

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DAN MARGIN PEMASARAN JERUK GERGA (CITRUS NOBILIS L. VAR RGL) DI KECAMATAN TOPOS KABUPATEN LEBONG PROVINSI BENGKULU

Joti Pauzia¹⁾, Redy Badrudin²⁾, Ellys Yuliarti³⁾

^{1,2,3)}Program Studi Agribisnis Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas
Pertanian Universitas Bengkulu,
Jalan WR Supratman, Kandang Limun, Kota Bengkulu

Email korespondensi : jotifauzia547@gmail.com

ABSTRACT.

Analysis of Channels, Distribution, and Marketing Margins of Gerga Oranges (*Citrus sp*) in Topos District, Lebong Regency, Bengkulu Province. This study aims to examine the marketing channels, distribution, marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency of Gerga oranges in Topos District. The research was conducted with Gerga orange farmers in Topos District. A total of 34 respondents were sampled using a census method due to the population being less than 100. In this case, the entire population was used as respondents, and data was collected through direct interviews using a questionnaire. The analysis methods used include marketing channel analysis, distribution analysis, marketing margin analysis, farmer's share analysis, and marketing efficiency analysis. Based on the research results, it was found that there are three marketing channels for Gerga oranges in Topos District. The lowest marketing margin was found in the third-level channel at IDR 3,500 per kilogram. The highest farmer's share was also in the third-level channel at 65%. The third-level channel was the most efficient, with a lower efficiency value of 3.55%.

Keywords: Marketing Channels, Distribution, Marketing Margins, Farmer's Share, and Marketing Efficiency.

ABSTRAK

Analisis Saluran, Distribusi dan Margin Pemasaran Jeruk Gerga (*Citrus sp*) di Kecamatan Topos Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran, distribusi pemasaran, margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran dari jeruk gerga di Kecamatan Topos. Penelitian ini dilakukan terhadap petani jeruk gerga yang ada di Kecamatan Topos. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 34 responden dengan menggunakan metode sensus yang kurang dari 100. Dimana seluruh populasi dalam hal ini dijadikan sebagai responden, data dikumpulkan melalui wawancara langsung menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis saluran pemasaran, analisis distribusi, analisis margin pemasaran, analisis farmer's share dan analisis efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat tiga saluran pemasaran jeruk gerga di Kecamatan Topos. Margin pemasaran terendah terdapat pada saluran tingkat tiga sebesar Rp3.500/kg. Farmer's share terbesar terdapat pada saluran tiga sebesar 65%. Saluran tingkat tiga merupakan saluran yang lebih efisien, karena memiliki nilai efisiensi yang lebih rendah yaitu sebesar 3,55%.

Kata kunci: Saluran pemasaran, distribusi pemasaran, margin pemasaran, Bagi hasil petani, efisiensi pemasaran

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan salah satu sektor utama di Indonesia. Indonesia mempunyai

iklim dan lahan yang potensial untuk pertanian, sehingga mengembangkan usaha pertanian merupakan prospek yang cukup bagus. Pada sektor pertanian banyak orang yang menggantungkan mata pencaharian untuk memenuhi dan menghidupi keluarganya. Sektor pertanian juga merupakan penyumbang devisa terbesar untuk negara. Karena sektor pertanian dianggap sebagai penyedia lapangan kerja dan banyak komoditi pertanian yang diperdagangkan ke luar negeri untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Internasional.

Salah satu komoditas penting pada sektor pertanian yang ada di Kabupaten Lebong yaitu komoditas jeruk gerga. Jeruk gerga ini adalah salah satu komoditi yang berperan penting untuk meningkatkan perekonomian daerah. Ini karena keadaan iklim dan tanah yang sangat mendukung serta banyak masyarakat yang membudidayakannya dan menjadikannya sebagai mata pencaharian.

