

**KINERJA PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA CINGKES
KECAMATAN DOLOK SILOU
KABUPATEN SIMALUNGUN**

SKRIPSI

OLEH :

SINCI LIDE SIPAYUNG

198220109



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 4/3/25

Access From (repository.uma.ac.id)4/3/25

**KINERJA PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA CINGKES
KECAMATAN DOLOK SILOU**

KABUPATEN SIMALUNGUN

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis

Fakultas Pertanian Universitas Medan Area



OLEH :

SINCI LIDE SIPAYUNG

198220109

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 4/3/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)4/3/25

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : KINERJA PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA
CINGKES KECAMATAN DOLOK SILOU KABUPATEN
SIMALUNGUN

Nama : SINCI LIDE SIPAYUNG

NPM : 198220109

Fakultas : PERTANIAN

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing



Rika Fitri Ilvira, S.TP, M.Sc

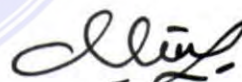
Pembimbing

Diketahui Oleh :



Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP., M.Si

Dekan



Marizha Nurcahayani, S.ST.,M.Sc.

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 26 September 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai Syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagianbagian tertentu dalam skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi lainnya pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



26 September 2024

Sinci Lide Sipayung
NPM : 198220109

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SINCI LIDE SIPAYUNG
NPM : 198220109
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non- Exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Kinerja Pemasaran Jeruk Siam Di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun**" beserta perangkat yang ada (jika dibutuhkan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihkan media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagainya sebagai Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat : Medan, 26 September 2024

Yang menyatakan

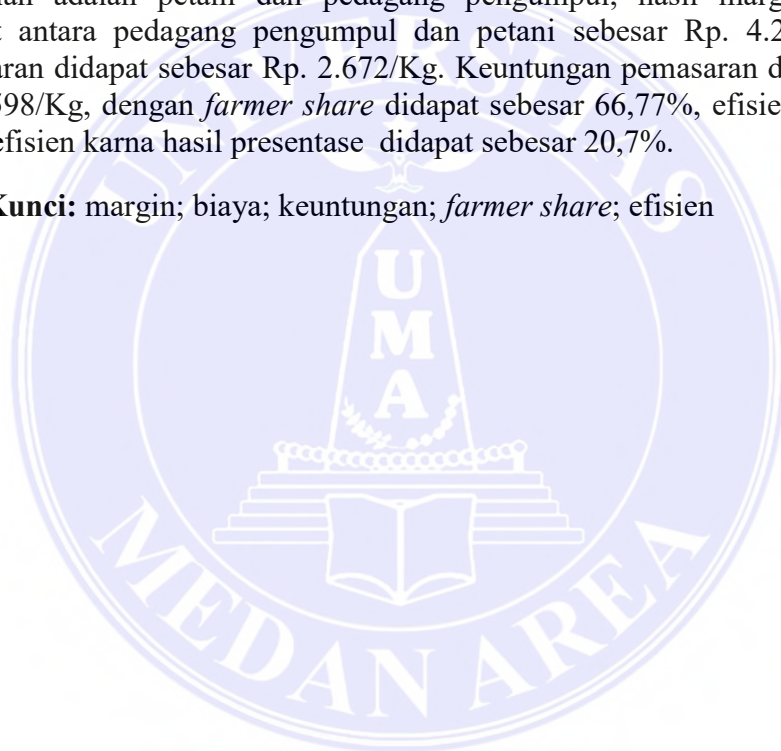


Sinci Lide Sipayung

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, saluran pemasaran, margin pemasaran, biaya dan keuntungan pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran Kabupaten Simalungun. Penelitian ini dilakukan di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 367 petani jeruk siam dengan penentuan responden menggunakan metode *simple random sampling*. Penentuan sampel menggunakan metode *slovin* maka di dapat jumlah sampel 24 petani jeruk siam dan 7 pedagang pengumpul jeruk siam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dengan analisis margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran di lokasi penelitian adalah petani dan pedagang pengumpul, hasil margin pemasaran didapat antara pedagang pengumpul dan petani sebesar Rp. 4.270/Kg. Biaya pemasaran didapat sebesar Rp. 2.672/Kg. Keuntungan pemasaran didapat sebesar Rp. 1.598/Kg, dengan *farmer share* didapat sebesar 66,77%, efisiensi pemasaran sudah efisien karna hasil presentase didapat sebesar 20,7%.

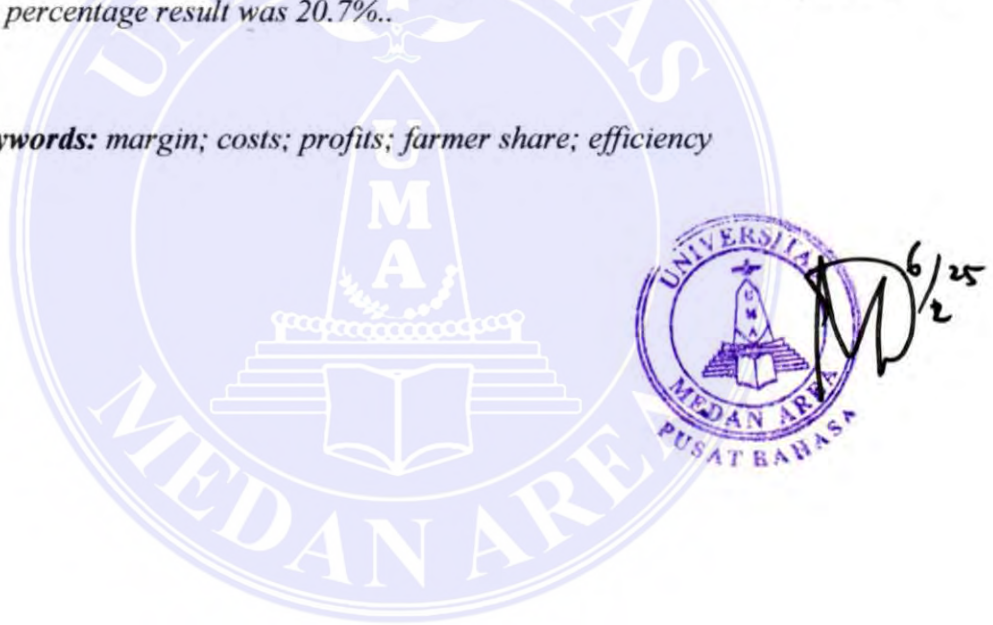
Kata Kunci: margin; biaya; keuntungan; *farmer share*; efisien



ABSTRACT

This research aimed determine the marketing channels, marketing margins, marketing cost and profits, farmer share and marketing efficiency in Simalungun Regency. The research was conducted in Cingkes village, Dolok Silou District, Simalungun Regency. The population in this research consisted of 367 Siam orange farmers, and respondents were determined using the simple random sampling method. The sampel was determined using the Slovin method, resulted in a total sample of 24 Siam orange farmers and 7 Siam orange collecting traders. Data collecting techniques included interviews and documentation. Dta analysis was conducted using marketing margin analysis, marketing cost analysis, marketing profit analysis, farmer share, and marketing efficiency.. The research results showed that the marketing channel at the research location consited of farmers and collecting traders. The marketing margin between collecting traders and farmers was found to be IDR. 4,270/Kg. The marketing costs was IDR Rp. 2,672/Kg and the marketing profit was IDR. 1,598/Kg, with a farmer share of 66.77%. Marketing efficiency was considered efficient as the percentage result was 20.7%..

Keywords: margin; costs; profits; farmer share; efficiency

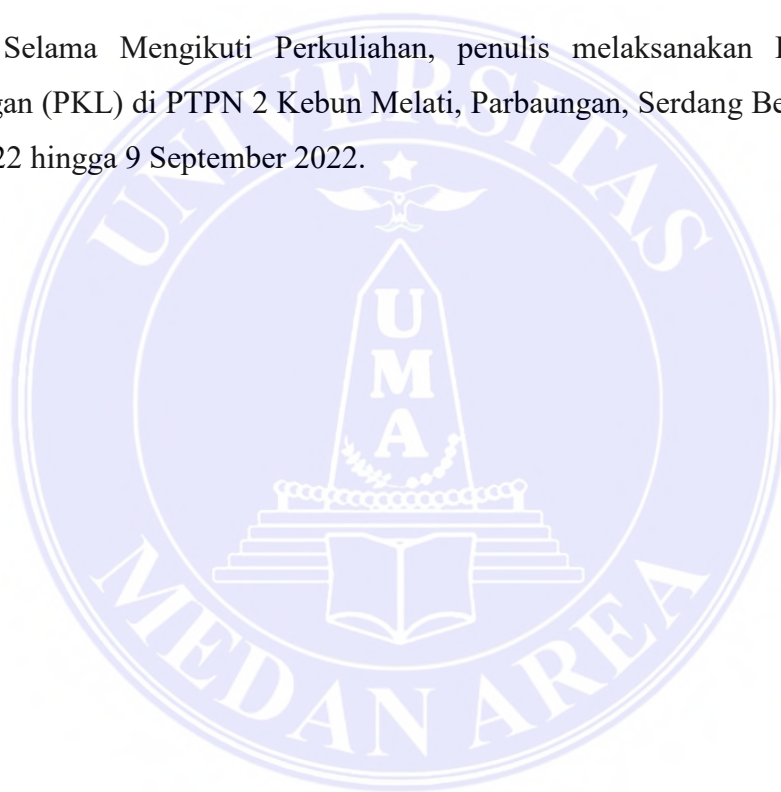


RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 5 Desember 2000 di Desa Cingkes, Provinsi Sumatera Utara. Anak ketiga dari 4 Bersaudara dari pasangan Edyonson Sipayung dan Jendalit br Tarigan.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 095261 Cingkes dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Tiga Panah, selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tiga Panah. Pada bulan September 2019, menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Program studi Agribisnis.

Selama Mengikuti Perkuliahan, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN 2 Kebun Melati, Parbaungan, Serdang Bedagai pada 25 juli 2022 hingga 9 September 2022.



KATA PENGANTAR

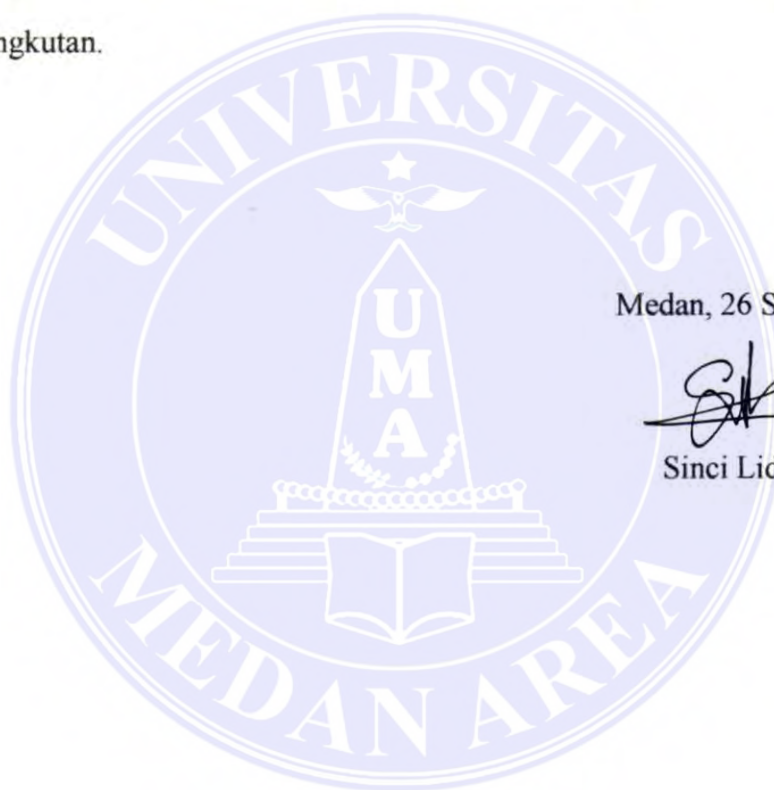
Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “ Kinerja Pemasaran Jeruk Siam Di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun ”.

Skripsi ini merupakan syarat kelulusan serta satu pada progam Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan rasa hormat kepada :

1. Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST.,M.SC selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Rika Fitri Ilvira, S.TP, M.Sc selaku Komis Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama penyusunan proposal ini.
4. Bapak, Ibu selaku Dosen Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
5. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Medan Area
6. Bapak Ibu yang ada di tempat penelitian yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
7. Rekan-rekan mahasiswa di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah memberikan dukungan dan bantuan bagi penulis.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan dan penulisan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya dan berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.



