Tataniaga Jeruk Siam (Citrus Nobilis Lour) Di Desa Sungai Kambat Kecamatan Cerbon Kabupaten Barito Kuala

Sri Astuty Handayani[1], Abdullah Dja'far[2], A. Yousuf Kurniawan[2]

[1]Peminat dan Peneliti Agribisnis
[2]Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Unlam

ABSTRACT

The objectives of this research are: (1) to observe marketing channels, functions and marketing institution who involved in siam orange distribution, (2) to analize marketing costs, marketing shares, marketing margin, profit and marketing efficiency feasibility of siam orange marketing, and (3) to identify siam orange marketing problems in its channels. In this research, data were collected by interviewing 30 farmers from 3 different farmer groups. Then, by snowball sampling technique with those farmers as the starting point, 2 colector traders, 2 whole salers, and 2 retails also were interviewed. The results revealed that Sungai Kambat Village have five marketing channels. As the dominant channel, the third channel has the highest score in economic and technical efficiency. The marketing costs consist of transportation, loading and dropping, fees and taxes, and fruit damage. The higher marketing cost was occured in the second channel while the lowest one was in the first channels. Marketing shares and margins were varied depend on cost, fruit sales, and fruit's retail price. Siam orange marketing in all channels were economicly feasible. And finally, the most common problems in this marketing were uncertainty price, fruit quality, and illegal fees.

***Keywords**: siam oranges, marketing channel*

Pendahuluan

Latar Belakang

Jeruk Siam Banjar, asal Kalimantan Selatan, merupakan salah satu komoditas unggulan hortikultura yang sudah sangat berkembang dan memiliki potensi cukup prospektif sebagai komoditi bernilai ekonomis. Selain itu dukungan potensi lahan untuk usaha budidaya komoditas ini masih sangat terbuka. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian Propinsi Kalimantan Selatan, luas lahan yang sudah dimanfaatkan selama tahun 2007 untuk usaha pertanian baru mencapai 52,55%. Pada tahun 2007 luas lahan pertanaman jeruk tercatat sebesar 8.740 ha, sedangkan luas panen tanaman produktif 2.460 ha dengan tingkat produksi sebesar 78.474 ton dan produktivitas 3,190 ton ha^{-1} (Dinas Pertanian Kalimantan Selatan, 2007).

Kabupaten Barito Kuala dikenal sebagai Sentra penghasil jeruk siam yang merupakan jeruk andalan Kalimantan Selatan. Desa Sungai Kambat merupakan salah satu desa penghasil jeruk siam terbanyak yang ada di Kabupaten Barito Kuala. Jeruk Siam adalah penghasilan utama para petani disini, sedangkan bertani padi dan perkebunan lainnya hanyalah sebagai usaha sampingan saja

Mengingat besarnya peranan dan arti penting usahatani jeruk siam di Desa Sungai Kambat Kecamatan Cerbon sebagai mata pencaharian sebagian besar penduduknya, pemasaran mulai meluas dan sebagai pemenuh kebutuhan akan permintaan buah-buahan, maka dirasa perlu dilaksanakan penelitian tentang pemasaran komoditas jeruk siam untuk mengetahui pola saluran pemasaran, besarnya biaya, margin dan keuntungan dari tataniaga jeruk siam serta mengetahui beberapa bagian harga (*share*) yang diterima produsen atau petani dan masing-masing lembaga tataniaga yang ada.

Tujuan dan Kegunaan

1. Mengetahui saluran tataniaga, fungsi dan lembaga tataniaga yang terlibat dalam menyalurkan buah jeruk siam dari produsen ke konsumen.
2. Menganalisis besarnya biaya tataniaga, share tataniaga, margin tataniaga, keuntungan dan kelayakan efisiensi tataniaga buah jeruk siam.
3. Mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi dalam menyalurkan buah jeruk siam pada masing-masing saluran.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai informasi atau gambaran mengenai keadaan tataniaga jeruk siam kepada produsen, petani, pedagang maupun pemerintah dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan masalah penyediaan buah-buahan bagi komsumsi dan juga dapat memberikan masukan yang dapat membantu peningkatan kesejah-teraan masyarakat setempat serta peningkatan potensi pertanian di Desa Sungai Kambat khususnya.