Weni Rahayu (2018) menyatakan jeruk gerga merupakan jenis jeruk keprok yang dapat berbuah sepanjang tahun, jeruk berwarna kuning jingga ini memiliki ukuran yang cukup besar, yaitu berkisar 200-350 gram setiap buah. Biasanya satu kilogram jeruk gerga berisi antara 3-5 buah. Jeruk gerga memiliki rasa yang manis dan segar dengan kandungan sari buah yang cukup tinggi sehingga mempunyai potensi pasar yang baik dibandingkan dengan jeruk keprok lainnya. Buah jeruk gerga dapat bertahan lama, yaitu berada di suhu ruang hingga satu bulan. Hal itu disebabkan oleh kulitnya yang cukup tebal. Dan tanaman ini berbuah sepanjang tahun. Dalam satu pohon terdapat 4-6 generasi/tingkatan, yaitu bunga, buah muda, hingga buah siap panen.

Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh saluran pemasaran. Karena setiap saluran pemasaran memiliki biaya berbeda yang dikeluarkan, petani harus memahami saluran pemasaran mana yang terbaik dan saluran mana yang paling efektif. Semakin panjang saluran pemasarannya maka semakin kecil pula keuntungan yang didapat petani, sebaliknya jika semakin pendek saluran pemasaran maka biaya dikeluarkan pun semakin sedikit dan diharapkan memberikan keuntungan bagi petani (Baru *et al.*, 2019).

Saluran pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses memasarkan suatu produk dari produsen hingga ke konsumen akhir. Saluran pemasaran yang digunakan harus merupakan alat yang efisien untuk mencapai sasaran. Dalam memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien (Arjuna Hasudungan *et al.*, 2020). Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan (Su'udi, 2018).

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Pemasaran sendiri berfungsi untuk menghubungkan produsen dengan konsumen yang dikenal juga sebagai distribusi. Distribusi merupakan salah satu komponen yang paling penting, dikarenakan apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan ini dapat memperlambat bahkan mempersulit usaha penyaluran barang maupun jasa dari produsen ke konsumen (Mutiara & Nurhantanto, 2017).

(Arianty & Masyhura (2019) menyatakan distribusi merupakan kegiatan pemasaran

yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan seperti jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan (Arianty & Masyhura, 2019). Proses pendistribusian tersebut terangkai dalam sistem pemasaran (Wahyu Ziaulhaq, 2022).

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga antara lembaga pemasaran yang pada dasarnya merupakan pertumbuhan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga (Mandala *et al.*, 2016). Besar kecilnya margin pemasaran ditentukan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran (Fauzi *et al.*, 2019).

Saluran pemasaran dan margin pemasaran jeruk sangat penting untuk diketahui dalam suatu kawasan pengembangan jeruk. Di Provinsi Bengkulu khususnya Kabupaten Lebong merupakan salah satu daerah yang memiliki aneka potensi yang menunjang perekonomian nasional, baik itu potensi pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan maupun kehutanan. Wilayah Kabupaten ini merupakan daerah yang cocok untuk pengembangan berbagai jenis tanaman hortikultura seperti jeruk dalam bidang pertanian, salah satu jenis jeruk yang dikembangkan di Kabupaten Lebong adalah Jeruk Gerga Lebong (JGL).

Djoko Koestiono (2010) menyatakan 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.

Saluran pemasaran yang efisien dapat dilihat dari panjang pendeknya saluran pemasaran dan lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya, dimana semakin panjangnya saluran pemasaran menyebabkan tidak efisien (Awaliyah & Saefudin, 2020). Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (heriansyah, 2018).

Husnarti & Ranti (2018) menyatakan *farmer's share* adalah hubungan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan umumnya dinyatakan dalam bentuk persentase. Semakin banyak lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran maka akan semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan dan semakin besar perbedaan harga yang harus dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen. Dengan mengetahui bagian yang diterima petani kita dapat melihat keterkaitan antara pemasaran dan proses produksi (Heribertus *et al.*, 2021). Semakin tinggi nilai *farmer's share* maka nilai margin pemasaran semakin rendah, begitu pula sebaliknya (Fatmawati & Zulham, 2019).

