

ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN JERUK KEPROK
(Study Kasus: Di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang)**Widyati¹⁾, Sri Hindarti²⁾**¹ Universitas Islam MalangEmail: widyaumiaji@gmail.com² Universitas Islam MalangEmail: srihin@unisma.ac.id**ABSTRACT**

Citrus plants are annual fruit plants originating from Asia. China is believed to be the place where oranges were first grown. The objectives of this study were (1) to determine the income of tangerine farming in Selorejo Village. (2) to determine the margin, share, and π / c of tangerine farming in Selorejo Village. (3) to determine the efficiency of the tangerine farmer marketing agency in Selorejo Village. This research was conducted in Dau District, Malang Regency in December 2020. The method used in this research is qualitative methods and quantitative methods. The data used in this study are primary data, namely data collected through direct interviews of 40 tangerine farmers, secondary data are data that are considered relevant. Data analysis using the R / C ratio formula, and analysis of the efficiency of marketing institutions. The results of the R / C analysis Ratio of tangerine farming is 8.76, which means that every Rp 1 cost will result in revenue of 8.76 rupiah, a sign that this farming is feasible to continue. And the results of the price transmission elasticity analysis of ($\eta < 1$) means that the marketing of tangerines in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency is said to be inefficient.

Keywords: *farming; efficient marketing institutions; Malang Regency***ABSTRAK**

Tanaman jeruk merupakan tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Cina di percaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pendapatan usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo. (2) untuk mengetahui *margin, share, dan π/c* usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo. (3) untuk mengetahui efisiensi pada lembaga pemasaran petani jeruk keprok di Desa Selorejo. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Dau Kabupaten Malang bulan Desember 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif dan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui wawancara langsung 40 petani jeruk keprok, data sekunder yaitu data yang dianggap relevan. Analisis data menggunakan rumus R/C *Ratio*, dan analisis efisiensi lembaga pemasaran. Hasil analisis R/C *Ratio* usahatani jeruk keprok sebesar 8,76 yang artinya setiap biaya Rp 1 akan menghasilkan penerimaan 8,76 rupiah, pertanda bahwa usahatani ini layak untuk di teruskan. Dan hasil analisis elastisitas transmisi harga sebesar ($\eta < 1$) artinya bahwa pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo dikatakan belum efisien.

Kata kunci: *usahatani; efisien lembaga pemasaran; Kabupaten Malang*

PENDAHULUAN

Jeruk merupakan salah satu buah yang paling banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia, hal ini disebabkan buah jeruk banyak mengandung jenis vitamin terutama vitamin C dan Vitamin A. Selain itu jeruk merupakan buah yang selalu tersedia sepanjang tahun karena tanaman jeruk dapat ditanam dimana saja, baik itu didataran maupun di dataran tinggi. Perkembangan produksi jeruk di Indonesia juga cenderung meningkat dengan rata-rata periode 1980-2014, produksi jeruk Indonesia meningkat dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,34% pertahun. Pada periode 1980-2009 rata-rata pertumbuhan produksi jeruk sebesar 12,38% per tahun namun selama turun waktu 2010-2014 rata-rata produksi jeruk menurun sebesar 1.49% per tahun. Secara umum terjadi peningkatan produksi jeruk di Indonesia dari 311.014 ton pada tahun 1980 menjadi 1,93 juta ton pada tahun 2014 dimana produksi jeruk tertinggi di capai pada tahun 2007 yaitu sebesar 2,63 juta ton atau naik 2,35% terhadap tahun 2006.

Khususnya Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang, sebagian besar penduduk disini merupakan pekerja di dalam bidang pertanian petani jeruk yang dikelola sistem kelompok tani. Dalam pelaksanaannya pertanian petani jeruk ini dapat menjadi pendapatan bagi masyarakat Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

METODE PENELITIAN

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui gambaran umum tentang usaha jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui tingkat pendapatan usahatani dan pemasaran usaha jeruk keprok Kecamatan Dau Kabupaten Malang dengan metode analisis regresi (*regression analysis*) dengan menggunakan program MINITAB release for windows.

Penelitian ini dilakukan di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Pemilihan lokasi dilakukan dengan sengaja (*purposive*) yaitu di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Desember 2020.

