

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani dan Pedagang Jeruk Manis

Karakteristik petani jeruk manis sampel dalam penelitian ini meliputi umur, pendidikan, pengalaman dalam berusahatani jeruk manis dan jumlah tanggungan keluarga. Sugiyono (2005:148), “Pengertian karakteristik individu adalah bagian dari pribadi dan melekat pada diri seseorang. Karakteristik ini mendasari tingkah laku seseorang dalam situasi kerja maupun situasi yang lainnya”. Karakteristik akan mempengaruhi petani dalam mengelola usahatani selama proses produksi berlangsung. Petani dalam menjalankan usahatannya memiliki fungsi ganda yaitu disamping sebagai manager usahatani juga sebagai buruh tani (juru tani). Karakteristik petani jeruk manis di Kecamatan Besitang dilihat pada tabel V-1 berikut ini.

Tabel V-1. Rata-rata Karakteristik Petani Jeruk Manis Sampel di Kecamatan Besitang, 2017

No	Desa	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Tanggungan Keluarga (Orang)
1	Bukit Mas	47,08	9,00	6,85	4,62
2	Sekoci	40,64	9,00	8,18	4,27
3	Halaban	37,83	10,00	7,50	5,67
4	Bukit Selamat	43,00	9,60	8,40	5,00
	Jumlah	42,89	9,26	7,60	5,00

Sumber; Lampiran 2

Tabel V-1 di atas menjelaskan bahwa umur rata-rata petani sampel adalah 42,89 tahun, umur tersebut adalah umur yang produktif dalam mengusahakan usahatani jeruk manis. Tingkat pendidikan rata-rata adalah 9,26 tahun, pendidikan petani

sampel masih rendah. Semakin tinggi tingkat pendidikan petani, maka semakin kreatif petani dalam mengambil berbagai tindakan usahatani, begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan petani maka semakin lambat dalam mengambil berbagai keputusan strategis usahatani sehingga berpengaruh terhadap keberhasilan usahatani. Rata-rata pengalaman berusahatani 7,60 tahun, rata-rata pengalaman dalam berusahatani jeruk manis tersebut dikategorikan cukup lama sehingga kegagalan dan resiko yang akan dihadapi akan semakin kecil dan dapat dikatakan cukup mahir dalam menjalankan usahatani jeruk manis. Jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 5 orang, menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga rata-rata 5 orang merupakan tanggungan yang besar sehingga petani mengalami kesulitan dalam membiayai usahatani dan keluarganya.

Karakteristik pedagang jeruk manis di Kecamatan Besitang dilihat pada tabel V-2 berikut ini.

Tabel V-2. Rata-rata Karakteristik Pedagang Jeruk Manis Sampel di Kecamatan Besitang, 2017

No	Pedagang	Umur (Tahun)	Pendidikan (Tahun)	Pengalaman (Tahun)	Tanggungan Keluarga (Orang)
1	Pengumpul Desa	40,33	11,00	5,50	4,00
2	Pengumpul Kecamatan	45,25	12,00	6,50	3,25
3	Pengumpul Kabupaten	36,33	12,00	5,67	3,33
4	Pengecer	39,20	10,80	7,90	3,80
Jumlah		40,17	11,22	6,74	4,00