Pola pemasaran jeruk di Kecamatan Topos berawal dari petani sampai konsumen. Panjangnya saluran pemasaran yang harus dilalui, mengakibatkan pemasaran jeruk menjadi kurang efisien. Sampai saat ini saluran distribusi jeruk di Kecamatan Topos sering kali menjumpai beberapa kendala dalam memasarkan jeruk, diantaranya mencakup pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang digunakan, besar margin pemasaran, dan keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran dalam budidaya jeruk. Hal ini sangat mempengaruhi terhadap jalannya proses pemasaran Jeruk di Kelurahan Topos.

METODELOGI

Lokasi penelitian dilakukan yaitu di Kecamatan Topos Kabupaten Lebong Provinsi Bengkulu. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja *purposive* dengan pertimbangan bahwa lokasi tersebut terdapat petani jeruk gerga. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Mei – 20 Juni 2023. Baik data primer maupun data sekunder digunakan dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini. Data sekunder dikumpulkan dari sumber-sumber literatur dan Profil Kecamatan, sedangkan data primer diperoleh dari proses wawancara dengan menggunakan kuesioner. sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode sampling jenuh atau sensus yang kurang dari 100. Dimana seluruh populasi dalam hal ini dijadikan sebagai responden. Hal ini dipilih karena populasi petani jeruk gerga di kelurahan Topos sebanyak 34 petani Sedangkan untuk penentuan lembaga pemasaran ditentukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* yaitu dengan menelusuri saluran pemasaran jeruk gerga di daerah penelitian berdasarkan informasi yang didapat dari pelaku pasar sebelumnya dari tingkat produsen sampai konsumen akhir.

Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Selanjutnya mengorganisasikan ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh dirinya maupun orang lain (Sugiyono, 2019). Data yang sudah didapatkan dan dikumpulkan dari lapangan, lalu data tersebut akan dianalisis secara kuantitatif dan kualitatif.

1. Saluran dan Distribusi Pemasaran

Data yang diperoleh melalui wawancara serta observasi lapangan, ditabulasikan terlebih dahulu dan kemudian dianalisis dengan alat uji yang sesuai. Saluran pemasaran diidentifikasi menggunakan metode deskriptif yaitu dengan menguraikan proses jual beli jeruk gerga dari petani hingga ke konsumen akhir

2. Margin pemasaran

Margin pemasaran yaitu perbedaan antara harga yang diterima oleh konsumen dengan yang diterima petani (produsen). Perbedaan tersebut terjadi akibat adanya biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan. Dibawah ini merupakan rumus dari margin pemasaran:

- a. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus sebagai berikut :

Menurut Lubis & Supriana (2021) rumus dari margin pemasaran bisa dilihat sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Mi = Margin pemasaran tingkat ke-i (Rp/Kg)

Psi = Harga jual pasar tingkat ke-i (Rp/Kg)

Pbi = Harga beli pasar tingkat ke-i (Rp/Kg)

i = 1,2,3,...,n

- b. Untuk mengetahui besarnya keuntungan pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus :

$$\Pi = Mi - TC \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

Π = keuntungan lembaga pemasaran (Rp /kg)

Mi = Margin lembaga Pemasaran (Rp/kg)

TC = Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran Total (Rp/kg)

3. Farmer's Share dan Efisiensi Pemasaran

a. Farmer's Share

Farmer's Share yaitu besarnya bagian dari harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Atau imbalan yang diterima oleh petani atas usahatannya. Farmer's share dapat dihitung dengan rumus :

$$Fs = \frac{Pr}{Pc} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

Fs = Bagian yang diterima petani (%)

Pr = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

Pc = Harga di tingkat konsumen (Rp/Kg) (Wowiling, 2019).

b. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran terhadap total nilai produk (harga beli konsumen) yang dirumuskan sebagai berikut (Soekartawi, 2009). Rantai pemasaran yang panjang cenderung mempengaruhi kualitas produk, besarnya margin pemasaran dan harga baik di tingkat petani maupun tingkat konsumen (Koyyim, 2017).

