

**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS JERUK GERGA DI KELURAHAN AGUNG
LAWANGAN KECAMATAN DEMPO UTARA KOTA PAGARALAM**

**COMPARATIVE STUDY OF THE QUALITY OF GERGA ORANGES IN AGUNG
LAWANGAN VILLAGE, NORTH DEMPO DISTRICT PAGAR ALAM CITY**

Venny Ulfa Utari¹⁾, Puri Pratami Ardina Ningrum^{1*)}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

Jalan Jendral A.Yani 13 Ulu Palembang

*e-mail korespondensi: puri_pratami@yahoo.com

ABSTRACT

This research aims to find out a comparative study of the quality of gerga oranges in Agung Lawangan Village, North Dempo District, Pagar Alam City. This research was carried out from June to August 2022. The research method used in this study was a survey method, while the sampling method used by researchers is (purposive sampling). The analytical method used in this study uses a descriptive-quantitative approach. The results of this study indicate that the factor that differentiates the quality of Gerga oranges in the same varieties of Gerga oranges is how to care for the oranges. The thing that must be considered is the provision of water to the right plants, applying fertilizers and pesticides with the right and regular doses and schedules, swift and fast in eradicating pests, diseases and insects, spacing between trees at least 4x4m – 6x6m per tree, cleaning weeds, pruning trees and pruning fruit. There are 3 patterns of channel marketing in the production of gerga oranges, namely first: producer - consumer, second: producer - collector trader - consumer, third: producer - collector trader - wholesaler - consumer. And the last result shows that marketing margin and marketing channel profit is that marketing channel II gets a marketing margin of IDR 3.000/Kg, while for marketing profits IDR 2,000/Kg. marketing channel III gets a marketing margin of IDR 5.000/Kg, while for marketing profits IDR 3,000/Kg.

Keyword : comparison, price, gerga orangPlants

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui studi perbandingan kualitas jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam. Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan juni sampai agustus 2022. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, sedangkan metode penarikan contoh yang di gunakan peneliti adalah (*purposive sampling*). Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang membedakan kualitas buah jeruk gerga pada varietas buah jeruk gerga yang sama adalah cara merawat tanaman jeruk tersebut. Hal yang harus di perhatikan ialah pemberian air pada tanaman dengan tepat, pemberian pupuk dan pestisida dengan dosis dan jadwal yang tepat dan teratur, sigap dan cepat dalam pembasmian hama, penyakit dan serangga, jarak tanam antar pohon minimal jarak 4x4m – 6x6m per pohon, pembersihan gulma, pemangkasan ranting pohon dan pemangkasan buah. Diketahui bahwa saluran pemasaran pada produksi buah jeruk gerga ini terdapat 3 pola yaitu pertama : podusen – konsumen, kedua : produsen – pedagang pengecer – konsumen, ketiga : produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen. Dan hasil yang terakhir dalam penelitian ini menunjukkan bahwa marjin pemasaran dan keuntungan pemasaran adalah Saluran pemasaran II mendapatkan margin pemasaran pada pedagang pengecer sebesar Rp 3.000/kg dan mendapatkan keuntungan Rp 2.000/Kg. Saluran pemasaran III mendapatkan margin pemasaran sebesar Rp 5.000/Kg keuntungan pemasaran sebesar Rp3.000/Kg.

Kata kunci : perbandingan, harga, tanaman jeruk gerga.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki sumber daya alam yang berlimpah dan didukung oleh iklim yang baik untuk perkembangan usaha pertanian, Indonesia juga dikenal sebagai negara agraris dimana pembangunan di bidang pertanian menjadi prioritas utama, karena Indonesia merupakan salah satu negara yang memberikan komitmen tinggi terhadap pembangunan pangan sebagai komponen strategis dalam pembangunan nasional.

Tanaman jeruk termasuk salah satu komoditas hortikultura yang sudah lama dibudidayakan di Indonesia dan di negara-negara tropis Asia lainnya. Jenis tanaman yang mampu hidup di tanah tropis ini, tidak bisa di pandang sebelah mata sebagai komoditi sampingan. Kandungan vitamin dan mineral yang tinggi pada buah jeruk membuatnya menawarkan segudang manfaat bagi kesehatan tubuh yang menjadikan buah jeruk ini salah satu buah paling populer di dunia. Jeruk sangatlah beragam dan beberapa spesies dapat bersilang dan menghasilkan hibrida antarspesies (*interspecific hybrid*) yang memiliki karakter khas, yang berbeda dari spesies tetuanya. Banyak anggota jeruk yang dimanfaatkan oleh manusia sebagai bahan pangan, wewangian maupun industri.

Kota Pagaralam merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan segudang objek wisata dan perkebunan tehnya namun baru-baru ini kota Pagaralam menjadi daya tarik wisatawan baru di karenakan memiliki perkebunan jeruk gerga. Ternyata jeruk ini dibawa oleh Pusat Pelatihan Pertanian Dan Pedesaan Swadaya (P4S) Azh-Zhaahir yang diketuai oleh Sidarhan Saini mempunyai 2 jenis jeruk yaitu jeruk gerga dan jeruk keprok.