Tinjauan Pustaka

Jeruk Siam

Jeruk siam merupakan anggota jeruk keprok dan mempunyai nama ilmiah *Citrus nobilis* var. Microcarpa. Jeruk siam mempunyai ciri khas kulit buahnya yang tipis (sekitar 2 mm), permukaannya halus, licin mengkilap dan menempel lekat pada daging buahnya. Daging buahnya lunak dengan rasa manis dan harum. Produksi buahnya cukup lebat dengan berat per buahnya sekitar 75,6 gr (Tim PS, 1995).

Keistimewaan jeruk siam Banjar ini antara lain adalah: bobot buahnya rata-rata dapat mencapai 200 gr, banyak ditanam dari bijinya karena dapat berbuah cepat (4 tahun), dapat diperbanyak secara vegetatif, yakni dengan stek dan cangkok (Dinas Pertanian Kalimantan Selatan, 2007).

Tataniaga Jeruk Siam

Istilah tataniaga di Indonesia sama dengan pemasaran atau distribusi, yaitu semacam kegiatan ekonomi yang bersifat membawa atau menyampaikan barang dari produsen ke konsumen, maka tataniaga disebut juga pemasaran (Mubyarto,1989). Dalam rantai pemasaran sekurang-kurangnya terdapat tiga lembaga, yaitu petani (produsen), pedagang perantara dan konsumen (Hanafiah dan Saefuddin, 1993). Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat ataupun terjadinya pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan menggunakan alat pemuas yang berupa barang ataupun jasa, dimana terjadi perpindahan hak milik antara penjual dan pembeli (Sudiyono,2002).
Menurut Soekartawi (1993), dalam sistem pemasaran ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, yaitu fungsi-fungsi lembaga, saluran, biaya, margin, dan efisiensi pemasaran. Suatu sistem pemasaran akan berhasil apabila didukung oleh faktor pendukungnya seperti transportasi, perbankan, asuransi, peraturan pemerintah dan kelembagaan petani (petani, pedagang, tengkulak maupun pedagang pengecer).

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Sungai Kambat, pada bulan Mei 2010 sampai bulan Juli 2010 yang dimulai dari pengumpulan data sampai dengan pembuatan laporan. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer yang didapat dari wawancara di lapangan dan data sekunder yang didapat dari instansi terkait.

Metode Penarikan Contoh

Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara. Pengambilan contoh kelompok tani terpilih menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan unit sampel kelompok tani secara sengaja dimana dari 7 kelompok tani dipilih 3 kelompok tani sebagai unit sampel, yaitu kelompok tani Usaha Bersama, Karya Membangun dan Tamara, dengan pertimbangan bahwa kelompok tani tersebut adalah kelompok tani yang jumlah anggotanya paling banyak menanam jeruk siam. Tahap kedua untuk

menentukan jumlah petani juga menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel petani secara sengaja yang dipilih sebagai unit sampel dengan jumlah petani sebanyak 30 orang dengan alasan bahwa para petani tersebut yang terbanyak menanam jeruk siam dengan area tanam yang besar dan tanaman jeruk siamnya sudah menghasilkan (berumur lebih dari 3 tahun) sehingga pemasarannya juga lebih luas.

Pengambilan sampel pada pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer yang bergerak pada pemasaran jeruk siam dengan metode *Snow Ball Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara bergulir dari petani yang menjadi sumber informasi pertama tentang orang-orang lain dalam saluran tataniaga jeruk siam yang juga dapat dijadikan sampel selanjutnya

Pembatasan Masalah

1. Petani yang dijadikan sampel merupakan petani yang berusahatani jeruk siam yang berada di Desa Sungai Kambat.
2. Saluran tataniaga yang dianalisis adalah rantai tataniaga yang sudah rutin dan dominan terjadi di daerah tempat penelitian tersebut.

Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama dan tujuan kedua digunakan metode observasi langsung kemudian dianalisis secara deskriptif. Untuk menghitung berapa bagian harga (*share*) pada masing-masing saluran tataniaga jeruk siam berdasarkan rumus:

$$\mathbf{Spr} = \frac{\mathbf{Hpr}}{\boldsymbol{Hpc}} \mathbf{x\ 100\%}$$

$$\mathbf{Spl} = \frac{\mathbf{Hpl - Hpr}}{\boldsymbol{Hpc}} \mathbf{x\ 100\%}$$

$$\mathbf{Spt} = \frac{\mathbf{Hpt - Hpl}}{\boldsymbol{Hpc}} \mathbf{x\ 100\%}$$

$$\mathbf{Spc} = \frac{\mathbf{Hpc - Hpt}}{\boldsymbol{Hpc}} \mathbf{x\ 100\%}$$

dimana:
Spr = Bagian harga (*share*) yang diterima oleh produsen jeruk siam (%)
Spl = Bagian harga (share) yang diterima oleh pedagang pengumpul jeruk siam (%)
Spt = Bagian harga (share) yang diterima oleh pedagang besar jeruk siam (%)
Spc = Bagian harga (share) yang diterima oleh pedagang pengecer jeruk siam (%)
Hpr = Harga jeruk siam di tingkat produsen (Rp)
Hpl = Harga jeruk siam di tingkat pedagang pengumpul (Rp)
Hpt = Harga jeruk siam di tingkat pedagang besar (Rp)
Hpc = Harga jeruk siam di tingkat pedagang pengecer (Rp)

Untuk mengetahui besarnya margin total yang diterima pada tataniaga jeruk siam digunakan rumus sebagai berikut:

M = Hk – Hp

dimana:
M = Margin tataniaga buah jeruk siam (Rp)
Hk = Harga yang dibayarkan oleh pembeli jeruk siam terakhir (konsumen akhir) (Rp)

Hp = Harga yang dibayarkan kepada penjual jeruk siam pertama (petani) (Rp).

Untuk melihat margin pemasaran jeruk siam pada setiap mata rantai pemasaran digunakan rumus:

Mo = Hsi – Hbi

dimana:

Hsi = Harga penjualan jeruk siam di tingkat pedagang ke – i (Rp)

Hbi = Harga pembelian jeruk siam di tingkat pedagang ke – i (Rp)

Persentase margin pemasaran jeruk siam dihitung dengan:

$$\mathbf{Mo} = \frac{\mathbf{Hsi - Hbi}}{\boldsymbol{Hsi}} \mathbf{x\,100\%}$$

Untuk menghitung keuntungan yaitu:

K = M – C

dimana:

K = Keuntungan total tataniaga jeruk siam (Rp)

M = Margin tataniaga jeruk siam (Rp)

C = Biaya total tataniaga jeruk siam (Rp)

Untuk menghitung pendapatan/ keuntungan pada masing-masing saluran tataniaga jeruk siam adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Kpl} = \frac{(\boldsymbol{Htpl - Htpr}) - \boldsymbol{Ctpl}}{\boldsymbol{Htpc}} \mathbf{x\,100}$$

$$\mathbf{Kpt} = \frac{(\boldsymbol{Htpt - Htpl}) - \boldsymbol{Ctpt}}{\boldsymbol{Htpt}} \mathbf{x\,100}$$

$$\mathbf{Kpc} = \frac{(\boldsymbol{Htpc - Htpt}) - \boldsymbol{Ctpc}}{\boldsymbol{Htpc}} \mathbf{x\,100}$$

dimana:

Kpl = Keuntungan pedagang pengumpul jeruk siam (%)

Kpt = Keuntungan pedagang besar jeruk siam (%)

Kpc = Keuntungan pedagang pengecer jeruk siam (%)

Htpl = Harga jeruk siam di tingkat pedagang pengumpul (Rp)

Htpt = Harga jeruk siam di tingkat pedagang besar (Rp)

Htpc= Harga jeruk siam di tingkat pedagang pengecer (Rp)

Ctpl = Biaya pemasaran jeruk siam di tingkat pedagang pengumpul (Rp)

Ctpt = Biaya pemasaran jeruk siam di tingkat pedagang besar (Rp)

Ctpc= Biaya pemasaran jeruk siam di tingkat pedagang pengecer (Rp)

Untuk mengetahui saluran tataniaga jeruk siam mana yang secara ekonomis relatif lebih efisien dari berbagai saluran tataniaga yang ada, dilakukan analisis efisiensi yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\boldsymbol{EpE} = \frac{\boldsymbol{C}}{\boldsymbol{H}} \boldsymbol{x}\mathbf{100\%}$$

dimana:

EpE = Efisiensi saluran tataniaga jeruk siam (%)

C = Total biaya tataniaga jeruk siam (Rp)

H = Harga penjualan terakhir/ nilai akhir jeruk siam (Rp).

