

**Prosiding Seminar Nasional dalam Rangka Dies Natalis Ke-36
Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan.
“Transformation of Research and Innovation Oriented Toward Future Techno-Agro-
Maritime Practices”
Makassar, 15 Oktober 2024**

**Analisis Efisiensi Pemasaran Usaha Jeruk Pamelo (*Citrus Maxima*)
Di Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan**

***Analysis Of Marketing Efficiency Of Pamela Orange (Citrus Maxima) Business in
Pangkep Regency, South Sulawesi***

Asriany^{1*} dan Ifadhila¹

¹Prodi Administrasi Bisnis Internasional, Jurusan Bisnis, Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan

*Korespodensi: asrianyazis2@gmail.com

Abstrak

Jeruk pamelو merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Pangkep, yang memiliki potensi ekonomi yang besar namun seringkali menghadapi kendala dalam distribusi yang efisien. Bahwa masalah yang ada pada proses pemasaran jeruk pamelو akan sangat berpengaruh terhadap sistem pemasaran jeruk pamelو, khususnya tingkat efisiensi yang ada dalam saluran distribusinya. Tujuan penelitian ini mengetahui model saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pasar, dan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran Usaha jeruk Pamelو di Kabupaten Pangkep. Metode analisis yang digunakan adalah diskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan market share, farmer's share, Margin Pemasaran, Efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan, saluran pemasaran usaha jeruk pamelو terdiri dari 5 model saluran. Fungsi pemasaran yang terjadi adalah fungsi pertukaran yang berupa kegiatan penjualan dan pembelian dilakukan semua tingkat lembaga pemasar, kecuali petani jeruk tidak melakukan pembelian. Fungsi Fisik yakni penyimpanan, pengumpulan, pengemasan dan pengangkutan, semua lembaga pemasar melakukan kecuali petani jeruk dan Pengecer tidak melakukan pengumpulan. Fungsi fasilitas yakni sortasi, standarisasi, penanggungans resiko, pembiayaan, informasi pasar semua lembaga pemasar melakukan tanpa terkecuali. Fungsi lainnya yaitu pelayanan langsung dilakukan pedagang pengecer, penyedia produk berkelanjutan dilakukan pedagang pengecer dan pedagang antar pulau. Pemasaran jeruk pamelو di Kabupaten Pangkep yang dipasarkan melalui 5 (lima) saluran pemasaran belum efisien secara keseluruhan. Hal ini dilihat dari kelima saluran pemasaran berdasarkan kriteria efisiensi maka saluran III dan IV adalah efisien karena saluran ketiga dan keempat memiliki rasio efisiensi dibawah 50% yaitu 46,28% dan 41,67%, sedangkan saluran pemasaran I, II dan V tidak efisien karena rasio berada diatas 50% yaitu 63,81%, 80,59% dan 55,30%.

Kata Kunci: Saluran Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Market Share, Farmer's Share, Margin Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran

Abstract

Pomelo oranges are one of the leading commodities in Pangkep Regency, which has significant economic potential but often faces challenges and inefficient distribution. The existing issues in the marketing process of pomelo oranges significantly impact the marketing system, particularly the efficiency level within its distribution channels. This research aims to understand the marketing channel model and marketing functions performed by market players and analyze the efficiency level of pomelo orange marketing in Pangkep Regency. The analysis method used is qualitative, descriptive, and quantitative, using market share, farmer's share, Marketing Margin, and Marketing Efficiency. The research results indicate that the marketing channels for pomelo consist of 5 channel models. The marketing functions that occur are exchange functions involving sales and purchases at all levels of marketing institutions, except for the citrus

farmers who do not make purchases. The physical functions include storage, collection, packaging, and transportation, all carried out by marketing institutions except for the citrus farmers, and the retailers do not perform collection. All marketing institutions perform facility functions such as sorting, standardization, risk management, financing, and market information without exception. Other functions include retailers' direct services and providing sustainable products by retailers and inter-island traders. The marketing of Pamela oranges in Pangkep Regency carried out through 5 (five) marketing channels, is inefficient overall. This can be seen from the efficiency criteria of the five marketing channels, where channels III and IV are efficient because they have efficiency ratios below 50%, namely 46.28% and 41.67%. However, marketing channels I, II, and V are inefficient as their ratios are above 50%, specifically 63.81%, 80.59%, and 55.30%.

Keywords: marketing channels, marketing functions, market share, farmer's share, marketing margin, and marketing efficiency.