Medan, 26 September 2024

Sinci Lide Sipayung

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACK.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA	
PENGANTAR.....	iiix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Jeruk Siam.....	11
2.2 Kinerja Pemasaran.....	12
2.3 Penelitian Terdahulu.....	20
III. METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Metode Penentuan Lokasi dan Waktu.....	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	29
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	31
4.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	31
4.2 Keadaan Geografis.....	31
4.3 Karakteristik Responden.....	33
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
5.1 Hasil.....	43
5.2 Pembahasan.....	47

VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
6.1 Kesimpulan.....	53
6.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

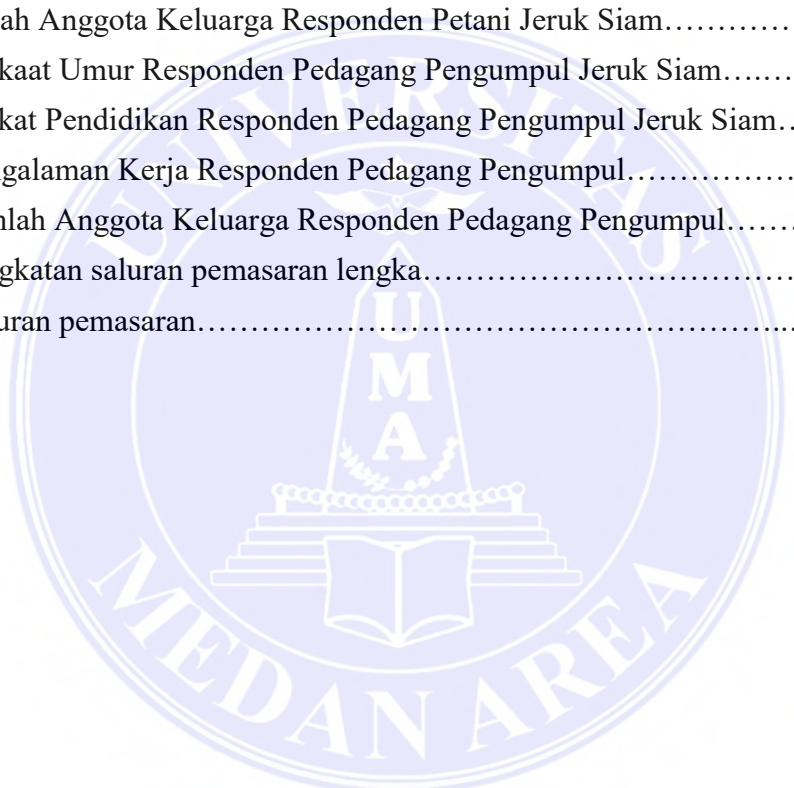


DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.	Produksi Buah-buahan Menurut Kabupaten di Provinsi Sumatra Utara 2017 – 2021(Ton).....	3
2.	Perkembangan Produksi Jeruk Siam di Kabupaten Simalungun Tahun 2017-2021 (Ton).....	4
3.	Nama – nama desa yang berada di Kecamatan Dolok Silau.....	4
4.	Perkembangan produksi jeruk siam di Desa Cingkes (Ton).....	5
5.	Jumlah Sampel Penelitian	25
6.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Cingkes	31
7.	Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur Di Desa Cingkes.....	32
8.	Kualitas Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan.....	32
9.	Sarana dan Prasarana Yang Ada Di Desa Cingkes.....	33
10.	Margin dan Biaya Pemasaran Jeruk Siam.....	44
11.	Keuntungan Pemasaran.....	46

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Skema kerangka pemikiran.....	10
2.	Tipe Saluran Pemasaran.....	13
3.	Tingkat Umur Responden Petani Jeruk Siam.....	34
4.	Tingkat Pendidikan Responden Petani Jeruk Siam.....	35
5.	Pengalaman Bertani Responden Petani Jeruk Siam.....	36
6.	Luas Lahan Petani Jeruk Siam.....	37
7.	Jumlah Anggota Keluarga Responden Petani Jeruk Siam.....	38
8.	Tingkat Umur Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam.....	39
9.	Tingkat Pendidikan Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam.....	40
10.	Pengalaman Kerja Responden Pedagang Pengumpul.....	41
11.	Jumlah Anggota Keluarga Responden Pedagang Pengumpul.....	42
12.	Tingkatan saluran pemasaran lengka.....	43
13.	Saluran pemasaran.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

No	Keterangan	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	56
2.	Karateristik Responden Petani Jeruk Siam.....	63
3.	Karateristik Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam.....	63
4.	Karateristik Responden Petani Jeruk Siam.....	64
5.	Diagram Karateristik Responden Jeruk Siam.....	64
6.	Karateristik Responden Pegang Pengumpul Jeruk Siam.....	65
7.	Diagram Karateristik Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam.....	66
8.	Harga Jual Jeruk Siam Per Musim Panen Dalam Waktu 1 Tahun.....	67
9.	Biaya Produksi (Variabel).....	68
10.	Biaya Produksi (Tetap).....	69
11.	Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran.....	74
12.	Margin Pemasaran.....	74
13.	Keuntungan Pemasaran.....	74
14.	<i>Farmer share</i>	75
15.	Efisiensi Pemasaran.....	75
16.	Surat Pengantar Riset Penelitian.....	76
17.	Surat Izin Penelitian.....	77
18.	Surat Selesai Penelitian.....	78
19.	Dokumentasi Penelitian.....	79

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar masyarakat bekerja sebagai petani untuk memenuhi kebutuhan hidup dan sebagai sumber pendapatan. Selain itu sektor pertanian merupakan andalan penyumbang devisa negara, termasuk pertanian dibidang perkebunan. Pertanian tidak hanya identik dengan sawah, melainkan juga ada subsektor lain yang mendukung seperti halnya subsektor perkebunan (Purba, 2019).

Pertanian merupakan sektor terbesar di hampir semua perekonomian di negara yang berkembang. Dalam pembangunan negara, sektor pertanian diharapkan dapat memberikan peran yang lebih besar kepada petani. Saat ini pertambahan jumlah penduduk di Indonesia sangat berdampak pada peningkatan kebutuhan masyarakat. Melalui usaha pertanian terpadu dapat meningkatkan pendapatan petani sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan keluarga dan menambah keuntungan para petani itu sendiri (Hamzah, 2017).

Sektor pertanian terdiri dari 5 sub sektor yaitu sub sektor pangan, sub sektor hortikultura, sub sektor perkebunan, sub sektor perikanan, dan sub sektor peternakan. Salah satu sub sektor pertanian yang penting dalam pembangunan ekonomi adalah sub sektor hortikultura.

Sub sektor hortikultura merupakan kelompok komoditas pertanian yang memiliki banyak ragam. Komoditas hortikultura telah berkembang yang memiliki peranan penting serta cukup diminati di pasar. Kontribusi sub sektor hortikultura tidak hanya sebagai pembangunan ekonomi nasional, tetapi juga mempunyai kontribusi dalam aspek kesehatan, estetika, dan lingkungan. Jenis-jenis produk sub sektor hortikultura di Indonesia yang secara komersial dan luas dikembangkan terdiri dari tanaman buah-buahan, tanaman sayuran, tanaman hias dan tanaman biofarmaka. Salah satu komoditas hortikultura adalah jeruk siam (Dirjen Pertanian, 2014).

Jeruk termasuk salah satu komoditas buah-buahan yang banyak di gemari oleh masyarakat karena memiliki gizi yang cukup tinggi yang mengandung kaya Vitamin C yang berguna untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga buah jeruk ini berperan penting sebagai sumber penghasilan masyarakat (Joesoef, 1986).

Banyak daerah yang menjadi penghasil jeruk di Indonesia dan Sumatra Utara merupakan daerah provinsi penghasil jeruk siam urutan kedua di Indonesia dengan jumlah produksi mencapai 448.153,3 ton di tahun 2021 setelah Jawa Timur dengan jumlah yang mencapai 822.260 ton pada tahun 2021. Berikut dibawah ini disajikan tabel produksi jeruk siam di Sumatra Utara (2017-2021) dalam bentuk ton.

Tabel 1. Produksi Buah-buahan Menurut Kabupaten di Provinsi Sumatera Utara 2017 – 2021(Ton)

Kabupaten/kota	Total Produksi				
	2017	2018	2019	2020	2021
Nias	12,72	13,81	8,4	10,66	1,24
Mandailing Natal	201,22	165,69	453,67	1.126,45	731,23
Tapanuli Selatan	188,94	123,58	214,78	697,21	1.035,93
Tapanuli Tengah	3,6	5,35	1,35	0,8	1,05
Tapanuli Utara	991,87	998,6	1.379,26	2.190,65	2.282,45
Toba Samosir	56,17	60,79	99,64	1.415,66	182,24
Labuhan Batu	31,62	22,65	11,32	7,93	8,2
Asahan	10,51	13,17	13,61	15,72	31,09
Simalungun	15.367	14.711	12.824	14.954	20.419
Dairi	2.082,55	2.193,9	1.638,67	2.346,9	1.319,67
Karo	24.521,34	21.237,36	14.361,05	12.220,63	24.488,95
Deli Serdang	5,14	2,13	2,62	4,8	8,77
Langkat	100,92	1.116,67	0	200,35	1.372,64
Nias Selatan	0,28	0,75	1,2	2,23	4,78
Humbang Hasundutan	248,85	550,94	666,12	682,57	1.255,39
Pakpak Bharat	3,018	2.230	520,4	507,33	62,88
Samosir	1,45	1,76	0,4	0,71	3,6
Serdang Bedagai	5,71	4,48	5,7	4,32	5,74
Batu Bara	0	0	0	0,1	1,46
Padang Lawas Utara	0,31	0,31	0	0,2	0,14
Padang Lawas	2,38	6	0	0	0
Labuhan Batu Selatan	0,2	1,5	1,7	0	0,1
Nias Utara	1,54	0,75	0,1	0,3	0
Nias Barat	1,08	3,44	0,1	0	0
Tebing Tinggi	6,31	2,17	1,25	28,05	1,81
Padang Sidempuan	0,4	0,48	5,44	12,07	33,8
Gunung Sitoli	5,1	0	1,4	9,81	0,24
Sumatra Utara	43.850,23	43.466,8	32.212,18	36.439,45	53.252,4

Sumber: *Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara 2022*

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui bahwa produksi jeruk siam di Sumatera Utara di tahun 2021 sebanyak 53.252,4 ton . Kabupaten karo menduduki urutan ke satu dengan jumlah produksi jeruk siam 24.488,95 ton. Kabupaten Simalungun menjadi urutan ke dua dengan jumlah produksi sebanyak 20.419 ton. Jumlah ini mengalami kenaikan dari sebelumnya dimana Kabupaten Simalungun menghasilkan produksi jeruk siam sebesar 14.954 ton di tahun 2020. Berikut dibawah ini di sajikan tabel produksi jeruk siam di Kabupaten Simalungun (2017-2021) dalam bentuk ton.

Tabel 2. Perkembangan Produksi Jeruk Siam di Kabupaten Simalungun Tahun 2017-2021 (Ton)

Kecamatan	Total Produksi				
	2017	2018	2019	2020	2021
Silimakuta	8.387,2	8.387,2	6.513,8	8.400	8.400
Pematang Silimakuta	1.387,6	1.387,6	1.387,6	1.380	1.150
Purba	615	615	615	615	6.150
Dolok Pardamean	1.470	1.470	1.470	1.470	1.470
Sidamanik	740	740	740	980	980
Girsang Sp. Bolon	460	460	460	460	620
Raya	1.488	1.488	1.480	1.485	1.485
Dolok Silou	820	164	158,5	164	164
Simalungun	15.367	14.711	12.824	14.954	20.419

Sumber : Kantor Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun 2022

Berdasarkan tabel 2 diatas, diperoleh data dari Kantor Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun, dapat diketahui bahwa produksi jeruk siam di Kecamatan Dolok Silou pada tahun 2017 sebanyak 8.200 ton. Pada tahun 2018 produksi jeruk siam mengalami penurunan menjadi 1.640 ton. Pada tahun 2019 produksi jeruk siam mengalami penurunan kembali menjadi 1.585 ton namun tidak sebanyak dari tahun ke 2017 ke tahun 2018. Pada tahun 2020 produksi jeruk siam mengalami peningkatan lagi menjadi sama seperti di tahun 2018 sebanyak 1.640 ton. Dan pada tahun 2021 produksi jeruk siam sama seperti di tahun 2020 yaitu sebanyak 1.640 ton.

Untuk desa-desa yang berada di Kecamatan Dolok Silou dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Nama-nama desa yang berada di Kecamatan Dolok Silou

Nama Desa	Luas Lahan (ha)
Cingkes	1.058
Paribuan	307
Saran Padang	89
Mariah Dolok	146
Bawang	541
Hutasaing	98
Parasmian	278
Bosi Sinombah	124
Ujung Bawang	719
Tanjung Purba	404

Sumber : Badan Penyuluh Pertanian Kecamatan Dolok Silou 2022

Berdasarkan pada tabel 3 dapat dilihat nama-nama desa yang berada di Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun. Berdasarkan tabel tersebut tidak adanya data tentang perkembangan jeruk siam dikarenakan berdasarkan wawancara dengan ketua kelompok tani masing-masing desa bahwa mereka tidak melakukan pendataan tentang perkembangan produksi jeruk siam.

Berikut ini adalah data perkembangan produksi jeruk siam di Desa Cingkes pada (2017 – 2021) dalam bentuk ton.

Tabel 4. Perkembangan produksi jeruk siam di Desa Cingkes (Ton)

Tahun	Total Produksi (kwintal)
2017	1.550
2018	420
2019	410
2020	435
2021	435

Sumber : *Kelompok Tani Desa Cingkes 2022*

Desa Cingkes merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun. Berdasarkan tabel 3 dapat di ketahui bahwa produksi jeruk siam di Desa Cingkes pada tahun 2017 sebanyak 1.550 ton. Pada tahun 2018 produksi jeruk siam mengalami penurunan yang sangat drastis menjadi sebanyak 420 ton, hal ini di sebabkan oleh karena banyaknya hama jenis lalat buah yang menyerang buah jeruk siam tetapi tidak sebanding dengan penangan dari pemerintah daerah. Dan juga oleh karna hama tersebut banyak para petani yang mengalih fungsikan lahan mereka ada yang menjadi bangunan dan ada juga yang menjadi tanaman holtikultura seperti menjadi tanaman wortel, jagung, cabai, tomat dan lain-lain. Dan pada tahun 2019 – 2021 produksi jeruk siam stabil yaitu 410 – 430 ton.

