

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN JERUK SIAM DESA SELOREJO KECAMATAN DAU KABUPATEN MALANG

Departement of Agribusiness, Faculty of agriculture, University of Islam Malang,
Indonesia

Riski Dwi Elvianti¹, Nikmatul Khoiriyah²

¹Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email: 21701032003@unisma.ac.id

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang

Email: nikmatul@unisma.ac.id

Abstract

In 2020, Dau District produces the highest citrus in Malang Regency at 743,547 tons with a land area of 41.96 ha. The profit level of Siamese orange farmers depends on the size of production and revenue, besides that marketing efficiency also affects farmers' income where the marketing process which involves many marketing institutions affects the difference in prices received by farmers and prices paid by consumers. The purpose of this study is to analyze the efficiency of farming, analyze marketing margins and analyze the efficiency of citrus marketing channels. Sampling using simple random. Determination of the sample is 40 people by visiting farmers in Selorejo Village. Meanwhile, in determining the respondents of marketing institutions using the snow ball sampling method. The results showed that Siamese citrus farming had an R/C ratio of 5.94, meaning that every time it costed Rp. 1, it would generate an income of Rp. 5.94. This R/C Ratio explains that Siamese orange farming in Selorejo Village, Dau District is feasible to cultivate. Marketing margin I of Rp. 3,441 and marketing margin II of Rp. 2,722. The share of farmers in marketing channel I is 63.41%, while the share of farmers in marketing channel II is 69.55%. The value of /c channel I for middlemen is 14.93%, wholesalers are 14.24%, and retailers is 16.50%. The value of /c channel II for wholesalers is 11.87%, and retailers is 17.03%. The most efficient Siamese orange marketing channel is marketing channel II. This can be seen from the small margin value in marketing channel II, which is Rp. 2,722 compared to channel I, which is Rp. 3441.

Keywords: *Siamese oranges, farming efficiency, marketing efficiency*

Abstrak

Tahun 2020 Kecamatan Dau memproduksi jeruk paling tinggi di Kabupaten Malang sebesar 743.547 ton dengan luas lahan 41,96 ha. Tingkat keuntungan petani jeruk siam bergantung pada besar kecilnya produksi dan penerimaan, selain itu efisiensi pemasaran juga mempengaruhi pendapatan petani dimana proses pemasaran yang melibatkan banyaknya lembaga pemasaran mempengaruhi perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis efisiensi usahatani, menganalisis margin pemasaran dan menganalisis efisiensi saluran pemasaran jeruk. Pengambilan sampel menggunakan acak sederhana. Penentuan sampel yaitu 40 orang dengan mendatangi petani di Desa Selorejo. Sedangkan dalam menentukan responden lembaga pemasaran menggunakan metode *snow ball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan usahatani jeruk siam didapatkan R/C ratio sebesar 5,94 artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp 1, akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 5,94.

R/C Ratio ini menjelaskan bahwa usahatani jeruk siam di Desa Selorejo Kecamatan Dau layak untuk diusahakan. Margin pemasaran I sebesar Rp. 3.441 dan margin pemasaran II sebesar Rp. 2.722. *Share* petani saluran pemasaran I sebesar 63,41%, sedangkan *share* petani saluran pemasaran II sebesar 69,55%. Nilai π/c saluran I untuk tengkulak 14,93%, pedagang besar sebesar 14,24%, dan pedagang pengecer sebesar 16,50%. Nilai π/c saluran II untuk pedagang besar 11,87%, dan pedagang pengecer 17,03%. Saluran pemasaran jeruk siam yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai marginnya yang kecil pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 2.722 dibandingkan dengan pada saluran I yaitu sebesar Rp. 3.441. **Kata Kunci:** *Jeruk Siam, Efisiensi Usahatani, Efisiensi Pemasaran*

