



PEMASARAN USAHATANI JERUK SIAM KINTAMANI

**I Made Ariana Darma Satriya Banjar, Putu Fajar Kartika Lestari*, Ni Putu Sukanteri,
Komang Dean Ananda**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar.

*Corresponding Author : pfajarkartika@unmas.ac.id

ABSTRACT

Langgahan Kauh Village, is one of the villages that still has agriculture, namely Citrus nobilis. This study aims to determine the marketing channels used by Citrus nobilis farmers in marketing Citrus nobilis in Langgahan Kauh Village, Kintamani District, Bangli Regency and to find out what the costs, marketing margins, and profits of Citrus nobilis are in Langgahan Kauh Village, Kintamani District, Bangli Regency. This research was conducted from October to December 2021. Respondents were determined using the incidental method with a sample of 33 Citrus nobilis farmers. The data analysis method used is descriptive analysis, marketing margin analysis, profit margin analysis, stock analysis, efficiency analysis and income analysis. The results of this study indicate that the existing marketing channels in Langgahan Village, Kintamani District, Bangli Regency are very efficient in terms of marketing channel I where the efficiency is 3.3%. while for the marketing costs obtained in channel I of Rp. 200/kg while channel III Rp. 1,470/kg. While the marketing margin obtained in channel I is Rp. 0/kg. Meanwhile, what is obtained on channel III is 8,500. The profit margin in marketing channel I is 0 rupiah, while the profit margin in channel III is 6,730. And the production of Citrus nobilis per season is an average of 21,061kg. with an average area of 58.5 hectares. The production value or income of Citrus nobilis farming is Rp. 105,305,000. Citrus nobilis farming income is Rp. 74,737,414 per production season with an R/C ratio of 3.44

Keywords : Marketing Channels, Marketing Costs, Revenue, Citrus nobilis

PENDAHULUAN

Bali merupakan pulau agraris yang bergerak dibidang pertanian dan kebanyakan masyarakat bekerja sebagai petani. Hal ini dilatarbelakangi dari letak geografis yang berada di daerah tropis sehingga memiliki iklim yang sesuai untuk mengembangkan potensi pertanian. Pendayagunaan sumber daya pertanian menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas sumber daya pertanian yang terdiri dari lahan, tenaga kerja, air dan unsur-unsur lainnya yang terkandung didalamnya merupakan sumber daya yang utama untuk kelangsungan hidup manusia. Sektor pertanian sangat penting perannya sebagai sumber pendapatan yang utama bagi masyarakat petani, salah satu petani yang ada di bali adalah petani jeruk siam.

Jeruk siam merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Tanaman ini memiliki karakteristik pada ketiak daun

memiliki duri. Buah ini cukup menarik perhatian pelaku usahatani. Jenis jeruk yang paling banyak dikembangkan dan yang paling luas penyebarannya di Indonesia adalah jeruk siam (*Citrus nobilis*). Jenis ini bisa diusahakan di daerah dataran rendah sampai dengan daerah berketinggian 700 meter dari permukaan laut, suhu optimum berkisar 25-30o C, kedalaman air tanahnya tidak lebih dari 1,5 m pada musim kemarau dan tidak boleh kurang dari 0,5 m pada musim hujan (Darmawan, 2015).

Jeruk siam banyak dibudidayakan di Indonesia salah satunya di provinsi Bali khususnya di Kabupaten Bangli yang merupakan salah satu daerah pengembangan tanaman jeruk siam potensial di Bali. Pemasaran jeruk siam di Kabupaten Bangli dilakukan petani secara sendiri-sendiri dengan mekanisme dan sistem pembayaran yang beragam. Pada saat panen, peran pedagang lebih dominan dalam menentukan

klasifikasi buah, penetapan warna dan biaya transportasi yang berakibat tingkat harga jual petani jadi lebih rendah (Nurasa, 2018). Adapun kendala dalam pada penelitian ini, berkaitan dengan hal tersebut maka peneliti akan merumuskan masalah yang di teliti adalah Bagaimana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Bangli dan Berapa biaya, margin pemasaran, dan keuntungan ditingkat petani sampai pengecer jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis saluran pemasaran yang digunakan petani jeruk siam dalam memasarkan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli serta untuk menganalisis berapa biaya, margin pemasaran, dan keuntungan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*). Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Data Kualitatif dalam penelitian ini meliputi: jumlah petani, umur, pendidikan, pekerjaan, pengalaman petani, dan saluran pemasaran yang ada di lokasi penelitian. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah: harga beli (Rp/Kg), harga jual (Rp/Kg), biaya pemasaran. Sampel dalam penelitian ini di tentukan menggunakan rumus Slovin yaitu 33 orang petani jeruk siam. Jumlah sampel diambil dengan metode *Accidental Sampling*.