Jeruk gerga tergolong komoditi baru yang ditanam di kota Pagaralam. Namun tanaman perkebunan jeruk gerga ini sudah menjadi penopang ekonomi sebagian dari petani di kota Pagaralam, baik dari hasil panen dan pemasarannya maupun kunjungan dari agrowisatanya sendiri. Dengan warnanya yang kuning mengkilat dan memiliki rasa yang manis menjadikan ciri khas tersendiri dari jeruk gerga ini.

Asal mula jeruk gerga, jeruk gerga berasal dari Kabupaten Lebong yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Bengkulu. Rasa yang dimiliki jeruk gerga seperti perpaduan antara 3 jeruk yaitu jeruk bali, jeruk medan (*brastagi*) dan

jeruk mandarin. Jeruk gerga ini penemuan baru dari Balai Penelitian Tanaman Jeruk dan Buah Subtropis (*balitjestro*), awal mula uji coba penanaman jeruk gerga ini di tanam di daerah Brastagi (Medan) tetapi tidak dapat tumbuh dengan baik alias kurang maksimal yang dikarenakan kurang cocok dengan iklim yang ada di desa Brastagi, lalu dibawa ke Bengkulu. Jeruk gerga merupakan hasil persilangan jeruk manis (*Citrus Sinensis Osbeck*) dan jeruk keprok (*Citrus Reticulata Blanco*). Tanaman ini beradaptasi dengan baik di dataran tinggi dengan ketinggian 900-1.200 mdpl. Ciri utama ukuran daun besar dan kaku serta kulit buah yang tebal, kandungan air pada buah 89,2 %, karakteristik fisik jeruk ini diantaranya berat perbuah sekitar 173-347 gram, ketebalan kulit 0,4-0,5 cm. Jeruk varietas gerga sudah ditetapkan sebagai varietas unggul nasional pada 2012, dengan SK No. 2087/Kpts/SA.120/6/2012.

Kualitas buah jeruk gerga juga mempengaruhi daya jual beli dipasar, kualitas jeruk gerga yang bermutu baik yaitu sedikit penyimpangan pada bentuk, sedikit penyimpangan pada warna kulit buah, sedikit penyimpangan pada kulit terkait dengan pembentukan buah, sedikit bekas luka cacat pada kulit buah akibat mekanis. Kualitas dari sifat fisik merupakan hal yang sangat penting dalam proses sortasi grading bahan pangan khususnya jeruk. Ada banyak sifat fisik yang dapat diukur seperti ukuran buah, warna, bentuk, total padatan terlarut dan lain sebagainya (*Handoko et al*, 2000).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam yang dijadikan sebagai obyek penelitian pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2022. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan bahwa di lokasi tersebut berada di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaralam yang merupakan salah satu lokasi produksi buah jeruk gerga.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kuantitatif, Sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah metode *survey*, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data (*Singarimbun dan Effendi*, 1995).

Metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yang ditekankan untuk menjadi sampel adalah karena adanya pertimbangan karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 10 responden. Dari 10 responden terdapat 6 responden petani yang menghasilkan buah jeruk gerga berkualitas rasa yang manis (I) dan 4 responden petani yang menghasilkan buah jeruk gerga dengan kualitas rasa yang asam (II).

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan terhadap sumber data atau pemberi data informasi (Sugiyono, 2010). Dalam hal ini pengamat atau peneliti ikut berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang tengah diamati atau diselidiki.

2. Wawancara

Wawancara merupakan satu cara mengumpulkan data atau suatu penelitian mengenai suatu masalah yang umumnya banyak menyangkut kepentingan umum (Supramono, 2005). Wawancara dilakukan kepada petani langsung yang menjadi sampel penelitian ini. Kemudian karakteristik usahatani jeruk gerga mereka agar memberikan jawaban yang jujur dengan penjelasannya cara wawancara yang dipandu oleh peneliti dan diharapkan dalam penelitian tidak ada pengaruh dari luar, setelah selesai dikumpulkan pada peneliti yang selanjutnya data akan diolah.

3. Dokumentasi

(Sugiyono, 2018) menyatakan dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, dan data-data yang relevan penelitian. Dokumentasi dilakukan dalam penelitian ini untuk mengambil gambar dan kegiatan pemasaran.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder:

1. Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung (dari tangan pertama) dari lokasi penelitian, yaitu dari petani yang mengembangkan usahatani buah jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan. Menurut (Husein Umar, 2013) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu

atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasanya dilakukan oleh peneliti.

2. Data sekunder

Metode pengumpulan data yang telah di olah dari badan usaha ataupun pihak lain yang berkaitan dengan peneliti yang dilakukan. Menurut (Husein Umar, 2013) data sekunder adalah data primer yang telah diolah lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak-pihak lain missal dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.

Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif Pengolahan data meliputi kegiatan:

1. Editing (Pengumpulan Data)

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi. Data yang telah dikumpulkan dengan menilai apakah data yang dikumpulkan tersebut cukup baik atau relevan untuk diproses atau diolah lebih lanjut.

2. Coding (Pengkodean)

Coding adalah usaha pengklasifikasian jawaban dari para responden dengan cara pemberian kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam katagori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis.

3. Tabulating (Tabulasi)

Tabulasi adalah pembuatan tabel-tabel yang berisi data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Dalam melakukan tabulasi diperlukan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan.

Data yang diperoleh dilapangan akan diolah secara tabulasi dan untuk menjawab permasalahan digunakan rumus matematis sebagai berikut :

Cara untuk menjawab rumusan masalah yang pertama dijelaskan secara deskriptif kualitatif untuk menjabarkan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan kualitas jeruk gerga dari varietas jeruk yang sama di Kelurahan Agung Lawangan.

Untuk menjawab rumusan masalah yang kedua tentang bagaimana saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani buah jeruk gerga dilakukan dengan deskriptif kualitatif untuk mendapatkan jawaban yang jelas.

Sedangkan untuk menjawab rumusan masalah yang ke tiga menggunakan analisis kuantitatif dilakukan dengan rumus margin pemasaran dan keuntungan pemasaran buah jeruk gerga di tempat penelitian, dengan rumus sebagai berikut:

a. Margin pemasaran

$$M = Pr - Pf$$

Dimana :

M = margin pemasaran
Pr = harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)
Pf = harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

b. Keuntungan pemasaran

$$\Pi = M - Bp$$

Dimana :

Π = keuntungan pemasaran (Rp/Kg)
M = margin pemasaran (Rp/Kg)
Bp = biaya pemasaran (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbedaan Jeruk Gerga Di Kelurahan Agung Lawangan

Jeruk gerga merupakan komoditi baru yang di tanam di kota Pagaralam, hal tersebut yang membuat ada perbedaan kualitas di beberapa petani yang membudidayakan jeruk gerga. Perbedaan tersebut di pengaruhi dari berbagai aspek termasuk teknis usahatani, penyebab faktor yang terjadi pada kualitas jeruk gerga saat melakukan usahatani dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini :

Tabel 1. Perbedaan Jeruk Gerga Dari Berbagai Aspek Di Kelurahan Agung Lawangan

No	Perbedaan	Petani Jeruk Gerga	
		I	II
1	Bibit	Jeruk gerga varietas RGL	Jeruk gerga varietas RGL
2	pupuk	NPK, Urea, SP36, KCL, Novatec, Kompos, Kapur	NPK, PHONSKA, KCL, kompos
3	Jarak Tanam	5x5 m per pohon	3x3 m per pohon
4	Pemeliharaan	Melakukan penjarangan buah, pemupukan, pengairan, penyemprotan, pengendalian gulma	Pemupukan, penyemprotan, pengendalian gulma
5	Fisik buah	Kulit berwarna kuning kemerahan,	Kulit berwarna kuning pucat,

	mayoritas berukuran besar	berukuran lebih kecil
--	---------------------------	-----------------------

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Pada tabel 1, merupakan perbedaan yang ada pada tanaman jeruk gerga untuk bibit yang di pakai merupakan bibit dengan varietas RGL (Rimau Gerga Lebong) bibit di ambil dari malang BALIDJESTRO (Balai Penelitian Tanaman Jeruk Dan Buah Subtropis), untuk pemasalahan manis dan masamnya terdapat pada kadar PH tanah dan pemupukannya. PH tanah rendah disebabkan karena seringnya menggunakan pupuk kimia pada tanah yang mengakibatkan tingkat keasaman tanah menjadi semakin tinggi, cara mengatasi permasalahan tersebut yaitu menaburkan kapur hal ini bertujuan untuk meningkatkan kandungan unsur hara Kalsium (Ca) dan Magnesium (Mg).

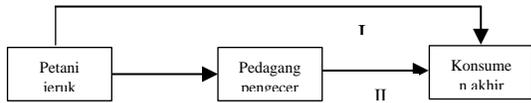
Jarak antar tanaman juga berpengaruh penting, jarak tanaman minimal 5x5 m per pohon untuk menjaga kelembaban tanah dan mendapatkan sinar matahari yang cukup untuk seluruh bagian pohon. Proses penjarangan buah dilakukan untuk meningkatkan kualitas buah (ukuran dan bobot per buah), mengurangi kerusakan cabang dan mempermudah pengendalian hama dan penyakit tanaman. Perbedaan pada fisik dari buah jeruk gerga dapat di lihat dari kulitnya, untuk mengetahui jeruk gerga yang memiliki rasa manis memiliki warna kulit kuning kemerahan dan memiliki ukuran buah yang lebih besar sedangkan untuk jeruk gerga dengan rasa yang masam memiliki warna kulit kuning yng pucat dan dominan memiliki ukuran buah yang lebih kecil. Ukuran jeruk gerga untuk grade A : 170-300 gr/buah, grade B : 150-160 gr/buah, dan grade C : 120-150gr/buah.