$$Ep = \frac{Bp}{He} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

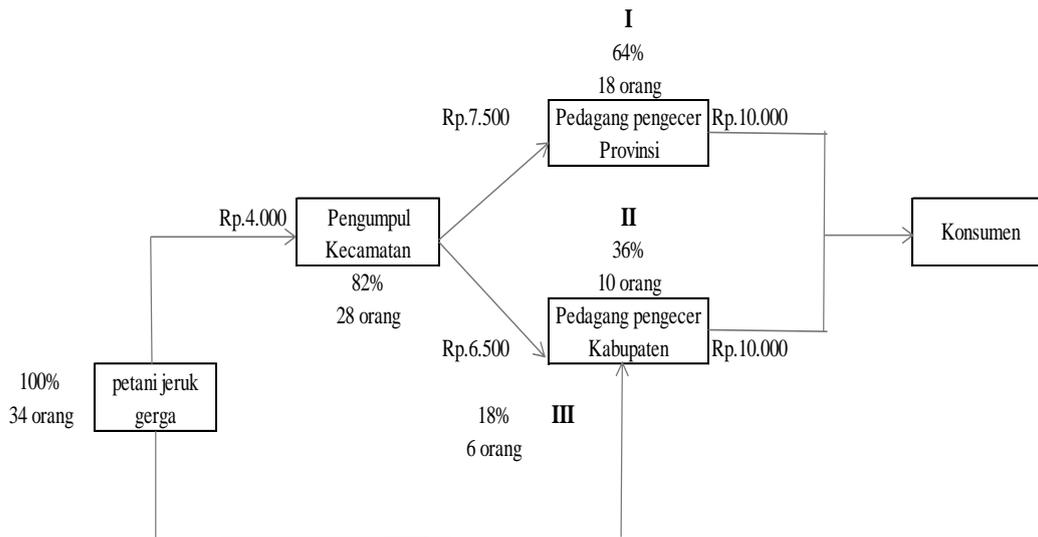
Bp = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

He = Total nilai produk yaitu harga beli pada konsumen (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Margin Pemasaran

Aktivitas saluran pemasaran jeruk gerga dari petani sampai ke konsumen diperlukan peran lembaga pemasaran yang berperan penting dalam menyalurkan hasil produksi jeruk gerga dalam kegiatan pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saluran pemasaran jeruk gerga di Kecamatan Topos disalurkan petani ke berbagai lembaga pemasaran yang ada. Berikut ini merupakan alur saluran pemasaran jeruk gerga:



Gambar 1. Saluran pemasaran jeruk gerga

Terdapat 3 Saluran pemasaran jeruk gerga yaitu saluran pemasaran pertama, kedua, dan ketiga. ketiga saluran pemasaran tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Saluran pemasaran jeruk gerga