Metode Analisis Data

Untuk menjawab tujuan dalam penelitian digunakan analisis deskriptif, margin pemasaran, margin keuntungan, farmer share, dan efisiensi pemasaran.

Analisis Deskriptif

Untuk menganalisis saluran pemasaran jeruk siam digunakan metode analisis deskriptif. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan kondisi pemasaran jeruk siam dan hasil pendeskripsian tersebut akan disajikan dalam bentuk gambar dan tabel. dengan demikian hasil penelusuran yang diperoleh dapat menggambarkan pola saluran pemasaran jeruk siam.

Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga tingkat konsumen akhir dengan harga produsen. Menurut Tomek dan Robinson dalam Simon (2001)

margin pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana MP adalah; margin pemasaran (Rp/kg), Pr adalah; harga ditingkat konsumen (Rp/kg), Pf adalah harga ditingkat produsen (Rp/kg).

Analisis Margin Keuntungan

Menghitung margin keuntungan, yaitu menghitung selisih harga beli ditambahkan dengan biaya-biaya lainnya yang diperlukan dalam pemasaran produk akhir dengan harga jual dengan menggunakan rumus:

$$Mk = Mp - Bp$$

Dimana Mk = Margin Keuntungan Mp = Margin Pemasaran Bp = Biaya Pemasaran

Farmer share

Untuk menghitung farmer share, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Farmer's share} = \frac{Pf}{Pr} \times 100 \%$$

Dimana Pf : Harga ditingkat produsen yang diambil dari harga jual ditingkat petani Pr : Harga ditingkat pengecer yang diambil dari harga beli rata rata.

Efisiensi Saluran Pemasaran

Untuk mengetahui apakah sistem pemasaran yang dilakukan sudah efisien atau belum, maka dapat dihitung tingkat efisiensi (EP) dari pemasaran.

$$Ep = \frac{TB}{TNB} \times 100 \%$$

Dimana : Ep : Efisiensi Pemasaran, TB : Total Biaya (Rp), TNB : Total Nilai Produk (Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden dalam hasil penelitian pemasaran jeruk siam sebanyak 33 orang petani jeruk siam. Semua responden terbagi dalam beberapa karakteristik yang dijelaskan berdasarkan umur, pendidikan, pengalaman usahatani dan luas lahan. Adapun karakteristik reponden yang dapat diuraikan sebagai berikut

Mayoritas kelompok umur petani sesuai responden di Desa Langgahan Kauh berada pada kisaran 16-60 tahun sebanyak 27 orang atau (81,8%), dan hanya 6 orang (18,1%) berada pada usia >60. Semakin produktif seorang petani maka potensi tenaga yang dimiliki responden masih tinggi didalam mengolah usahatani.

Jumlah anggota keluarga yang lebih dominan berjumlah <3 orang sebanyak 17 orang dengan persentase 51,5 %. Hal ini berpengaruh terhadap

pemakaian tenaga kerja luar, karena jumlah anggota keluarga yang lebih besar dapat meminimalisirkan biaya tenaga kerja luar.

Pendidikan yang ditempuh oleh petani responden lebih banyak pada tingkat SMA yaitu 20 orang (60,6 %). Pendidikan sangat berpengaruh pada terhadap pola pikir dari seorang petani. Dalam hal ini jika pendidikan seseorang petani semakin tinggi, maka petani tersebut lebih dinamis.

Responden di Desa Langgahan Kauh memiliki luas lahan paling banyak yaitu 50-80 Are dengan jumlah 18 orang (54,5 %). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lahan usahatani jeruk siam di Desa Langgahan Kauh cukup luas.

Karakteristik Lembaga Pemasaran

Berdasarkan umur, mayoritas lembaga pemasaran di Desa Langgahan Kauh berada pada kisaran 16-60 tahun sebanyak 7 orang atau (63,6%) dan 4 orang (36,4%) berada pada usia >60. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha yang dilakukan lembaga pemasaran yang berada pada golongan usia produktif, semakin produktif seseorang maka potensi tenaga yang dimiliki responden masih tinggi di dalam mengolah usahatani.

Pendidikan paling tinggi yaitu tingkat SMP 5 orang dengan presentase sebesar 45,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan lembaga pemasaran, sebagian besar memiliki kemampuan membaca dan menulis sehingga dapat menunjang dan memperlancar komunikasi antara lembaga pemasaran, petani jeruk dan konsumen.