Faktor Yang Menyebabkan Kualitas Buah Jeruk Gerga Berbeda Di Varietas Jeruk Gerga Yang Sama

Dari hasil penelitin buah jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara, yang menyebabkan kualitas buah jeruk gerga ini berbeda padahal berasal dari varietas yang sama ada beberapa faktor-faktor yang membedakan antar tiap petani, hal ini di pengaruhi karna perbedaan cara perawatan yang dilakukan oleh petani seperti pada pupuk yang di pakai, komposisi dan jadwal yang tidak terpadu, pengairan, jarak tanam antar pohon, pembasmian gulma, pengendalian hama dan penggunaan pestisida. Sebagai contoh disini mengambil sampel dari bapak sidarhan dan ibu rahmawati, terdapat perbedaan perawatan yang

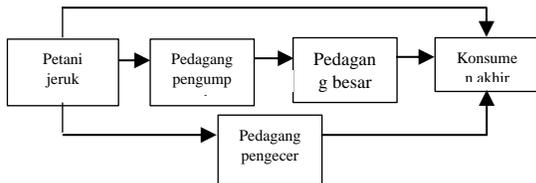
berujung pada perbedaan kualitas buah yang di hasilkan.

Saluran Pemasaran Jeruk Gerga Dengan Kualitas Berbeda



Berdasarkan hasil penelitian di Kelurahan Agung Lawang terdapat 3 saluran pemasaran jeruk gerga yang memiliki kualitas rasa manis terdiri atas petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan pedagang besar, sedangkan untuk jeruk gerga dengan kualitas rasa masam terdapat 2 saluran yaitu terdiri atas petani dan pedagang pengecer. Adanya saluran pemasaran tersebut mempengaruhi besar kecilnya margin dan keuntungan pemasaran serta biaya pemasaran yang akan di keluarkan oleh setiap saluran pemasaran dalam memasarkan jeruk gerga.

Saluran pemasaran yang dilakukan pada proses ini terbagi menjadi 2 yaitu pemasaran buah jeruk gerga yang memiliki rasa manis dan buah jeruk gerga yang memiliki rasa yang masam. Saluran pemasaran jeruk gerga dengan kualitas yang berbeda di varietas yang sama dapat dilihat pada gambar 1 dan 2 berikut :



Gambar 1. Saluran Pemasaran Jeruk Gerga Yang Memiliki Rasa Yang Manis Di Varietas Yang Sama Di Kelurahan Agung Lawangan.

Pada gambar 1, berdasarkan hasil yang di tunjukan bahwa saluran pemasaran jeruk gerga yang memiliki rasa yang manis terdapat 3 saluran pemasaran yaitu saluran I Petani jeruk gerga → konsumen akhir, merupakan saluran yang tidak melibatkan lembaga apapun. Saluran II Petani jeruk gerga → pedagang pengecer (Pagaralam, Lahat, Prabumulih) → konsumen akhir, saluran ke II hanya melibatkan satu lembaga pemasaran dan dimana buah jeruk ini di pasarkan hanya sekitaran kota Pagaralam. Untuk saluran ke III Petani jeruk gerga → pedagang pengumpul → pedagang besar (Palembang, Jakarta, Yogyakarta, Bengkulu, Lampung Dan Bogor) →

konsumen akhir, melibatkan dua saluran untuk sampai ke tangan konsumen akhir.

Gambar 2. Saluran Pemasaran Jeruk Gerga Yang Memiliki Rasa Yang Masam Di Varietas Yang Sama Di Kelurahan Agung Lawangan.

Pada gambar 2 di tunjukan bahwa terdapat perbedaan dalam saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan yang memiliki rasa yang masam hanya terdapat 2 saluran pemasaran saja yang pertama saluran I petani jeruk gerga → konsumen akhir. Saluran II petani jeruk gerga → pedagang pengecer (Pagaralam, Lahat) → konsumen akhir.

Hasil Margin Pemasaran Dan Keuntungan Pemasaran Jeruk Gerga

Dari hasil yang di dapat dari penelitian ini, margin pemasaran merupakan selisih harga antara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima petani, banyak hasil yang akan di peroleh baik dari tingkat konsumen langsung, atau sampai ke perantara yang lain seperti pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Yang mana di setiap prantara mengeluarkan biaya untuk mengantarkan produk sampai tujuan, terdapat juga biaya pengemasan dan komisi komisi lainnya. Untuk keuntungan pemasaran sendiri di peroleh dari margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran.

