

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN JERUK  
KEPROK DI DESA SELOREJO KECAMATAN DAU KABUPATEN  
MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pertanian Strata Satu (S1)**

**Oleh :**

**WIDYATI  
21701032002**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**2021**

### **Abstrak**

*Citrus plants are annual fruit plants originating from Asia. China is believed to be the place where oranges were first grown. The objectives of this study were (1) to determine the income of tangerine farming in Selorejo Village. (2) to determine the margin, share, and  $\pi / c$  of tangerine farming in Selorejo Village. (3) to determine the efficiency of the tangerine farmer marketing agency in Selorejo Village. This research was conducted in Dau District, Malang Regency in December 2020. The method used in this research is qualitative methods and quantitative methods. The data used in this study are primary data, namely data collected through direct interviews of 40 tangerine farmers, secondary data are data that are considered relevant. Data analysis using the  $R / C$  ratio formula, and analysis of the efficiency of marketing institutions. The results of the  $R / C$  analysis Ratio of tangerine farming is 8.76, which means that every Rp 1 cost will result in revenue of 8.76 rupiah, a sign that this farming is feasible to continue. And the results of the price transmission elasticity analysis of ( $\eta - 1$ ) means that the marketing of tangerines in Selorejo Village, Dau District, Malang Regency is said to be inefficient.*

**Keywords:** farming, efficient marketing institutions, Malang Regency

### **Abstrak**

Tanaman jeruk merupakan tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Cina dipercaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pendapatan usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo. (2) untuk mengetahui *margin, share, dan  $\pi/c$*  usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo. (3) untuk mengetahui efisiensi pada lembaga pemasaran petani jeruk keprok di Desa Selorejo. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Dau Kabupaten Malang bulan Desember 2020. Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kualitatif dan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yaitu data dikumpulkan melalui wawancara langsung 40 petani jeruk keprok, data sekunder yaitu data yang dianggap relevan. Analisis data menggunakan rumus  $R/C$  *Ratio*, dan analisis efisiensi lembaga pemasaran. Hasil analisis  $R/C$  *Ratio* usahatani jeruk keprok sebesar 8,76 yang artinya setiap biaya Rp 1 akan menghasilkan penerimaan 8,76 rupiah, pertanda bahwa usahatani ini layak untuk di teruskan. Dan hasil analisis elastisitas transmisi harga sebesar ( $\eta - 1$ ) artinya bahwa pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo dikatakan belum efisien.

**Kata kunci:** usahatani, efisien lembaga pemasaran, Kabupaten Malang

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Indonesia yang dikenal sebagai salah satu Negara agraris yang mempunyai iklim tropis, kekayaan alam hayati yang beragam dan nerpeluang besar bagi pengembangan budidaya tanaman buah-buahan, sayuran. Indonesia memiliki hortikultura tropika yang berlimpah karena keanekaragaman sumber daya lahan, iklim, dan cuaca yang dimiliki. Produk-produk agribisnis hortikultura tropika nusantara yang terdiri dari buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman obat yang merupakan salah satu andalan Indonesia baik di pasar domestik, regional, maupun internasional (Wibowo, 2000).

Pemasaran komoditi pertanian dari proses konsentrasi yaitu pengumpulan produk-produk pertanian dari petani ke tengkulak, pedagang pengumpul dan pedagang besar serta diakhiri proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang agen, pengecer, dan konsumen. Sistem pemasaran biasanya berkisar pada kegiatan antara pemasok barang dan jasa, perusahaan, dan pasar. Hubungan ketiga komponen ini biasanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan kegiatan lain. Sistem pemasaran dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat yaitu: yang pertama mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari petani produsen kepada konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya dan yang kedua mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut. Adil dalam hal ini adalah pemberian balas

jasa fungsi pemasaran yang sesuai dengan sumbangan masing-masing. (Mubyarto,1995).

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia harus melakukan transaksi jual beli barang dan jasa yang biasa dilakukan disuatu tempat yaitu pasar kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup ini biasanya disebut sebagai kegiatan tataniaga atau sering dikenal sebagai pemasaran. Sebelum produk-produk hasil pertanian ini sampai ke pasaran dan dipasarkan, terlebih dahulu melalui lembaga pemasaran. Komoditas jeruk keprok yang menarik untuk menghias sebuah kebun atau halaman rumah atau ditanam dikota mana saja.