PENDAHULUAN

Kabupaten Pangkep dikenal memiliki potensi pertanian yang cukup besar, termasuk untuk produksi jeruk pamelu. Kondisi geografis, iklim, dan tanah yang cocok untuk pertumbuhan jeruk pamelu dapat menjadi landasan yang baik untuk pengembangan usaha ini. Jeruk pamelu mungkin merupakan salah satu produk unggulan di Kabupaten Pangkep, dengan banyaknya petani yang menghasilkan buah ini. Ketersediaan jeruk pamelu yang melimpah dapat menjadi peluang untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif.

Jeruk pamelu (Marhawati, 2019) atau lebih populer disebut jeruk bali atau jeruk besar, merupakan komoditas unggulan di Kabupaten Pangkep dan merupakan salah satu sumber mata pencaharian petani. Pamelu ini memiliki khasiat dalam meningkatkan kesehatan tubuh, seperti antioksidan, antikanker, dan dapat melarutkan kolesterol. Salah satu sentra jeruk pamelu di Indonesia adalah Kabupaten Pangkep Propinsi Sulawesi Selatan. Potensinya cukup besar diperkirakan luas lahan mencapai 2.500 hektar dan telah ditanami sekitar 1.614 hektar. Usahatani ini melibatkan petani sebanyak kurang lebih 6.405 kepala keluarga (Pangkep, 2015). Di kabupaten ini terdapat dua kecamatan sentra pengembangan jeruk, yakni Kecamatan Marang dengan potensi areal 350 ha dengan jumlah 70.000 pohon dan Kecamatan Labakkang seluas 170 ha dengan 34.000 pohon. Produksi jeruk pamelu tahun 2021 sebesar 29.562 ton dengan jumlah 307.926 pohon. Tingginya produksi jeruk pamelu di daerah ini menjadi landasan utama untuk distribusi produk ini ke pasar lokal, regional, maupun nasional. (BPS, 2021).

Dalam memasarkan jeruk pamelu biasanya kemampuan petani terbatas, petani memiliki akses yang terbatas terhadap informasi pasar terutama mengenai permintaan dan harga jeruk. Banyaknya pihak yang terlibat dalam proses pemasaran, misalnya pedagang pengumpul di hulu lebih banyak jika dibandingkan dengan pedagang besar sehingga kecenderungan untuk menekan harga sangat tinggi, sehingga pemasaran jeruk besar lebih cocok dikatakan pasar monopsoni, yaitu pasar yang dikuasai oleh pembeli baik dalam menentukan harga maupun kualitas jeruk besar, posisi tawar petani dalam hal ini sangatlah rendah. Mutu produk yang dihasilkan petani pun bawah standar pasar dan jumlah yang dihasilkan sangat berfluktuasi. Petani belum sadar akan spesifikasi mutu produk dan jarang melakukan pengolahan dan pemilahan hasil untuk meningkatkan kualitas hasil. Sehingga dilapangan sangat sulit untuk menentukan jenis jeruk pamelu, standar dan kualitas serta harga yang layak sehingga menguntungkan kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen.

Dalam menjalankan usaha di bidang pertanian khususnya petani jeruk pamel, pemasaran berperan penting karena akan mempengaruhi tinggi dan rendahnya pendapatan petani pembudidaya. Produksi yang banyak dengan harga yang rendah tidak akan menguntungkan. Oleh karena itu tingginya produksi tidak selalu memberikan keuntungan yang tinggi tanpa disertai pemasaran yang efisien. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu menyampaikan hasil-hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan yang dibayarkan konsumen kesemua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran.. Kegiatan pemasaran dalam menyampaikan barang kepada konsumen dari produsen akan membutuhkan biaya, sehingga akan berpengaruh terhadap harga yang dibayar oleh konsumen dan harga yang diterima ditingkat produsen. Tingginya biaya itu disebabkan oleh berbagai faktor yang berpengaruh dalam proses pemasaran antara lain biaya transportasi, biaya retribusi, biaya resiko dan lain-lain. Proses penyampaian barang konsumsi tersebut oleh produsen atau lembaga pemasaran bisa disalurkan melalui lebih dari satu saluran pemasaran dan lembaga pemasaran. Masalah pemasaran ini bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran, tetapi saluran pemasaran mana yang memberikan tingkat efisiensi yang paling tinggi dan mampu bersaing di pasar. Keterlibatan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer jeruk pamel di Kabupaten Pangkep umumnya sangat penting dalam rantai pasok jeruk pamel. Mereka memiliki peran kunci dalam distribusi dan pemasaran produk, membantu memindahkan jeruk pamel dari petani ke pasar lokal, regional, dan nasional. Berikut adalah beberapa peran dan keterlibatan yang mungkin dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer jeruk pamel di Kabupaten Pangkep. Terdapatnya sistem distribusi yang baik dan efisien juga menjadi faktor penting. Hal ini mencakup jaringan pedagang grosir, distributor, dan pengecer yang dapat membantu mengalirkan jeruk pamel dari petani ke konsumen akhir dengan lancar.