Efisiensi teknis dari distribusi jeruk siam pada masing-masing saluran tataniaga diketahui dengan menghitung rasio tataniaga terhadap jarak tujuan pasar dengan menggunakan rumus:

$$\boldsymbol{EpT} = \frac{\boldsymbol{C}}{\boldsymbol{J}}$$

dimana :
EpT = Efisiensi teknis tataniaga jeruk siam (Rp/km)
C = Total biaya tataniaga jeruk siam (Rp)
J = Jarak produsen jeruk siam sampai ke konsumen akhir (pasar eceran) (km)

Rumus BCR (*Benefit Cost Ratio*) dipakai untuk mengetahui tingkat keuntungan dan biaya masing-masing pedagang pada berbagai saluran yang terjadi pada tataniaga jeruk siam.

$$BCR = \frac{\pi i}{Ci}$$

dimana :
BCR= Perbandingan manfaat biaya pada masing-masing rantai tataniaga jeruk siam
πi = Keuntungan tataniaga jeruk siam pada pelaku rantai tataniaga ke- i (Rp)
Ci = Biaya tataniaga jeruk siam pada pelaku rantai tataniaga ke- I (Rp).

Untuk mengetahui permasalahan dan mencoba memberikan alternatif pemecahan dalam usahatani dan tataniaga jeruk siam maka digunakan penjelasan secara deskriptif berdasarkan informasi dari petani, pedagang perantara, dinas dan instansi terkait serta beberapa literatur lain yang mendukung.

Hasil dan Pembahasan

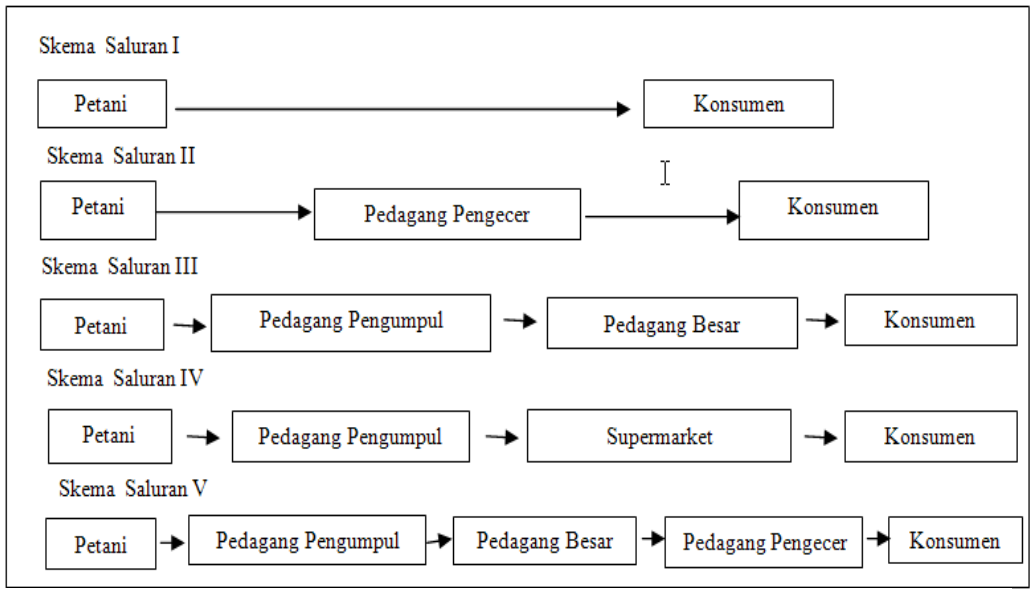
Saluran Tataniaga Jeruk Siam Di Desa Sungai Kambat

Lembaga-lembaga tataniaga yang terlibat dalam memasarkan jeruk siam dari petani sampai konsumen adalah pedagang pengumpul, pedagang besar, supermarket dan pedagang pengecer. Lembaga-lembaga tataniaga yang ada terbentuk menjadi pola saluran tataniaga jeruk siam di Desa Sungai Kambat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada skema saluran tataniaga jeruk siam pada Gambar 1.