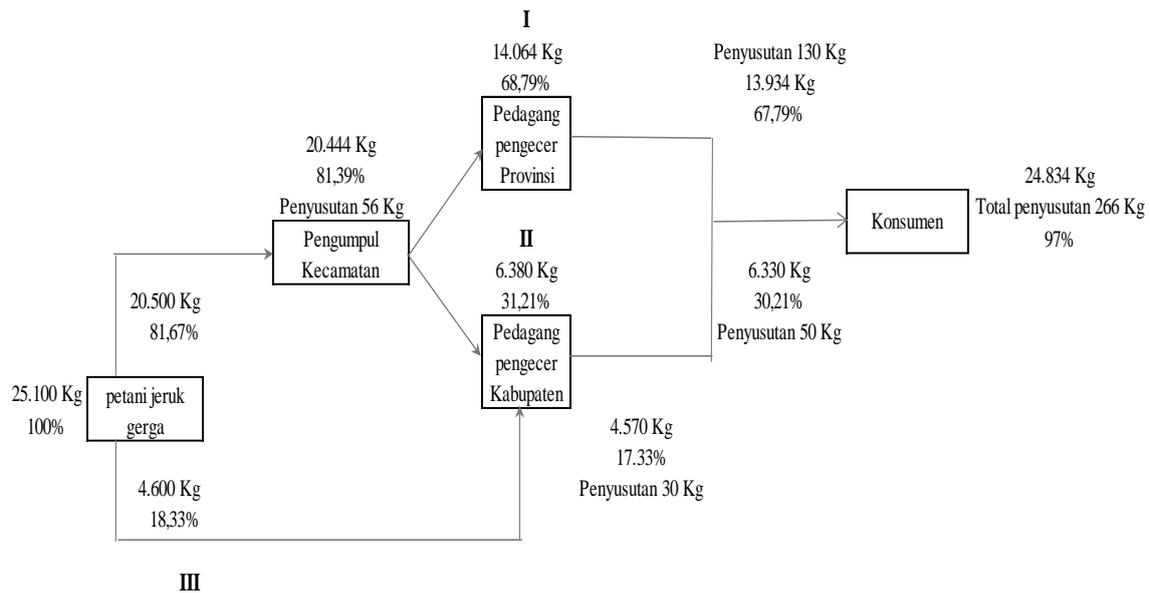
Saluran pemasaran	Pola pemasaran jeruk gerga
Saluran pertama	Petani jeruk gerga - Pengumpul kecamatan - Pedagang pengecer provinsi – Konsumen
Saluran kedua	Petani jeruk gerga - Pengumpul kecamatan - Pedagang pengecer kabupaten - Konsumen
Saluran ketiga	Petani jeruk gerga - Pedagang pengecer kabupaten – Konsumen

Dari gambar 1 diketahui bahwa terdapat tiga saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Topos yaitu saluran pemasaran pertama, saluran pemasaran kedua, dan saluran pemasaran ketiga. Di mana pada proses saluran pemasaran terdapat 28 petani yang menjual jeruk gerga ke pengumpul kecamatan dan 6 petani menjual langsung jeruk gerga ke pedagang kabupaten.

Pada saluran pertama dan kedua terdapat 28 petani yang menjual jeruk gerga kepada pengumpul kecamatan dengan harga Rp4.000/kg. Pada saluran pertama dari petani jeruk gerga kemudian pengumpul kecamatan menjual ke pedagang provinsi sebanyak 64% dengan harga Rp7.500/kg kemudian pedagang provinsi menjual jeruk gerga kepada konsumen akhir dengan harga Rp10.000/kg. Pada proses saluran kedua dari petani ke pengumpul kecamatan kemudian menjual jeruk gerga ke pedagang pengecer kabupaten sebanyak 36% dengan harga Rp6.500/kg kemudian pedagang kabupaten menjual jeruk gerga kepada konsumen akhir dengan harga Rp10.000/kg.

Pada proses saluran ketiga terdapat 6 petani yang menjual jeruk gerga ke pedagang pengecer kabupaten dengan harga Rp6.500/kg kemudian pedagang kabupaten menjual atau memasarkan jeruk gerga ke konsumen dengan harga Rp10.000/kg.

Distribusi Pemasaran



Gambar 2 Saluran Distribusi Pemasaran Jeruk Gerga

Saluran pemasaran pertama jumlah jeruk gerga yang disalurkan dari petani ke pengumpul kecamatan sebanyak 20.500 kg dengan persentase 81,67% di mana ada penyusutan 56 kg 0,28% jadi total produksi jeruk gerga di pengumpul kecamatan sebanyak 20.444 kg dengan persentase 81,39% . Kemudian pengumpul kecamatan menyalurkan jeruk gerga ke pedagang pengecer provinsi sebanyak 14.064 kg dengan persentase 68,79% kemudian pedagang pengecer provinsi menyalurkan jeruk gerga ke konsumen akhir sebesar 13.934 kg dengan persentase 66,79% di mana ada penyusutan jeruk gerga sebanyak 130 kg sekitar 1%. Pada saluran kedua Pengumpul kecamatan menyalurkan jeruk gerga ke pedagang pengecer kabupaten sebanyak 6.380 kg dengan persentase 31,21% selanjutnya pedagang pengecer kabupaten menyalurkan jeruk gerga ke konsumen akhir sebanyak 6.330 kg dengan persentase 30,21%, di mana terdapat penyusutan jeruk gerga sebanyak 50 kg atau sekitar 1%. Pada saluran pemasaran ketiga jumlah jeruk gerga yang disalurkan petani ke pedagang pengecer kabupaten sebesar 4.600 kg dengan persentase 18,33%. Kemudian pedagang pengecer kabupaten menyalurkan jeruk gerga ke konsumen akhir sebesar 4.570 kg dengan persentase 17,33%, di mana ada penyusutan sebesar 30 kg sekitar 1%.