Pendahuluan

Jeruk merupakan salah satu jenis hortikultura yang mempunyai nilai ekonomi dan permintaan pasar yang tinggi. Selain itu, jeruk merupakan komoditas unggulan, karena mempunyai sebaran tanam yang luas dan memiliki citarasa, aroma, kesegaran dan sumber vitamin bagi tubuh, sehingga buah jeruk sangat digemari dan telah menjadi buah favorit keluarga (Ria Umuroyana, 2019). Hal tersebut yang menyebabkan masyarakat tertarik untuk budidaya jeruk siam. Pengembangan usahatani adalah meningkatkan pendapatan petani dalam melakukan kegiatan usahatani tersebut, pada dasarnya petani membandingkan antara hasil yang diharapkan pada waktu panen (penerimaan, *revenue*) dengan biaya (*cost*) yang harus dikeluarkan. Sehingga pada akhirnya pendapatan petani akan meningkat dan menguntungkan, dengan meningkatnya pendapatan maka secara otomatis tingkat kesejahteraan petani tersebut akan meningkat (Pengembangan, 2011).

Pengembangan komoditas jeruk salah satunya di tingkat petani ditentukan oleh efisiensi pemasaran. Semakin efisien suatu sistem pemasaran jeruk, maka usaha semakin menguntungkan dan semakin menarik untuk diusahakan. Pemasaran dikatakan efisien ketika biaya yang dikeluarkan kurang dari keuntungan yang diperoleh di dalam margin pemasaran (Koestiono dan Agil, 2010). Pengembangan usahatani adalah meningkatkan pendapatan petani dalam melakukan kegiatan usahatani tersebut, pada dasarnya petani membandingkan antara hasil yang diharapkan pada waktu panen (penerimaan, *revenue*) dengan biaya (*cost*) yang harus dikeluarkan. Tingkat produksi akan mempengaruhi jumlah pendapatan petani, sehingga untuk mengoptimalkan produksi dan menstabilkan pendapatannya petani harus menciptakan kondisi yang optimal. Akan tetapi, pada kenyataannya budidaya jeruk siam membutuhkan modal yang cukup besar untuk biaya pemeliharaan dan proses pemasaran yang melibatkan banyaknya lembaga pemasaran mempengaruhi perbedaan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang dilaksanakan pada 1 Juli-10 Agustus 2021. Metode pengambilan data menggunakan pendekatan kuantitatif dan pendekatan kualitatif. Pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* dengan menggunakan rumus slovin tingkat kesalahan sebesar 15% ditemukan hasil 40,5 sehingga pengambilan jumlah sampel dibulatkan menjadi 40 responden. Sedangkan dalam menentukan responden lembaga pemasaran menggunakan metode *snow ball sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan wawancara atau korespondensi. Jumlah petani sampel yaitu sebanyak 40 petani jeruk siam.

Analisis Penerimaan dan Pendapatan

Total penerimaan ialah merupakan nilai produk total yang diterima petani atau pengusaha (Debertin, 1986 dalam Satriajaya, 2019). Penerimaan total ialah merupakan perkalian antara

tingkat harga yang terjadi di pasar dengan jumlah output yang dihasilkan (Masyhuri, 2007). Secara matematis total penerimaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$TR = P.Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue/Total Penerimaan (Rp)

P = Price/harga (Rp)

Q = Quantity/Jumlah Produksi

Pendapatan ialah sejumlah uang yang diperoleh petani dari kegiatan usahatani jeruk siam yang dihitung mulai penanaman bibit hingga jeruk panen, serta terdiri dari pendapatan bersih dan pendapatan kotor (penerimaan). Pendapatan dinyatakan dalam satuan rupiah/hektar. Perhitungan untuk menentukan pendapatan menggunakan rumus sebagai berikut (Maha Rianti T.S, 2019):

$$I = TR-TC$$

Keterangan:

I = Income / Pendapatan (Rp)

TR = Total Revenue / Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Cost / Total Biaya (Rp)

Analisis R/C Ratio

Analisis R/C Ratio Dalam batasan besaran nilai R/C dapat diketahui apakah suatu usaha tersebut menguntungkan atau tidak menguntungkan. Analisis R/C ratio merupakan analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kelayakan suatu kegiatan usahatani yang dilakukan oleh petani. R/C ratio ialah sebuah besaran nilai yang menunjukkan perbandingan antara Penerimaan usaha (Revenue=R) dengan Total Biaya (Cost=C). Analisis R/C ratio dapat dirumuskan sebagai berikut (Putri E. A., Suwandari A., Ridjal J. A., 2015):