Untuk mengetahui margin pemasaran dan keuntungan pemasaran buah jeruk gerga dapat di lihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Margin pemasaran dan keuntungan di tiap saluran pemasaran buah jeruk gerga (I) di Kelurahan Agung Lawangan

Saluran	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin pemasaran	biaya	Keuntungan pemasaran
I	Petani	0	15.000	0	0	15.000
	Konsumen Akhir	15.000				
II	Petani	0	15.000			
	P. Pengecer	15.000	18.000	3.000	1000	2.000
	Konsumen Akhir	18.000				
III	Petani	0	15.000			
	Pengumpul	15.000	20.000	5.000	3.000	2.000
	P. Besar	20.000	25.000	5.000	2.000	3.000
	Konsumen Akhir	25.000				

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan hasil yang menunjukkan bahwa tingkat margin

pemasaran dan keuntungan pemasaran yang di terima tiap saluran pemasaran itu berbeda. Yang paling besar mendapatkan keuntungan ada pada saluran I dengan total keuntungan yang diperoleh mencapai 100%, tetapi pada saluran ini produk yang terjual hanya sedikit. Untuk saluran II mendapatkan nilai margin sebesar Rp2.000/Kg dan nilai keuntungannya sebesar Rp 1.500/Kg. pada saluran ke III mendapatkan nilai margin Rp5.000/Kg dan keuntungan yang di peroleh sebesar Rp 2.000/Kg untuk pengumpul dan Rp3.000/Kg untuk pedagang besar.

Tabel 3. Margin pemasaran dan keuntungan di tiap saluran pemasaran buah jeruk gerga (II) di Kelurahan Agung Lawangan

Saluran	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margi n pema saran	bia ya	Keuntungan Pemasaran
I	Petani	0	8.000	0	0	8.000
	Konsumen Akhir	8.000				
II	Petani	0	8.000			
	P. Pengecer	8.000	10.000	2.000	1.000	1.000
	Konsumen Akhir	10.000				

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel 3. Berdasarkan hasil yang menunjukkan bahwa tingkat margin pemasaran dan keuntungan pemasaran yang di terima tiap saluran pemasaran itu berbeda. Yang paling besar mendapatkan keuntungan ada pada saluran I dengan total keuntungan yang diperoleh mencapai 100%. Untuk saluran II mendapatkan nilai margin sebesar Rp2.000/Kg dan nilai keuntungannya sebesar Rp 1.000/Kg.

Faktor Yang Menyebabkan Perbedaan Kualitas Buah Jeruk Gerga Di Varietas Buah Jeruk Gerga Yang Sama

Setelah menyelesaikan penelitian buah jeruk di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara, ada beberapa hasil yang menunjukkan bahwa faktor faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan kualitas buah jeruk gerga yang dimana perbedaan ada pada cara perawatan yang dilakukan oleh petani yang mana terdapat pada pupuk yang di pakai dan komposisi yang terpadu, pengairan, jarak tanam, penyemprotan pestisida, pengendalian gulma dan pengendalian hama.

Perawatan yang harus di perhatikan lebih khusus ialah yang pertama pemberian air pada tanaman dengan tepat dikarenakan cuaca yang sering berubah-ubah maka langkah ini harus dilakukan supaya menjaga tanaman tetap stabil

menyerap nutrisi dari akar, yang kedua sigap dan cepat dalam pembasmian hama, penyakit dan serangga karena jeruk gerga rentan terserang hama dan penyakit yang mengakibatkan kualitas buah akan menurun, ada beberapa cara untuk mengatasinya dengan metode pengasapan, perangkap lalat buah, perangkap kutu putih dan penyemprotan racun hama.

Jarak tanam antar pohon jeruk gerga yang baik dan dapat menghasilkan kualitas buah yang diinginkan antara jarak 4x4m – 6x6m per pohon, hal ini bertujuan agar ranting pohon jeruk leluasa dan buah akan dengan cukup mendapatkan sinar matahari secara maksimal tapi perlu diketahui bahwa tak lupa ranting pohon yang terlalu banyak harus di pangkas untuk tetap kokoh dan tidak mudah patah karena terlalu banyak buah yang berkembang.

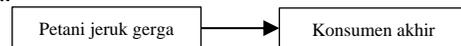
Saluran Pemasaran Jeruk Gerga Dengan Kualitas Yang Berbeda Di Varietas Yang Sama

Saluran pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram, memiliki 2 tipe yaitu saluran pemasaran untuk buah jeruk gerga dengan kualitas rasa yang manis dan buah jeruk gerga dengan kualitas rasa yang masam. Berikut merupakan saluran pemasaran jeruk gerga yang ada di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagaram.