Efisiensi distribusi jeruk pamel di Kabupaten Pangkep menggambarkan kompleksitas dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam menjalankan rantai pasokan dari produsen ke konsumen akhir. Jeruk pamel merupakan salah satu komoditas unggulan Kabupaten Pangkep, yang memiliki potensi ekonomi yang besar namun seringkali menghadapi kendala dalam distribusi yang efisien. Salah satu tantangan utama dalam distribusi jeruk pamel di Kabupaten Pangkep adalah infrastruktur transportasi yang terbatas dan kondisi jalan yang kurang memadai, terutama menuju daerah pedesaan tempat produksi jeruk pamel. Hal ini dapat mengakibatkan peningkatan biaya transportasi dan kerugian kualitas produk akibat kondisi jalan yang buruk.

Selain itu, kurangnya akses pasar yang memadai juga menjadi hambatan dalam distribusi jeruk pamel. Pasar yang terbatas dan kurangnya jaringan distribusi modern membuat produsen sering kali terbatas dalam mencapai pasar yang lebih luas dan mendapatkan harga yang kompetitif untuk produk mereka. Perubahan iklim dan musim juga dapat mempengaruhi efisiensi distribusi jeruk pamel di Kabupaten Pangkep. Musim hujan atau cuaca ekstrem dapat mengganggu proses panen, pengangkutan, dan penyimpanan jeruk pamel, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan kerugian dan penurunan kualitas produk.

Dari uraian diatas menunjukkan, bahwa masalah yang ada pada proses pemasaran jeruk pamel akan sangat berpengaruh terhadap sistem pemasaran jeruk pamel yang ada di

kabupaten Pangkep. Oleh karena itu, menjadi penting untuk diketahui dan dianalisa bagaimana sistem pemasaran jeruk pamelu yang ada di Kabupaten Pangkep. Sehingga perlu dilakukan penelitian untuk memperoleh informasi tentang beberapa hal mengenai analisa efisiensi pemasaran jeruk pamelu di Kabupaten Pangkep, apakah saluran distribusi yang berlaku efisien atau tidak.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di pusat penjualan terbesar jeruk pamelu dan pusat pembudidayaan jeruk pamelu di Kabupaten Pangkep, Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan tempat berkumpulnya pedagang atau lembaga pemasar dan pembudidayaan jeruk pamelu. Adapun lokasi penelitian merupakan sentra produksi jeruk pamelu yaitu Kecamatan Ma'rang dan Kecamatan Labakkang. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada bulan Maret sampai dengan bulan November 2024.

Teknik dan Pengumpulan, Jenis dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu : dokumentasi, wawancara, dan observasi dengan tujuan mengumpulkan data primer dan data sekunder yang dibutuhkan dengan alat bantu yang digunakan berupa kuisioner. (Setiawan, 2005). Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer data yang diperoleh dari objek penelitian dikumpulkan berupa data yang dibutuhkan untuk menjawab masalah utama dalam penelitian antara lain; model saluran pemasaran, harga ditingkat petani dan lembaga pemasar yg terlibat, dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasar, dan harga jual ditingkat petani dan ditingkat lembaga pemasar. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai instansi terkait dari tingkat kabupaten, adapun data ini dibutuhkan sebagai data penunjang dalam penelitian ini seperti data keadaan umum pertanian khususnya jeruk pamelu.

Metode Analisis

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka metode analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep digunakan analisis deskriptif kualitatif.
2. Untuk mengetahui fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep digunakan analisis deskriptif kualitatif.
3. Untuk menganalisis apakah saluran distribusi usaha jeruk pamelu sudah efisien atau tidak di kabupaten Pangkep, maka digunakan beberapa alat analisis margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran sebagai berikut :

Marjin Pemasaran

$$M = H_k - H_p = BM + K$$

(Sudiyono, 2002)

Keterangan :

M : Marjin

H_k : Harga jeruk pamelon ditingkat konsumen (Rp/unit)

H_p : Harga jeruk pamelon di tingkat produsen (Rp/unit)

BM : Biaya pemasaran (Rp/unit)

K : Keuntungan lembaga pemasaran (Rp/unit)

Market Share

$$MS = \frac{H_p}{H_t} \times 100\%$$

Keterangan : H_p : Harga ditingkat pelaku

H_t : Harga Total saluran

Kriterianya :

- Market Share Tinggi (30%-50%)

Perusahaan dengan market share antara 30% hingga 50% dianggap memiliki penguasaan pasar yang signifikan, perusahaan biasanya memimpin pasar (market leader), mampu mengendalikan harga, punya kekuatan besar dalam rantai distribusi.