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

Menurut Asnidar dan Asrida, (2017) analisis kelayakan sebagai berikut: Apabila R/C ratio > 1, maka usahatani yang dijalankan efisien atau layak untuk dikembangkan. Apabila R/C ratio < 1, maka usahatani yang tersebut tidak efisien atau tidak layak untuk dikembangkan. Apabila R/C ratio = 1, maka usahatani tersebut berada pada titik impas (Break Event Point).

Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran

Menurut (Sudiono et al., 2001), untuk menghitung margin di gunakan rumus:

$$Mp = Pr - Pf \text{ atau } Mp = Bp + Kp$$

Keterangan:

Mp = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat Produsen (Rp/Kg)

Bp = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Kp = Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

Distribusi margin pemasaran dapat diketahui menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DMKi = \frac{Ki}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$DMBi = \frac{Bi}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan:

DM = Distribusi Margin

Ki = Keuntungan lembaga pemasaran i

Bi = Biaya pemasaran dari lembaga pemasaran i

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir

Pf = Harga di tingkat petan

Untuk menghitung bagian yang diterima petani dalam bentuk peresentase (%) menggunakan rumus:

$$Fs = \frac{pf}{pr} \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs = Persentase bagian yang diterima petani jeruk (farmer's share)

Pf = Harga di tingkat petani jeruk (Rp/Kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)

menurut (Sudiono, 2001), besarnya bagian biaya (Sbi) dan bagian keuntungan (Ski) masing-masing lembaga pemasaran yang digunakan sebagai berikut:

$$Sbi = \frac{bi}{Pr} \times 100\%$$

$$Ski = \frac{ki}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Sbi = Share (bagian) biaya lembaga pemasaran ke-i

Ski = Share keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Bi = Biaya lembaga pemasaran ke-i

Ki = Keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Menurut (Soekartawi, 1995) Efisiensi margin pemasaran nilai efisiensi margin pemasaran dapat dihitung menggunakan persamaan rumus sebagai berikut :

$$EP = \frac{Mjt}{Hta} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = efisiensi margin pemasaran

Mjt = margin total potensi

Hta = Harga ditingkat konsumen akhir/lembaga diatasnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Efisiensi Usahatani Jeruk Siam

Untuk menjawab tujuan kesatu, yaitu analisis usahatani adalah perhitungan seluruh biaya yang diperlukan dalam suatu proses produksi dan penerimaan yang bertujuan untuk mengetahui keuntungan dan kelayakan usahatani tersebut agar petani dapat memperkirakan apakah usahatani yang dilakukan merugikan atau menguntungkan. Perhitungan analisis usahatani jeruk siam dilakukan hanya satu kali musim panen pada tahun 2021 dimana tujuannya untuk mengetahui keuntungan dalam waktu tersebut. Umur jeruk dalam penelitian ini berkisar dari umur 6 sampai 8 tahun. Menurut sifatnya biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 1. Rata-Rata Pendapatan Usahatani Jeruk Siam

No	Keterangan	Nilai
1	Biaya Tetap	982,529
2	Biaya Variabel	5,209,749

3	Total Biaya	6,192,278
4	Total Penerimaan	36,780,641
5	Pendapatan	30,588,363

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pendapatan yang diperoleh petani jeruk siam per ha dalam satu musim panen yaitu sebesar Rp 30,588,363. Pendapatan tersebut berasal dari hasil pengurangan antara rata – rata total penerimaan yaitu sebesar Rp 36,780,641 dengan rata – rata total biaya yang dikeluarkan oleh petani per ha dalam satu musim panen yaitu sebesar Rp 6,192,278 dimana rata – rata total biaya didapatkan dari penjumlahan rata – rata total biaya tetap dengan rata – rata total biaya variabel. Tingginya produksi dan harga jual akan mempengaruhi besarnya penerimaan pada usahatani jeruk siam tersebut. Apabila penerimaan suatu usahatani tinggi belum tentu pendapatan usahatani tersebut juga tinggi, hal tersebut tergantung juga pada besar kecilnya biaya usahatani yang dikeluarkan oleh petani.