Di desa Cingkes buah jeruk siam mempunyai keunikan tersendiri di bandingkan dengan buah jeruk siam di daerah lain, seperti mempunyai kulit buah yang lumayan tebal berkisar 2 mm – 2,5 mm dan mempunyai daging buah yang lebih tebal dan kandungan air yang relatif lebih banyak

Menurut Suriaatmaja (2015), petani mempunyai beberapa pilihan saluran pemasaran. Petani dapat menjual hasil tanamannya ke para pedagang yang ada di pasar terdekat, atau menjual ke tengkulak dengan tujuan untuk menghindari masalah panen, transportasi, dan mencari pembeli.

Petani Jeruk Siam di Desa Cingkes semua memilih saluran pemasaran dalam menjual jeruk siam ke konsumen yaitu pedagang pengumpul sebagai perantara untuk memasarkan jeruk siam ke konsumen akhir. Pedagang pengumpul merupakan pelanggan tetap bagi para petani jeruk siam. Para petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengumpul karena jumlah produksi yang melimpah bisa di jual langsung dengan memperoleh keuntungan yang cepat serta menghindari masalah panen (seperti buah yang terlalu matang tidak akan terlalu bertahan lama lagi di pokok dan agar tidak terlalu banyak lagi yang diserang oleh hama tanaman), transportasi dan mencari pembeli.

Penetapan harga produsen jeruk siam di tentukan oleh lembaga pemasaran berdasarkan jumlah produksi jeruk dan jarak tempuh ke tujuan pasar. Hal ini bisa di ketahui apabila jumlah produksi jeruk siam melimpah maka harga jeruk siam mengalami penurunan dan apabila jarak tempuh ke tujuan pasar semakin jauh, maka harga jeruk siam mengalami kenaikan dan begitu juga sebaliknya. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua kelompok tani, pada tahun 2022,

harga jeruk siam di tingkat produsen ke pedagang pengumpul yang tetinggi berkisar Rp.12.000/kg – Rp.15.000/kg dan harga jeruk siam yang terendah berkisar Rp.4.000/kg – Rp.6.000/kg.

Berdasarkan wawancara awal dengan tengkulak yang ada di desa Cingkes, mutu dan kualitas jeruk siam yang di jual pada eceran mempengaruhi harga jual buah berdasarkan ukuran buah dan kondisi fisik jeruk siam. Berdasarkan ukuran buah jeruk siam memiliki 3 grade yaitu grade AB, C dan D. Grade A. Grade AB memiliki diameter antara 70 - 85 mm, grade C memiliki diameter 55 - 70 mm dan untuk grade D memiliki diameter 40 - 55 mm, dan untuk berat buah per grade tidak pasti bisa di tentukan dikarenakan komposisi di dalam buah berbeda tergantung bagaimana perawatan dari para petani . Di Kota Jakarta penetapan harga yang di jual pada eceran berdasarkan grade tersebut dengan grade AB = Rp.30.000/kg, grade C = Rp.25.000/kg, dan grade D = Rp.20.000/kg. Di Kota Aceh penetapan harga jual berdasarkan ukuran buah yang dimana ukuran grade AB = Rp.27.000/kg, grade C = Rp.20.000/kg dan grade D = Rp.15.000/kg. Di Kota Lampung penetapan harga jual berdasarkan ukuran buah yang dimana ukuran grade AB = Rp.30.000/kg, grade C = Rp.23.000/kg, dan grade D = Rp.17.000/kg.

Perbedaan harga jeruk siam pada kawasan pasar yang berbeda menjadikan lembaga pemasaran dapat memainkan harga sesuai pasaran dikarenakan lembaga pemasaran menguasai informasi pasar. Hal ini menyebabkan panjangnya saluran pemasaran yang dimna terdapat tingginya margin pemasaran dan rendahnya bagian yang di terima oleh petani sehingga keuntungan yang di proleh petani lebih sedikit dibandingkan dengan lembaga pemasaran.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dalam pemasaran jeruk siam mendorong penulis untuk meneliti perbedaan harga yang diterima produsen dengan harga di tingkat konsumen akhir di pemasaran, dan efisiensi atau tidaknya saluran pemasaran yang terjadi sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Kinerja Pemasaran Jeruk Siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun**”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun?
2. Bagaimana margin dan biaya pemasaran jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun?
3. Bagaimana keuntungan pemasaran jeruk siam pada masing – masing lembaga pemasaran di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun?
4. Bagaimana *farmer share* dan efisiensi pemasaran jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun
2. Untuk mengetahui margin dan biaya pemasaran jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun.

3. Untuk mengetahui keuntungan pemasaran jeruk siam pada masing – masing lembaga pemasaran di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun.
4. Untuk mengetahui efesiensi pemasaran dan *farmer share* di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun.

1.5 Manfaat Penelitian

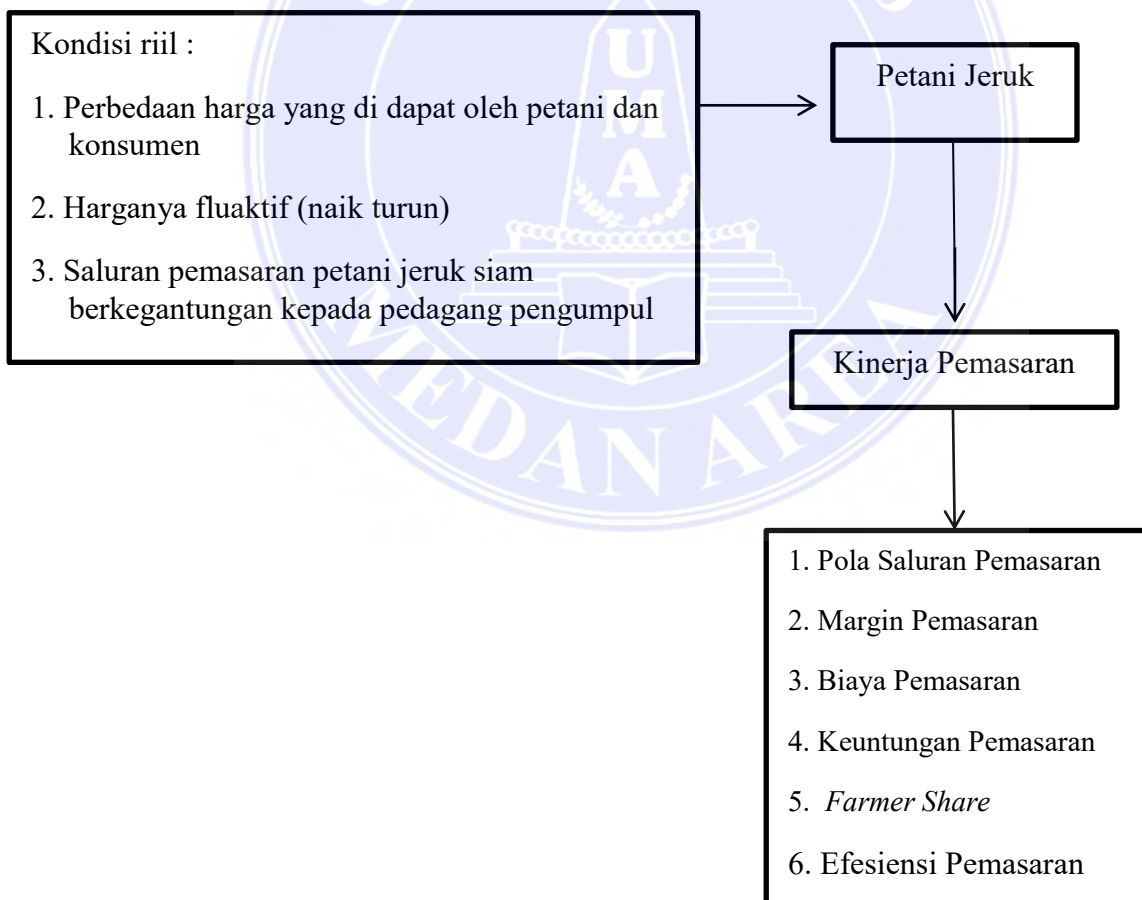
1. Bagi penulis. Sebagai tambahan pengetahuan tentang bagaimana kinerja pasar dan pemasaran jeruk siam
2. Bagi instansi terkait. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang kinerja pasara dan pemasaran.
3. Bagi petani. Penelitian ini bisa menambah wawasan dalam hal pemasaran jeruk siam.

1.6 Kerangka Pemikiran

Petani merupakan seseorang yang melakukan usahatani untuk memenuhi perekonomian keluarga. Komoditas jeruk siam adalah sebuah usahata tani yang paling dominan dilakukan petani di Desa Cingkes, dari hasil produksi yang dihasilkan oleh petani perlu dipasarkan lagi ke pasar untuk memperoleh keuntungan. Di dalam pemasaran petani menjual hasil produksi jeruk siam nya melalui saluran pemasaran yang didalamnya terdapat lembaga-lembaga pemasaran. Di dalam proses pemasaran para petani jeruk siam tidak ada yang memasarkan hasil produksinya ke pedagang besar atau ke konsumen maka para petani jeruk siam hanya berkegantungan kepada pedagang pengumpul dalam

proses pemasaran. Dari saluran pemasaran diketahui margin pemasaran yang di peroleh oleh setiap lembaga pemasaran. Dari margin pemasaran ini diketahui perbedaan harga yang di dapat oleh petani dan harga yang di peroleh konsumen. Setelah di ketahui margin pemasaran maka dapat diketahui biaya-biaya dan keuntungan pemasaran yang ada dalam proses pemasaran tersebut dan juga dapat diketahui apakah dalam proses pemasaran tersebut dari segi *farmer share* efisien atau tidak efisien dan juga dapat diketahui efisiensi pemasarannya apakah efisien atau tidak efisien.

Dari keterangan di atas didapat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1. Skema kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jeruk Siam

Jeruk Siam termasuk dalam keluarga mandarin, yang nama ilmiahnya adalah *Citrus nobilis*. Disebut jeruk siam dikarenakan berasal dari Siam (Thailand). Di negara asalnya jeruk ini dikenal dengan nama Som Kim Wan. Selama ini sebenarnya belum ada informasi resi kapan dimana jeruk siam pertama kali di introdoksikan ke Indonesia. Namun ada daerah yang memiliki informasi yang cukup tentang cerita asli jeruk siam tiba di daerahnya, seperti Kalimantan Barat.

Berikut ini klasifikasi tanaman jeruk siam :

Kingdom : *Plantae*
Divisi : *Spermatophyta*
Sub Divisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledoneae*
Ordo : *Rutales*
Family : *Rutaceae*
Varietas : *Citrus*
Spesies : *Citrus nobilis*



sumber : hasil foto di lapangan

Jeruk siam memiliki buah yang bulat, permukaan yang cukup halus dan bagian atas buah yang bulat. Cangkang kuning jingga, tebal cangkang kurang lebih 3,9 mm. Daging buahnya lunak, mengandung banyak air dan bewarna kekuningan. Rasa daging buahnya sangat manis dan harum, serta ukuran jeruk siam relatif besar dengan ukuran antara 150-250 g/buah.

Jeruk siam memiliki beberapa varietas yang populer di Indonesia yaitu Jeru Siam Pointianak, Jeruk Siam Madu, Jeruk Gunung Omeh, Jeruk Siam Kintami, dan Jeruk Siam Banjar. Jeruk Siam Madu yang berasal dari Kecamatan Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara mempunyai kulit jeruk dan bentuk buah yang pipih, rasa daging manis dan berwarna jingga, produktivitas rata-rata 50-70 kg/pohon/tahun (Andayani, 2016).

Tanaman jeruk dapat ditanam di daerah antara 40 LU° dan 40 LS°. Umumnya tanaman jeruk terdapat di daerah 20 – 40 LS. Di daerah sub tropis, tanaman jeruk ditanam didarat rendah sampai ketinggian 650 m dpl. Di daerah khatulistiwa sampai ketinggian 2000 m dpl. Suhu optimal untuk tanaman jeruk antara 25 C° – 30 C°. penyinaran matahari pada tanaman jeruk menghendaki tanah dengan pH 4 – 7,8. Tanah yang baik mengandung pasir dan air yang tidak terkandung di dalamnya (1,5 m) (Joesoef, 2006).

2.2 Kinerja Pemasaran

Menurut Ferdinand (2000;23) kinerja pemasaran merupakan faktor untuk mengukur dampak dari strategi yang ditetapkan perusahaan. Strategi perusahaan selalu diarahkan untuk menghasikan kinerja pemasaran yang baik dan kinerja keuangan yang baik. Kinerja pemasaran merupakan suatu ukuran prestasi yang diperoleh dari suatu proses aktivitas pemasaran secara menyeluruh bagi suatu perusahaan.

Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran pertanian dapat meningkatkan guna waktu (time utility), guna tempat (place utility), guna bentuk (form utility) dan

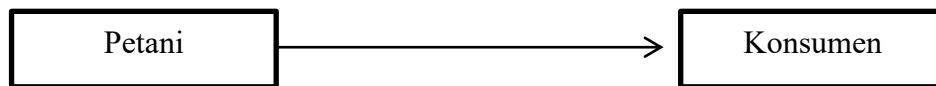
guna pemilikan (possession utility). Komoditi pertanian yang telah mengalami peningkatan guna waktu, guna tempat, dan guna bentuk baru dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apabila sudah terjadi pemindahan hak milik dari produsen atau lembaga pemasaran kepada konsumen (Sudiyono, 2002).