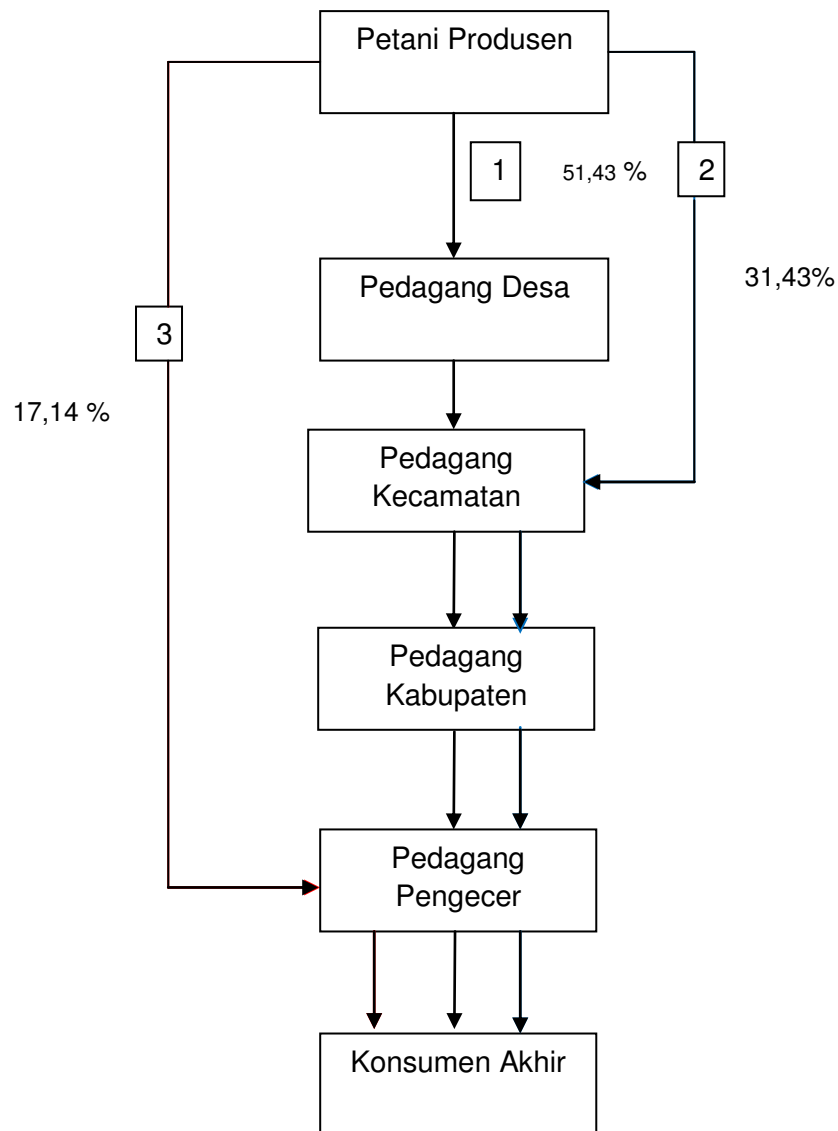
Sumber: Lampiran 3

Tabel V-2 di atas menjelaskan bahwa umur rata-rata pedagang sampel adalah 40,17 tahun, umur tersebut adalah umur yang produktif dalam menjalankan usaha dagang jeruk manis. Tingkat pendidikan rata-rata adalah 11,22 tahun (SMP),

pendidikan petani sampel masih rendah. Semakin tinggi tingkat pendidikan pedagang, maka semakin kreatif pedagang dalam mengambil berbagai tindakan usaha, begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan pedagang maka semakin lambat dalam mengambil berbagai keputusan strategis usaha sehingga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Rata-rata pengalaman berdagang 6,74 tahun, rata-rata pengalaman dalam berdagang jeruk manis tersebut dikategorikan cukup lama sehingga kegagalan dan resiko yang akan dihadapi akan semakin kecil dan dapat dikatakan cukup mahir dalam menjalankan usaha. Jumlah tanggungan keluarga pedagang rata-rata 4 orang, menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga rata-rata 4 orang merupakan tanggungan yang kecil sehingga pedagang tidak mengalami kesulitan dalam membiayai usaha dan keluarganya.

5.2. Saluran Pemasaran Jeruk manis

Saluran pemasaran adalah aliran jeruk manis yang dimulai dari petani jeruk manis sampai dengan konsumen akhir. Saluran pemasaran semakin panjang apabila semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, sebaliknya saluran pemasaran semakin pendek apabila semakin sedikit lembaga pemasaran yang terlibat. Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat terdiri 3 (tiga) saluran yang dapat dilihat pada gambar berikut. Setiap saluran mempunyai lembaga pemasaran yang berbeda sehingga panjangnya rantai pemasaran jeruk manis juga berbeda antara satu saluran dengan saluran yang lainnya. Secara skema dapat dilihat aliran jeruk manis pada masing-masing saluran pada gambar berikut.



Keterangan:

- : Saluran 1
- : Saluran 2
- : Saluran 3

Gambar 2. Saluran Pemasaran Jeruk manis di Kecamatan Besitang
Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan mengenai saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang sebagai berikut:

1. Saluran 1: Petani jeruk manis → pedagang pengumpul desa dengan harga rata-rata Rp.7.66,67/Kg → pedagang pengumpul kecamatan dengan harga Rp.8.000,00/Kg → pedagang kabupaten dengan harga Rp.9.000/Kg → pedagang pengecer dengan harga Rp. 12.000/Kg → konsumen akhir dengan harga Rp.14.777,78/Kg.
2. Saluran 2: Petani jeruk manis menjual jeruk manis → pedagang pengumpul kecamatan dengan harga Rp. 7.863,69/Kg, pedagang pengumpul kabupaten dengan harga Rp.9.500/Kg → pedagang pengecer dengan harga Rp.12.500/Kg → konsumen akhir dengan harga Rp.14.638,36/Kg.
3. Saluran 3: Petani jeruk manis menjual jeruk manis → pedagang pengecer dengan harga Rp.8.833,33/Kg → konsumen akhir dengan harga Rp.13.416,67/Kg.