Metode pengambilan sampel petani jeruk keprok dengan *sample random sampling* atau penarikan sampel secara acak sederhana yaitu dengan jumlah populasinya sebanyak 270, jadi jumlah keseluruhan sampel pada penelitian ini sebanyak 40 petani. Sedangkan dalam menentukan responden lembaga pemasaran dilakukan dengan metode *snowball* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan wawancara atau responden.

Dalam penelitian ini dilakukan pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan atau didapatkan dari responden. Data sekunder yaitu data yang dianggap relevan.

1. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menggunakan untuk mengetahui gambaran umum tentang usaha jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui tingkat pendapatan usahatani dengan menggunakan rumus *R/C Ratio*.

Untuk menghitung besar biaya yang dikeluarkan dengan rumus sebagai berikut:

$TC = TFC + TVC$ (keterangan: TC = Total Cost/Biaya Total (Rp) TFC = Total Fixed Cost/Total Biaya Tetap (Rp) TVC = Total Variabel Cost/Total Biaya Variabel (Rp))

Untuk mengetahui besarnya penerimaan dihitung sebagai berikut:

$TR = P \cdot Q$ (keterangan: TR = Total Revenue/Total Penerimaan (Rp) P = Price/Harga (Rp) Q = Quantity/Jumlah produksi (Kg))

Untuk mengetahui pendapatan petani digunakan dalam rumus:

$I = TR - TC$ (keterangan: I = Income/Pendapatan (Rp) TR = Total Revenue/Total Penerimaan (Rp) TC = Total Cost/Total Biaya (Rp)).

Untuk mengetahui apakah usahatani jeruk keprok menguntungkan atau tidak menguntungkan dilakukan dengan analisis R/C Ratio yaitu:

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Total Revenue}}{\text{Total Cost}} \text{ (keterangan:}$$

Untuk mengetahui margin pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus menurut (Sugiyono 2009) $M = Hp - Hb$ (keterangan: M = Margin Pemasaran (Rp) Hp = Harga Penjualan (Rp) Hb = Harga Pembelian (Rp)).

Untuk menghitung bagian harga (share) yang diperoleh produsen dapat dihitung dalam rumus adalah $LP = \frac{Hp}{He} \times 100\%$ (keterangan: LP = Bagian yang diterima produsen (%)) Hp = Harga Produsen (Rp) He = Harga Eceran (Rp)

Untuk mengetahui keuntungan (profit) merupakan selisih antara margin pedagang dan biaya total yang telah dikeluarkan pedagang dapat dihitung dalam rumus: $\pi = Mp - Bt$ (Keterangan: π = Profit/Keuntungan (Rp) Mp = Margin Pedagangan (Rp) Bt = Biaya Pemasaran (Rp)).

Sedangkan untuk menghitung margin total adalah dengan menjumlahkan margin setiap lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dapat dihitung dengan rumus: $Mt = M1 + M2 + M3 + \dots + Mn$ (Keterangan: Mt = Margin Total (Rp/Kg) $M1 \dots Mn$ = Margin Pedagang (Rp/Kg)).

Elastisitas transmisi harga untuk mengetahui elastisitas transmisi harga di tingkat petani dengan elastisitas harga ditingkat pengecer dicari dengan menggunakan rumus:

$$\eta = 1 + \frac{1}{(1-b)} \times \frac{Pf}{Pr} \text{ (Dimana : } \eta = \text{Elastisitas transmisi } Pf = \text{Harga ditingkat petani } Pr = \text{Harga ditingkat pengecer } b = \text{Koefisien regresi } \rightarrow y = a + bx, \text{ dimana : } a = \text{konstanta } b = \text{intersep.}$$

Untuk membuktikan apakah perubahan harga ditingkat pengecer berpengaruh terhadap harga di tingkat petani maka perlu di uji dengan uji t yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t - \text{hit} = \frac{fbl}{Seb}$$

Dimana nilai b (Koefisien Regresi) dan Se (Tandar Error) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{\sum Pr \cdot Pf - \frac{(\sum Pr)(\sum Pf)}{n}}{\sum Pr - \frac{(\sum Pr)^2}{n}}$$

$$Seb = \sqrt{\frac{\frac{1}{n-2} \sum (Pr - Pf)^2 - b \sum (Pr - Pf)(Pf - Pf)}{\sum (Pr - Pf)^2}}$$