Sektor pertanian merupakan sektor unggulan dalam menggerakkan pembangunan nasional. Pertanian dalam pembangunan diharapkan memperoleh *share* yang layak dengan terwujudnya pertanian yang tangguh, modern serta efisiensi. Prioritas utama dari departemen pertanian adalah meningkatkan produksi pangan dan prioritas selanjutnya ditunjukkan pada bidang pertanian-pertanian lainnya (Solahuddin,1998).

Tanaman Jeruk merupakan tanaman buah tahunan yang berasal dari Asia. Cina dipercaya sebagai tempat pertama kali jeruk tumbuh. Sejak ratusan tahun yang lalu, jeruk sudah tumbuh di Indonesia baik secara alami atau di budidayakan tanaman jeruk yang ada di Indonesia adalah suatu peninggalan orang belanda yang mendatangkan jeruk manis dan jeruk keprok dari Amerika dan Italia.

Menurut Departemen Pertanian (2005) bahwa salah satu sentra produksi jeruk yang ada sekarang belum berbentuk dalam suatu hamparan tetapi merupakan kantong-kantong produksi yang sempit dan terpecah di kawasan sentra produksi, dengan tingkat pemeliharaan yang bervariasi dan belum optimal serta pengelolaan pascapanennya yang sederhana dan pemasaran yang tidak berpihak kepada petani.

Peningkatan produksi dan mutu jeruk dihadapkan kepada rendahnya ketinggian adopsi teknologi oleh petani. Oleh karena itulah perlunya disusun program penelitian dan pengembangan berorientasi agribisnis yang berkerakyatan dan diikuti oleh upaya pemberdayaan petani dan kelembagaan petani (baik petani maupun pasar).

Usahatani hortikultura khususnya buah-buahan di Indonesia selama ini hanya dipandang sebagai usaha sampingnya yang ditanam di pekarangan dengan luas areal sempit dan penerapan teknik budidaya penanganan pasca panen yang masih sederhana. Oleh karena itu dalam rangka mengembangkan buah-buahan di Indonesia dan untuk meningkatkan pembangunan pertanian bidang hortikultura (Anonim, 2008).

Buah jeruk merupakan salah satu jenis buah-buahan yang paling banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia, hal ini disebabkan buah jeruk banyak mengandung jenis vitamin terutama vitamin C dan vitamin A. Selain itu jeruk merupakan buah yang selalu tersedia sepanjang tahunan karena tanaman jeruk dapat ditanam dimana saja, baik itu di dataran rendah maupun di dataran tinggi (Anonim, 2008).

Perkembangan usahatani jeruk di Synatera Utara mengalami penyebaran ke daerah-daerah yang layak ditanami jeruk manis. Pada lampiran 1 perkembangan luas area tanaman jeruk di Kabupaten Dairi pada tahun 2009,2010, dan 2011 masing-masing 721.09 Ha, dan 11,131.11 Ha. Dengan produksi 12,979.5 ton, 15,270 ton, dan 20,360 ton. Hal ini menggambarkan ada respon yang baik dimana tiap tahunnya mengalami peningkatan luas lahan dan produksi juga tentunya. Di Kabupaten Dairi, perluasan penanaman tanaman Jeruk manis terus ditingkatkan . salah satu kecamatan yang mengalami peningkatan luas lahan produksi Jeruk adalah Kecamatan Sumbul.

Khususnya Desa Selorejo Kecamatan Dau Kota Malang, sebagian besar penduduk disini merupakan pekerja di dalam bidang pertanian petani jeruk yang dikelola sistem kelompok tani. Dalam pelaksanaanya pertanian petani jeruk ini dapat menjadi pendapatan bagi masyarakat Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Namun perlu di ketahui apa saja pendapatan usahatani dalam pemasaran jeruk Keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang agar pendapatan usahatani jeruk keprok ini dapat di maksimalkan.