Saluran pemasaran buah jeruk gerga dengan kualitas rasa yang manis

a. Saluran I

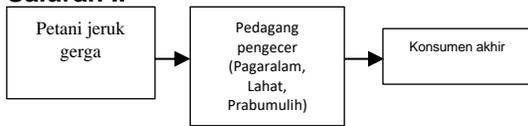
Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan di lapangan saluran pemasaran I ini merupakan saluran pemasaran yang paling pendek dalam kegiatan memasarkan buah jeruk gerga.



Gambar3. Saluran Pemasaran I Buah Jeruk Gerga Dengan Kualitas Rasa Yang Manis Di Kelurahan Agung Lawangan.

Berdasarkan hasil penelitian, pada saluran pemasaran I petani langsung menjual hasil produksinya kepada konsumen akhir tanpa menggunakan perantara pemasaran lainnya. Petani memasarkan buah jeruk gerga kepada konsumen yang pada umumnya adalah masyarakat atau tetangga yang berdomisili dekat dari kebun atau rumah petani dengan cara masyarakat atau konsumen yang datang ke lokasi sehingga tidak terkena biaya transportasi.

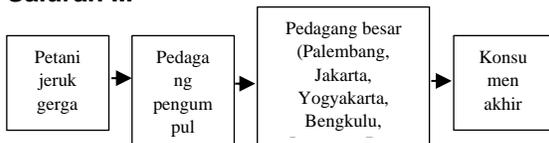
b. Saluran II



Gambar 4. Saluran Pemasaran II Buah Jeruk Gerga Dengan Kualitas Rasa Yang Manis Di Kelurahan Agung Lawangan.

Pada saluran II petani menjual produknya ke pedagang pengecer 2x dalam seminggu dengan kapasitas yang tidak terlalu banyak karna pedagang pengecer tersebut hanya menjajakan produknya di sekitaran kota Pagaralam dan lahat. Pedagang pengecer mendatangi secara langsung kebun petani untuk membeli buah jeruk dengan begitu biaya transportasi di tanggung oleh pedagang pengecer.

c. Saluran III



Gambar 5. Saluran Pemasaran III Buah Jeruk Gerga Dengan Kualitas Rasa Yang Manis Di Kelurahan Agung Lawangan.

Saluran pemasaran III merupakan saluran terpanjang yang terjadi dalam kegiatan pemasaran buah jeruk gerga. Pedagang pengumpul menjual buah jeruk gerga di sekitar kota Palembang, Jakarta, Yogyakarta, Bengkulu, Lampung Dan Bogor melalui pedagang besar.

Saluran pemasaran buah jeruk gerga dengan kualitas rasa yang masam

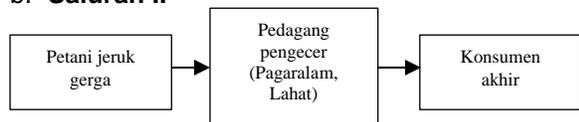
a. Saluran I



Gambar 6. Saluran Pemasaran I Buah Jeruk Gerga Dengan Kualitas Rasa Yang Masam Di Kelurahan Agung Lawangan.

Pada saluran pemasaran I sama halnya pada saluran pemasaran buah jeruk gerga yang memiliki kualitas rasa yang manis hanya saja harga yang membedakan, petani langsung menjual hasil produksinya kepada konsumen akhir tanpa menggunakan perantara pemasaran lainnya.

b. Saluran II



Gambar 7. Saluran Pemasaran II Buah Jeruk Gerga Dengan Kualitas Rasa Yang Masam Di Kelurahan Agung Lawangan.

Pada saluran II petani menjual produknya ke pedagang pengecer 1x dalam seminggu dengan kapasitas yang tidak terlalu banyak. Pedagang pengecer mendatangi secara langsung kebun petani untuk membeli buah jeruk dengan begitu biaya transportasi di tanggung oleh pedagang pengecer.

Margin Pemasaran Dan Keuntungan Pemasaran Buah Jeruk Gerga

Pada saluran pemasaran III, ada dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Pedagang pengumpul membeli buah jeruk gerga dari produsen kemudian mengemasnya untuk di jual pedagang besar. Saluran pemasaran III dimana terdiri dari (produsen – pedagang pengumpul – pedagang besar – konsumen), biaya, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran buah jeruk gerga dapat di pada tabel 3.

Tabel 3. Margin Pemasaran Dan Keuntungan Pemasaran Saluran III Buah Jeruk Gerga (I) Di Kelurahan Agung Lawangan

No.	Saluran Pemasaran	Harga per Ukuran (Rp/Kg)			
		Kecil	Sedang	Besar	
1	Produsen				
	a. Harga Jual	5.000	10.000	15.000	
	2	Pedagang Pengumpul			
		a. Harga Beli	5.000	10.000	15.000
		b. Biaya Transportasi	2.000	2.000	2.000
		c. Jumlah Biaya Pemasaran	1.000	1.000	1.000
d. Harga Jual		10.000	15.000	20.000	
e. Margin Pemasaran	5.000	5.000	5.000		
f. Keuntungan Pemasaran	2.000	2.000	2.000		
3	Pedagang besar				
	a. Harga Beli	10.000	15.000	20.000	
	c. Jumlah Biaya Pemasaran	800	800	800	
	g. Biaya Pengemasan	1.200	1.200	1.200	
	h. Harga Jual	15.000	20.000	25.000	
	i. Margin Pemasaran	5.000	5.000	5.000	
j. Keuntungan Pemasaran	3.000	3.000	3.000		
4	Konsumen				
	a. Harga Beli	15.000	20.000	25.000	