Besarnya persentase petani pengguna masing-masing saluran pada pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang dapat dilihat pada Tabel V-3 berikut.

Tabel V-3. Persentase Penggunaan Saluran Pemasaran yang Dipilih Petani Jeruk Manis Sampel Di Kecamatan Besitang, 2017

Uraian	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3
Jumlah Petani	18	11	6
Persentase (%)	51,43	31,43	17,14

Sumber: Lampiran 4

Tabel V-3 menunjukkan bahwa petani jeruk manis sampel di Kecamatan Besitang memilih saluran 1 sebanyak 18 petani (51,43%), saluran 2 sebanyak 11 petani (31,43%) dan saluran 3 sebanyak 6 petani (17,14%). Pemilihan saluran 1, saluran

2 dan saluran 3 oleh petani jeruk manis mempunyai berbagai pertimbangan meliputi faktor harga, pengangkutan, jarak tempuh dan hubungan emosional petani dan pedagang.

5.3. Fungsi Pemasaran pada Lembaga Pemasaran Jeruk Manis

Masing-masing lembaga pemasaran biasanya melakukan berbagai kegiatan dalam menyampaikan barang dari produsen sampai ke tangan konsumen. Fungsi pemasaran jeruk manis oleh lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-4. Fungsi Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran Jeruk manis Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Lambaga Pemasaran	Pt	Tr	Sor	Pk	Str	Pr
1	Petani	Y	T	T	T	T	T
2	Pedagang Desa	Y	Y	T	T	T	Y
3	Pedagang Kecamatan	Y	Y	Y	T	Y	Y
4	Pedagang Kabupaten	Y	Y	Y	Y	Y	Y
5	Pedagang Pengecer	Y	Y	Y	Y	Y	Y

Sumber: Lampiran 6

Keterangan:

- Y = Menjalankan Fungsi Pemasaran
- T = Tidak Menjalankan Fungsi Pemasaran
- Pt = Fungsi Pertukaran
- Tr = Fungsi Transportasi
- Sor = Fungsi Sortasi
- Pk = Fungsi Pengemasan
- Str = Fungsi Penyimpanan
- Pr = Fungsi Penanggungan Resiko (susut)

Tabel V-4 menjelaskan bahwa fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani jeruk manis (produsen) meliputi fungsi penjualan jeruk manis. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh petani dengan menjual kepada pedagang pengumpul desa. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul desa meliputi pembelian, penjualan, pengangkutan (transport), penyortiran dan penyimpanan. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul kecamatan meliputi

pembelian, penjualan, pengangkutan (transport), penyortiran dan penanggungan resiko. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh pedagang kabupaten meliputi pembelian, penjualan, pengangkutan (transport), pengemasan, penyortiran, penyimpanan dan penanggungan resiko (kerusakan) jeruk manis. Fungsi penjualan yang dilakukan oleh pedagang pengecer meliputi pembelian, penjualan, pengangkutan (transport), pengemasan, penyortiran, penyimpanan dan penanggungan resiko (kerusakan) jeruk manis.

5.4. Biaya Pemasaran Jeruk manis

Biaya pemasaran jeruk manis pada masing-masing saluran pemasaran berbeda karena adanya perbedaan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran pemasaran. Semakin panjang rantai pemasaran maka biaya pemasaran yang tercipta akan semakin besar sebaliknya harga yang diterima produsen akan semakin kecil.

Besar kecilnya biaya pemasaran ditentukan oleh seberapa banyak fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang terlibat pada suatu saluran pemasaran. Setiap fungsi pemasaran biasanya diikuti oleh adanya biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan fungsi tersebut.

Besarnya biaya pemasaran yang ditanggung lembaga pemasaran bisa berbeda walaupun fungsi pemasaran yang dilakukan sama. Semakin panjang saluran pemasaran maka biaya pemasaran juga akan semakin besar. Secara tidak langsung biaya pemasaran dibebankan kepada produsen dengan jalan menerima harga penjualan yang rendah. Biaya pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang yang tercipta pada saluran 1 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-5. Biaya Pemasaran Jeruk Manis Pada Saluran 1 Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran
		(Rp/Kg)
1	Pedagang Desa	250,00
2	Pedagang Kecamatan	605,56
3	Pedagang Kabupaten	394,44
4	Pedagang Pengecer	922,22
.Total		2.111,11

Sumber: Lampiran 6

Tabel V-4 menjelaskan bahwa rata-rata total biaya pemasaran jeruk manis pada saluran 1 sebesar Rp.2.111,22/Kg. Biaya pemasaran yang ditanggung pedagang desa sebesar Rp.250,00/Kg, pedagang kecamatan menanggung biaya pemasaran sebesar Rp.605,56/Kg, pedagang kabupaten menanggung biaya pemasaran sebesar Rp. 394,44/Kg dan pedagang pengecer menanggung biaya pemasaran sebesar Rp.922,22/Kg jeruk manis.