Analisis Biaya, Keuntungan, Margin dan Share serta Efisiensi Pemasaran

Pada saluran I, jeruk yang dijual hanya jeruk siam dengan grade C, biasanya dalam satu kilogram berisi 15-20 biji buah. Rata-rata setiap penjualan yang dilakukan petani sebesar 50 kg. Biaya tataniaga tertinggi terdapat pada pengangkutan yaitu sebesar 64,5% dari total biaya tataniaga sebesar Rp 310 kg^{-1}. Total keuntungan sebesar Rp 1.190 kg^{-1} dan tingkat kelayakan (BCR) aktivitas tataniaga pada saluran I yaitu sebesar 3,8 yang berarti setiap Rp 1 biaya menghasilkan manfaat/keuntungan sebesar Rp 3,8 (lihat Lampiran 1).

Biaya total pada saluran II untuk grade A dan B sebesar Rp 1.104 kg^{-1} dengan biaya tertinggi pada biaya pengangkutan sekitar 63,4% dari total biaya. Total keuntungan pada saluran ini untuk grade A dan B sebesar Rp 3. 356 kg^{-1} dan grade C sebesar Rp 2.830 kg^{-1}. Selisih harga (margin tataniaga) di tingkat petani dan pedagang pengecer sangat tinggi yaitu sebesar Rp 4.460 kg^{-1}



Gambar 1. Skema Saluran-Saluran Tingkat Tataniaga Jeruk Siam Di Desa Sungai Kambat tahun 2010.

untuk grade A dan B, sedangkan untuk grade C Rp 3.800 kg^{-1}.

Hal ini diakibatkan besarnya biaya maupun resiko yang diterima oleh pedagang pengecer. Adapun share tertinggi diterima oleh pedagang pengecer baik untuk grade A dan B maupun grade C, sehingga pembagian harga untuk masing-masing lembaga masih belum adil. Tingkat kelayakan tataniaga jeruk siam, pada saluran ini sudah dikatakan layak karena masing-masing grade mendapatkan nilai BCR ≥ 1 (lihat Lampiran 2).

Pada saluran III, biaya total tataniaga untuk grade A dan B sebesar Rp 390,4 kg^{-1} dan grade C sebesar Rp 397,5 kg^{-1}. Total keuntungan untuk grade A dan B sebesar Rp 1.356,6 kg^{-1} dan grade C sebesar Rp 1.475,5 kg^{-1}. Margin total untuk grade A dan B sebesar Rp 1.747 kg^{-1} dan margin total untuk grade C sebesar Rp 1.873 kg^{-1}. Keuntungan maupun margin bagian tertinggi pada saluran III didapatkan oleh pedagang besar.

Adapun *share* atau bagian harga yang tertinggi untuk grade A dan B didaptkan oleh petani dan grade C didapatkan oleh pedagang besar. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini petani sudah menjaga kualitas buah dengan cara peningkatan grade. BCR pada masing-masing lembaga relatif seimbang, sehingga saluran ini menjadi saluran yang paling dominan dilaksanakan.

Kegiatan tataniaga pada saluran IV ini mengeluarkan biaya total sebesar Rp 1.000 kg^{-1} dan biaya paling besar adalah biaya angkutan. Total keuntungan sebesar Rp 2.650 kg^{-1}. Keuntungan paling besar diperoleh pedagang pengumpul yaitu sebesar Rp 2.150 kg^{-1}. Buah jeruk yang dipasarkan pada saluran ini hanya

dengan grade A (kriteria dalam satu kilogram hanya berisi 7-8 biji buah).

Share untuk petani dan pedagang pengumpul sama yaitu sebesar 45,1%, nilai ini cukup tinggi, sehingga hal ini dapat menjadi motivasi bagi petani untuk meningkatkan kualitas buah jeruk siam dalam menghasilkan buah dengan grade A. BCR tertinggi didapatkan oleh Supermarket sebesar 3,3.

