

**PEMASARAN BUAH JERUK SIAM DI KECAMATAN ANJIR MUARA
KABUPATEN BARITO KUALA
(STUDI KASUS DESA PATIH MUHUR LAMA)**

Marketing Of Orange Fruit Fruits In Anjir muara District, Kabupaten Barito Kuala
(Case Study Of Patih Muhur Lama Village)

Maret Putra Telaumbanua, Ir. Suslinawati dan Ir. Ihamiyah
Fakultas Pertanian Universitas Islam Kalimantan
Jl. Adiyaksa No. 2 Kayu Tangi Banjarmasin 70123
Telp. (0511) 3303880/3304352

Email : Maretputra3@gmail.com / No.HP : 0852-7635-3319

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, *Farmer's share* pada masing-masing saluran serta saluran yang paling efisien dilakukan oleh petani buah jeruk siam dari Desa Patih Muhur Lama Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Patih Muhur Lama Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* atau secara sengaja terhadap 15 orang petani (responden) dan Metode *SnowBall Sampling* yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran hingga produk sampai ke konsumen terhadap 6 orang responden. Terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran buah jeruk siam yaitu saluran pemasaran I petani – konsumen. Saluran pemasaran II petani – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran III petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Berdasarkan margin pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran III dan *Farmer's share* terbesar adalah saluran pemasaran I 100% Saluran pemasaran yang efisien berdasarkan *Farmer's share* adalah saluran pemasaran I, berdasarkan margin pemasaran adalah saluran pemasaran III yaitu margin besar Rp. 4500 untuk Jeruk Siam ukuran besar dan Rp. 2500 untuk Jeruk Siam ukuran sedang. Sedangkan berdasarkan panjang pendeknya saluran, jumlah produksi, harga dan keuntungan adalah saluran pemasaran III.

Kata Kunci : Pemasaran, Jeruk siam, Margin, Efisiensi, *Farmer's share*

ABSTRACT

This study aims to find out the marketing channels, marketing margins, Farmer "s share in each channel and the most efficient channel carried out by Siamese fruit farmers from Patih Muhur Lama Village, Anjir Muara District, Barito Kuala District, South Kalimantan. This research was carried out in Patih Muhur Lama Village, Anjir Muara District, Barito Kuala District. Data collected in the form of primary data and secondary data with sampling techniques using purposive sampling method or intentionally on 15 farmers (respondents) and the SnowBall Sampling Method by following the marketing flow to the product to the consumer of 6 respondents. There are 3 (three) marketing channels for Siamese citrus fruit, namely the marketing channel I of farmers - consumers. Marketing channel II farmers - retailers - consumers. Marketing channel III farmers - collectors - retailers - consumers. Based on the biggest marketing margin is marketing channel III and Farmer's biggest share is marketing channel I 100% Efficient marketing channel based on Farmer's share is marketing channel I, based on marketing margin is marketing channel III, namely a large margin of Rp. 4500 for large orange oranges and Rp. 2500 for medium-sized Siam Oranges. While based on the length of the short channel, the amount of production, price and profit are marketing channels III.

Keywords: Marketing, Siam Orange, Margin, Efficiency, Farmer's share

..... Pemisah Seksi Halaman (Halaman Berikutnya).....

PENDAHULUAN

Komoditas jeruk Siam di Kabupaten Barito Kuala yang selama ini menjadi primadona dan dikenal di Kalimantan Selatan maupun di luar Kalimantan Selatan karena bentuk dan rasanya sehingga mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai pelaku usahanya.

Barito Kuala sendiri memiliki luas lahan jeruk siam mencapai 6,602 ha yang terbagi atas 7 kecamatan yaitu Marabahan, Belawang, Rantau badauh, Barambai, Cerbon dan Wanaraya. Berdasarkan hasil wawancara pada Kepala Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Barito Kuala Zulkifli Yadi Noor, 2017.

Salah satu cara petani membudidayakan tanaman jeruk siam berbaris sistem surjan dengan padi yang menjadi tanaman utama. Adapun luas tanaman jeruk siam berbaris surjan di Desa Patih Muhur Lama, Kecamatan Anjir Muara, seluas 14,5 ha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Patih Muhur Lama Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai bulan Desember 2017 sampai Februari 2018.