Berdasarkan penelitian terdahulu tentang kinerja pemasaran menurut (Azis, 2021, Purwiyanto, 2022, Adelina, 2021, Rospa, 2022, Nadir, 2019) indikator untuk mengukur kinerja pemasaran yaitu pola saluran pemasaran, margin pemasaran, margin pemasaran, *farmer share* dan efisiensi pemasaran

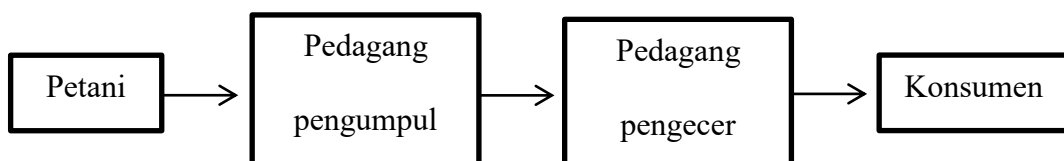
2.2.1 Pola Saluran Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), saluran pemasaran merupakan sekelompok organisasi saling tergantung yang terlibat dalam proses pembuatan produk yang siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen melalui kontak, pengalaman, spesialisasi, dan skala operasi. Saluran pemasaran merupakan serangkaian kegiatan dari lembaga pemasaran yang saling tergantung yang mempermudah dalam pemindahan kepemilikan sebagaimana produk-produk bergerak dari produsen ke tangan konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawa.

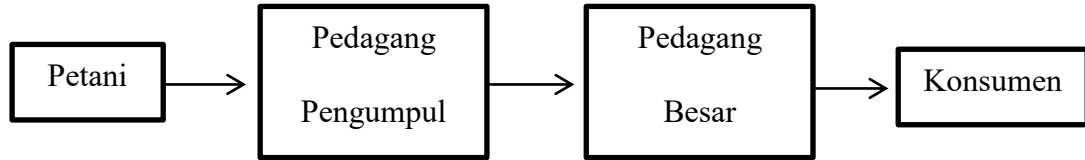
a. Tipe Saluran Saluran 1



b. Tipe Saluran Pemasaran 2



c. Tipe Saluran Pemasaran 3



Gambar 2. Tipe Saluran Pemasaran

Sumber : Kumalawati, E (2004)

Menurut Nasrudin dan Musyadar (2018), panjang atau pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh produk pertanian tergantung dari beberapa faktor, yaitu jarak antara produsen dan konsumen, cepat lambatnya produk rusak, skala volume produksi, posisi keuangan lembaga, tingkat standarisasi, kemurahan produk, nilai unit produk, bentuk pemakaian produk, dan struktur pasar.

2.2.2 Margin Pemasaran

Secara teori harga, barang yang di produksi yang secara tidak langsung dari produsen hingga ke konsumen melewati beberapa lembaga pemasaran sehingga mengakibatkan perbedaan harga yang di terima oleh para petani dan harga yang harus di bayarkan oleh konsumen disebut margin pemasaran (Hanafie, 2010).

Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang di keluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin di peroleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang di terima lembaga pemasaran.

Secara sistematis margin pemasaran dapat di rumuskan sebagai berikut (Ulya at all, 2007) dalam (Singarimbun 2013).

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p = Margin Pemasaran

P_r = harga di tingkat konsumen

P_f = harga di tingkat produsen

2.2.3 Biaya Pemasaran

Menurut Hansen dan Mowen yang di terjemahkan oleh Thomson Learning (2004:52) menyatakan bahwa biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang diperlukan untuk memasarkan, mendistribusikan, dan melayani produk atau jasa. Nzima *et.al* (2014) berpendapat bahwa biaya pemasaran merupakan biaya yang di keluarkan untuk melakukan fungsi pemasaran oleh lembaga pemasaran pada saluran distribusi.

2.2.4 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan merupakan hal yang di perhitungkan dalam melakukan pemasaran. Menurut Soekartiwi (1993), keuntungan pemasaran adalah selisih harga yang di bayarkan ke dan harga yang di berikan oleh konsumen. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke komsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran. Perbedaan harga oleh masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang di ambil oleh masing-masing lembaga pemasaran.

Keuntungan di peroleh masing-masing lembaga, maka harga yang di bayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasa informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran yang di terima. (Soekartawi, 2009).

Keuntungan adalah selisih harga antara harga yang di bayarkan kepada penjual pertama dan harga yang di bayar oleh pembeli terakhir (margin) setelah dikurangi biaya pemasaran, laba merupakan sisa hasil dari penjualan dengan harga pokok barang yang di jual dan biaya-biaya lainnya (Soekartawi, 2009).

Secara sistematis keuntungan dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Keuntungan

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

2.2.5 *Farmer Share*

Farmer share merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur efisiensi yang dilihat dari sisi pendapatan petani. *Farmer share* adalah bagian harga yang diterima oleh petani terhadap harga yang di bayarkan oleh konsumen akhir dalam suatu pemasaran.

Menurut Limbong dan Sitorus (1987) dalam Syaifullah (2014) *Farmer share* digunakan untuk membandingkan harga yang di bayar konsumen terhadap

harga produk yang di terima petani. *Farmer share* berhubungan negative dengan margin pemasaran, artinya semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang akan di peroleh petani *Farmer share* semakin rendah.

Farmer share merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dan margin pemasaran atau presentase harga yang dibayar oleh petani terhadap yang dibayr oleh konsumen akhir. Secara umum besaran *farmer share*, margin pemasaran bervariasi antara komoditi dan tergantung pada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Ukuran *farmer share* tidak dapat selalu diandalkan sebagai ukuran efisiensi pemasaran karena kompleks penanganan produk yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan harga memperhitungkan bentuk, fungsi, dan atribut-atribut produk hingga sampai ke komsumen akhir (Asmarantaka, 2012).

Rumus untuk mengitung *farmer share* adalah :

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

Keterangan :

Fs = *farmer share*

Pf = harga di tingkat petani

Pr = harga di tingkat konsumen akhir.

2.2.6 Efisiensi Pemasaran

Salah satu indikator saluran pemasaran dikatakan lebih efisien adalah saluran pemasaran yang pendek, mempunyai nilai total margin pemasaran terendah dan nilai dari produktivitas dan nilai *farmer share* yang tertinggi.

Efisiensi pemasaran merupakan tolak ukur dari produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumber daya yang digunakan terhadap *output* yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran. Efisiensi pemasaran komoditas pertanian merupakan rasio yang mengukur produksi komoditas pertanian suatu sistem atau proses untuk setiap unit masukan dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap *output* yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran komoditas pertanian melalui efisiensi penetapan harga dan efisiensi operasional ataupun efisiensi ekonomi (efisiensi produksi, efisiensi distribusi, dan kombisa optimum) (Nugroho, 2016).

Efisiensi pemasaran yang digunakan adalah efisiensi pemasaran operasional dan teknis. Efisiensi operasional atau teknis berhubungan dengan pelaksanaan aktivitas pemasaran yang meningkatkan atau memaksimalkan rasio *output-input* pemasaran. Efisiensi operasional adalah ukuran frekuensi produktivitas dari input-input pemasaran, misalnya tenaga kerja atau output perjam kerja atau biaya total pemasaran dengan keuntungan dari lembaga – lembaga pemasaran (pedagang, pengola). Oleh sebab itu, pengembangan sumberdaya dalam pemasaran adalah biaya dan manfaat (*utilities*) adalah efisiensi pemasaran. Meningkatnya efisiensi atau keuntungan, dapat dilakukan dengan 3 cara atau kondisi yaitu :

- a. Menurunkan biaya tanpa menurunkan kepuasan konsumen
- b. Meningkatkan kepuasan konsumen tanpa meningkatkan biaya
- c. Meningkatkan kepuasan konsumen dengan adanya peningkatan biaya.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah margin pemasaran, bagian penerimaan petani dari harga yang dibayar konsumen akhir (*farmer share*) dan rasio keuntungan dengan biaya (π/c). Efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002), nilai efisiensi saluran pemasaran dapat dikuantitatifkan sebagai berikut.

Rumus menghitung efisiensi pemasaran

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100 \%$$

Keterangan :

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = total nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat nilai efisiensi pemasaran (EP). Nilai efisiensi pemasaran ini di lihat dengan membandingkan nilai efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran. Apabila EP suatu saluran lebih kecil dari nilai EP saluran pemasaran lainnya, maka saluran pemasaran tersebut dikatakan memiliki efisiensi pemasaran yang lebih tinggi dari pada saluran pemasaran lainnya. Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran dari nilai produk yang di pasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Dengan kaidah menurut keputusan Sudjana (1997) :

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67 % = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

2.3 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian (Mairani, I 2023), tentang Kinerja Pemasaran Jeruk Siam di Desa Pematang Tebih Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran jeruk siam di Desa Rokan Hulu Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu dilakukan dengan 3 saluran pemasaran yaitu saluran 1 (petani – pedagang besar – konsumen), saluran 2 (petani – pedagang pengepul – pedagang pengecer – konsumen) dan saluran 3 (petani – pedagang pengepul – pedagang besar – konsumen). Berdasarkan metode *farmer share* pada saluran 1 memiliki *farmer share* tertinggi yaitu sebesar 80%, saluran 2 memiliki nilai *farmer share* sebesar 50%, sedangkan untuk saluran 3 memiliki nilai *farmer share* sebesar 66,7%. Dengan demikian maka pemasaran pada saluran 1 dan saluran 3 efisien sebab memiliki nilai *farmer share* melebihi 50%, kinerja pemasaran jeruk siam di Desa Pematang Tebih Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu yaitu pada jenis pemasaran saluran 1 yaitu dengan nilai sebesar 80%.

Pada penelitian (Wulandari, I. W 2023) tentang Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran pada saluran I 37,5%, saluran pemasaran II 25%, dan saluran pemasaran III 16,67%. Margin pemasaran I sebesar Rp. 1.000/Kg, saluran pemasaran II Rp. 3.000/Kg dan saluran pemasaran III Rp. 5.000/Kg. *farmer share* pemasaran I 0,83%, pemasaran II 0,33% dan pemasaran III 1,33%.

Pada penelitian (Rizqueenta, D 2024) tentang Kinerja Pemasaran Sayuran Tomat dan Wortel di Sub Terminal Agribisnis (STA) Kutabawa Kabupaten Purbalingga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh tiga saluran

pemasaran sayuran tomat dan wortel, yaitu : Saluran I (petani – pengumpul - desa - pengecer – konsumen), saluran II (petani – pengumpul desa – pedagang besar – konsumen), saluran III (petani – pedagang besar – pengecer – konsumen) saluran pemasaran tomat yang paling efisien adalah saluran III, dengan nilai *farmer share* 61,11%, efisiensi pemasaran 16,18% dan margin pemasaran Rp. 4.500. Perbandingan biaya dan margin pemasaran tomat tertinggi berada di saluran I (92,89%) dengan keuntungan tertinggi berada di saluran II (Rp. 1.239/30,98%). Sedangkan saluran pemasaran wortel yang paling efisien adalah saluran II, dengan nilai *farmer share* 82,35%, efisiensi pemasaran 11,37% dan margin Rp. 2.833. Perbandingan biaya dan margin pemasaran wortel di STA Kutabawa tersebar terdapat saluran I (69,15%) dengan keuntungan tertinggi berada di saluran III (Rp. 2.015/47,42%)

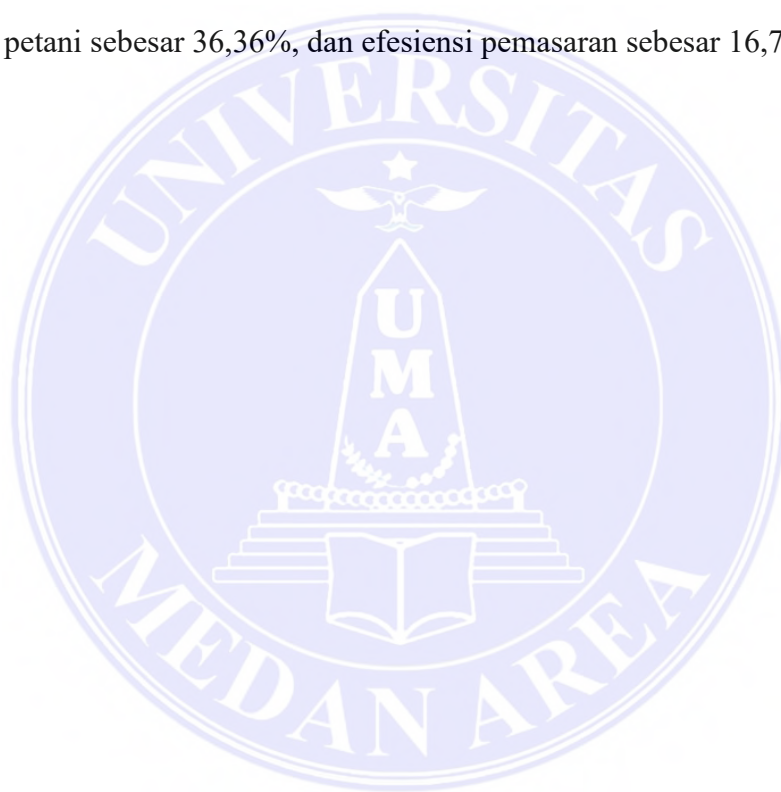
Pada penelitian (Azis, 2021) tentang Analisa Kinerja Pemasaran Kubis di Desa Tongko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang, menyatakan bahwa di Desa Tongko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang yaitu margin pemasaran merupakan perbedaan harga tingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan pemasaran yang diinginkan masing-masing lembaga pemasaran. Adapun *farmer share* tertinggi diperoleh saluran pemasaran I yakni sebesar 66,7 %. Menggunakan 3 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I (Produsen - Pedagang Besar – Konsumen), saluran pemasaran II (Produsen- Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen), saluran III (Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen). Adapun lembaga pemasaran yang memiliki nilai tingkat efisiensi paling efisien yaitu saluran I (5,83 %).