Kondisi petani jeruk ini masih sangat memperhatikan, terutama petani kecil yang merupakan petani mayoritas di Indonesia Umur petani jeruk rata-rata 30-50 tahun. Namun mereka sangat menjadi petani jeruk pada sejak usia yang sangat muda. Pendidikan rata-rata petani jeruk ini adalah lulusan SD, SMP, dan jarang yang menempuh lulusan sekolah menengah ke atas. Luas lahan yang mereka miliki rata-rata kurang dari

setengah hektar. Sementara pendapatan atas biaya total yang mereka peroleh adalah sebesar Rp. 3.000.000 – Rp. 6.000.000,- untuk satu kali masa panen. Namun pendapatan yang besar ini tidak selamanya mereka peroleh, mereka lebih banyak memperoleh keuntungan kecil.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap tingkat pendapatan petani jeruk di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Petani Jeruk Keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang”.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di pada latar belakang maka dirumuskan beberapa permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pendapatan dalam usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
2. Berapa *margin, share, dan  $\pi/c$*  dalam usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
3. Berapa efisiensi saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pendapatan usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.
2. Untuk mengetahui *margin, share, dan  $\pi/c$*  usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

3. Untuk mengetahui efisiensi pada lembaga pemasaran petani jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

#### **1.4. Batasan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yaitu keterbatasan dimana hanya mengkaji ruang lingkup yang berhubungan dengan pendapatan usahatani, *margin*, *share*, dan  $\pi$ /usaha tani dan saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Dari aspek teknis dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel yang dibatasi pada petani jeruk keprok yang hanya berada di Desa Selorejo Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin didapat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penelitian : penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana belajar, menambah wawasan dan pengetahuan serta yang terpenting adalah mengaplikasikan ilmu yang sudah didapat selama kuliah untuk menghadapi permasalahan nyata yang ada di lapangan.
2. Bagi umum : dapat dijadikan tambahan pengetahuan.
3. Bagi petani : penelitian ini dapat dijadikan motivasi untuk terus meningkatkan kualitas petani jeruk keprok.
4. Sebagai bahan referensi dan masukan bagi penelitian yang ingin mengembangkan serta melanjutkan penelitian dengan tema yang sama.



## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerimaan usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang yaitu sebesar Rp 48.939.100/ha/tahun. Sedangkan rata – rata total biaya pada usahatani jeruk keprok yaitu sebesar Rp 5.539.838. Untuk rata – rata pendapatan petani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang yaitu sebesar Rp 43.399.263/ha/tahun. Pada usahatani jeruk keprok didapatkan R/C *Ratio* sebesar 8,76% artinya bahwa setiap mengeluarkan biaya Rp 1, akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 8,76. R/C *Ratio* ini menjelaskan bahwa usahatani jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang layak untuk diusahakan.
2. Margin pemasaran I sebesar Rp 4.942, sedangkan Margin pemasaran II yaitu sebesar Rp 5.000. untuk *share* petani pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 61,98%, sedangkan *share* petani pada saluran pemasaran II yaitu sebesar 61,02%. Nilai R/C pada saluran I untuk tengkulak 32,86% , pedagang besar yaitu sebesar 29,15% , pedagang pengecer yaitu sebesar 28,06%. Nilai R/C pada saluran II untuk pedagang besar 64,92%, dan pedagang pengecer 35,75%.
3. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu sebesar 0,826%, sedangkan efisiensi saluran II yaitu sebesar 0,79%. dari hasil analisis elastisitas transmisi harga sebesar ( $\eta < 1$ ) dapat diartikan bahwa pemasaran jeruk keprok di Desa Selorejo Kec. Dau Kab. Malang dapat dikatakan belum efisien.