Pada saluran V (lihat Lampiran 5) terlihat bahwa biaya total untuk grade A dan B sebesar Rp 922,9 kg^{-1}, sedangkan biaya total untuk grade C sebesar Rp 804,5 kg^{-1} dengan biaya tertinggi untuk keduanya diperoleh dari penyusutan. Total keuntungan untuk grade A dan B sebesar Rp 1.824,1 kg^{-1} dan untuk grade C sebesar Rp 2.068,5 kg^{-1}.

Keuntungan terbesar didapatkan oleh pedagang pengecer baik grade A dan B maupun grade C. Margin bagian tertinggi untuk grade A dan B didapatkan oleh pedagang pengecer, sedangkan untuk grade C didapatkan oleh pedagang besar.

Adapun share tertinggi untuk grade A dan B didapatkan oleh petani dan grade C didapatkan oleh pedagang pengecer. Pada saluran ini tataniaga buah jeruk siam masih layak untuk dilaksanakan. Namun sebaiknya hanya jeruk siam dengan grade A dan B yang dipasarkan pada saluran ini.

Tingkat Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan didapatkan nilai efisiensi ekonomis tertinggi yaitu sebesar 18,61% dan 20,4 % untuk masing-masing grade (A, B dan C) yang diperoleh oleh saluran V. Sedangkan nilai efisiensi ekonomis terendah diperoleh oleh saluran III yaitu sebesar 9,76% untuk grade A dan B, sedangkan grade C sebesar 13,25%.

Jadi saluran tataniaga yang dikatakan paling efisien adalah saluran III, karena semakin kecil biaya pemasaran akan menyebabkan nilai efisiensi semakin kecil pula. Efisiensi teknis tertinggi untuk grade C adalah saluran I sebesar 16,67% dan untuk grade A pada saluran IV yaitu sebesar 16,67%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua saluran ini memiliki efisiensi teknis yang rendah, sebab semakin dekat jarak tataniaga maka akan semakin besar nilai efisiennya. Efisiensi teknis terendah diperoleh oleh saluran III sebesar 1,95% untuk grade A dan B, sedangkan grade C sebesar 1,98%.

Permasalahan Tataniaga Jeruk Siam

1. Dari 30 petani, sekitar 25 petani atau 80%-nya menyatakan bahwa permasalahan yang paling banyak adalah harga jeruk siam yang tidak stabil dan menyebabkan sulitnya menentukan waktu panen dan penjualan.
2. Permasalahan yang dihadapi pedagang pengumpul adalah kualitas jeruk siam dan kerusakan buah jeruk saat pengangkutan dan penimbangan yang tidak hati-

hati. Adapun kualitas jeruk siam yang diharapkan pedagang pengupul adalah penampilan buah tidak kusam, warna jeruk hijau kekuningan dan cerah, serta rasanya manis.

3. Permasalahan bagi pedagang besar adalah yang dihadapi pedagang besar yaitu kerusakan buah jeruk siam yang tergolong tinggi akibat perjalanan jauh dan banyaknya jeruk yang diangkut. Selain itu pungutan-pungutan lainnya saat membawa jeruk siam ke tujuan juga dirasa sangat memberatkan bagi pedagang besar, retribusi pasar juga sangat tinggi sekitar Rp 40.000 per hari.
4. Permasalahan bagi supermarket adalah kualitas buah jeruk siam yang masih tidak merata baik dari segi grade maupun penampilan jeruk siam.
5. Pedagang pengecer mempunyai masalah dalam hal penanganan buah jeruk siam sebelum buah jeruk laku terjual, karena biasanya jeruk siam yang sampai ke pedagang pengecer merupakan buah yang kesegarannya sudah berkurang akibat panjangnya rantai pemasaran. Selama ini cara mengatasi buah yang kurang segar dengan cara menyiramkan air ke buah jeruk yang akan di jual.

Kesimpulan dan Saran

Saluran tataniaga jeruk siam di Desa Sungai Kambat terbagi atas lima saluran, dan lembaga yang terlibat dalam saluran ini yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, supermarket dan pedagang pengecer. Saluran yang domiman digunakan adalah saluran III, yaitu petani → pedagang pengumpul → pedagang besar → konsumen.