Total petani menyalurkan jeruk gerga sebanyak 25.100 kg (100%), di mana petani menyalurkan jeruk gerga melalui perantara atau lembaga pemasaran terdapat penyusutan jeruk gerga sebanyak 266 kg atau sekitar 3%. Dimana pada saluran tingkat satu penyusutannya sebanyak 1%, pada saluran tingkat dua penyusutannya sebanyak 1% dan pada saluran tingkat tiga penyusutannya sebanyak 1%. Jeruk gerga yang diterima oleh konsumen hanya sebanyak 24.834 kg atau sekitar 97% yang dijual.

Margin Pemasaran

Adapun margin pemasaran saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga dapat dilihat pada Tabel 2:

Tabel 2. Margin Saluran Pemasaran Pertama, Kedua dan Ketiga

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)			Total Biaya (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Margin Keuntungan (Rp/Kg)	Share Margin (%)
				Place Utility	Time Utility	Form Utility				
1	Petani jeruk gerga		4.000	102	0	0	102			40,00%
	Pengumpul kecamatan	4.000	7.500	278	56	150	484	3.500	3.016	35,00%
	Pedagang pengecer Provinsi	7.500	10.000	0	111	111	222	2.500	2.278	25,00%
	Konsumen akhir	10.000								
	Total						808	6.000	5.294	100,00%
2	Petani jeruk gerga		4.000	102	0	0	102			40,00%
	Pengumpul kecamatan	4.000	6.500	188	56	157	401	2.500	2.099	25,00%
	Pedagang pengecer Kabupaten	6.500	10.000	0	100	31	131	3.500	3.369	35,00%
	Konsumen akhir	10.000								
	Total						634	6.000	5.468	100,00%
3	Petani jeruk gerga		6.500	197	0	46	243			65,00%
	Pedagang pengecer Kabupaten	6.500	10.000		81	31	112	3.500	3.388	35,00%
	Konsumen akhir	10.000								
	Total						355	3.500	3.388	100%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari Tabel 2 diketahui bahwa margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran pertama sebesar Rp6.000/kg sama dengannya margin pemasaran pada saluran kedua sebesar Rp6.000/kg dan margin pemasaran ketiga sebesar Rp3.500/kg. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi margin pemasarannya, semakin pendek saluran pemasaran maka semakin rendah margin pemasaran tersebut. Margin keuntungan yang didapat pada saluran pertama sebesar Rp5.294/kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp808kg. Sedangkan margin keuntungan pada saluran kedua sebesar Rp5.468/kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp634kg, dan margin keuntungan yang didapat pada saluran ketiga sebesar Rp3.388/kg dan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp355/kg. Biaya pemasaran tersebut terdiri dari biaya transport, biaya gudang, biaya karung, biaya plastik dan biaya tenaga kerja.

Farmer's Share

Adapun farmer's share saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga dapat dilihat pada Tabel 3:

Tabel 3. Farmer's Share Saluran Pemasaran Pertama, Kedua dan Ketiga

Saluran Pemasara	Harga Petani (Rp/Kg)	Harga di Konsumen Akhir (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	4.000	10.000	40
2	4.000	10.000	40
3	4000 + (2.500)	10.000	65

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari Tabel 3 diketahui bahwa farmer's share pada saluran pertama sebesar 40%, pada saluran kedua sebesar 40%, dan untuk saluran ketiga lebih besar dari saluran tingkat satu dan dua yaitu sebesar 65%. Artinya bagian yang diterima petani pada saluran tingkat tiga cukup tinggi, walaupun petani tidak menerima seluruh bagiannya atas hasil yang mereka peroleh karena ada biaya yang digunakan oleh lembaga pemasaran yaitu biaya transport, biaya plastik, biaya tenaga kerja, dan biaya gudang. Semakin tinggi kontribusi untuk petani maka semakin tinggi pula bagian yang diterima oleh petani.