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik *observasi*, pengambilan sampel responden petani buah jeruk siam menggunakan metode *Purposive Sampling* atau secara sengaja terhadap 15 orang petani (responden) sesuai dengan kriteria tertentu, yaitu memiliki pengalaman minimal empat tahun dan mempunyai luas lahan minimal ½ hektar. Sedangkan untuk sampel pengumpul, agen dan pengecer menggunakan metode *Snowball Sampling* yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran hingga produk sampai ke konsumen dan menelusuri saluran pemasarannya di daerah penelitian berdasarkan informasi yang di dapat dari pelaku pasar. Sampel pengumpul 3 orang, pengecer 3 orang sehingga total sampel ada 21 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Responden

Responden yang dipilih berjumlah 21 orang, dari 15 orang petani jeruk siam, 3 orang pedagang pengumpul, 3 orang pengecer. Untuk 15 orang petani jeruk siam yang menjadi responden dipilih sesuai dengan kriteria tertentu, yaitu memiliki pengalaman minimal empat tahun dan mempunyai luas lahan minimal 0,5 hektar.

Usia Petani, Pedagang dan Pengecer Buah Jeruk Siam

Usia petani yang menjadi sampel atau responden antara 30 tahun sampai 45 tahun, yaitu 10 orang (50%) berusia antara 30-34 tahun, 3 orang (30%) berusia 35-39 tahun, dan 2 orang (20%) berusia 40 – 45 tahun.

Pedagang pengumpul dan pedagang pengecer yang dijadikan responden berkisar antara usia 30 tahun sampai dengan 60 tahun. Yaitu yang berusia 30-45 tahun (75%) dengan jumlah responden sebanyak 2 orang selanjutnya usia 46-60 tahun (25%) 1 orang. Pedagang pengecer 3 orang semuanya berusia 30-45 tahun.

..... Pemisah Seksi Halaman (Halaman Berikutnya).....

Tingkat Pendidikan Petani, Pedagang Pengumpul, dan Pengecer

Pendidikan formal petani responden diketahui yang tamat Sekolah Dasar (SD) ada 3 orang (20%), 9 orang (80%) untuk tamatan Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan 3 orang (20%) tamatan Sekolah Menengah Atas (SMA). Dengan keadaan ini maka mempengaruhi pola pikir petani dalam pengelolaan dan pemasaran buah jeruk siam.

Pedagang pengumpul yang berpendidikan SMP sebanyak 1 orang (33,33%) dan yang berpendidikan SMA sebanyak 2 orang (66,67%). Selanjutnya pedagang pengecer semuanya 3 orang (100%) lulusan SMP.

Pengalaman Kerja Petani dan Pedagang Buah Jeruk Siam

Petani buah jeruk siam memiliki pengalaman yaitu 4 – 8 tahun sebanyak 3 orang (20%), 9 – 13 tahun sebanyak 9 orang (80%), dan 14 – 18 tahun sebanyak 3 orang (20%).

Pengalaman pedagang pengumpul juga cukup lama dalam menangani pemasaran buah jeruk siam, yaitu 9 – 13 tahun sebanyak 2 orang (66,67%), dan 14 – 18 tahun sebanyak 1 orang (33,33%). Pengalaman pedagang pengecer juga cukup lama yaitu 9 – 13 tahun sebanyak 2 orang (66,67%) dan 14 – 18 tahun sebanyak 1 orang (33,33%).

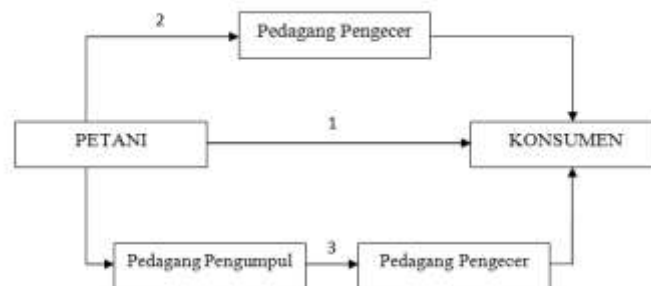
Jumlah Produksi yang dipasarkan

setiap petani memiliki luas lahan dan jumlah tanaman yang berbeda dengan intensitas serangan hama dan penyakit 4%. Sehingga setiap kali panen yang dilakukan oleh petani disesuaikan dengan permintaan dari pedagang maupun konsumen. Permintaan konsumen relatif sedikit sedangkan pedagang pengumpul setiap permintaan sekitar 2000 biji untuk ukuran besar, sedang dan kecil dengan harga yang sama.