Biaya pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang yang tercipta pada saluran 2 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-6. Biaya Pemasaran Jeruk manis Pada Saluran 2 Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran
		(Rp/Kg)
1	Pedagang Kecamatan	777,27
2	Pedagang Kabupaten	375,00
3	Pedagang Pengecer	1.111,36
Total		1.743,18

Sumber: Lampiran 6

Tabel V-6 menjelaskan bahwa saluran 2 hanya melibatkan 3 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul kecamatan, kabupaten dan pedagang pengecer. Rata-rata total biaya pemasaran jeruk manis pada saluran 2 di Kecamatan Besitang sebesar Rp.1.1743,18/Kg. Biaya pemasaran yang ditanggung pedagang kecamatan

sebesar Rp. 777,27/Kg, pedagang kabupaten Rp. 375,00/Kg dan pedagang pengecer menanggung biaya pemasaran sebesar Rp.1.111,36/Kg.

Biaya pemasaran jeruk manis yang tercipta pada saluran 3 di Kecamatan Besitang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-7. Biaya Pemasaran Jeruk manis Pada Saluran 3 Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Lembaga	Biaya Pemasaran
		(Rp/Kg)
3	Pedagang Pengecer	1200,00
Total		1200,00

Sumber: Lampiran 6

Tabel V-7 menjelaskan bahwa saluran 3 hanya melibatkan satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer. Rata-rata total biaya pemasaran jeruk manis pada saluran 3 di Kecamatan Besitang sebesar Rp.1.200/Kg. Biaya pemasaran yang ditanggung pedagang pengecer sebesar Rp.1.200/Kg jeruk manis. Biaya pemasaran yang tercipta pada saluran 3 paling kecil dibandingkan dengan saluran 2 dan saluran 1 dikarenakan lembaga yang terlibat pada saluran pemasaran hanya pedagang pengecer saja. Dimana petani menjual jeruk manisnya langsung kepada pedagang pengecer yang ada disekitar kecamatan tempat tinggal petani.

5.5. Margin Pemasaran Jeruk manis

Margin pemasaran jeruk manis adalah selisih antara harga jeruk manis pada tingkat konsumen dan harga pada tingkat pedagang produsen. Adapun margin pemasaran jeruk manis pada 3 saluran pemasaran di Kecamatan Besitang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-8. Margin Pemasaran Jeruk manis Pada 3 Saluran Di Kecamatan Besitang, 2017

Saluran	Harga Petani	Harga Konsumen	Margin
1	7.166,67	1.4777,78	7.611,11
2	7.863,64	1.4636,36	6.772,73
3	8.833,33	1.3416,67	4.583,33

Sumber: Lampiran 7

Tabel V-8 menjelaskan bahwa rata-rata margin pemasaran pada saluran 1 sebesar Rp.7.611,11,-/Kg, saluran 2 sebesar Rp.6.772,73,-/Kg dan margin pemasaran saluran 3 sebesar Rp.4.583,33/Kg. Semakin besar margin pemasaran biasanya saluran pemasaran semakin kurang efisien sebaliknya semakin kecil margin pemasaran biasanya saluran pemasaran semakin efisien. Dari sisi margin pemasaran saluran 3 merupakan saluran pemasaran jeruk manis yang paling efisien karena memiliki margin pemasaran paling kecil dibandingkan saluran 1 dan saluran 2.

5.6. Share Net Margin Lembaga Pemasaran Jeruk manis

Pada margin pemasaran nilai diperoleh menggambarkan selisih antara harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen, tanpa mengetahui berapa besar keuntungan bersih yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat pada masing-masing saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang. Selanjutnya untuk melihat keuntungan bersih (net margin) setiap lembaga pemasaran pada tiap tipe saluran pemasaran jeruk manis dihitung dengan mengurangi nilai penjualan dengan nilai pembelian dan biaya pemasaran yang ditanggung oleh masing-masing lembaga pemasaran. Share Net margin lembaga pemasaran pada 3 saluran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-9. Net Share Margin Lembaga Pemasaran Pada 3 Saluran Pemasaran Jeruk manis Di Kecamatan Besitang, 2017