Berdasarkan peneliti (Sari, 2021), tentang Efisiensi Saluran Pemasaran Buah Jeruk di Desa Lau Riman Kabupaten Tanah Karo. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi pola saluran distribusi yang efisien dan menguntungkan bagi petani buah jeruk di Desa Lau Riman, Kabupaten Tanah Karo. Hasil penelitian ini terdapat tiga saluran pemasaran yang selanjutnya disebut sebagai saluran I, II, III. *Farmer share* yang efisien hanya ada pada saluran I yang hanya melibatkan pedagang pengecer sebagai lembaga pemasaran. Margin terbesar ada pada saluran pemasaran III yang mana lembaga pemasaran menjangkau pasar di luar Sumatera Utara, dan efisiensi saluran pemasaran menunjukkan bahwa ketiga saluran yang digunakan petani buah jeruk adalah kurang efisien.

Menurut penelitian (Safrudin, 2021) tentang Saluran Pemasaran Jeruk Siam Banjar (*Citrus suhuensis tan*) di Desa Maluen Kecamatan Basarang Kabupaten Kuala Kapuas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran jeruk siam banjar, margin dan efisiensi pemasaran jeruk siam Banjar di Desa Maluen Kecamatan Basarang Kabupaten Kuala Kapuas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada III saluran pemasaran jeruk siam Banjar di Desa Maluen Kecamatan Basarang Kabupaten Kuala Kapuas. Saluran pemasaran yang efisien adalah saluran pemasaran II dilihat dari rantai saluran pemasaran yang pendek, margin yang rendah Rp.6.000, *farmer share* yang tinggi dengan presentase 60% , mampu menjual dalam jumlah banyak di sertai pemasaran yang rutin.

Menurut penelitian (Fahrnisa, 2020), tentang Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Studi Kasus di Desa PIR ADB Dusun Bamban Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran distribusi, margin, *share margin* dan menganalisa efisiensi pemasaran

di lembaga pemasaran didaerah penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah saluran pemasaran jeruk siam di Daerah Peneliti terdiri dari III saluran pemasaran yaitu, saluran I = petani–konsumen akhir, saluran II = petani – pedagang pengecer dan saluran III = petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer. Pada saluran I, diperoleh total margin sebesar Rp.0, *share margin* di tingkat petani sebesar 100%, dan efisiensi pemasaran sebesar 6,2%. Pada saluran II, di peroleh margin sebesar 1,4%. Pada saluran III, diperoleh total margin sebesar Rp.5.000, *share margin* di tingkat petani sebesar 36,36%, dan efisiensi pemasaran sebesar 16,7%.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan kuantitatif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia (Sugiyono, 2017). Dan jenis penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan dan menjawab persoalan-persoalan dengan fenomena yang terjadi saat ini.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Cingkes, Kecamatan Dolok Silau, Kabupaten Simalungun. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja atau *purposive* yaitu memilih subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat tertentu yang sudah diketahui sebelumnya dan dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan. Berdasarkan hal tersebut Desa Cingkes dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut merupakan salah satu desa sentra penghasil Jeruk Siam di Kecamatan Dolok Silau. Penelitian ini dilaksanakan di bulan Januari sampai bulan April tahun 2024.

Untuk lokasi penelitian peneliti memiliki batasan yaitu hanya meneliti sebatas di lokasi penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah petani jeruk siam dan pedagang pengumpul. Responden pertama dalam penelitian ini adalah petani jeruk siam.

Dari jumlah populasi sebanyak 367 orang, penentuan responden menggunakan metode *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan srtata yang ada dalam populasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *slovin* dengan tingkat kesalahan yang di tolerir adalah sebesar 20 % yakni pengambilan sampel data berdasarkan rumus berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi sebanyak 367

e = Kesalahan yang ditolerir

Dengan demikian perhitungan responden sebagai berikut :

$$n = \frac{367}{1 + 367.(20\%)^2} = \frac{367}{15,68} = 24 \text{ responden}$$

Sedangkan untuk pedagang pengumpul berdasarkan hasil wawancara dengan ketua kelompok tani yang ada di desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun berjumlah 7 orang.

Tabel 5. Jumlah Sampel Penelitian

No	Pelaku Pemasaran	Teknik Sampling	Jumlah Responden
1	Petani Jeruk Siam	<i>Simpel random sampling</i>	24
2	Pedagang pengumpul	Sampling jenuh	7

Karakteristik petani jeruk siam :

- a. Minimal lama bertani jeruk siam 10 tahun
- b. Mempunyai luas lahan minimal kurang lebih 2 ha

Karakteristik pedagang pengumpul :

- a. Aktif dalam melakukan penjualan jeruk siam ke pedagang besar
- b. Lama pengalaman berdagang minimal 2 tahun

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Wawancara yaitu pengumpulan data secara langsung dengan sistem tanya jawab dengan menggunakan bantuan kuisisioner sebagai panduan.
2. Dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan pengambilan gambar, berupa foto, yang di ambil pada saat penelitian dan penggunaan jurnal sebagai referensi.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan pola saluran pemasaran yang digunakan di desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun.

Kinerja pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer share*, dan efisiensi pemasaran untuk penggunaan metode nya sebagai berikut.

3.5.1 Margin Pemasaran

Untuk mengetahui margin pemasaran maka digunakan rumus margin pemasaran (Ulya at all, 2007) dalam (Singarimbun, 2013).

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M_p = Margin pemasaran

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

3.5.2 Biaya Pemasaran

Untuk mengetahui biaya pemasaran maka digunakan rumus biaya pemasaran (Prace dan Robinson 2011)

$$B_p = B_{p_1} + B_{p_2} + \dots + B_{p_n}$$

Dimana :

B_p = Biaya Pemasaran

B_{p_n} = Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran

3.5.3 Keuntungan Pemasaran

Untuk mengetahui keuntungan pemasaran maka digunakan rumus keuntungan pemasaran (Soekartawi, 2009)

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π = Keuntungan pemasaran

TR = Penerimaan Total (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

3.5.4 Farmer Share

Untuk mengetahui *farmer share* maka digunakan rumus *farmer share* (Asmarantaka, 2012).

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

Keterangan :

F_s = *farmer share*

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Dengan kaidah menurut keputusan Prasetyo, dkk (2015), bahwa ;

a. > 50 % = efisien

b. < 50 % = tidak efisien

3.5.5 Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran maka digunakan rumus efisiensi pemasaran (Soekartawi, 2002)

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100 \%$$

Keterangan :

EP = efisiensi pemasaran (%)

BP = total biaya pemasaran (Rp/kg)

NP = total nilai produk yang dipasarkan (Rp/kg)

Dengan kaidah menurut keputusan Sudjana (1997), bahwa :

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67 % = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

3.6 Definisi Operasional Variabel

1. Kinerja pasar merupakan konsep untuk mengukur sejauh mana ukuran prestasi yang di peroleh dari aktivitas pemasaran secara keseluruhan. Kinerja pasar dapat di tunjukan melalui harga, biaya dan volume produksi
2. Petani jeruk siam merupakan seorang yang menekuni usaha dibidang pertanian untuk memproduksi jeruk siam.
3. Harga adalah sejumlah uang yang di keluarkan oleh pedagang pengumpul ketika membeli hasil produski petani jeruk siam yang berada di daerah tersebut (Rp/Kg)
4. Kinerja pemasaran merupakan suatu pencapaian yang di capai dalam suatu kegiatan pemasaran dengan indikator yaitu margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer share* dan efesiensi pemasaran.
5. Saluran pemasaran adalah alur yang dilalui dalam proses penyaluran komoditi jeruk siam dari produsen ke konsumen.
6. Margin pemasaran adalah selisih harga di tingkat konsumen akhir dan tingkat produsen pada pemasaran komoditi jeruk siam.
7. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang ada dalam proses pemasaran dari produsen sampai ke konsumen.

8. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga yang dibayarkan kepada produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen (margin) setelah dikurangi biaya pemasaran.
9. *Farmer share* adalah perbedaan antara harga di tingkat petani dan persentase harga yang di terima oleh petani dalam pemasaran jeruk siam.
10. Efisiensi pemasaran adalah kondisi dimana saluran pemasaran yang digunakan dapat mengefisienkan biaya pemasaran jeruk siam.
11. Harga jual adalah harga penjualan komoditas jeruk siam di tingkat petani yang dinyatakan dalam (Rp/Kg).
12. Harga beli adalah harga komoditas jeruk siam yang diterapkan di setiap lembaga pemasaran dan transaksi yang berada di luar daerah (Rp/Kg).
13. Pedagang pengumpul merupakan pelaku usaha yang mempunyai kegiatan usaha melakukan pengumpulan hasil produksi pertanian.
14. Pedagang besar merupakan pengusaha yang membeli/menjual hasil dari pedagang pengumpul untuk disalurkan ke pedagang pengecer/konsumen.
15. Konsumen merupakan pembeli/pemakai akhir untuk di pakai/konsumsi dan tidak akan memasarkannya lagi.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang buah jeruk siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran jeruk siam yaitu petani ke pedagang pengumpul.
2. Margin pemasaran jeruk siam yang didapat yaitu sebesar Rp. 4.270/Kg dan untuk biaya pemasarannya yaitu sebesar Rp. 2.672/Kg.
3. Keuntungan pemasaran yang di peroleh oleh pedagang pengumpul dalam proses pemasaran yaitu sebesar Rp. 1.598/Kg.
4. *Farmer share* yang di peroleh dalam proses pemasaran yaitu sebesar 66,77% dan untuk pemasaran jeruk siam berdasarkan keseluruhan lembaga pemasaran adalah efisien.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silou Kabupaten Simalungun dapat dibuat saran sebagai berikut:

1. Karna saluran pemasaran hanya petani ke pedagang pengumpul, maka di harapkan para petani lebih mendalami dalam kegiatan pemasaran sehingga kemungkinan mengalami kerugian semakin kecil

2. Dikarenakan biaya pemasaran cukup tinggi di harapkan pada pedagang pengumpul agar meminimalisir biaya-biaya pemasaran agar mendapatkan keuntungan lebih
3. Petani perlu mengoptimalkan *farmer share* agar lebih efesien sehingga dapat meningkatkan keuntungan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelina, E. (2021). Analisis Struktur Dan Kinerja Pemasaran Komoditas Bawang Merah Lokal Di Kelurahan Tomenawa Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.
- Andayani, S. (2016). *Tips Membedakan Jenis Jeruk*. Retrieved Januari 13, 2022, from Balitjestro Kementerian Pertanian : Jawa Timur: <http://balitjestro.litbang.pertanian.go.id>
- Asmarantaka. (2012). *Pemasaran Agribisnis*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Azis, Z. (2021). Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Kubis di Desa Tongko Kecamatan Baroko Kabupaten Enrekang.
- Badan Penyuluh Pertanian Kecamatan Dolok Silou. (2023). *Nama-nama Desa yang Berada di Kecamatan Dolok Silou*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara. (2023). *Kabupaten Simalungun Dalam Angka 2017-2022*. Badan Pusat Statistik
- Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun. (2023). *Perkembangan Produksi Jeruk Siam di Kabupaten Simalungun Tahun 2017-2022*.
- Fahrnisa, F. (2020). Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Studi Kasus di Desa PIR ADB Dusun Bamban Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat).
- Ferdinand, A. T. 2000. *Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hamza, N. R. (2017). *Pengaruh Faktor- Faktor Kependudukan Terhadap Pembangunan Ekonomi Di Kota Makassar*. Makassar.
- Hanafie. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Heribertus, A. (2021). Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam Di Desa Banua, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.
- Holtikutura, D. J. (2014). *Pedoman Teknis Peningkatan Produksi, Produktivitas dan Mutu Produk Pertanian Holtikultura*. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Kumulawati, E. (2004). Analisis Pemasaran Komoditi White Melon di Kabupaten Sragen Jawa Tengah.
- Mairani, I. (2023). Kinerja Pemasaran Jeruk Siam (Citrus nobilis) di Desa Pematang Tebih Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.
- Nasrudin, W., dan Musyadar, A. 2018. *Pemasaran Produk Agribisnis Buku Ajar*.
- Niluh, N. (2021). *Pemasaran Jeruk Siam Kintamani*.