- Market Share Menengah (10%-30%)

Perusahaan dengan market share antara 10% hingga 30% dianggap berada di posisi kompetitif yang kuat namun tidak dominan. Biasanya berada dalam posisi challenger atau pesaing kuat terhadap pemimpin pasar. Mereka mungkin tidak memiliki kontrol penuh terhadap tren harga atau pasar, namun tetap berpengaruh dalam industri.

- Market Share Rendah (<10%)

Perusahaan dengan market share di bawah 10% berada di posisi minoritas dalam pasar. Biasanya disebut sebagai niche players atau pemain ceruk yang melayani segmen pasar tertentu. Cenderung fokus pada strategi khusus seperti diferensiasi produk atau layanan unik untuk mempertahankan pangsa pasarnya.

Farmer's Share

$$FS = \frac{H_f}{H_r} \times 100\%$$

(Anindita dan
Baladina, 2017)

Keterangan :

FS : Farmer's
Share

H_f : Harga jual ditingkat petani
(produsen) H_r : Harga ditingkat
konsumen/lembaga pemasaran

Kriteria :

Farmer's Share digunakan untuk mengetahui berapa banyak bagian yang diterima petani dari konsumen akhir dalam bentuk persentase. (Purwanti, et al, 2020)

Jika Farmer's Share (FS) > 50% maka dikatakan efisiensi (Erzal et al, 2015)

Untuk mengetahui apakah pemasaran jeruk pamelos di kabupaten Pangkep sudah efisien, maka digunakan analisis efisiensi pemasaran. Analisis efisiensi pemasaran dilakukan dengan menggunakan rumus persentase margin total terhadap harga di tingkat konsumen pada setiap

saluran pemasaran yang ada. Rumus untuk menghitung efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut (Amin et al., 2016) :

$$MT = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

MT = Marjin total pemasaran (%)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/unit)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/unit)

Kriteria efisiensi pemasaran yaitu :

- Efisiensi jika persentase nilai marjin total sebesar 0 – 33%.
- Kurang efisien jika persentase nilai marjin total sebesar 34 – 67%.
- Tidak efisien jika persentase nilai marjin total sebesar 68 – 100

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden Usaha Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep

1. Usia

Tabel 3. 1 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Umur Usaha Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep, 2024

USIA (THN)	JUMLAH (ORG)	PERSENTASE (%)
21-25	2	4.76
26-30	1	2.38
31-35	3	7.14
36-40	8	19.05
41-45	8	19.05
46-50	9	21.43
51-55	4	9.52
56-60	4	9.52
61-65	1	2.38
> 65	2	4.76
TOTAL	42	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2024

Berdasarkan keadaan table di atas, menunjukkan bahwa usia responden sebagian besar masih berada pada usia produkti, yaitu 21 - 65 tahun sebanyak 40 orang (95,24 %), dibandingkan usia diatas 65 ke atas sebanyak 2 orang (4,76 %). Gambaran tersebut

menunjukkan bahwa usia produktif, untuk usaha yang bergerak pada usaha baik budidaya dan perdagangan jeruk pamelonya masih optimal jika dibandingkan dengan usia yang sudah lebih dari diatas 65 tahun ke atas yang tergolong usia nonproduktif yang kinerjanya mulai menurun.

2. Pendidikan

Tabel 3. 2 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Usaha Jeruk Pamelonya di Kabupaten Pangkep, 2024

PENDIDIKAN	JUMLAH (ORG)	PERSENTASE (%)
SD	27	64.29
SMP	8	19.05
SMA	5	11.90
SARJANA	2	4.76
TOTAL	42	100

Sumber : Data Primer setelah diolah, Tahun , 2024

Pada tabel di atas, menunjukkan bahwa seluruh responden telah menempuh pendidikan formal. Yang menempuh pendidikan terbesar adalah tingkat SD sebesar 27 orang atau 64,29 %, SMP sebesar 8 orang atau 19,05 %, dan SMA sebesar 5 orang atau 11,90 %, dan Sarjana sebesar 2 orang atau 4,76 %. Gambaran tersebut tidak dapat mempengaruhi tingkat pengetahuan para responden sehingga usaha ini bisa dilakukan bagi siapa saja.