Tabel 2. Efisiensi Usahatani Jeruk Siam

No	Keterangan	Nilai
1	Total Penerimaan	36.780.641
2	Total Biaya	6.192.278
	R/C ratio	5,94

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa penerimaan total usahatani jeruk siam adalah Rp 36,780,641 dengan rata – rata total biaya Rp 6,192,278 dan nilai efisiensinya sebesar 5,94, sehingga dapat dikatakan bahwa usahatani jeruk siam sudah efisien untuk diusahakan dan dikembangkan. Efisien yang dimaksud yaitu bahwa setiap penerimaan usahatani yang diterima oleh petani jeruk siam sudah mampu menutupi besarnya biaya yang dikeluarkan dalam mengerjakan usahatani tersebut atau dapat pula diartikan bahwa satu rupiah biaya yang dikeluarkan oleh petani jeruk siam mampu menghasilkan penerimaan sebesar 5,94 rupiah.

Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran

Secara umum dari penelitian yang dilakukan, lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran jeruk siam di Desa Selorejo diantaranya petani sebagai produsen lalu tengkulak, pedagang besar dan pengecer hingga sampai ke konsumen. Dalam Penelitian diketahui terdapat dua saluran yaitu pada saluran I pemasaran jeruk siam yaitu dari petani ke tengkulak, ke pedagang besar, ke pengecer lalu ke konsumen akhir. Pada saluran ke II petani ke pedagang besar, ke pengecer lalu ke konsumen akhir.

Tabel 3. Perbandingan Share, Margin Pemasaran, Distribusi Margin Jeruk Siam Desa Selorejo Kec. Dau

No	Keterangan	Saluran I	Saluran II
1	Harga Jual Petani	5.965	6.217
2	Harga jual Konsumen Akhir	9.406	8.939
3	Share, Petani (%)	63,41	69,55
4	Margin Pemasaran (Rp)	3.441	2.722
5	Share, Keuntungan (%)		
	Tengkulak	14,93	

	<i>Pedagang Besar</i>	14,24	11,87
	<i>Pengecer</i>	16,50	17,03

Sumber: Data primer diolah 2021

pada saluran I harga jual di tingkat petani sebesar Rp 8.24/Kg. Pada saluran pemasaran II harga ditingkat petani sebesar Rp 8.057/Kg. Harga jual konsumen akhir pada saluran I sebesar Rp 13.006/Kg dan saluran pemasaran II sebesar Rp 12.552/Kg dapat dibandingkan yang paling tinggi yaitu pada saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan karena panjangnya rantai pemasaran masing-masing lembaga pemasaran yang mengambil keuntungan sehingga mengakibatkan harga jual pada konsumen akhir paling tinggi.

Tabel 4. Bagian Hasil Petani (Share) dan Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam Desa Selorejo Kec. Dau

No	Keterangan	Saluran I	Saluran II
1	Harga Jual ditingkat Petani	5,965	6,217
2	Harga ditingkat konsumen akhir	9,406	8,939
3	Margin Total pemasaran	3,441	2,722
4	Bagian Hasil Petani (<i>Share</i>) (%) = $\frac{pf}{pr} \times 100\%$	63.41	69.55
5	Efisiensi Margin Pemasaran (%) = $\frac{MJt}{Hta} \times 100\%$	36.59	30.45