## **6.2. Saran**

Adapun saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah harus memberikan perhatian kepada para petani melalui penyuluhan mengenai usahatani jeruk keprok untuk menambah pengetahuan petani tentang usahatani dan lembaga pemasaran jeruk keprok.
2. Untuk meminimalkan oligopsoni maka perlu meningkatkan tawar menawar antara petani atau produsen dengan lembaga pemasaran. Untuk itu Balijestro/Dinas Pertanian sebaiknya lebih sering melakukan sosialisasi langsung terhadap petani harus lebih ditingkatkan dalam berpartisipasi mengikuti kegiatan kelompok tani, program penyuluhan, karena adanya partisipasi dari petani, dimana kegiatan termasuk memasarkan hasil produksi jeruk keprok agar pemasaran lebih efisien.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiga. 1982. Teori Ilmu Usahatani Untuk Menyelidiki Pengusaha, Menyusun Dalam Menjalankan Usaha.
- Ahmad Elqorny, 2008. Pengertian Pemasaran.
- Anonim .2008, Pemasaran Produk Pertanian Indonesia.
- Boediono, 2002. Ekonomi Mikro. BPFE. Yogyakarta.
- Daniel .2001. pengantar Ekonomi Pertanian, Bumi Aksara, Jakarta.
- Daniel. 2004. Kecerdasan Emosional : Mengapa EI Lebih Penting Dari Pada IQ, Terjemahan Oleh T. Hermaya, 2004. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Depertemen Pertanian, 2005. Teori Kawasan Produksi Pertanian.
- Faisal Floperda Akbar Wanda. 2015. Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani Jeruk Siam”.Studi Kasus Di Desa Padang Pangrapat Kecamatan Tanah Grogot Kabupaten Paser.
- Hermanto, 1989. Aries Stiyanto, 2008. Ilmu Usahatani, Jurusan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Indawan, Rully dan Yaniawati, Poppy. 2016. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Intan Ayu Purnama Sari. 2010. Analisis Pemasaran Jeruk Di Kabupaten Bangli.
- Janiwiata Kaduk, Ketut Dunia, dan Luh Indrayani. 2013. *Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk*. Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar.
- Joshi, 2012. Bisnis Pertanian dan Konsep Saluran Pemasaran.
- Khols, 1980. Marketing Of Agricultural Product.

- Kotler, 2005. Pengertian Tentang Profit Selisih Antara Margin Pedagang dan Biaya Total. .
- Kotler, P. Dan K. L., Keller. 2008. Manajemen Pemasaran Jakarta: Macam Jaya Cemerlang.
- Lamb, C. W., J. F. Hair, dan C. MC. Daniel. 2001. Pemasaran Buku I. Jakarta: Salemba Empat.
- Limbang, W. H. Dan Psitorus. 1987. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Jurusan Pertanian Bogor. Bogor.
- Mandala, P., E, 2016, Maharani. Koestiono dan Agil, 2010. Analisis Pemasaran Jeruk Siam di Desa Limau Manis Kecamatan. Kampar Kabupaten Kampar. Jom faperta 3 (2):1-14.
- Namah dan Sinlae. 2012. The Feasibility Study Of Keprok SoE Farning.
- Rahim dan Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian (Pengantar, teori dan kasus). Jakarta : Penerbar Swadaya.
- Ronaldo Esayas Amisan, dkk. 2017. Melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Pendapatan Usahatani Kopi*”. Di Desa PurwerejoTimur Kecamatan Modayang Kabupaten Bolang Mongondow Timur”.
- Roni Johannes Sinaga, 2015. *Analisis Finansial Usahatani*. Kecamatan Sipispis Kabupaten Serdang Bedagai.
- Rosyidi, 2001. Pengantar Teori Ekonomi Mikro dan Makro. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Saefuddin. 1992. *Tataniaga Hasil Perikanan*. UI. Press. Jakarta
- Sandro Chryanto Sinaga dkk. 2016. Pemasaran Buah Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan. Tambang Kabupaten Kampar.
- Sanusi, Anwar. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.

- Soekartawi, 1984. Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil UI Press. Jakarta.
- Soekartawi .1991. *Agribisnis Teori dan Aplikasi* . PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi, 2006. Agribisnis Teori dan Aplikasi. Rajawali Press. Jakarta.
- Solahuddin, 1998. Pengertian yang membahas Teori Sektor Pertanian Indonesia.
- Sugiono, 2009. Membahas tentang rumus yang menghitung margin Pemasaran.
- Sukirno, 2009. Pengertian jenis-jenis pasar persaingan sempurna atau tidak sempurna.
- Surachmat, 1998. Metode Penelitian Sosial. Bandung. PT. Remadja Rosdakarya.
- Utami Dewi. 2006. *Menghitung Rumus Farmer Share*.
- Wibowo. 200, *Kunci Sukses Pelayanan*: Yogyakarta : Liberty.
- Zahari Zen. 2010, Teori Efesien Pemasaran (Marketing).
- Zubaidi. 2010. *Analisis Usahatani dan Pemasaran Melon di Kecamatan Muncar Kabupaten Bayuwangi*.