Efisiensi Pemasaran

Adapun efisiensi pemasaran saluran pemasaran pertama, kedua dan ketiga dapat dilihat pada Tabel 4:

Tabel 4. Efisiensi Saluran Pemasaran Pertama, Kedua dan Ketiga

Saluran Pemasara	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran	Efisiensi Pemasaran (%)
1	10.000	808	8,08
2	10.000	634	6,34
3	10.000	355	3,55

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Dari tabel 4 diketahui ketiga saluran pemasaran jeruk gerga di Kecamatan Topos efisien, namun saluran ketiga merupakan saluran pemasaran paling efisien. Hal ini dikarenakan pada saluran ketiga adalah saluran pemasaran yang paling pendek, dan margin yang didapat lebih kecil, serta biaya pemasaran pada saluran ini lebih kecil dibandingkan saluran pertama dan kedua. Semakin kecil margin pemasaran maka saluran tersebut semakin efisien dan sebaliknya. Semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan maka semakin efisien saluran tersebut dan sebaliknya.

KESIMPULAN

1. Terdapat tiga saluran pemasaran jeruk gerga di Kecamatan Topos, yaitu saluran pertama: petani jeruk gerga - pengumpul kecamatan - pedagang pengecer provinsi - konsumen. Pada saluran kedua: petani jeruk gerga - pengumpul kecamatan - pedagang pengecer kabupaten - konsumen. Pada saluran ketiga: petani jeruk gerga - pedagang pengecer kabupaten - konsumen.
2. Total petani menyalurkan jeruk gerga sebanyak 25.100 kg (100%), petani menyalurkan jeruk gerga melalui perantara atau lembaga pemasaran terdapat penyusutan jeruk gerga 3 % atau 266 kg. Jeruk gerga yang diterima oleh konsumen hanya sebanyak 24.834 kg atau sekitar 97% yang dijual.
3. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pemasaran pertama sebesar Rp6.000/kg sama dengannya margin pemasaran pada saluran kedua sebesar Rp6.000/kg dan margin pemasaran ketiga sebesar Rp3.500/kg. Farmer's share pada saluran pertama yaitu 40%, farmer's share pada saluran kedua juga 40%, dan saluran ketiga memperoleh farmer's share terbesar yaitu 65%. Efisiensi pemasaran pada saluran pertama yaitu 8,08%, untuk pemasaran kedua efisiensi pemasaran sebesar 6,28% dan saluran pemasaran ketiga merupakan saluran yang lebih efisien, karena memiliki nilai efisiensi yang lebih rendah yaitu sebesar 3,56%.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N., & Masyhura. (2019). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. *Proseding Sseminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 257–264. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3620>
- Arjuna Hasudungan, Tety, E., & Eliza. (2020). *Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Citrus Nobilis Lour Var) Di Desa Kuok Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar*. 11, 1–9. <http://dx.doi.org/10.31258/ijae.11.1.30-45>