3. Jumlah Tanggungan

Tabel 3. 3 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga Usaha Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep, 2024

JUMLAH TANGGUNGAN (ORG)	JUMLAH (ORG)	PERSENTASE (%)
0-2	4	9.52
3-5	27	64.29
6-8	11	26.19
>8	0	-
TOTAL	42	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2024.

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa umumnya anggota keluarga sebagai tenaga kerja, sehingga ketersediaan tenaga kerja sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya jumlah anggota keluarga. Dimana jumlah tanggungan terbesar 3 – 5 orang sebanyak 3 - 5 orang atau 64,29 %, tanggungan 6 – 8 orang sebanyak 11 orang atau 26,19 %, dan 0 – 2 orang sebanyak 4 orang atau

9,52 %. Hal ini menunjukkan bahwa anggota keluarga responden telah memenuhi sebagai tenaga kerja yang dibutuhkan.

4. Lama Berusaha

Tabel 4. 4 Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Lamanya Berusaha Usaha Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep, 2024

LAMA BERUSAHA (THN)	JUMLAH (ORG)	PERSENTASE (%)
1-5	8	19.05
6-10	11	26.19
11-15	4	9.52
16-20	11	26.19
21-25	3	7.14
>26	5	11.90
TOTAL	42	100

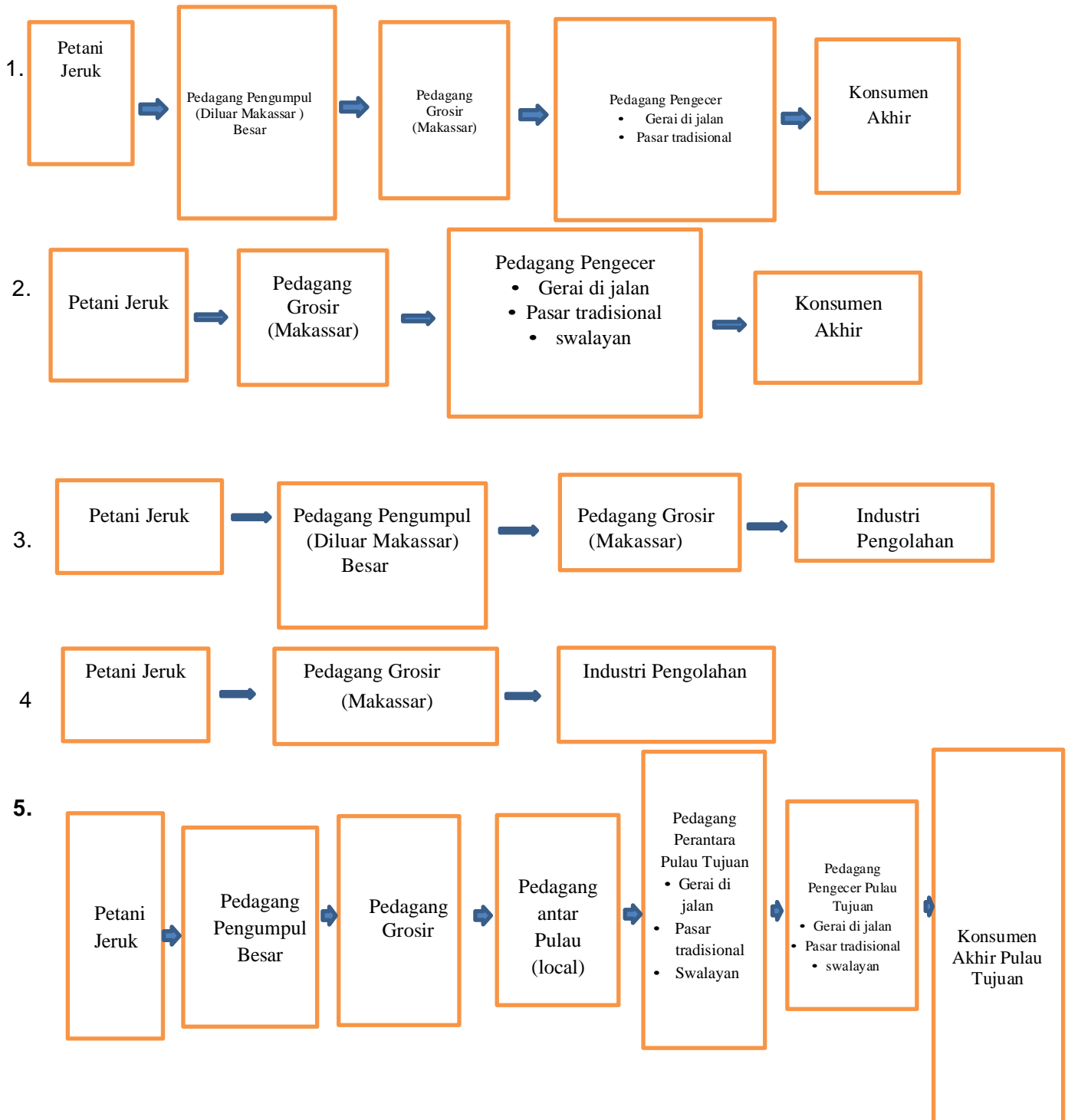
Sumber : Data primer setelah diolah,2024.