Biaya-biaya tataniaga jeruk siam meliputi: biaya angkutan (transportasi), biaya bongkar muat, retribusi dan kerusakan buah. Biaya tataniaga paling tinggi terjadi pada saluran II dan yang paling rendah terjadi pada saluran I.

Bagian harga/share, margin dan persentase margin pada saluran tataniaga jeruk siam yang ada di Desa Sungai Kambat bervariasi, tergantung besarnya biaya, volume penjualan dan harga jual jeruk siam terakhir (sampai ke konsumen). *Share* tertinggi didapatkan oleh pedagang pengecer pada saluran II, baik grade A dan B maupun grade C. Di tingkat petani yang mendapatkan *share* tertinggi yaitu pada saluran III. Tataniaga jeruk siam disemua saluran di Desa Sungai Kambat dikatakan layak berdasarkan perhitungan BCR.

Efisiensi ekonomis dan efisiensi teknis tataniaga tertinggi terjadi pada saluran III, sehingga menjadi saluran yang paling dominan dalam memasarkan jeruk siam di Desa Sungai Kambat.

Permasalahan yang dihadapi petani dalam memasarkan jeruk siam adalah harga jeruk siam yang tidak menentu dan tidak ada standarisasi harga, adapun yang dihadapi pedagang pengumpul adalah kualitas dan kerusakan jeruk siam. Permasalahan yang dihadapi pedagang besar adalah kerusakan jeruk siam dan pungutan-pungutan liar saat memasarkan jeruk siam,

sedangkan bagi pihak supermarket yaitu kualitas buah jeruk yang dibeli tidak menentu. Adapun permasalahan pedagang pengecer dalam memasarkan jeruk siam adalah penanganan jeruk siam sebelum jeruk siam laku terjual.

Petani diharapkan untuk lebih meningkatkan kualitas grade yang akan diproduksi agar memberikan nilai jual yang lebih tinggi yang akan berpengaruh terhadap peningkatan keuntungan bagi petani. Peran pemerintah dalam hal informasi harga pasar kapada petani sangat diharapkan dalam memajukan pemasaran jeruk siam, terutama dalam kebijakan penetapan harga jual dan hak paten terhadap jeruk siam yang ada di Desa Sungai Kambat. Diharapkan nantinya ada penelitian lanjutan untuk memberikan alternatif saluran tataniaga baru yang lebih efisien dan meneliti indikator-indikator efisiensi tataniaga lainnya agar masing-masing lembaga mendapatkan pembagian yang adil baik terhadap biaya-biaya maupun keuntungan.

Daftar Pustaka

Dinas Pertanian Kalimantan Selatan. 2007. Jeruk Siam Banjar. http://distan.kalselprov.go.id/index2.php?hal=main&act=detailpotensi&id=3
Diakses tanggal 1 Maret 2009.

Hanafiah, A. M. dan A. M. Saefuddin. 1993. Tataniaga Hasil Pertanian. Universitas Indonesia Press. Jakarta.

Mubyarto. 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian, LP3ES. Jakarta.

Soekartawi. 1993. Prinsip Dasar Manajemen Tataniaga Hasil-hasil Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.

Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang Press. Malang.

Tim PS. 1995. Peluang Usaha dan Pembudidayaan Jeruk Siam. Penerbit Swadaya. Jakarta.

Lampiran 1. Perhitungan biaya, keuntungan, persentase keuntungan, margin, *share* dan BCR tataniaga jeruk siam pada saluran I bulan Juli 2010.

Lembaga pemasaran dan Komponen Margin	Nilai (Rp/kg) Grade C	Persentase keuntungan (%)	Margin (Rp/kg)	*Share* (%)	BCR
Petani sebagai pedagang					0,2
Harga Beli	1.200		0,2	20	
Biaya-biaya					
Pengangkutan/ transportasi	200				
Penyusutan	20				
Retribus Pasar/Sampah	10				
Kemasan	20				
Harga Jual	1.500				
Keuntungan	50	3,00			

Lampiran 2. Biaya, keuntungan, margin, persentase margin, share dan BCR tataniaga jeruk siam pada saluran II bulan Juli 2010