Saluran	Lembaga	Net Margin
		(Rp/Kg)
1	Pedagang Desa	583,33
	Pedagang Kecamatan	394,44
	Pedagang Kabupaten	2.605,56
	Pedagang Pengecer	1.855,56
2	Pedagang Desa	-
	Pedagang Kecamatan	859,09
	Pedagang Kabupaten	2.222,73
	Pedagang Pengecer	1.025,00
3	Pedagang Desa	-
	Pedagang Kecamatan	-
	Pedagang Kabupaten	-
	Pedagang Pengecer	2.825,00

Sumber: Lampiran 8

Tabel V-9 menjelaskan bahwa pada saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang penerima keuntungan bersih tertinggi pada saluran 1 dan saluran 2 diperoleh oleh pedagang kabupaten sebesar Rp. 2.605,56/Kg dan Rp. 2.222,73/Kg. Pada saluran 3 pedagang pengecer menerima keuntungan bersih paling besar sebesar Rp.2.825,00/Kg. Hal ini terjadi karena besarnya perbedaan antara harga beli dan harga jual pada tingkat pedagang kabupaten dan pedagang pengecer. Karena jeruk manis merupakan produksi pertanian yang mudah rusak maka wajar kalau pedagang kabupaten dan pedagang pengecer mendapat keuntungan bersih yang paling tinggi karena pedagang kabupaten dan pedagang pengecer merupakan lembaga pemasaran jeruk manis yang menanggung resiko kerugian yang paling tinggi dikarena rusaknya jeruk manis akibat tidak cepat terjual.

5.7. Farmer Share (Bagian Harga) Petani Jeruk manis

Farmer share adalah bagian harga yang diterima oleh petani jeruk manis yang diukur dengan persentase (%). Semakin besar bagian harga yang diterima oleh produsen mengindikasikan saluran pemasaran tersebut semakin efisien, sebaliknya semakin kecil bagian harga yang diterima oleh produsen mengindikasikan saluran pemasaran semakin tidak efisien. Adapun farmer share pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang pada 3 saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-10. Farmer Share Pada 3 Saluran Pemasaran Jeruk manis Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Saluran	Harga Petani (Rp/Kg)	Harga Konsumen (Rp/Kg)	Farmer Share (%)
1	1	7.166,67	14.777,78	48,54
2	2	7.863,64	14.636,36	53,75
3	3	8.833,33	13.416,67	65,92
Rata-Rata		7.671,43	14.500,00	53,16

Sumber: Lampiran 9

Tabel V-10 menjelaskan bahwa rata-rata Farmer Share pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang rata-rata sebesar 53,16%. Farmer Share pemasaran pada saluran 1 sebesar 48,54%, saluran 2 sebesar 53,75% dan saluran 3 sebesar 65,92%. Secara rata-rata keseluruhan pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang sudah memihak kepada petani jeruk manis karena bagian harga yang diterima petani rata-rata di atas 50%.

5.8. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran dengan harga barang pada tingkat konsumen. Adapun efisiensi pemasaran jeruk

manis di Kecamatan Besitang pada 3 saluran pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel V-11. Efisiensi Pada 3 Saluran Pemasaran Jeruk manis Di Kecamatan Besitang, 2017

No	Saluran	Efisiensi	Kesimpulan
1	1	29,46	Efisien
2	2	20,05	Efisien
3	3	13,58	Efisien
Rata-Rata		23,78	Efisien

Sumber: Lampiran 10

Tabel V-11 menjelaskan bahwa rata-rata efisiensi pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang rata-rata sebesar 23,78%. Efisiensi pemasaran pada saluran 1 sebesar 29,46% (efisien), saluran 2 sebesar 20,05% (efisien) dan saluran 3 sebesar 13,58% (efisien). Dari sisi efisiensi semua saluran efisien karena $E_p < 50\%$, tetapi saluran 3 merupakan saluran pemasaran jeruk manis yang paling efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran paling kecil dibandingkan saluran 1 dan saluran 2. Tetapi jika dilihat dari sisi pengguna saluran ternyata saluran 3 adalah saluran yang paling sedikit digunakan oleh petani sampel untuk memasarkan jeruk manisnya, sebaliknya saluran 1 paling banyak digunakan oleh petani. Hal ini terjadi karena saluran 1 mampu memasarkan jeruk manis dalam jumlah yang banyak sedangkan saluran 3 hanya mampu memasarkan jeruk manis dalam jumlah yang terbatas, karena berkaitan modal dan sarana pengangkutan lembaga pemasaran pada saluran 1 lebih besar dibandingkan lembaga pemasaran pada saluran 3.