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pengalaman berusaha, antara 6 – 10 tahun dan 16 – 20 tahun masing-masing sebanyak 11 orang atau sebesar 26,11 %, 1 – 5 tahun sebanyak 8 orang atau 19,05 %, pengalaman usaha lebih dari 26 tahun sebanyak 5 orang atau sebesar 11,90%, 11 - 15 tahun sebanyak 4 orang atau 9,52 %, 21 – 25 tahun sebanyak 3 orang atau 7,4 %,.. Hal tersebut menggambarkan rata-rata responden usaha jeruk pamelos sudah menjalani usahanya mulai dari 1-5 tahun hingga diatas 26 tahun sebanyak 42 orang atau sebesar 100 %. Ini membuktikan bahwa pengalaman responden yang hingga 26 tahun lebih menunjukkan dan dedikasi yang tinggi dari pada petani dan pengusaha usaha jeruk pamelos dan bahkan dengan perjalanan panjang ini para pelaku usaha telah membangun reputasi jeruk pamelos di Kabuten Pangkep sebagai produk berkualitas tinggi dan berkontribusi pada pengembangan ekonomi.

Saluran Pemasaran Usaha Jeruk Pamelos di Kabupaten Pangkep

Jeruk pamelos sendiri di Kabupaten Pangkep dalam pemasarannya melibatkan lembaga pemasaran yaitu Budidaya atau petani jeruk pamelos, pedagang pengumpul, dan konsumen akhir . Hal ini sesuai dengan pernyataan Rasyaf (2001), bahwa jalur pemasaran dimulai sejak hasil dikeluarkan dari produsen hingga diterima konsumen akhir. Adapun jalur pemasaran yang terjadi untuk usaha jeruk pamelos di Kabupaten Pangkep.

Ada 5 Type saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran Jeruk Pamelo di Kabupaten Pangkep antara lain :



Dari saluran pemasaran di atas secara umum dapat dikatakan bahwa saluran pemasaran jeruk pamelu di kabupaten pangkep ada tiga bentuk saluran melibatkan 5 lembaga pemasaran yang terkait yaitu pembudidaya atau petani, pedagang pengumpul, pedagang grosir, pedagang pengecer dan pedagang antar pulau. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekartawi (2002), yang menyatakan bahwa saluran pemasaran dapat terbentuk secara sederhana dan dapat pula rumit sekali. Hal demikian tergantung dari macam komoditi lembaga pemasaran dan sistem pasar. Pergerakan jeruk pamelu dari produsen (petani jeruk) sampai ke konsumen akhir, dimana petani (produsen) yang dimaksud baik pada saluran I, II, III, IV dan V yaitu petani lokal jeruk pamelu yang berada di kabupaten Pangkep adalah kelompok yang membudidayakan dan merawat tanaman jeruk pamelu (*Citrus maxima*). Mereka bertanggung jawab atas berbagai tahapan dalam produksi jeruk pamelu, mulai dari penanaman, perawatan, pemupukan, hingga pemanenan buah. Pedagang pengumpul adalah pelaku usaha yang berperan sebagai perantara antara petani jeruk pamelu dan pasar atau konsumen akhir. Mereka biasanya membeli jeruk pamelu dalam jumlah besar langsung dari petani, kemudian mengumpulkan dan mengelolanya sebelum dijual kembali, baik ke pasar lokal, pedagang besar (grosir), pengecer atau distribusi ke wilayah lain. pelaku usaha yang membeli jeruk pamelu dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau langsung dari petani untuk dijual kembali ke pasar yang lebih luas, seperti pasar-pasar besar, supermarket, atau ke pedagang pengecer. Mereka berperan penting dalam mendistribusikan jeruk pamelu ke berbagai daerah, baik dalam skala regional maupun nasional. Pedagang grosir ini biasanya memiliki fasilitas penyimpanan yang memadai untuk menjaga kualitas jeruk pamelu sebelum didistribusikan. Mereka juga sering bekerja sama dengan distributor, pasar, dan pedagang besar di luar daerah untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan kemampuan membeli dalam jumlah besar, pedagang grosir mampu memberikan harga yang lebih kompetitif, baik bagi pembeli maupun petani atau pengumpul yang menjual buah ke mereka. Pedagang pengecer jeruk pamelu di Kabupaten Pangkep adalah pelaku usaha yang membeli jeruk pamelu dari pedagang grosir atau pengumpul dalam jumlah lebih kecil untuk dijual langsung kepada konsumen akhir. Mereka beroperasi umumnya di wilayah lokal berupa gerai disenjang jalan poros Pangkep-Pare, di pasar-pasar tradisional, termasuk pasar mingguan atau harian di desa dan kota-kota kecil di Pangkep. Pedagang pengecer berperan penting dalam rantai distribusi jeruk pamelu karena mereka menjadi jembatan antara produk yang berasal dari petani dan konsumen. Mereka biasanya menjual jeruk pamelu dalam satuan atau dalam jumlah kecil yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen sehari-hari. Pedagang antar pulau jeruk pamelu di Kabupaten Pangkep adalah pelaku usaha yang bergerak dalam distribusi jeruk pamelu ke luar wilayah Pangkep, termasuk ke pulau-pulau lain di Indonesia. Mereka membeli jeruk pamelu dari petani, pengumpul, atau pedagang grosir dalam jumlah besar dan mengatur pengiriman melalui jalur laut atau darat untuk menjangkau pasar di pulau-pulau lain, seperti Jawa, Kalimantan, atau Papua. Pedagang antar pulau memiliki jaringan distribusi yang luas dan sering bekerja sama dengan agen transportasi atau kapal kargo untuk memastikan jeruk pamelu dapat sampai ke tujuan dengan aman dan dalam kondisi segar.