Biaya Produksi Usahatani Jeruk Siam

Penelitian ini menggunakan data produksi per tahun. Selanjutnya dilakukan analisis data produksi, untuk mengetahui besarnya nilai pendapatan usahatani jeruk siam. Adapun biaya yang dikeluarkan oleh petani jeruk siam dalam proses produksinya yaitu terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel

Berdasarkan Tabel 1. biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani jeruk siam yang besarnya tidak bergantung pada kuantitas produksi jeruk siam yang dihasilkan. Biaya tetap dalam penelitian ini merupakan biaya alat penyusutan. dan biaya pajak tanah. Biaya tetap pada penelitian ini sebesar Rp. 1.827.586 per tahun. Biaya variabel yang digunakan dalam usahatani jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli terdiri dari pupuk kandang, pupuk NPK, pestisida, dan tenaga kerja. Biaya variabel pada penelitian ini sebesar Rp. 28.740.000. Biaya total adalah biaya yang dikeluarkan oleh petani setelah biaya tetap ditambahkan dengan

biaya variabel. Pada penelitian ini biaya total sebesar Rp. 30.567.586

Tabel 1. Biaya Total Usahatani Jeruk Siam di Desa Langgahan Kauh Per Sekali Produksi

No	Uraian	Jumlah (Rp)
A	Biaya Tetap	
	Penyusutan Alat	1.633.950
	Biaya Pajak Tanah	193.636
	Total Biaya Tetap	1.827.586
B	Biaya Variabel	
	Pupuk Kandang	25.000.000
	Pupuk NPK	900.000
	Pestisida	2.000.000
	Tenaga Kerja	840.000
	Total Biaya Variabel	28.740.000
Total Biaya Produksi		30.567.586

Sumber : Data Primer 2021.

Penerimaan dan Pendapatan Produksi

Tabel 2. Penerimaan dan Pendapatan Produksi Usahatani Jeruk Siam

Karakteristik	Kuantitas (Kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)
Penerimaan	21.061	5.000	105.305.000
Pendapatan			74.737.414
R/C Rasio			3,44

Sumber : Data Primer 2021

Penerimaan yang diperoleh petani jeruk siam sebesar Rp. 105.305.000. Pendapatan sebesar Rp. 74.737.414 dengan R/C Ratio sebesar 3,44. Dengan demikian dari sudut pandang usahatani jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli sangat efisien.

Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Siam

Proses pemasaran jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli sampai ke konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu orang atau badan yang terlibat di dalam proses pemasaran jeruk siam tersebut. Di Desa Langgahan Kauh ada 2 saluran pemasaran.

Saluran Pemasaran I

saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana dan yang paling rendah yakni saluran pemasaran dari produsen ke konsumen tanpa menggunakan perantara. Pada penelitian ini jumlah

petani jeruk siam yang menggunakan saluran pemasaran I yaitu 5 orang. Jenis saluran pemasaran ini dilakukan oleh petani jeruk siam disebabkan karena saluran pemasaran I lebih mudah digunakan serta keuntungan yang di dapat cukup tinggi.

Saluran Pemasaran III

Petani jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli menjual hasil panennya kepada pedagang pengepul. Pedagang pengepul yang membeli hasil panen petani jeruk dengan sistem menjemput jeruk siam tersebut dari lahan petani yang telah siap memanen jeruk siam. Kemudian pedagang pengepul akan menjual Jeruk Siam ke pedagang pengecer. Dimana pedagang pengepul yang mendatangi pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual Jeruk Siam kepada konsumen akhir melalui pusat perdagangan yang ada di pasar. Pada penelitian ini jumlah petani jeruk siam yang menggunakan saluran pemasaran III yaitu 33 orang.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran.

Share yang diterima 100% di saluran I dan 67% di saluran III pada tingkat pedagang pengepul sedangkan 88% pada tingkat pedagang pengecer dan 50% pada tingkat konsumen akhir. Pada saluran I share yang diperoleh 100% hal ini di karenakan petani Jeruk Siam menjual langsung hasil panennya ke konsumen. Dari Tabel diatas dapat dilihat bahwa margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 0, dimana pada saluran pemasaran I tidak terdapat selisih harga produsen dengan harga konsumen. Sedangkan pada saluran pemasaran III di tingkat pedagang pengepul sebesar Rp. 2.500, sedangkan di tingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 1.000 serta di tinngkat konsumen sebesar Rp. 5.000.

Biaya pemasaran masing masing tiap lembaga berbeda, mulai dari biaya packing, biaya transportasi, bahkan biaya tenaga kerja. Dalam penelitian ini di saluran pemasaran III terdapat biaya pedagang pengepul membeli jeruk siam dengan harga beli Rp. 5.000/Kg serta biaya packing berupa keranjang dengan biaya Rp.200/Kg, biaya transportasi Rp. 500/Kg dan biaya tenaga kerja luar keluarga sebesar Rp. 150/kg dengan total biaya sebesar Rp. 850/kg