Analisis integrasi pasar analisis ini digunakan untuk melihat perilaku pasar, apakah sistem pemasaran telah bekerja secara efisien atau belum. Alat ukur yang digunakan adalah koefisien korelasi antara pasar yang satu dengan pasar yang lain, tinggi rendahnya harga koefisien korelasi menunjukkan tingkat integrasi pasar tersebut. Koefisien korelasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{(Pp \cdot Pt \frac{(\sum Pp)(\sum Pt)}{n})}{(\sum Pp)^2 - (Pp)^2 / n (\sum Pt)^2 - (Pt)^2 / n}$$

Keterangan:

P_p = harga produsen

P_t = harga setelah produsen

Tingkat integrasi pasar yang satu dengan yang lain dianalisa dengan regresi sederhana yaitu sebagai berikut:

$Pf = a + bPr$

Dimana:

P_f = harga pasar pada tingkat ke – i

P_r = harga pasar pada tingkat ke – i + i

Berdasarkan persamaan diatas dapat disimpulkan

- Jika $b \leq 1$: mengarah pada pasar monopoli penjualan dari lembaga pemasaran tingkat pasar yang satu dengan pasar yang diatasnya
- Jika $b = 1$: pasar berjalan persaingan sempurna
- Jika $b \geq 1$: mengarah pada pasar monopsoni pembelian dari lembaga pemasaran yang diatasnya.

HASIL PEMBAHASAN

1. Analisis Usahatani Jeruk Keprok

Penerimaan usahatani merupakan nilai produksi yang diperoleh dalam satu kali musim panen perhektar/pertahun dan merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi total jeruk keprok dengan harga satuan dari hasil produksi tersebut.

Diketahui besarnya penerimaan tergantung pada jumlah produksi dan harga di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang, rata-rata produksi usahatani jeruk keprok per ha/ per tahun dalam satu kali musim panen yaitu sebesar 6.170/ Kg dengan rata-rata harga yaitu sebesar Rp 7.953/Kg.

Pendapatan usahatani jeruk keprok dengan total rata-rata yaitu sebesar Rp 43.399.263,- /Ha dalam satu kali musim panen dengan jumlah produksinya sebanyak 6.170 Kg dengan harga jual rata-rata 7.953/Kg.

Tabel 1. Rata-rata Nilai Produksi, Biaya Produksi, Penerimaan, Pendapatan dan Efisiensi Usahatani Jeruk Keprok Per Ha Dalam Kali Musim Panen

No	Keterangan	Jumlah
1	Total Biaya Produksi a. Biaya Tetap b. Biaya Variabel	Rp 824.188 Rp 4.715.650
2	Total Penerimaan a. Harga Jual (Kg) b. Jumlah Produksi	Rp 7.953 Rp 6.170
3	Pendapatan	Rp 43.399.263
4	R/C Ratio	8,76

Sumber: Data Primer Diolah

Pada usahatani jeruk keprok didapatkan R/C *Ratio* sebesar 8,76 artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp 1 akan menghasilkan penerimaan sebesar 8,76 bahwa usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang layak untuk diusahakan.

2. Saluran Pemasaran Jeruk Keprok

Saluran pemasaran jeruk keprok yang ada di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang terdiri dari dua saluran pemasaran sebagai berikut:

Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen Akhir

Petani → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen akhir

Tabel 2. Perbandingan Share, Margin Pemasaran, Distribusi Margin Jeruk Keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang

No	Keterangan	Saluran I	Saluran II
1	Harga Jual Petani	8.058	7.857
2	Harga jual Konsumen Akhir	13.000	12.876
3	Share, Petani (%)	61,98	61,02
4	Margin Pemasaran (Rp)	4.942	5.000
5	Share, Keuntungan (%)		
	Tengkulak	16,43	64,92
	Pedagang Besar	15,7	
	Pengecer	4,32	35,75

Sumber: Analisis Data Primer

Dapat diketahui tabel 2, bahwa pada saluran I harga ditingkat petani sebesar Rp 8.058/Kg dan pada saluran II harga ditingkat petani sebesar Rp 7857/Kg.