Fungsi Pemasaran Pelaku Pasar Usaha Jeruk Pamele di Kabupaten Pangkep

1. Pembudidaya atau Petani

Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani jeruk pamele adalah fungsi pertukaran yaitu berupa penjualan melalui penjualan langsung dan penjualan melalui perantara. Petani dapat menjual langsung kepada konsumen akhir, baik melalui pasar tradisional, pedagang pengecer atau penjualan langsung di kebun. Ini memungkinkan petani untuk menghilangkan perantara dan mendapatkan harga yang lebih baik. Penjualan melalui pedagang perantara. Beberapa petani bekerja dengan pedagang pengumpul, pedagang grosir, yang membeli produk mereka dalam jumlah besar dan menjualnya kembali ke pasar yang lebih luas atau luar daerah.

Fungsi fisik berupa kegiatan penyimpanan, pengemasan dan pengangkutan. Pengangkutan, setelah dipanen, jeruk pamele didistribusikan ke tempat penjualan atau konsumen. Petani bisa mengangkut hasil panen mereka sendiri atau bekerja sama dengan distributor yang menyediakan jasa pengangkutan. Pengemasan; fungsi ini dilakukan pada saat proses penjualan untuk melindungi produk dari kerusakan pada saat pengangkutan. Penyimpanan, sebelum dijual, jeruk pamele diproses atau disimpan untuk menjaga kualitasnya. Penyimpanan yang baik penting untuk memastikan buah tetap segar hingga mencapai konsumen.

Fungsi standarisasi yaitu dengan melakukan sortasi dan klasifikasi dimana petani melakukan penyortiran jeruk berdasarkan ukuran, kualitas, dan tingkat kematangan sebelum dijual. Ini membantu meningkatkan harga jual dan mempermudah pemasaran. Fungsi penanggungungan resiko; pemasaran jeruk pamele tidak lepas dari risiko, seperti fluktuasi harga dan cuaca yang tidak mendukung. Petani perlu mengantisipasi risiko tersebut dengan strategi yang tepat, termasuk diversifikasi produk atau mengembangkan sistem penjualan yang lebih stabil.

2. Pedagang Pengumpul

Fungsi pemasaran yang dilakukan di tingkat pedagang pengumpul yaitu berupa fungsi pembelian dan penjualan, fungsi fisik berupa fungsi pengumpulan, penyimpanan, pengemasan, dan pengangkutan dan fungsi fasilitas berupa sortasi, penanggungungan resiko, informasi pasar dan pembiayaan.

Fungsi pertukaran yang dilakukan oleh tingkat pedagang pengumpul adalah fungsi pembelian dan penjualan. Pembelian dari petani, yaitu pedagang pengumpul membeli jeruk pamele langsung dari petani, sering kali dalam jumlah besar. Mereka berfungsi sebagai pembeli utama yang membantu petani menjual produk mereka tanpa harus memikirkan penjualan

langsung ke konsumen akhir. Penjualan ke Pasar yang Lebih Luas: Setelah mengumpulkan jeruk pamele dari petani, pengumpul menjualnya kembali ke pasar yang lebih luas, seperti pasar tradisional, pedagang pengecer yang ada disepanjang jalan di wilayah pangkep, dan pedagang grosir lokal.