Konsumen

Konsumen merupakan pengguna terakhir produk. Berdasarkan hasil penelitian setiap konsumen memiliki kepuasan tersendiri terhadap buah jeruk siam, ada yang suka dengan rasanya dalam kondisi segar, harga buah relatif murah, produk mudah didapat atau selalu ada, buah relatif besar dan ada yang diolah kembali untuk dijadikan produk lainnya.

Analisis Pemasaran



Gambar 2. Pola alur Pemasaran Buah Jeruk Siam Dari Desa Patih Muhur Lama

Keterangan :

—————> - Arah alur komoditas jeruk

Pola saluran pemasaran buah jeruk siam dari desa Patih Muhur Lama Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala Kalimantan Selatan terbagi menjadi 3 pola yaitu :

1. Saluran I : Petani \longrightarrow Konsumen
2. Saluran II : Petani \longrightarrow Pengecer \longrightarrow Konsumen
3. Saluran III : Petani \longrightarrow Pengumpul \longrightarrow Pengecer \longrightarrow Konsumen

Umumnya petani yang memilih lebih dari satu saluran pemasaran. Seperti halnya pola I terdapat 3 orang petani yang memilih saluran I tetapi ada juga yang memilih saluran II. Setiap saluran masing-masing memiliki keunggulan dan kekurangannya, seperti saluran I harga tinggi tetapi jumlah produk sedikit terjual ini dikarenakan pembelinya konsumen secara langsung. Saluran II harga sama dengan saluran III tetapi jumlah produk terjual relatif sedikit ini dikarenakan pembelinya merupakan pedagang pengecer. Saluran III harga sama dengan saluran II dan jumlah yang terjual banyak atau dalam satu pick up.

Margin Pemasaran

Tabel 12. Pola Saluran Pemasaran I

No	Ukuran	Harga Jual/Kg
1.	Besar	Rp 8000
2.	Sedang	Rp 8000
3.	Kecil	Rp 8000

Tabel 13. Pola Saluran Pemasaran II

No	Ukuran	Harga Beli/Kg	Harga Jual/Kg	Margin	Biaya	Keuntungan
1.	Besar	Rp 8000	Rp 11000	Rp 3000	Rp 200	Rp 2800
2.	Sedang	Rp 8000	Rp 10000	Rp 2000	Rp 150	Rp 1850
3.	Kecil	Rp 8000	Rp 10000	Rp 2000	Rp 150	Rp 1850

Tabel 14. Pola Saluran Pemasaran III Pedagang Pengumpul

No	Ukuran	Harga Beli/Kg (Di Petani)	Harga Jual/Kg	Margin	Biaya	Keuntungan
1.	Besar	Rp 8000	Rp 10500	Rp 2500	Rp 150	Rp 2350
2.	Sedang	Rp 8000	Rp 9500	Rp 1500	Rp 100	Rp 1400
3.	Kecil	Rp 8000	Rp 9500	Rp 1500	Rp 100	Rp 1400

Tabel 15. Pola Saluran Pemasaran III Pedagang Pengecer

No	Ukuran	Harga Beli/Kg (Di Pengumpul)	Harga Jual/Kg	Margin	Biaya	Keuntungan
1.	Besar	Rp 10500	Rp 15000	Rp 4500	Rp 200	Rp 4300
2.	Sedang	Rp 9500	Rp 12000	Rp 2500	Rp 150	Rp 2350
3.	Kecil	Rp 9500	Rp 11000	Rp 1500	Rp 150	Rp 1350

Farmer's share

Tabel 10. Farmer's share

	Pola								
	I			II			III		
	Bsr	sdg	kcl	bsr	sdg	kcl	bsr	sdg	kcl
Farmer's share	100	100	100	81	80	80	63	71	77

Farmer's share atau bagian yang diterima petani buah jeruk siam ukuran besar, sedang dan kecil berdasarkan saluran pemasaran pola I ialah 100%, ini dikarenakan petani langsung menjual sendiri ke konsumen atau sebaliknya konsumen yang datang sendiri membeli ke rumah petani. Saluran pemasaran pola II ialah untuk ukuran besar 81%, ukuran sedang dan kecil 80% petani menjual buah jeruk siam ke pedagang pengecer. Saluran pemasaran pola III ialah untuk ukuran besar 63%, ukuran sedang dan kecil 71% ini dikarenakan petani menjual buah jeruk siam ke pedagang pengumpul terlebih dahulu baru kemudian pedagang pengecer membeli ke pedagang pengumpul.