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3. Di ketahui bahwa dari ketiga saluran di atas harga yang di terima oleh produsen berbeda-beda di karenakan produsen hanya sebagaipenerima harga sehingga produsen tidak mengetahui secara pasti informasi harga yang ada di pasaran, dan harga yang di terima oleh konsumen juga bervariasi sesuai banyaknya lembaga yang di salurkan dalam satu pemasaran tersebut.

Tabel 4. Margin Pemasaran Dan Keuntungan Pemasaran Saluran I Buah Jeruk Gerga (II) Memiliki Kualitas Rasa Manis Di Kelurahan Agung Lawangan

No.	Saluran Pemasaran	Harga per Ukuran (Rp/Kg)		
		Kecil	Sedang	Besar
1	Produsen			
	a. Harga Jual	8.000	8.000	10.000
2	Konsumen			
	a. Harga Beli	8.000	8.000	10.000
	Margin Pemasaran	0	0	0

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Pada tabel 4. Menunjukkan bahwa saluran pemasaran antara produsen dan konsumen potensial yang ada di sekitar Kelurahan Agung Lawangan adalah dengan mendapatkan keuntungan 100%, dikarenakan produsen tidak menambah biaya transportasi dan lainnya, semua di tanggung oleh konsumen sendiri, sehingga margin pemasarannya menjadi bernilai 0.

Tabel 5. Margin Pemasaran Dan Keuntungan Pemasaran Saluran II Buah Jeruk Gerga (II) Di Kelurahan Agung Lawangan

No.	Saluran Pemasaran	Harga per Ukuran (Rp/Kg)		
		Kecil	Sedang	Besar
1	Produsen			
	a. Harga Jual	8.000	8.000	10.000
2	Pedagang Pengecer			
	a. Harga Beli	8.000	8.000	10.000
	b. Biaya Transportasi	500	500	500
	c. Jumlah Biaya Pemasaran	500	500	500
	d. Harga Jual	10.000	10.000	12.000
	e. Margin Pemasaran	2.000	2.000	2.000
	f. Keuntungan Pemasaran	1.000	1.000	1.000
3	Konsumen			
	a. Harga Beli	10.000	10.000	12.000

Sumber : Data Primer Telah Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5. Nilai margin pemasaran pada pemasaran buah jeruk gerga yang di jual oleh pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp2.000/Kg. nilai margin ini di dapat dari penjualan di Pagaram dan Lahat dikarenakan hanya sedikit peminat jeruk gerga dengan kualitas rasa yang masam. Dan

keuntungan pemasaran ini sebesar Rp 1.000/Kg untuk setiap ukuran, dan harga terakhir yang di beli oleh konsumen sebesar Rp 10.000/Kg untuk ukuran kecil, Rp 10.000/Kg untuk ukuran sedang dan Rp 12.000/Kg untuk ukuran besar.

KESIMPULAN

1. faktor faktor yang menyebabkan terjadinya perbedaan kualitas buah jeruk gerga di varietas yang sama di Kelurahan Agung Lawangan ialah terdapat perbedaan pada cara perawatan yang dilakukan oleh petani yang mana terdapat pada pupuk yang di pakai, komposisi dan jadwal yang tidak terpadu, pengairan, jarak tanam, penyemprotan pestisida, pengendalian gulma dan pengendalian hama.

2. Saluran pemasaran yang ada pada pemasaran jeruk gerga di Kelurahan Agung Lawangan Kecamatan Dempo Utara Kota Pagar Alam yaitu

Saluran pemasaran jeruk gerga dengan kualitas rasa yang manis :

- Petani jeruk gerga – konsumen akhir
- Petani jeruk gerga – pedagang pengecer (Pagaram, Lahat dan Prabumulih) – konsumen akhir
- Petani jeruk gerga – pedagang pengumpul (Pagaram) – pedagang besar (Palembang, Jakarta, Yogyakarta, Bengkulu, Lampung Dan Bogor) – konsumen akhir

Saluran pemasaran jeruk gerga dengan kualitas rasa yang masam :

- Petani jeruk gerga – konsumen akhir
- Petani jeruk gerga – pedagang pengecer (Pagaram, Lahat) – konsumen akhir