- Nugroho, H. A. (2016). Analisis Efisiensi Pemasaran Karet Kelam Permai Rakyat di Kabupaten Sintang Kalimantan Barat. *Jurnal Sosio Economics Of Agriculture*, 5(2) : 65-77.
- Pertanian, K. D. (2021). *Simalungun Dalam Angka 2021*. Kantor Dinas Pertanian Kabupaten Simalungun.
- Pradistya, R. (2019). Analisis Kinerja Pasar Apel, Kota Batu.
- Prambudi, S. (2018). Analisis Kinerja Pasar Bawang Merah di Desa Purworejo, Kecamatan Ngantang, Kabupaten Malang.
- Purba, G. (2019). *Analisis Pendapatan Kopi Arabika di Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan*. Medan: Unieversitas Medan Area.
- Purwiyanto. (2022). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja pemasaran Pada Usaha Tani Kentang Di Kecamatan Kejajar, Kabupaten Wonosobo . *Jurnal Inovaasi Daerah*.
- Rizqueenta, D. (2024). Kinerja Pemasaran Sayuran Tomat dan Wortel Di Sub Terminal Agribisnis (STA) Kutabawa Kabupaten Purbalingga.
- Rospa, E. A. (2022). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Komoditas Beras Di Desa Bontotanga Kecamatan Bontiro Kabupaten Bulukumba.
- S, I. E. (2018). Analisis Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal*, Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Safrudin. (2021). Saluran Pemasaran Jeruk Siam Banjar di Desa Maluen Kecamatan Basarang Kabupaten Kuala Kapuas.
- Sari, W. P. (2021). Efisiensi Saluran Pemasaran Buah Jeruk di Desa Lau Riman Kabupaten Karo.
- Singarimbun, S. Y., Purwoko, A., & Affandi, O. (2013). Analisis Pemasaran Kemiri Rakyat di Desa Perbulan, Kecamatan Laubaleng, Kabupaten Karo. *Peronema Forestry Science Journal*, Vol 2 (1).
- Soekartawi. (1993). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Grafika Persada.
- Soekartawi. (2004). *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasi*. Rajawali Persada Jakarta.
- Soekartawi. (2009). *Agribisnis Teori dan Aplikasinya*. Jakarta. Raja Grafindo.
- Soekartawi. (2002). *Teori dan Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Suriaatmaja, M. E. (2015). Analisis Efisien Tata Niaga Komoditas Holtikultura (Studi Kasus Sub Terminal Agribisnis Pasar Mantung, Kabupaten Malang). *Media Sains* 8 (2) :1-12
- Syaifullah. (2014). *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Bogor: Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Wulandari, I. W. (2023). Analisis Kinerja Pemasaran Komoditas Tomat Di Desa Bontongan Kecamatan Baraka Kabupaten Enrekang.



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

KUISISIONER PENELITIAN KINERJA PASAR DAN PEMASARAN

JERUK SIAM DI DESA CINGKES KECAMATAN DOLOK SILAU

KABUPATEN SIMALUNGUN

Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya Sinci Lide Sipayung mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian dengan judul **“KINERJA PASAR DAN PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA CINGKES KECAMATAN DOLOK SILAU KABUPATEN SIMALUNGUN”**. Kami mohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuisisioner ini dengan lengkap dan benar agar data yang di dapatkan sesuai dengan yang diharapkan. Informasi yang diberikan tentu akan kami jaga kerahasiaannya karena hanya digunakan dalam pengkajian penelitian. Demikian kuisisioner ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden Petani Jeruk Siam

1. Nama Responden :

2. Jenis Kelamin :

3. Umur :Tahun
4. Pendidikan Terakhir : TK/SD/SMP/SMA/D-3/S-1/Tidak Sekolah
5. Pekerjaan :
6. Jumlah Anggota Keluarga :Orang
7. Lama Pengalaman Usahatani :Tahun
8. Luas Lahan yang dimiliki :Ha
8. Status Kepemilikan Lahan : Milik Sendiri/Sewa
9. Sumber Modal : Sendiri/Pinjam

B. Kegiatan Pemasaran

1. Kepadae

1. Terakhir kali panen :

Panen pertama :

Panen kedua :

2. Volume panen :

Panen pertama :(ton)

Panen kedua :(ton)

3. Berapa harga jual jeruk siam Bapak/Ibuk dalam kurun waktu 1 tahun :

Panen pertama : (Rp/kg)

Panen kedua :(Rp/kg)

5. Berapa besar biaya yang di keluarkan sampai masa pasca panen:

Biaya variabel :

Nama	Banyaknya Digunakan	Jumlah Harga
Pupuk Kimia		
Pupuk Kandang		
Pestisida		
Biaya Tenaga Kerja		
Dll		

Biaya Tetap :

Nama	Jumlah Unit	Harga (Rp)
Cangkul		
Pisau		
Ember		
Spayer Mesin		
Pemotong Rumput		
Gunting Dahan		
Gerobak Dorong		

Selang		
Tong		
Stick Sprayer		

6. Biaya pemasaran apa saja?

a.

b.

c.

7. Apakah ada perbedaan harga dari setiap hasil panen? Apa kriterianya? Berapa harganya

8. Apakah ada sistem langganan dengan agen :

Jika iya, apa alasannya

9. Apa kendala yang dihadapi saat kegiatan pemasaran :

KUESIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN KINERJA PASAR DAN PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA CINGKES KECAMATAN DOLOK SILAU KABUPATEN SIMALUNGUN

Bapak/Ibu/Saudara/I yang terhormat, saya Sinci Lide Sipayung mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area sedang melaukan penelitian dengan judul “**KINERJA PASAR DAN PEMASARAN JERUK SIAM DI DESA CINGKES KECAMATAN DOLOK SILAU KABUPATEN SIMALUNGUN**”. Kami mohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuisisioner ini dengan lengkap dan benar agar data yang di dapatkan sesuai dengan yang diharapkan. Informasi yang diberikan tentu akan kami jaga kerahasiaannya karena hanya digunakan dalam pengkajian penelitian. Demikian kuisisioner ini saya sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden Pedagang Pengumpul (Tengkulak)

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :Tahun
4. Pendidikan Terakhir : TK/SD/SMP/SMA/D-3/S-1/Tidak Sekolah

5. Pekerjaan Utama :
6. Pekerjaan Sampingan :
7. Jumlah Anggota Keluarga :Orang
8. Lama Pengalaman Berdagang :Tahun
9. Sumber Modal :

B. Kegiatan Pemasaran

1. Berapa banyak petani yang menjadi pelanggan tetap saat ini :
2. Berapa banyak jeruk siam yang Bapak/Ibuk beli ke petani :(ton/bulan/hari)
3. Bagaimana Bapak/Ibuk menentukan harga beli ke petani:.....
4. Bagaimana kriteria ukuran yang dibeli Bapak/Ibuk ke petani:.....
5. Apakah pembelian buah menggunakan tenaga kerja :
- Jika iya, berapa upah tenaga kerja dalam kegiatan tersebut :orang
6. Bagaimana cara pembelian yang dilakukan : borongan/tahanan
7. Apa transportasi yang digunakan untuk pengangkutan dari sumber :
8. Dalam pembelian pengemasannya dari pembeli/penjual :
- Jika iya, menggunakan apa pengemasannya :
- Berapa biaya pengemasannya : Rp.....
9. Apa kendala dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan :

10. Biaya pemasaran apa saja ?

a

b.

c.



Lampiran 2. Karakteristik Responden Petani Jeruk Siam

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	Jumlah Anggota Keluarga
1	Edysonson Sipayung	L	56	SMA	30	3	6
2	Sastrawan Girsang	L	54	SMA	27	2	4
3	Ramli Tarigan	L	60	SMA	34	2	5
4	Masda Sembiring	L	46	S1	20	2	6
5	Sehat Sipayung	L	48	SMP	28	4	5
6	Dirman Ginting	L	62	SMA	39	3	7
7	Julius Ginting	L	53	SMA	28	3	4
8	Saud Raja Sipayung	L	43	SMA	20	2	5
9	Ronni Perangin-angin	L	41	SMA	18	3	6
10	Jhonson Ginting	L	43	SMA	19	2	5
11	Panus Baru	L	50	S1	22	2	7
12	Robin Tarigan	L	47	SMP	25	2	4
13	Candra Tarigan	L	48	SMP	28	4	3
14	Gusti Sitepu	L	55	SMA	32	3	4
15	Efendi Sijabat	L	39	S1	12	2	4
16	Erwin Sitepu	L	46	SMA	23	2	5
17	Junedi Ginting	L	58	SMP	35	2	5
18	Juni Sembiring	L	67	SMA	42	3	6
19	Sahala Sitepu	L	42	SMA	19	3	3
20	Samun Tarigan	L	48	SMA	24	3	6
21	Jaya Tarigan	L	42	SMA	17	2	5
22	Raya Tarigan	L	44	S1	17	2	4
23	Jakup Sembiring	L	56	SMA	30	2	5
24	Johannes Perangin-angin	L	35	SMP	16	2	6

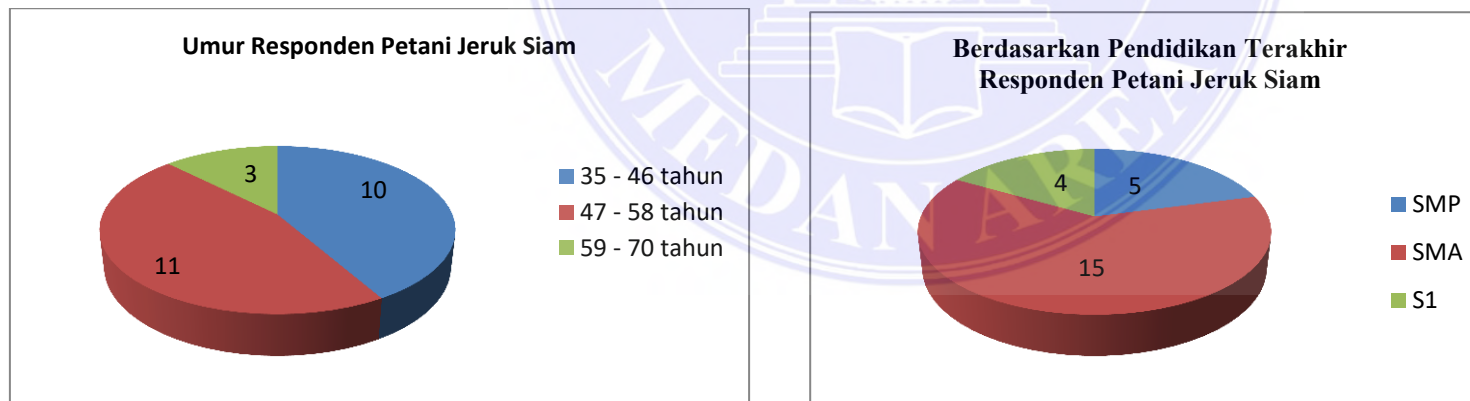
Lampiran 3. Karakteristik Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam

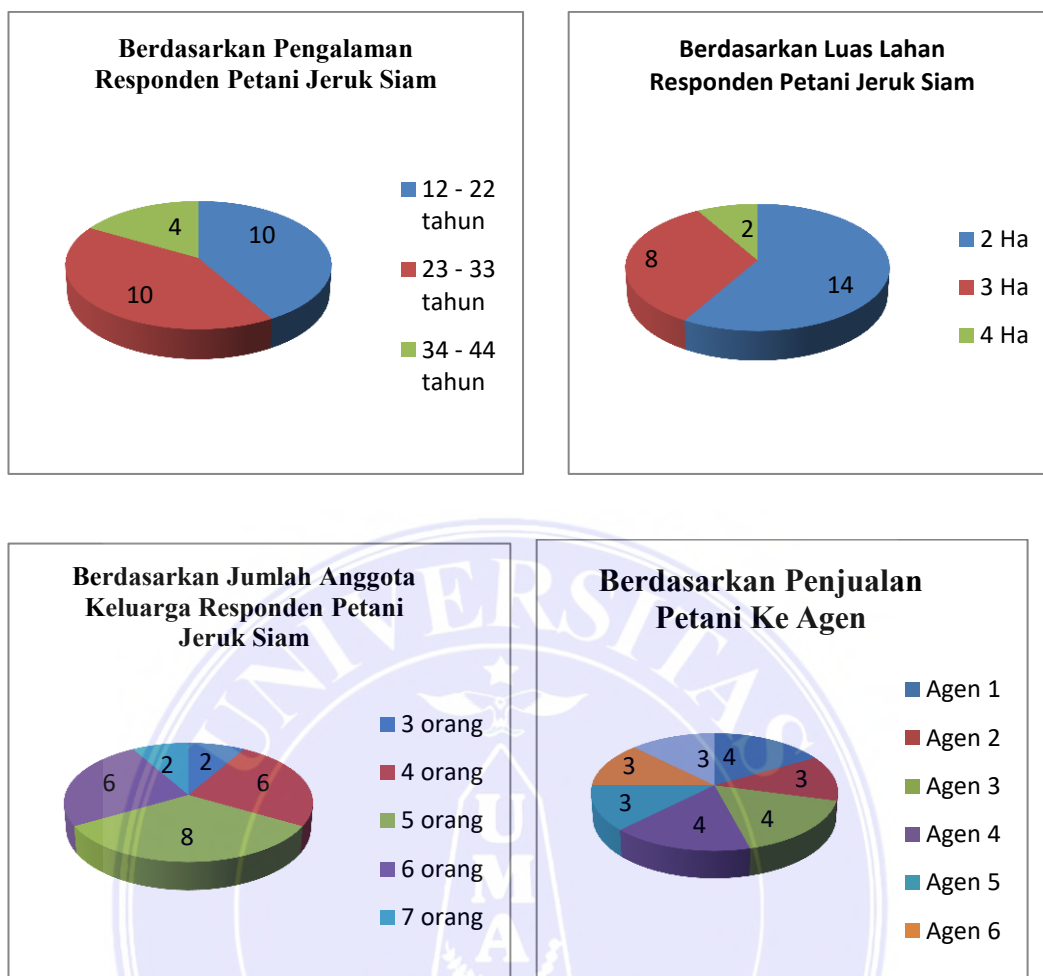
No Agen	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pengalaman (Tahun)	Jumlah Anggota Keluarga
1	Hendra Tarigan	L	51	S1	10	6
2	Sumarno Sembiring	L	44	SMA	7	5
3	Darmen Tarigan	L	39	SMA	5	6
4	Rudianto Ginting	L	54	S1	8	4
5	Darwis Sembiring	L	55	S1	8	6
6	Lanton Purba	L	40	SMA	4	6
7	Mustika Perangin-angin	L	37	SMA	5	3