Efisiensi Pemasaran

Hasil penelitian dan berdasarkan margin pemasaran pola III lebih efisien, rantai pemasaran tidak terlalu panjang dan petani tidak mengeluarkan untuk biaya angkut. Hal tersebut disebabkan pedagang pengumpul langsung mengambil buah jeruk siam ke kebun. Berdasarkan margin pemasaran, yaitu saluran pemasaran II lebih efisien karena dari seluruh saluran pemasaran tersebut, nampak bahwa semakin rendah harga jual di tingkat petani maka semakin kecil perolehan nilai tambah yang diterima petani akan semakin besar nilai tambah yang diperoleh oleh pedagang, sedangkan berdasarkan *Farmer's share* terdapat pada saluran pemasaran pola I.

Kesimpulan

1. Terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran buah jeruk siam dari Desa Patih Muhur Lama Kecamatan Anjir Muara Kabupaten Barito Kuala. Saluran pemasaran pola I yaitu petani – konsumen. Saluran pemasaran pola II yaitu petani – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran pola III yaitu petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen.
2. Besarnya margin pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran pola III dan *Farmer's share* terbesar adalah saluran pemasaran pola I.

3. Saluran pemasaran yang efisien berdasarkan *Farmer's share* adalah saluran pemasaran pola I, berdasarkan margin pemasaran adalah saluran pemasaran pola III. Sedangkan berdasarkan panjang pendeknya saluran pemasaran, jumlah produksi, harga dan keuntungan adalah saluran pemasaran pola III.

Saran

1. Sebagai penghasil buah jeruk siam terbesar di kecamatan Anjir Muara hendaknya pemerintah daerah memberika penyuluhan kepada atau kelompok tani berupa teknik pengolahan hasil dari buah jeruk siam tersebut.
2. Menjadikan Desa Patih Muhur Lama sebagai sentra buah terutama untuk buah jeruk siam agar petani tidak merasa dirugikan pada saat panen buah jeruk siam bersamaan dengan datangnya musim buah jenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku 1 Penulis

Adam Ridjal, Julian. 2008. *Analisis Faktor Determis Keikutsertaan Petani kelompok Jeruk Siam di Kab. Jember*. Jurnal.Unej.ac.id J-Sep vol.2.

Buku 1 Penulis

Anita, 2012. *Analisis Efisiensi Pemasaran Buah Jeruk Siam di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas*. Jurnal.untan.ac.id Desember vol.1

Buku 1 Penulis

Antarlina, SS. Dari noor 1. 2006. *Penanganan pascapanen dan pengelolaan buah jeruk siam dalam monograf jeruk siam di lahan pasang surut dan pengembangnya*. Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Lahan Pertanian Balittra. Banjarbaru.

Buku 1 Penulis

Gitosudarmo, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta BPFE-Yogyakarta.

Buku 1 Penulis

Hasniah, 2005. *Analisis Sistem dan Efisiensi Tataniaga komoditas Pepaya Sayur*. Bogor. Institut Pertanian Bogor.

Buku 1 Penulis

Muthia Syamsuri, 2006. *Analisis Marjin Pemasaran Buah Jeruk Asal Banyuwangi di Kramat Jati Pasar Rebo DKI Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta

Buku Terjemahan

Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid 3, Penerbit Prenhallindo: Jakarta.

Buku 1 Penulis

Ratya Anindita, 2005. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Jakarta : Papyrus.

Buku 1 Penulis

Rismundar, 1986. *Mengenal Tanaman Buah-Buahan*. Bandung. Sinar Baru.

Buku 1 Penulis

Sapuan, 2012. Margin Pemasaran, KTA. STIPER

Buku 1 Penulis

Sudiyono dan Armand, 2002. Pemasaran Pertanian, cetakan ke-II Malang. UMM-Press.

Buku 1 Penulis

Toni Akbar, 2012. *Teknik Budidaya Jeruk*. Surabaya. Universitas Airlangga.