3. Margin pemasaran dan keuntungan pemasaran jeruk gerga (I) yang di peroleh tiap saluran adalah saluran pemasaran I tidak terdapat margin pemasaran, dan mendapatkan 100% keuntungan. Saluran pemasaran II mendapatkan margin pemasaran pada pedagang pengecer sebesar Rp 3.000/kg dan mendapatkan keuntungan Rp 2.000/Kg. Saluran pemasaran III mendapatkan margin pemasaran pada pengumpul sebesar Rp 5.000/kg keuntungan pemasaran sebesar Rp 2.000/Kg dan dan pedagang besar sebesar Rp 5.000/Kg keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.000/Kg. Margin pemasaran dan keuntungan pemasaran jeruk gerga (I) yang di peroleh tiap saluran adalah saluran pemasaran I tidak terdapat margin pemasaran, keuntungan pemasaran mendapatkan 100%, Saluran pemasaran II

mendapatkan margin sebesar Rp 2.000/Kg dan mendapatkan keuntungan Rp 1.000/Kg.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfridho Ade Pratama. 2019. Jeruk Gerga Bengkulu Dalam Riki Susanto (Editor). Bengkulu Interaktif, Bengkulu.
- Anindita, Ratya dan Nur Baladina, 2017, *Pemasaran Produk Pertanian*, CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- Assauri, 2009, *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Backer, C.A, 1965, *Biological Control by Natural Enemies*. Edit N.V.P, Noordhoff In *Flora of Java*, Vol. II, 1979. London: Cambridge University Press, 323 pp.
- Basu Swastha, 1992, *Saluran Pemasaran, Konsep, dan Strategi Analisa Kuantitatif*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Gracia G, Fery M, Hefri O. 2021 Analisis Pemasaran Jeruk Gerga Dikecamatan Rimbo Pengadang Kabupaten Lebong, 2021.
- Handoko *et al*, 2000, Penanganan Pasca Panen Buah Jeruk. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sumatra Utara, Medan.
- Hasan, 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistic*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Helti Marini S. 2020. Jeruk Gerga Jadi Komoditas Unggul Bengkulu Dalam Royke Sinaga (Editor). Antara, Bengkulu.
- Husein Umar, 2013, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kecamatan Karangploso, Kabupaten Malang). Cakrawala 12(1):1-11. Zamzami, L. dan A. Sayekti. 2010. Kinerja Pemasaran Jeruk Siam di Kabupaten Jember, Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Malau Herman, 2017, *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta. Bandung.
- Margono, 2004, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mubyarto, 1995. *Pengantar ekonomi Pertanian*, LP3S, Jakarta.
- Mulyadi, 2001, *System Akuntansi*, Edisi Ketiga, Cetakan Ketiga, Penerbit Selembang Empat, Jakarta.
- Nurasa, Tjetjep dan Deri Hidayat. 2005. Analisis Keragaman Margin Pemasaran Jeruk di Kabupaten Karo. *Jurnal Sosio-Economic of Agriculture and Bissiness Vol.8 No.1 February 2005* Pusat Penelitian dan Pengembangan Social Ekonomi Kebijakan Pertania. Bogor.
- Purnomosidhi *et al*, 2007, Perbanyak Dan Budidaya Tanaman Buah-Buahan: Durian, Mangga, Jeruk, Melinjo Dan Sawo. *World Agroforestry Center And Winrock International*. Bogor, 42 p.
- Rahim, dan Hastuti, 2007, *Ekonomi Pertanian*, Jakarta Penebar Swadaya.
- Rismunandar. 1981. *Bertanam Jeruk*. Terate. Bandung.
- Rosjonsyah *et al*.2012, *Definisi Jeruk Varietas RGL*. Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Lebong.
- Sapuan, 2012. Margin Pemasaran, KTA. STIPER Sarwono. 1993. *Jeruk dan kerabatnya*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: Pt. Pustaka LP3ES
- Soekartawi, 1993, *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soemarso. 2004, *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sudiyono, 2002, *Pemasaran Pertanian*, UUM Press, Malang.
- Sudjana, 2001, *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Sugandi *et al*. 2015, Sumber Daya Genetik Tanaman Holtikultura Di Provinsi Bengkulu. Prosiding Sminar Nasional Sumber Daya Genetik Pertanian BPTP. Bengkulu.
- Sugiarto, dkk. 2003. *Teknik Sampling*. PT Gramedia Pustaka. Jakarta.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Administrative*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno *et. al.*, 2015, *Majemen Sumber Daya Manusia*, Cetak Ketujuh. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Supramono, 2005. *Desain Proposal Penelitian Studi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi.
- Surakhmad, 1994, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar dan Metode Teknik*. Bandung: Tarsito
- Tuasun, S.F. 2011. Analisis Pengaruh Biaya Pemasaran Jeruk Kisar terhadap Pendapatan Petani di Kecamatan Kisar Kabupaten Maluku Barat Daya. *Cita Ekonomika* 5(1):1-10.
- Widya, A., N. Ananda, R. Yuzril, R. Mulya, S.N. Dianti, T. Dinniyah, L. Parquinda, B.