Pedagang Pengecer Kecamatan –Konsumen Kecamatan
 - b. Saluran Pemasaran II
Petani – Pedagang Pengumpul/Besar Kabupaten – Pedagang Pengecer Jakarta – Konsumen Jakarta

- c. Saluran Pemasaran III
Petani – Pengumpul Kecamatan – Pedagang Besar Kabupaten – Pedagang Pengecer Batam – Konsumen Batam
2. Pada saluran I memiliki total biaya pemasaran Rp 1.453,00/kg, margin pemasarannya Rp 5.485,1/kg dan keuntungan pemasaran Rp 25.741,00/Rpkg. Pada saluran II besarnya total biaya pemasaran Rp 1.582,8 per kg, margin pemasarannya Rp 28.994 kg dan untuk keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.253 Rp/kg. Pada saluran III besarnya total biaya pemasaran Rp 2.893 /, margin pemasarannya Rp 4.000,00 per kg dan keuntungan pemasaran Rp 2.840,5 per kg. Pada saluran IV besarnya biaya pemasaran Rp.3253,00/kg, margin pemasarannya Rp.35.500,00/kg dan keuntungan pemasaran Rp.25.741,00/kg
 3. Jika dilihat dari efisiensi secara ekonomis dari ketiga saluran yang ada di Kecamatan Silimakuta, Kabupaten Simalungun maka saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran jeruk manis yang paling efisien karena mempunyai mempunyai nilai *farmer's share* tertinggi yaitu untuk *grade* buah C = 69,2 %, buah B = 64,2 %, buah AB = 60%,

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, dkk., 2005. *Analisis Berbagai Bentuk Kelembagaan Pemasaran dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha Komoditi Sayuran dan Buah*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian, Departemen Pertanian.
- Anindita,Ratya. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya
- Ashari. S., 2004. *Biologi Reproduksi Tanaman Buah – Buah Komersial*. Bayumedia, Jakarta Timur.

- Basu Swatha dan Ibu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi III. Liberty. Yogyakarta.
- Ekawati, S. 2008. *Analisis Pemasaran Mangga (Mangifera indica L.) Di Kecamatan Jatibarang Kabupaten Indramayu*. Skripsi Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/ Agrobisnis. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Intan, 2010. *Analisis Pemasaran Jeruk di Kabupaten Bangli*. Surakarta.
- Ghani, Mohammad A. 2003. *Sumber Daya Manusia Perkebunan Dalam Persepektif*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Hutabarat, B. 1999. *Sistem Komoditas Bawang Merah dan Cabai Merah*. Monograph Series No.7. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Irawan, B. 2003. *Membangun Agribisnis Hortikultura Terintegrasi Dengan Basis Kawasan Pasar*. Forum Penelitian Agro Ekonomi, Vol.21 No.1. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Irawan, B, H. Tarigan, B. Wiryono, J. Hestina dan Ashari. 2006. *Kinerja Pembangunan Hortikultura 2006 dan Prospek 2007*. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Kinerja Pembangunan Pertanian 2006 dan Prospek 2007. Jakarta, 20 Desember 2006.
- Istijanto. 2005. *Riset Sumberdaya Manusia: Cara Praktis Mendeteksi Dimensi – Dimensi Kerja Karyawan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. Joesoef. M., 1993. *Penuntun Berkebun Jeruk*. Bhratara, Jakarta.
- Koestino, Djoko. Ahmad Agil. 2010. *“Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Manis” dalam Agrise: Volume 10, Nomor 1*. Malang.
- Philip Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I dan II. PT. Indeks. Jakarta.
- Purnama, Intan Ayu. 2010. *Analisis Pemasaran Jeruk (Studi Kasus Kabupaten Bangli)*. Skripsi Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian. Universitas Sebelas Maret: Surakarta.
- Rahim. Abd. dan Hastuti. DRW. 2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1993. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi)*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usaha Tani*. UI-Press. Jakarta.
- Soelarso. B., 1996. *Budidaya Jeruk Bebas Penyakit*. Kanisius, Jakarta.
- Soeratno dan Arsyad, L. 1993. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta.
- Simatupang, P. 1999. *Industrialisasi Pertanian Sebagai Strategi Agribisnis dan Pembangunan Pertanian Dalam Era Globalisasi*. Dalam Dinamika Inovasi Ekonomi dan Kelembagaan Pertanian. Buku-2. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.