Lampiran 4. Karakteristik Responden Petani Jeruk Siam

Umur (Tahun)	Total	Pendidikan	Total	Pengalaman	Total	Luas Lahan (Ha)	Total	Jumlah Anggota Keluarga	Total	No Agen	Total Petani yang Menjual
35 - 46	10	SMP	5	12 - 22	10	2	14	3	2	Agen 1	4
47 - 58	11	SMA	15	23 - 33	10	3	8	4	6	Agen 2	3
59 - 70	3	S1	4	34 - 44	4	4	2	5	8	Agen 3	4
								6	6	Agen 4	4
								7	2	Agen 5	3
										Agen 6	3
										Agen 7	3
											24

Lampiran 5. Diagram Karakteristik Responden Jeruk Siam

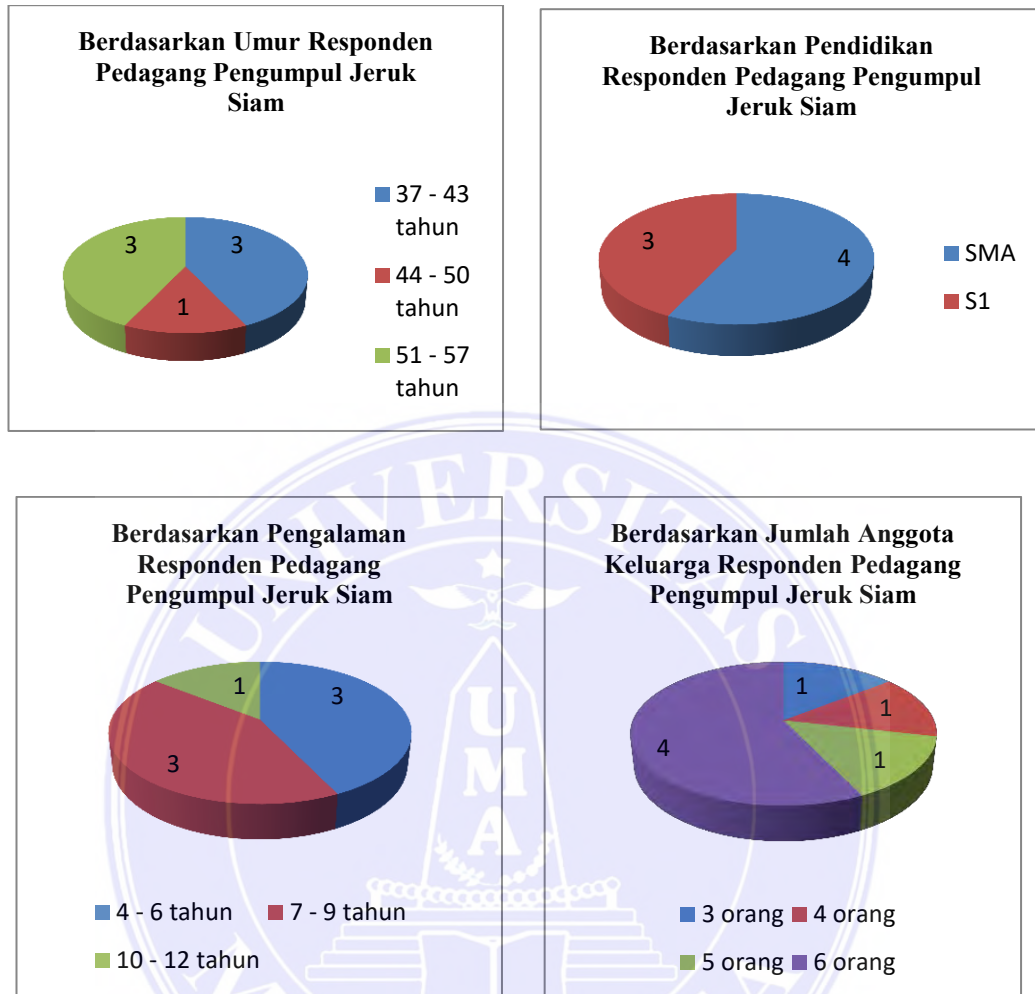




Lampiran 6. Karakteristik Responden Pegang Pengumpul Jeruk Siam

Umur	Total	Pendidikan	Total	Pengalaman	Total	Jumlah Anggota Keluarga	Total
37 - 43	3	SMA	4	4 - 6	3	3	1
44 - 50	1	S1	3	7 - 9	3	4	1
51 - 57	3			10 - 12	1	5	1
						6	4

Lampiran 7. Diagram Karakteristik Responden Pedagang Pengumpul Jeruk Siam



Lampiran 8. Harga Jual Jual Jeruk Siam Per Musim Panen Dalam Waktu 1 Tahun

No	Nama	Volume Panen (Ton)		Waktu Panen		Harga Jual (Rp/Kg)	
		Panen Pertama	Panen Kedua	Panen Pertama	Panen Kedua	Panen Pertama	Panen Kedua
1	Edysonson Sipayung	45	50	Agustus 2023	Februari 2024	9.000	8.000
2	Sastrawan Girsang	40	37	September 2023	Maret 2024	9.000	8.500
3	Ramli Tarigan	42	45	September 2023	Februari 2024	8.500	9.000
4	Masda Sembiring	30	40	Juli 2023	Februari 2024	9.000	8.500
5	Sehat Sipayung	72	69	Agustus 2023	Februari 2024	8.500	8.000
6	Dirman Ginting	49	45	Agustus 2023	Februari 2024	8.500	9.000
7	Julius Ginting	49	41	September 2023	Februari 2024	7.500	8.500
8	Saud Raja Sipayung	33	39	September 2023	Maret 2024	9.000	9.000
9	Ronni Perangin-angin	39	46	Juli 2023	Februari 2024	8.500	9.000
10	Jhonson Ginting	39	32	Agustus 2023	Februari 2024	9.000	8.000
11	Panus Baru	37	30	Juli 2023	Januari 2024	9.000	8.500
12	Robin Tarigan	29	35	Oktober 2023	Maret 2024	8.000	8.500
13	Candra Tarigan	64	55	Juni 2023	Januari 2024	8.000	8.500
14	Gusti Sitepu	48	42	Oktober 2023	Februari 2024	8.000	8.500
15	Efendi Sijabat	41	35	September 2023	Maret 2024	7.500	8.000
16	Erwin Sitepu	33	39	Oktober 2023	Maret 2024	8.000	9.000
17	Junedi Ginting	30	37	Agustus 2023	Maret 2024	9.000	8.500
18	Juni Sembiring	63	52	September 2023	Februari 2024	7.500	8.000
19	Sahala Sitepu	46	39	Oktober 2023	Maret 2024	9.000	9.500
20	Samun Tarigan	50	45	September 2023	Maret 2024	7.500	8.500
21	Jaya Tarigan	42	37	Agustus 2023	Januari 2024	9.500	8.000
22	Raya Tarigan	34	29	September 2023	Maret 2024	7.000	9.000
23	Jakup Sembiring	30	40	September 2023	Maret 2024	8.500	9.000
24	Johannes Perangin-angin	36	42	Juli 2023	Februari 2024	9.000	9.000
Total		1.021	1.001			202.000	206.000
Rata – rata		42,54	42			8.417	8.583

Lampiran 9. Biaya Produksi (Variabel)

No	Pupuk Kimia		Pupuk Kandang		Pestisida		Tenaga Kerja	
	Banyak Digunakan (sak)	Jumlah Harga (Rp)	Banyak Digunakan (Kg)	Jumlah Harga (Rp)	Banyak Digunakan (L)	Jumlah Harga (Rp)	Banyak Digunakan (Orang)	Jumlah Harga (Rp)
1	2.500	42.500.000	60.000	13.200.000	192.000	124.800.000	1	2.400.000
2	1.250	27.250.000	40.000	8.800.000	129.600	972.000.000	2	4.800.000
3	1.600	27.200.000	40.000	9.600.000	114.400	80.080.000	1	2.400.000
4	1.750	31.500.000	42.500	9.350.000	162.400	121.800.000	4	9.600.000
5	3.300	52.800.000	82.500	18.150.000	257.600	167.440.000	4	9.600.000
6	2.600	44.200.000	61.500	13.530.000	177.600	133.200.000	2	4.800.000
7	1.350	24.300.000	60.000	13.200.000	148.000	103.600.000	3	7.200.000
8	1.650	29.700.000	40.500	8.910.000	120.000	84.000.000	3	7.200.000
9	2.400	38.400.000	60.000	12.000.000	130.000	97.500.000	-	-
10	1.300	23.400.000	41.500	9.960.000	120.000	96.000.000	2	4.800.000
11	1.750	31.500.000	42.500	10.200.000	129.600	90.720.000	-	-
12	1.300	22.100.000	40.000	8.800.000	112.000	84.000.000	2	4.800.000
13	3.200	51.200.000	82.500	18.150.000	263.200	171.080.000	6	14.400.000
14	1.750	31.500.000	61.500	13.530.000	128.000	83.200.000	3	7.200.000
15	1.200	20.400.000	41.500	9.960.000	129.600	103.680.000	2	4.800.000
16	1.600	25.600.000	41.500	9.130.000	100.000	75.000.000	3	7.200.000
17	1.650	28.050.000	40.000	9.600.000	128.800	83.720.000	-	-
18	2.500	40.000.000	61.500	13.530.000	160.000	104.000.000	-	-
19	2.600	44.200.000	62.500	15.000.000	148.000	103.600.000	5	12.000.000
20	1.900	32.300.000	62.500	13.750.000	168.000	109.200.000	5	12.000.000
21	1.750	28.000.000	41.000	9.840.000	104.000	72.800.000	1	2.400.000
22	1.750	31.500.000	41.500	9.020.000	134.400	80.640.000	1	2.400.000
23	1.750	31.500.000	41.000	9.130.000	129.600	84.240.000	3	7.200.000
24	1.250	21.250.000	42.500	9.350.000	129.600	97.200.000		
Total	45.650	780.350.000	1.230.500	275.690.000	3.368.400	3.323.500.000	53	127.200.000
Rata-rata	1.902	32.514.583	51.271	11.487.083	146.452	138.479.167	3	6.694.737

Lampiran 10. Biaya Produksi (Tetap)

No	Cangkul		Penyusutan (Tahun)	Pisau		Penyusutan (Tahun)	Ember		Penyusutan (Tahun)	Spayer Mesin		Penyusutan (Tahun)
	Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit	Harga (Rp)	
1	5	350.000	100.000	3	450.000	120.000	3	45.000	39.000	2	4.000.000	720.000
2	3	210.000	60.000	3	450.000	120.000	3	45.000	39.000	1	1.900.000	360.000
3	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
4	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
5	4	280.000	80.000	3	450.000	120.000	4	60.000	52.000	2	4.000.000	720.000
6	4	280.000	80.000	3	450.000	120.000	4	60.000	52.000	2	4.000.000	720.000
7	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
8	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
9	3	210.000	60.000	3	450.000	120.000	3	45.000	39.000	2	4.000.000	720.000
10	2	140.000	40.000	3	450.000	120.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
11	3	210.000	60.000	2	300.000	80.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
12	3	210.000	60.000	3	450.000	120.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
13	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	2	4.000.000	720.000
14	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
15	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
16	3	210.000	60.000	1	150.000	40.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
17	3	210.000	60.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	2	3.800.000	720.000
18	4	280.000	80.000	3	450.000	120.000	4	60.000	52.000	2	4.000.000	720.000
19	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	2	4.000.000	720.000
20	5	350.000	100.000	4	600.000	160.000	4	60.000	52.000	2	4.000.000	720.000
21	3	210.000	60.000	2	150.000	80.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
22	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	3	45.000	39.000	1	2.000.000	360.000
23	2	140.000	40.000	2	300.000	80.000	2	30.000	26.000	1	2.000.000	360.000
24	4	280.000	80.000	3	450.000	120.000	3	45.000	39.000	2	4.000.000	720.000

Total	69	4.830.000	1.380.000	58	8.550.000	2.320.000	66	990.000	858.000	34	67.700.000	12.240.000
Rata-rata	2,875	201.250	57.500	2,416667	356.250	96.667	2,75	41.250	35.750	1,417	2.820.833,3	510.000