Harga jual konsumen akhir pada saluran I sebesar Rp 13.000/Kg dan saluran II sebesar Rp 12.876/Kg. Dapat dibandingkan yang paling tinggi yaitu pada saluran I.

Dari kedua saluran pemasaran dapat dilihat pada nilai *share* harga petani terhadap konsumen akhir yang paling besar terdapat pada saluran I. (Petani → Tengkulak → P. Besar → P. Pengecer → Konsumen Akhir) adalah sebesar 61,98%.

Untuk margin pemasaran saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 4.942/kg dan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 5.000/kg. Sehingga *share* harga yang diterima petani saluran I lebih tinggi dari pada saluran II. *Share* keuntungan terbesar di peroleh II.

Tabel 3. Bagian Hasil Petani Share dan Efisiensi Pemasaran Jeruk Keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang.

No	Keterangan	Saluran I	Saluran II
1	Harga Jual ditingkat Petani	8.058	7.857
2	Harga ditingkat konsumen akhir	13.000	12.876
3	Margin Total pemasaran	4.942	5.000
4	Bagian Hasil Petani (<i>Share</i>) (%) = $\frac{pf}{pr} \times 100\%$	61,98	61,02
5	Efisiensi Margin Pemasaran (%) = $\frac{MJt}{Hta} \times 100\%$	38,02	38,83

Sumber: Analisis Data Primer

Pada tabel 3. Dapat dilihat bahwa saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau yang paling efisien adalah saluran pemasaran I. Hal tersebut dapat dilihat dari marginnya yang kecil yaitu pada saluran pemasaran I sebesar 4.942 atau 38,02% dibandingkan dengan saluran II yaitu sebesar Rp 5.000 atau 38,83%. Kemudian untuk *share* petani tertinggi yaitu pada saluran ke I yaitu sebesar 61,98%.

Dapat diketahui bahwa harga ditingkat konsumen akhir pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 13.000, lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp 12.876. semakin rendah harga ditingkat konsumen akhir, maka semakin efisien saluran pemasaran tersebut.

Integrasi pasar merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran. Hasil analisis integrasi pasar pada berbagai saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Analisis Integrasi Pasar Jeruk Keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang

No	Jenis Saluran Pemasaran	Persamaan Regresi	t – Hitung
1	Saluran Pemasaran I - Uji Regresi	HP = 7627 + 0,042 HT HT = 9208 + 0,0873 HPB HPB = 12697 – 0,0252 HPC	0,07 (0,943) 0,94 (0,338) 0,83 (0,418)
2	Saluran Pemasaran I - Uji Regresi	HP = 6590 + 0,125 HPB HPB = 7088 - 0,236 HPC	0,63 (0,539) 1,70 (0,103)

Sumber: Analisis Data Primer

Berdasarkan hasil analisis tersebut adalah integrasi pasar pada saluran pemasaran I menunjukkan bahwa adanya hubungan erat antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat tengkulak. Hal ini ditunjukkan dari nilai t - hitung sebesar 0,07 artinya berpengaruh nyata pada tingkat signifikan 0,1 dengan kata lain apabila harga ditingkat tengkulak naik sebesar Rp 1, maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat petani sebesar 0,042. Dengan kata lain kenaikan harga ditingkat tengkulak akan memberikan pengaruh ditingkat petani. Dan hasil analisis pada pedagang besar, hal ini ditunjukkan dari nilai t – hitung sebesar 0,94 yang artinya berpengaruh nyata pada tingkat signifikansi 0,1 dengan kata lain jika harga ditingkat tengkulak naik Rp 1, Maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat pedagang besar yaitu sebesar 0,0873. Perbedaan ditingkat pedagang besar memberikan pengaruh ditingkat pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil analisis integrasi pasar pada saluran pemasaran II menunjukkan bahwa terdapat hubungan erat antara petani dan pedagang besar. Hal ini ditunjukkan dari nilai t-hitung sebesar 0,63 yang berpengaruh nyata pada tingkat signifikansi 0,1 dengan kata lain apabila harga ditingkat pedagang besar naik sebesar Rp 1. Maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat petani yaitu sebesar 0,125. Dengan kata lain kenaikan harga ditingkat pedagang pengecer akan memberikan pengaruh ditingkat petani. Dan hasil analisis pada pengecer. Hal ini ditunjukkan dari nilai t- hitung sebesar 1,70 yang artinya berpengaruh nyata pada tingkat signifikansi 0,1 dengan kata lain jika harga ditingkat pedagang besar naik Rp 1 maka akan diikuti kenaikan harga ditingkat pengecer sebesar 0,236. Perbedaan ditingkat pedagang besar memberikan pengaruh ditingkat pengecer.

