

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Buah jeruk manis merupakan produk pertanian hortikultura pada umumnya memiliki sifat mudah rusak karena mengandung banyak air dan setelah dipanen komoditas ini masih mengalami proses hidup, yaitu proses respirasi, transpirasi dan pematangan. Buah jeruk harus mendapatkan teknologi pascapanen yang tepat agar kesegaran sekaligus umur simpannya dapat bertahan lama. Jeruk manis pada dasarnya dikonsumsi sebagai buah peras, disebut jeruk manis karena rasanya manis, tetapi ada juga yang rasanya manis disertai rasa asam sedikit, sehingga bisa menambah rasa segar bila dimakan atau diminum sebagai sari buah.

Kabupaten Langkat terkenal dengan jeruk manis yang dikenal dengan jeruk Pantai Buaya yang berasal dari Kecamatan Besitang. Jeruk ini berbeda dengan jeruk manis yang berasal dari dataran tinggi Karo dan Gayo dengan penampilan kulit berwarna hijau tua dan hijau muda ketika jeruk masuk fase matang panen. Jeruk manis ini tahun 2004 sempat ditinggalkan petani karena terserang oleh penyakit yang sulit diberantas. Kecamatan Besitang merupakan salah satu kecamatan yang terdapat di Kabupaten Langkat. Kecamatan Besitang saat ini mulai mengembangkan lagi tanaman jeruk manis yang dikenal jeruk Pantai Buaya yang berasal dari Kabupaten Langkat. Luas, produksi dan produktivitas tanaman jeruk manis di Kecamatan Besitang disajikan pada tabel berikut.

Tabel I-1. Luas, Produksi dan Produktivitas Tanaman Jeruk Manis di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat, 2016

No	Desa	Luas (Ha)	Produksi (Kg)	Produktivitas (Kg/Ha)
1	Halaban	23.00	39100	1700.00
2	Bukit Mas	256.50	384750	1500.00
3	Bukit Selamat	12.00	25200	2100.00
4	Sekoci	190.20	399420	2100.00
5	Kampung Lama	16.00	26500	1656.25
6	Bukit Kubu	9.00	16650	1850.00
7	Pekan Besitang	23.00	41400	1800.00
8	PIR Adb Besitang	6.00	11400	1900.00
9	Suka Jaya	10.00	17500	1750.00
Total		545.70	961920.00	16356.25
Rata-Rata		60.63	106880.00	1817.36

Sumber: BPP Besitang, 2017

Tabel I-1 menjelaskan bahwa luas lahan tanaman jeruk manis di Kecamatan Besitang adalah 545,7 hektar, produksi sebesar 961.920 Kg dan produktivitas rata-rata adalah 1.817,36 Kg/Ha/Tahun. Desa dengan luas lahan jeruk manis terluas adalah Desa Bukit Mas dengan luas 256,5 hektar dan desa dengan luas lahan jeruk manis tersempit adalah Desa PIR Abd Besitang dengan luas 6 hektar.

Dalam sistem pemasaran jeruk manis sering terjadi perbedaan harga di tingkat petani dengan ditingkat pedagang pengecer, hal ini terjadi karena mata rantai pemasaran yang dilalui cukup panjang. Keadaan seperti ini menyebabkan biaya pemasaran menjadi beban biaya proses pemasaran yang akhirnya akan mengurangi profit mata rantai pemasaran.

Keterbatasan produsen dalam menjalankan fungsi pemasaran menyebabkan panjangnya rantai pemasaran yang harus dilalui produksi jeruk manis yang di hasilkan petani, kondisi seperti ini bisa saja terjadi akibat tidak tersedianya lembaga pemasaran akhir, produk yang dihasilkan relatif sedikit biaya

distribusi tinggi dan tidak ada pilihan lain bagi petani kecuali menjual kepada pedagang pengumpul di desa untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya.

Walaupun kenyataannya masih ada produsen memasarkan jeruk manis langsung menjual kepada lembaga pemasaran akhir. Biaya pemasaran komoditi pertanian biasanya diukur secara kasar dengan biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran. Biaya pemasaran ini diperlukan oleh lembaga-lembaga hingga konsumen akhir. Dalam arti sempit biaya pemasaran seringkali dibatasi artinya sebagai biaya penjualan yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual barang ke pasar. Biaya pemasaran yang tinggi dapat membuat sistem pemasaran kurang efisien. Dalam arti luas biaya pemasaran tidak hanya meliputi biaya penjualan saja, tetapi didalamnya biaya penyimpanan, pengepakan, transportasi, pengolahan dan biaya promosi.

Biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki sebaran harga yang berbeda-beda. Untuk mengetahui saluran mana yang dianggap paling baik dapat diketahui dengan cara menghitung jumlah penjualan/pembelian barang pada setiap masing-masing saluran.