- Awaliyah, F., & Saefudin, B. R. (2020). Efisiensi Pemasaran Komoditas Mangga Gedong Gincu Di Kabupaten Cirebon. *Paradigma Agribisnis*, 3(1), 1–11. <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/JPA/article/view/3543>
- Baru, H. I. H., Sirma, N., & Un, P. (2019). Analisis Pemasaran Kacang Tanah Di Desa Kuaneum Kecamatan Kupang Barat Kabupaten Kupang. *E-Journal Undana Universitas Nusa Cendana Kupang*, VIII(1), 60–69. <https://ejournal.undana.ac.id/index.php/JEXCEL/article/view/1335>
- Djoko Koestiono, A. A. (2010). Analisis Efisiensi pemasaran jeruk manis. *jurnal agrise*, 10 (1), 23-36. <http://www.ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/mapeta/article/>
- Fatmawati, F., & Zulham, Z. (2019). Analisis Margin Dan Efisiensi Saluran Pemasaran Petani Jagung (*Zea mays*) Di Desa Suka Makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*, 2(1), 19. <https://doi.org/10.32662/gatj.v2i1.488>
- Fauzi, E., Ishak, A., Astuti, H. B., & Musaddad, D. (2019). Saluran dan margin pemasaran jeruk RGL di Kabupaten Rejang Lebong – Bengkulu. *Jurnal Agribisnis*, 21(2), 126–134. <https://doi.org/10.31849/agr.v21i2.3540>
- Gabrienda, G., Murtiningrum, F., & Oktoyoki, H. (2021). Analisis Pemasaran Jeruk Gerga Di Kecamatan Rimbo Pengadang Kabupaten Lebong. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 26(1), 45–55. <https://doi.org/10.32767/jurmek.v26i1.1270>
- Heriansyah, M. (2018). *Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Citrusnobilis) (Studi Kasus Desa Sekoci*. 71.
- Heribertus dkk, 2021. (2021). Efisiensi Pemasaran Jeruk di Desa Banua, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. *Agrimeta*, 11(21), 5–10. <https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/agrimeta/article/view/2200>
- Husnarti, & Ranti, G. (2018). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam Gunung Omeh (JESIGO) di Nagarei Koto Tinggi Kecamatan Gunung Omeh Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Pertanian UMSB*, 2(1), 19–27. <https://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php/agriculture/article/view/1149>. <https://doi.org/10.33559/pertanian%20umsb.v2i1.1149>
- Koyyim, Muhammad (2017) *Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok di Desa Yosowilangun Kidul Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang*. Other thesis, University of Muhammadiyah Malang. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/35347>
- Lubis, R. T., & Supriana, T. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Tani Jeruk Siam (Studi pada Petani Jeruk Siam di Kecamatan Besitang, Kabupaten Langkat, Sumatera *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 1(2), 129–140. <https://journal.inspirasi.or.id/nomicpedia/article/view/89>
- Mandala, Putra; Maharani, Evy; Muwardi, D. (2016). Analisis Pemasaran Jeruk Siam Di Desa Limau Manis Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. *Jom Faperta*, 3(2). <https://www.neliti.com/publications/199953/analisis-pemasaran-jeruk-siam-di-desa-limau-manis-kecamatan-kampar-kabupaten-kam>
- Mutiara, F., & Nurhantanto, D. A. (2017). Efektivitas jalur distribusi penjualan jeruk manis di kecamatan dau, kabupaten malang. *Buana Sains*, 16(2), 173–182. <http://repository.unitri.ac.id/id/eprint/750>.
- Soekartawi. 2009. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Ed. ke-1 Cet. ke-22. PT. Raja Grafindo. Jakarta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Ed. Ke-2 Cet ke-1. Alfabeta. Bandung.
- Su'udi, I. D. (2018). Saluran dan Marjin Pemasaran Gabah Studi Kasus Kecamatan Balen Kabupaten Bojonegoro. *Oryza*, 4(1), 13–20. <https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/oryza/article/view/194>

- Wahyu Ziaulhaq. (2022). Model Manajemen Pemasaran Buah Jeruk Di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat. *Formosa Journal of Science and Technology*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.55927/fjst.v1i2.637>
- Wowiling, C. C., Pangemanan, L. R. J., & Dumais, J. N. K. (2019). Analisis Pemasaran Jagung Di Desa Dimembe Kecamatan Dimembe Kabupaten Minahasa Utara. *Agri-Sosioekonomi*, 14(3), 305. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.14.3.2018.22326>
- Weni Rahayu, 2018. *Budidaya Jeruk Gerga*. Mitra Sarana Edukasi. Bandung.