Lanjutan

Pemotong Rumput		Penyusutan (Tahun)	Gunting Dahan		Penyusutan (Tahun)	Gerobak Dorong		Penyusutan (Tahun)	Selang		Penyusutan (Tahun)
Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit	Harga (Rp)		Jumlah Unit (m)	Harga (Rp)	
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	400	4.000.000	640.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
1	1.500.000	300.000	1	160.000	43.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
1	1.800.000	300.000	1	160.000	43.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	450	4.500.000	720.000
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	3	2.400.000	450.000	400	4.000.000	640.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	350	3.500.000	560.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	2	320.000	86.000	2	1.600.000	300.000	300	3.000.000	480.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	250	2.500.000	400.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	2	1.600.000	300.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	600	6.000.000	960.000
2	3.200.000	600.000	2	320.000	86.000	2	1.600.000	300.000	300	3.000.000	480.000
1	1.600.000	300.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	350	3.500.000	560.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	250	2.500.000	400.000
1	1.600.000	300.000	2	160.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	400	4.000.000	640.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
2	3.200.000	600.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	400	4.000.000	640.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
1	1.600.000	300.000	2	320.000	86.000	1	800.000	150.000	300	3.000.000	480.000
1	1.600.000	300.000	3	480.000	129.000	2	1.600.000	300.000	350	3.500.000	560.000

33	52.900.000	9.900.000	54	8.480.000	2.322.000	36	28.800.000	5.400.000	8.100	81.000.000	12.960.000
1,37	2.204.166,6	412.500	2,25	353.333,3	96.750	1,5	1.200.000	225.000	337,5	3.375.000	540.000



Lanjutan

Drum			Stick Sprayer		
Jumlah Unit	Harga (Rp)	Penyusutan (Tahun)	Jumlah Unit	Harga (Rp)	Penyusutan (Tahun)
3	900.000	156.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	2	120.000	50.000
2	600.000	104.000	3	180.000	75.000
1	300.000	52.000	3	180.000	75.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
3	900.000	156.000	6	360.000	150.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
2	600.000	104.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	3	180.000	75.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
1	300.000	52.000	3	180.000	75.000
1	300.000	52.000	4	240.000	100.000
2	600.000	104.000	5	300.000	125.000
36	10.800.000	1.872.000	98	5.880.000	2.450.000
1,5	450.000	78.000	4,083	245.000	102.083,3

Lampiran 11. Biaya Pemasaran Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran	Pembelian	Penjualan	Transportasi	Pengiriman	Pengemasan	Sortasi	Pemetikan
Rp/Kg							
Petani							
Pedagang Pengumpul							
Hendra Tarigan		12.853	17	1.625	580	255	200
Sumarno Sembiring		12.853	17	1.620	577	251	200
Darmen Tarigan		12.853	17	1.630	570	249	200
Rudianto Ginting	8.583	12.853	17	2.620	573	257	200
Darwis Sembiring		12.853	17	1.625	575	260	200
Lanton Purba		12.853	17	1.630	575	258	200
Mustika Perangin- angin		12.853	17	1.625	576	255	200
Total		89.971	119	11.375	4.025	1.785	1.400
Rata – rata		12.853	17	1.625	575	255	200

Lampiran 12. Margin Pemasaran

No	Uraian	Rp/Kg	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	Petani Harga Jual	8.583	
2	Pedagang Pengumpul Harga Beli	8.583	
	Harga Jual	12.853	4.270
	Biaya Pemasaran		
	• Transportasi	17	
	• Pengiriman(Ekspedisi)	1.625	
	• Pengemasan	575	
	• Sortasi	255	
	• Pemetikan	200	
	Total Biaya Pemasaran	2.672	

Lampiran 13. Keuntungan Pemasaran

No	Uraian	(Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Petani Harga Jual	8.583	
2	Pedagang Pengumpul Harga Beli	8.583	
	Harga Jual	12.853	
	Biaya Pemasaran	2.672	4.270
	Keuntungan Pemasaran		1.598


Lampiran 14. *Farmer share*

Saluran Pemasara	<i>Farmer share</i>
	$F_s = \frac{pr}{pf} \times 100\%$
	$= \frac{8.583}{12.853} \times 100\%$
Petani dan Pedagang Pengumpul	$= 0,6677\%$
	$= 66,77\%$

Lampiran 15. Efisiensi Pemasaran

Saluran Pemasaran	Efisiensi Pemasaran
	$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$
	$= \frac{2.672}{12.852} \times 100\%$
Petani dan Pedagang Pengumpul	$= 0,207\% \times 100\%$
	$= 20,7\%$

Lampiran 16. Surat Pengantar Riset Penelitian

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20371
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 4278/FP.1/01.10/XII/2023 Medan, 16 Desember 2023
Lamp. : -
Hal : Pra Survey

Yth. Kepala Desa Cingkes
Desa Cingkes, Kecamatan Dolok Silau, Kabupaten Simalungun
di _____
Tempat


Dengan hormat,
Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

N a m a	: Sincilide Sipayung
NIM	: 198220109
Program Studi	: Agribisnis

Untuk melaksanakan Pra Survey Pengambilan Data di Kantor Kepala Desa Cingkes, Kecamatan Dolok Silau, Kabupaten Simalungun untuk kepentingan skripsi berjudul **“Kinerja Pasar dan Pemasaran Jeruk Siam di Desa Cingkes Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun”**.

Pra Survey Pengambilan Data ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

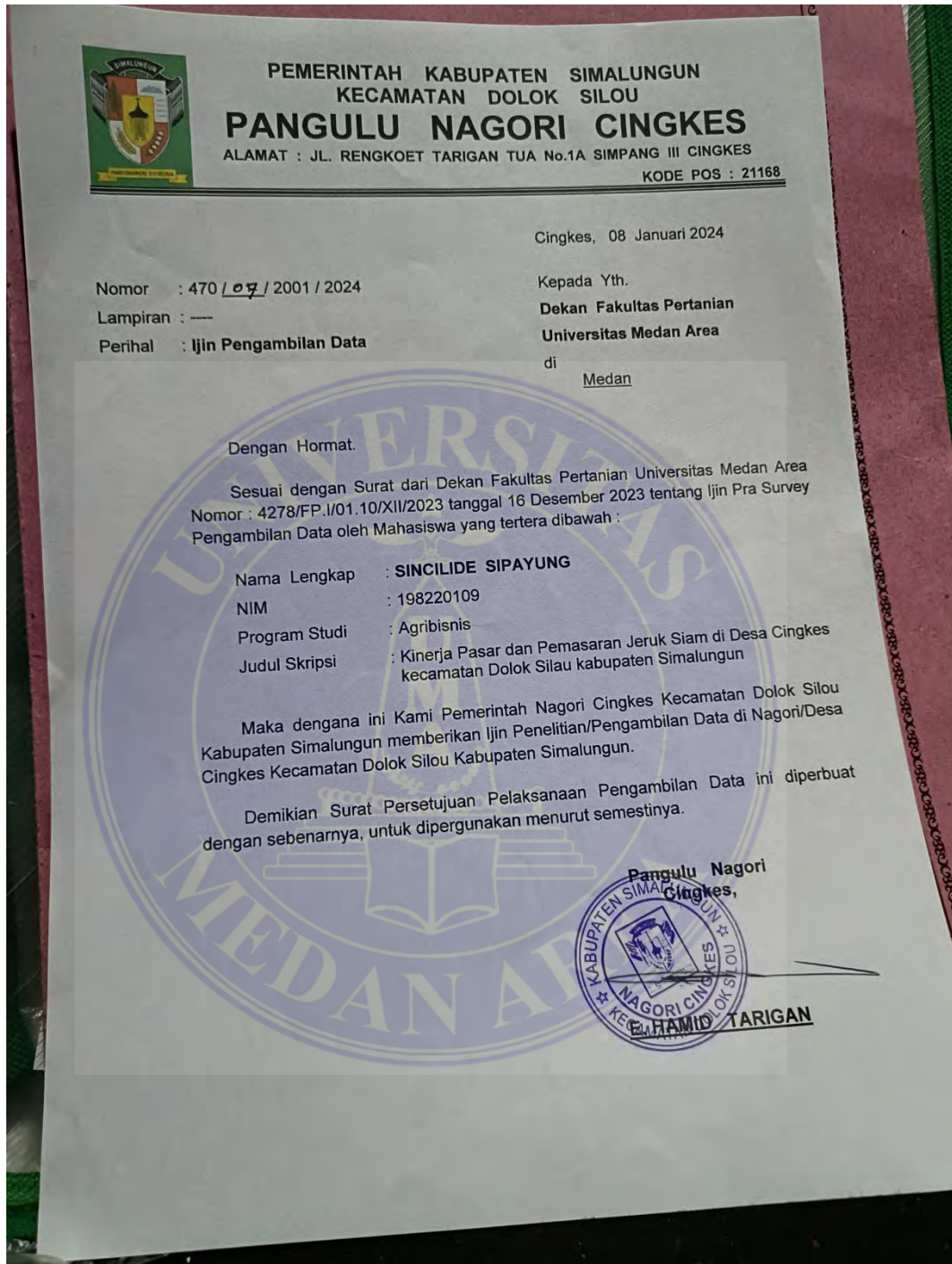
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.


Dekan,
Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP, M.Si

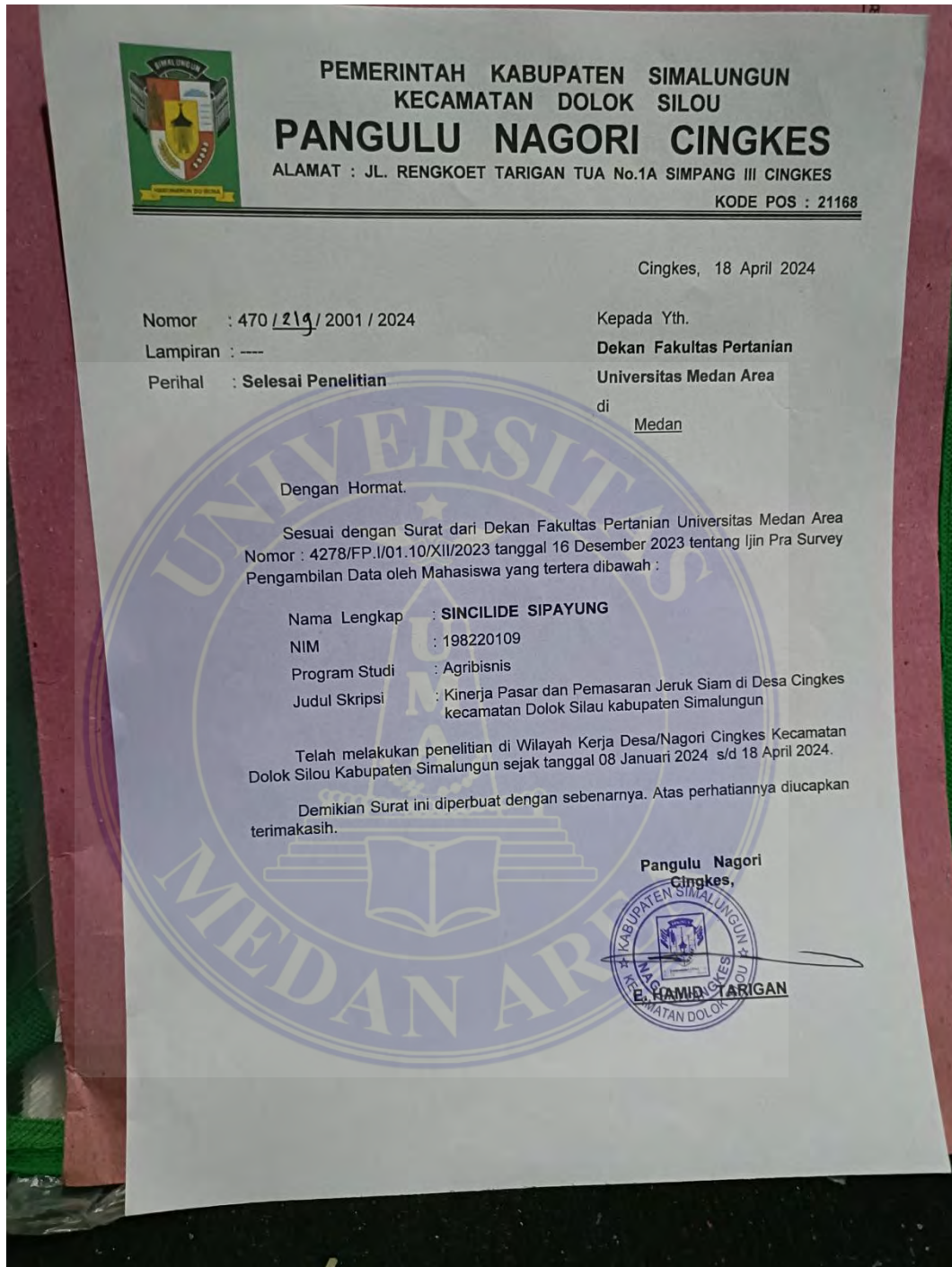
Tembusan:

1. Ka. Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

Lampiran 17. Surat Izin Penelitian



Lampiran 18. Surat Selesai Penelitian



Lampiran 19. Dokumentasi Penelitian



Wawancara Dengan Petani



Wawancara Dengan Petani



Wawancara Dengan Petani



Wawancara Dengan Petani



Wawancara Pedagang Pengumpul



Wawancara Pedagang Pengumpul



Wawancara Pedagang Pengumpul



Proses Pemetikan Buah Jeruk Siam



Sortasi Buah Jeruk Siam



Pengemasan Buah Jeruk Siam



Pengangkutan Buah Jeruk Siam