Tabel 3. Biaya Pemasaran Usahatani Jeruk Siam

No	Uraian	Saluran I (Rp)	Saluran III (Rp)
1	Petani Jeruk		
	Harga Jual	6.000	5.000
	Biaya Packing	200	-
2	Pedagang Pengepul		
	Harga Beli		5.000
	Biaya Packing		200
	Biaya Tenaga Kerja		150
	Biaya Transportasi		500
	Total Biaya		850
	Harga Jual		7.500
	Margin Pemasaran		2.500
	Margin Keuntungan		1.650
<i>Farmer Share</i>		67%	
3	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli		7.500
	Biaya Packing		120
	Biaya Tenaga Kerja		300
	Biaya Transportasi		200
	Total Biaya		620
	Harga Jual		8.500
	Margin Pemasaran		1.000
	Margin Keuntungan		380
<i>Farmer Share</i>		88%	
4	Konsumen		
	Harga Beli		10.000
	Konsumen	6.000	
	Total Biaya		1.470
	Pemasaran	200	
	Margin Pemasaran	0	5.000
	Margin Keuntungan	0	3.530
<i>Farmer Share</i>	100%	50%	

Sumber : Data Primer 2021

.Biaya pedagang pengepul pada saluran pemasaran ke III jeruk siam dengan volume pembelian 10 kali dalam 1 kali musim panen jeruk siam. Pedagang pengepul mengirim jeruk siam 1000kg atau 1 ton sekali angkut dengan harga beli Rp. 5.000 per Kg. harga tersebut sudah di tetapkan oleh pedagang pengepul, biaya pengemasan berupa keranjang dengan biaya Rp. 200/kg untuk 100 Kg jeruk siam. Maka, untuk jeruk siam 100 Kg biaya packing sebesar Rp 20.000. Biaya tenaga kerja luar keluarga dengan rata-rata Rp. 150per Kg atau 150.000 per 1000kg Biaya tranportasi Rp. 500.000/hari dengan rata-rata sebesar Rp. 500/Kg dari

beberapa biaya itu maka pedagang pengepul menjual jeruk siam dengan harga Rp. 7.500/Kg.

Biaya pedagang pengecer pada saluran pemasaran III membeli jeruk siam dengan volume 500 Kg dari pedagang pengepul setiap harinya dengan harga beli Rp. 7.500/Kg. biaya pengemasan berupa kantong plastik Rp. 120/Kg maka biaya untuk 500 Kg jeruk siam sebesar Rp. 60.000. Biaya tenaga kerja luar keluarga Rp. 300/Kg atau 150.000 per 500 kg. Biaya transportasi Rp. 200/kg atau 100.000 per 500kg. Dari beberapa biaya itu maka pedagang pengecer menjual jeruk siam dengan harga Rp. 8.500/Kg dengan total biaya 620/Kg.

Efisiensi Saluran Pemasaran

Efisiensi pemasaran akan terjadi apabila biaya pemasaran dapat di tekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetensi pasar yang sehat. (Soekartawi, 2009).

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp)	Nilai Produk Dipasarkan (Rp)	Efisiensi (%)
Saluran I	200	6.000	3,3
Saluran III	1.470	10.000	14,7

Sumber : Data Primer 2021

Tingkat efisiensi pada saluran pemasaran I sebesar 3,33% ini menunjukkan bahwa pada saluran pertama ini sangat efisien, dan pada tingkat efisiensi saluran pemasaran III sebesar 14,7 % dalam hal ini tingkat efisiensi saluran pemasaran ke III lebih besar dari saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan total biaya pada saluran pemasaran ke III lebih besar dari pada total biaya pada saluran pemasaran ke I pada saluran ke III ini melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengepul dan pedagang pengecer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan saluran pemasaran jeruk Siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli sangat efisien. terlihat pada saluran pemasaran I efisiensi nya sebesar 3,33%. Biaya pemasaran yang di peroleh pada saluran I sebesar Rp. 200/kg sedangkan pada saluran III sebesar Rp. 1.470/kg. Margin pemasaran yang di peroleh pada saluran I sebesar Rp. 0/kg. Sedangkan pada saluran III sebesar 2.500 ditingkat pengepul, 1.000 ditingkat pengecer, dan 5.000 ditingkat konsumen. Margin

keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar 0 rupiah, sedangkan margin keuntungan pada saluran III 1.650 ditingkat pengepul, 380 ditingkat pengecer, dan 4.700 ditingkat konsumen.

REFERENSI

- AK. 1994. *Budidaya Tanaman Jeruk*. Yogyakarta : Kanisius.
- Arut, Heribertus, 2021. *Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam di Desa Banua, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli*. [S] Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar. Bali.
- Heriansyah, Muhammad, 2018. *Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Citrusnobilis) (Studi Kasus Desa Sekoci, Kecamatan Besitang, Kabupaten Langkat)*. [S] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sulaeman, 2017. *Analisis Pendapatan dan Kelayakan. Jurnal Agribisnis*.