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/kg)		Marjin (Rp/Kg)		Persentase Margin (%)		Share (%)		BCR	
	Grade		Grade		Grade		Grade		Grade	
	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C
Petani										
Harga Jual	2.540	1.200					36,00	24,00		
Pedagang Pengecer			4.460	3.800	64,00	76,00	64,00	76,00	3,0	2,9
Harga Beli	2.540	1.200								
Biaya-baiaya										
Pengangkutan	700	700								
Retribusi Pasar	100	100								
Penyusutan	254	120								
kemasan	50	50								
Harga Jual	7.000	5.000								
Keuntungan	3.356	2.830								

Lampiran 3. Biaya, keuntungan, margin, share dan BCR tataniaga jeruk siam pada saluran III bulan Juli 2010

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/kg)		Marjin (Rp/kg)		Persentase Margin (%)		Share (%)		BCR	
	Grade		Grade		Grade		Grade		Grade	
	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C
Petani										
Harga Jual	2.253,0	1.127					56,30	37,60		
Pedagang Pengumpul			247	73	9,88	6,10	6,20	2,40	3,3	2,0
Harga Beli	2.253,0	1.127								
Biaya-biaya										
Penyusutan	41,0	22,5								
Tenaga Kerja	16,0	2								
Harga Jual	2.500,0	1.200								
Keuntungan	190,0	48,5								
Pedagang Besar			1.500	1.800	37,50	60,00	37,50	60,00	3,5	3,8
Harga Beli	2.500,0	1.200								
Biaya-biaya										
Pengangkutan	227,3	267								
Penyusutan	85,0	80								
kemasan	7,5	13								
Retribusi	13,6	13								
Harga Jual	4.000,0	3.000								
Keuntungan	1160,5	1427								

Lampiran 4. Biaya, keuntungan, margin, share dan BCR tataniaga jeruk siam pada saluran IV bulan juni 2010

Lembaga Pemasaran	Nilai (Rp/kg)	Marjin	Persentase Margin (%)	Persentase keuntungan (%)	Share (%)	BCR
	Grade A	Grade A	Grade A	Grade A	Grade A	Grade A
Petani					45,10	
Harga Jual	3.000					
Pedagang Pengumpul		3.000	50,00		45,10	2,5
Harga Beli	3.000					
Biaya-biaya						
Penyusutan	300					
Tenaga Kerja	50					
Transportasi	500					
Harga Jual	6.000					
Keuntungan	2.150			32,30		
Supermarket		650	9,80		9,80	3,3
Harga Beli	6.000					
Biaya-biaya						
Penyusutan	150					
Harga Jual	6.650					
Keuntungan	500			7,50		

Lampiran 5. Biaya, keuntungan, margin, share dan BCR tataniaga jeruk siam pada saluran V bulan Juli 2010

Lembaga pemasaran	Nilai (Rp/kg)		Marjin		Persentase Margi (%)		Share (%)		BCR	
	Grade		Grade		Grade		Grade		Grade	
	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C	A dan B	C
Petani										
Harga Jual	2.253,0	1.127,0					45,10	28,20		
Pedagang Pengumpul			247	73	9,88	6,10	4,90	1,80	3,3	2,0
Harga Beli	2.253,0	1.127,0								
Biaya-biaya										
Penyusutan	41,0	22,5								
Tenaga Kerja	16,0	2,0								
Harga Jual	2.500,0	1.200,0								
Keuntungan	190,0	48,5								
Pedagang Besar			1.000	1.300	28,57	52,00	20.00	32,50	2,1	2,6
Harga Beli	2.500,0	1.200,0								
Biaya-biaya										
Pengangkutan	227,3	267,0								
Penyusutan	85,0	80,0								
Retribusi	13,6	13,0								
Harga Jual	3.500,0	2.500,0								
Keuntungan	674,1	940,0								
Pedagang Pengecer			1.500	1.500	30,00	37,50	30.00	37,50	1,8	2,6
Harga Beli	3.500,0	2.500,0								
Biaya-biaya										
Kemasan	100,0	100,0								
Penyusutan	420,0	300,0								
Retribusi	20,0	20,0								
Harga Jual	5.000,0	4.000,0								
Keuntungan	960,0	1.080,0								