Sumber: Data primer diolah 2021

Berdasarkan kedua saluran pemasaran diatas dapat dilihat share harga jual petani terhadap konsumen akhir yang paling besar terdapat pada saluran II (Petani – Pedagang Besar – Pengecer - Konsumen) yaitu sebesar 64,19 %, sedangkan share harga jual petani pada saluran I (Petani – Tengkulak - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen) yaitu sebesar 61,69. Untuk margin pemasaran saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp 4.928/Kg dan pada saluran pemasaran II sebesar Rp 4.496/Kg. Sehingga share harga yang diterima petani saluran II lebih tinggi dari pada saluran I. Share keuntungan terbesar diperoleh pengecer pada saluran I.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. R/C ratio tinggi disebabkan oleh biaya tetap dan biaya variabel tidak diperhitungkan dari awal penanaman sampai tahun 2021. Maka di dalam analisis r/c ratio adalah perhitungan berfokus pada satu kali musim panen tahun 2021.
2. Penerimaan usahatani jeruk siam sebesar Rp 36.780.641/Ha dalam satu kali musim panen. Rata-rata total biaya usahatani jeruk siam sebesar Rp 6.192.278, sedangkan rata-rata pendapatan sebesar Rp 30.588.363/Ha dalam satu kali musim panen. Pada usahatani jeruk siam didapatkan R/C ratio sebesar 5,94 artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp 1, mampu menghasilkan penerimaan sebesar Rp 5,94. R/C Ratio ini menjelaskan bahwa usahatani jeruk siam di Desa Selorejo Kecamatan Dau efisien untuk diusahakan dan dikembangkan.
3. Margin pemasaran I sebesar Rp. 3.441 dan margin pemasaran II sebesar Rp. 2.722. *Share* petani saluran pemasaran I sebesar 63,41%, sedangkan share petani saluran pemasaran II sebesar 69,55%. Nilai π/c saluran I untuk tengkulak 14,93%, pedagang besar sebesar 14,24%, dan pedagang pengecer sebesar 16,50%. Nilai π/c saluran II untuk pedagang besar 11,87%, dan pedagang pengecer 17,03%.

4. Saluran pemasaran jeruk siam yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai marginnya yang kecil pada saluran pemasaran II yaitu sebesar Rp. 2.722 dibandingkan dengan pada saluran I yaitu sebesar Rp. 3.441.

Saran

1. Usahatani jeruk siam di Desa Selorejo Kecamatan Dau sudah efisien sehingga perlu dipertahankan agar usahatani jeruk siam tetap efisien dan tidak merugikan. Pemerintah hendaknya memberikan perhatian pada usahatani jeruk siam seperti pembagian pupuk subsidi yang merata mengingat potensi yang dimiliki diwilayahnya dan hasil dari usahatani jeruk dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga petani.
2. Perlunya informasi pasar pada petani untuk melepas ketergantungan dari satu tengkulak, dengan cara menjual hasil usahatani jeruk siam pada tengkulak lain. Hal ini dimaksud agar terjadi persaingan permintaan di tingkat tengkulak, sehingga dapat menaikkan harga jual petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnindar & Asrida. 2017. Analisis Kelayakan Usaha Home Industry Kerupuk Opak di Desa Paloh Meunasah Dayah Kecmatan Muara Satu Kabupaten Aceh Utara. Jurnal S. Pertanian 1 (1): 39 – 47.
- Debertin, D. 1986. Agricultural Production Economics. Macmillan Publishing Company. London.
- Koestiono, D. dan A. Agil. 2010. Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Manis. Agrise 10(1):26-38.
- Masyhuri. 2007. Ekonomi Mikro. UIN – Malang Press: Malang.
- Maha Rianti, T. S. 2019. Operation Research. UNISMA. Malang.
- Pangemanan, L, dkk. 2011. “Analisis Pendapatan Usahatani Bunga Potong”. Jurnal Sosio Ekonomi. Vol. 7 No. 2, Mei 2011. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Putri, E. A., Suwandari, A., Ridjal, J.A. 2015. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Biaya Usahatani Tembakau Maesan 2 di Kabupaten Bondowoso. JSEP Vol. 8 No. 1.
- Ria Umuroyana. 2019. “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Jeruk Siam (Citrus Reticulata) di Desa Bunga Tanjung Kecamatan Betara Kabupaten Jabung Barat*”. skripsi thesis, Universitas Batanghari Soekartawi, 2006. Agribisnis Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi, 1995, Analisis Usaha Tani, UI-Press, Jakarta.
- Sudiono, 2001. Ekonomi Pertanian. Jakarta: Penebar Swadaya