Untuk mengetahui elastisitas transmisi harga ditingkat produsen dengan elastisitas harga ditingkat pengecer dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Saluran I (Petani – Tengkulak – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir).

$$n = \frac{1}{(1-b)} \times \frac{Pf}{Pr}$$

$$= \frac{1}{1-(0,252)} \times \frac{8.058}{13.000} = 0,826$$

Hasil analisis elastisitas transmisi harga saluran I dapat disimpulkan bahwa elastisitas transmisi ($\eta < 1$) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan mengalami perubahan harga ditingkat produsen sebesar 0,826%. Maka dapat diartikan sebagai persaingan tidak sempurna yaitu terdapat kekuatan oligopsoni artinya pemasaran belum efisien.

Saluran II (Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir)

$$n = \frac{1}{(1-b)} \times \frac{Pf}{Pr}$$

$$= \frac{1}{1-(0,236)} \times \frac{7.857}{12.876} = 0,79$$

Hasil analisis elastisitas transmisi harga saluran II, dapat disimpulkan bahwa elastisitas transmisi ($\eta < 1$) yang artinya perubahan harga sebesar 1% ditingkat pengecer akan

mengalami perubahan harga ditingkat produsen sebesar 0,79%. Maka dapat diartikan sebagai pasar persaingan tidak sempurna yaitu terdapat kekuatan oligopsoni artinya pemasaran belum efisien.

Dari hasil penjelasan diatas dapat disimpulkan hasil analisis elastisitas transmisi harga saluran I dan saluran II bahwa pemasran jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang belum efisien. Dikarenakan mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu terdapat kekuatan oligosponi. Pasar oligosponi adalah sebuah pasar dimana terdapat dua atau lebih pelaku usaha yang menjadi penguasa atas penerimaan pasokan dari pihak luar pasar atau bisa dibilang sebagai pasar yang memiliki pmbeli tunggal atas suatu produk baik barang maupun jasa dalam suatu pasar komoditas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerimaan usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang yaitu sebesar Rp 48.939.100/ha/tahun. Sedangkan rata – rata total biaya pada usahatani jeruk keprok yaitu sebesar Rp 5.539.83. untuk rata – rata pendapatan petani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang yaitu sebesar Rp 43.399.263/ha/tahun. Pada usahatani jeruk keprok didapatkan R/C *Ratio* sebesar 8,76% artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp 1, akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 8,76. R/C *Ratio* ini menjelaskan bahwa usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang layak untuk diusahakan.
2. Margin pemasaran I sebesar Rp 4.942, sedangkan Margin pemasaran II yaitu sebesar Rp 5.000. untuk *share* petani pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 61,98%, sedangkan *share* petani pada saluran pemasaran II yaitu sebesar 61,02%. Nilai R/C pada saluran I untuk tengkulak 32,86%, pedagang besar yaitu sebesar 29,15% , pedagang pengecer yaitu sebesar 28,06%. Nilai R/C pada saluran II untuk pedagang besar 64,92%, dan pedagang pengecer 35,75%.
3. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu sebesar 0,826%, sedangkan efisiensi saluran II yaitu sebesar 0,79%. dari hasil analisis elastisitas transmisi harga sebesar ($\eta < 1$) dapat diartikan bahwa pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang dapat dikatakan belum efisien.

2. Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah harus memberikan perhatian kepada para petani melalui penyuluhan mengenai usahatani jeruk keprok untuk menambah pengetahuan petani tentang usahatani dan lembaga pemasaran jeruk keprok.
2. Untuk meminimalkan oligopsoni maka perlu meningkatkan tawar menawar antara petani atau produsen dengan lembaga pemasaran. Untuk itu Balijestro/Dinas Pertanian sebaiknya lebih sering melakukan sosialisasi langsung terhadap petani harus lebih ditingkatkan dalam berpartisipasi mengikuti kegiatan kelompok tani, program penyuluhan, karena adanya partisipasi dari petani, dimana kegiatan termasuk memasarkan hasil produksi jeruk keprok agar pemasaran lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiga. 1982. Teori Ilmu Usahatani Untuk Menyelidiki Pengusaha, Menyusun Dalam Menjalankan Usaha.
- Ahmad Elqorny, 2008. Pengertian Pemasaran.
- Anonim .2008, Pemasaran Produk Pertanian Indonesia.

- Boediono, 2002. Ekonomi Mikro. BPFE. Yogyakarta.
- Daniel .2001. pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta.
- Daniel. 2004. Kecerdasan Emosional: Mengapa EI Lebih Penting Dari Pada IQ, Terjemahan Oleh T. Hermaya, 2004. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Depertemen Pertanian, 2005. Teori Kawasan Produksi Pertanian.
- Faisal Floperda Akbar Wanda. 2015. Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani Jeruk Siam”.Studi Kasus Di Desa Padang Pangrapat Kacamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser.
- Hermanto, 1989. Aries Stiyanto, 2008. Ilmu Usahatani, Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indawan, Rully dan Yaniawati, Poppy. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Intan Ayu Purnama Sari. 2010. Analisis Pemasaran Jeruk Di Kabupaten Bangli.
- Janiwiata Kaduk, Ketut Dunia, dan Luh Indrayani. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk*. Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar.
- Joshi, 2012. Bisnis Pertanian dan Konsep Saluran Pemasaran.
- Khols, 1980. Marketing Of Agricultural Product.
- Kotler, 2005. Pengertian Tentang Profit Selisih Antara Margin Pedagang dan Biaya Total. .
- Kotler, P. Dan K. L., Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Jakarta: Macam Jaya Cemerlang.
- Lamb, C. W., J. F. Hair, dan C. MC. Daniel. 2001. Pemasaran Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Limbang, W. H. Dan Psitorus. 1987. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Jurusan Pertanian Bogor. Bogor.
- Mandala, P., E, 2016, Maharani. Koestiono dan Agil, 2010. Analisis Pemasaran Jeruk Siam di Desa Limau Manis Kecamatan. Kampar Kabupaten Kampar. Jom faperta 3 (2):1-14.
- Namah dan Sinlae. 2012. The Feasibility Study of Keprok SoE Farning.
- Rahim dan Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian (Pengantar, teori dan kasus). Jakarta: Penerbar Swadaya.
- Ronaldo Esayas Amisan, dkk. 2017. Melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Pendapatan Usahatani Kopi*”. Di Desa PurwerejoTimur Kecamatan Modayang Kabupaten Bolang Mongondow Timur”.
- Roni Johannes Sinaga, 2015. *Analisis Finansial Usahatani*. Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
- Rosyidi, 2001. Pengantar Teori Ekonomi Mikro dan Makro. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Saefuddin. 1992. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI. Press. Jakarta
- Sandro Chryanto Sinaga dkk. 2016. Pemasaran Buah Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan. Tambang Kabupaten Kampar.
- Sanusi, Anwar. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.
- Soekartawi, 1984. Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil UI Press. Jakarta.
- Soekartawi .1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, 2006. Agribisnis Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Solahuddin, 1998. Pengertian yang membahas Teori Sektor Pertanian Indonesia.

- Sugiono, 2009. Membahas tentang rumus yang menghitung margin Pemasaran.
- Sukirno, 2009. Pengertian jenis-jenis pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna.
- Surachmat, 1998. Metode Penelitian Sosial. Bandung. PT. Remadja Rosdakarya.
- Utami Dewi. 2006. *Menghitung Rumus Farmer Share*.
- Wibowo. 200, *Kunci Sukses Pelayanan*: Yogyakarta: Liberty.
- Zahari Zen. 2010, Teori Efisien Pemasaran (Marketing).
- Zubaidi. 2010. *Analisis Usahatani dan Pemasaran Melon di Kecamatan Muncar Kabupaten Bayuwangi*.