Tinggi rendahnya harga yang diterima oleh petani erat kaitannya dengan keadaan saluran pemasaran dan besarnya margin pemasaran, sehingga untuk meningkatkan efisiensi pemasaran petani jeruk manis dapat dicapai apabila pola saluran pemasaran dan penyebab tingginya margin pemasaran diketahui. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka penulis merasa penting dan tertarik untuk meneliti tentang pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pola saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang?
2. Seberapa besar biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin pemasaran dan *farmer's share* pada pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang?
3. Apakah pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang sudah efisien?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang.
2. Untuk mengetahui, biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin pemasaran dan *farmer's share* pada pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pada pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang.

1.4. Kegunaan Penelitian

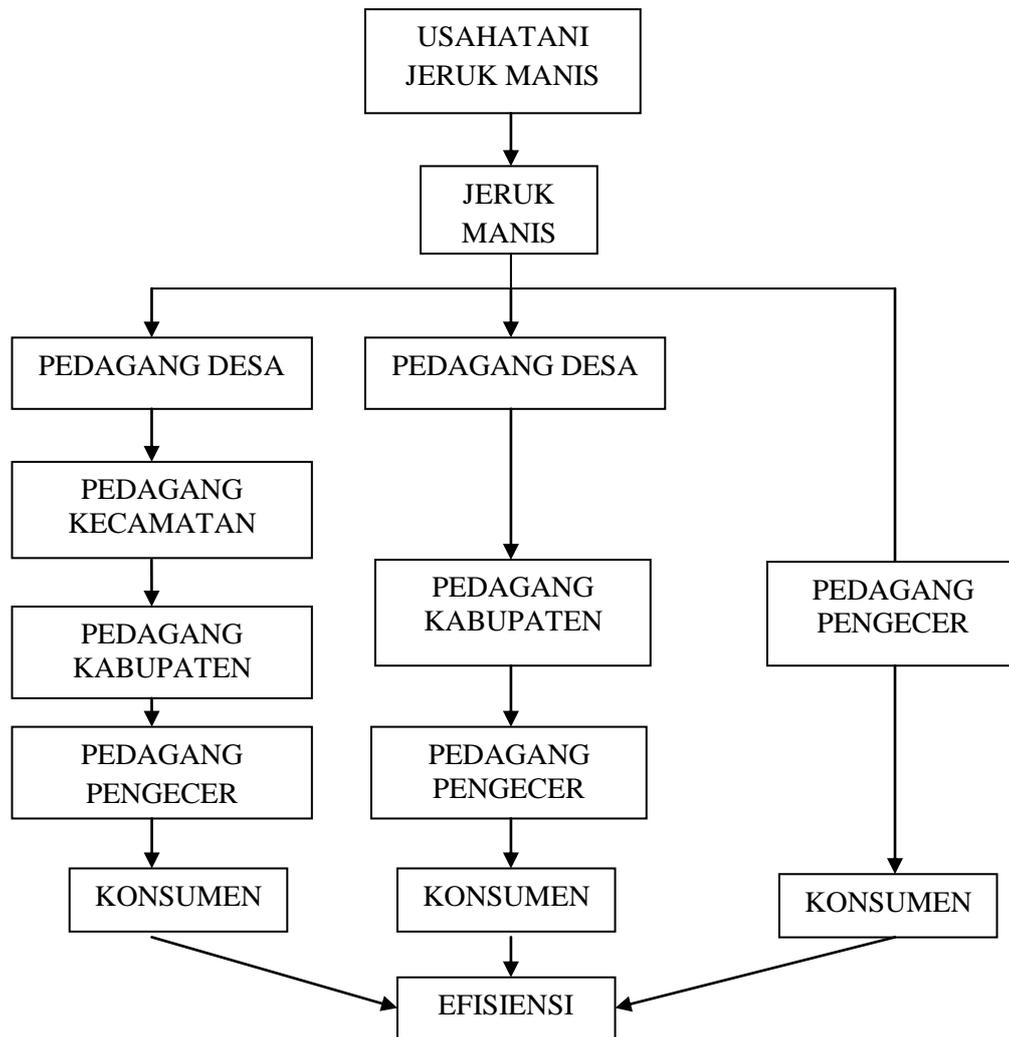
1. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan kurikulum di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Samudra.
2. Untuk menambah ilmu pengetahuan, informasi dan pengembangan wawasan tentang analisis pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang Kabupaten Langkat.
3. Sebagai bahan referensi penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

1.5. Kerangka Pemikiran

Biaya pemasaran yang tinggi dapat membuat sistem pemasaran kurang efisien. Dalam arti luas biaya pemasaran tidak hanya meliputi biaya penjualan saja, tetapi didalamnya biaya penyimpanan, pengepakan, transportasi, pengolahan dan biaya promosi. Saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadi suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Margin pemasaran juga dapat diartikan sebagai selisih antara yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Efisiensi pemasaran adalah persentase antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan, pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar.

Pasar yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Oleh karena itu efisiensi pemasaran akan terjadi jika: biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi. Berikut disajikan kerangka pemikiran konseptual penelitiannya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Pemasaran Jeruk manis

1.6. Hipotesis Penelitian

1. Terdapat beberapa pola saluran pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang.
2. Terdapat perbedaan biaya pemasaran, margin pemasaran, share margin pemasaran dan *farmer's share* pada pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang.
3. Pemasaran jeruk manis di Kecamatan Besitang sudah efisien.