Fungsi fisik yang dilakukan oleh pihak pedagang pengumpul adalah pengumpulan, penyimpanan, pengemasan dan pengangkutan. Fungsi pengumpulan dilakukan pedagang pengumpul yaitu mengumpulkan hasil produksi jeruk pamele ditingkat lokal. Pengangkutan (Distribusi), pedagang pengumpul bertanggung jawab mengangkut jeruk pamele dari kebun petani ke pasar tujuan. Mereka memiliki jaringan transportasi yang memungkinkan pengiriman dalam jumlah besar ke pedagang yang lebih luas. Pengemasan; pedagang pengumpul melakukan pengemasan untuk melindungi produk dari kerusakan selama transportasi dan menarik perhatian konsumen. Kemasan yang baik juga membantu meningkatkan nilai jual jeruk pamele. Penyimpanan; pedagang pengumpul biasanya menyediakan fasilitas penyimpanan sementara, baik di gudang atau tempat penyimpanan lokal, untuk menjaga jeruk pamele tetap segar hingga dijual atau didistribusikan.

Fungsi standarisasi yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu sortasi dan klasifikasi. Sebagai perantara, pedagang pengumpul sering menyortir dan mengklasifikasikan jeruk pamele berdasarkan kualitas, ukuran, dan tingkat kematangan. Hal ini membantu menentukan harga jual dan menarik pembeli di pasar yang lebih besar. Pengemasan, pedagang pengumpul dapat terlibat dalam pengemasan ulang jeruk pamele untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pasar yang lebih jauh atau yang mengharuskan pengemasan standar untuk menjaga kualitas produk selama pengiriman.

Fungsi Penanggungungan Risiko yang dilakukan pedagang pengumpul yaitu pengumpul menghadapi risiko fluktuasi harga pasar dan kerusakan produk selama penyimpanan atau pengangkutan. Mereka harus mampu mengelola risiko ini dengan baik untuk menjaga keberlanjutan bisnis. Adapun antisipasi terhadap perubahan permintaan jeruk pamele, pedagang pengumpul juga memantau perubahan permintaan pasar, agar dapat mengatur volume pembelian dan penjualan secara tepat.

Fungsi informasi yang dilakukan yaitu menghubungkan petani dengan pasar. Pedagang pengumpul menjadi sumber informasi bagi petani tentang kondisi pasar, harga saat ini, dan kebutuhan pasar yang lebih luas. Mereka membantu petani memahami tren pasar dan permintaan produk di luar wilayah lokal. Informasi. Selain pasar lokal, pedagang pengumpul juga sering mendapatkan informasi tentang peluang ekspor atau pasar di luar daerah, yang memungkinkan.

Fungsi pembiayaan pedagang pengumpul jeruk pamele di Kabupaten Pangkep sering kali juga dilakukan dalam proses pemasaran. Fungsi ini penting untuk memastikan kelancaran

operasi dan membantu petani serta pedagang lain di rantai pasok. Fungsi pembiayaan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul jeruk pamelu di Pangkep menjadi elemen kunci dalam menjaga kelancaran proses pemasaran. Dengan memberikan dukungan finansial kepada petani, pengecer, dan operasi distribusi, pedagang pengumpul membantu memastikan bahwa rantai pasok tetap berfungsi dengan baik, dan permintaan pasar dapat terpenuhi tanpa hambatan besar.

3. Pedagang Grosir

Pedagang grosir jeruk pamelu di Kabupaten Pangkep memainkan peran penting dalam menghubungkan pedagang pengumpul atau produsen (petani) dengan pengecer atau konsumen akhir. Sebagai perantara di tingkat rantai distribusi yang lebih tinggi, pedagang grosir memiliki beberapa fungsi pemasaran utama untuk memastikan jeruk pamelu sampai ke pasar yang lebih luas. Berikut adalah fungsi pemasaran yang berlaku di tingkat pedagang grosir jeruk pamelu.

Fungsi Pertukaran yang dilakukan pedagang grosir yaitu melakukan pembelian dalam jumlah besar. Pedagang grosir membeli jeruk pamelu dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul, petani, atau sumber lain. Mereka memastikan adanya pasokan yang stabil dari pemasok untuk memenuhi kebutuhan pengecer atau pasar yang lebih kecil. Penjualan ke pengecer atau pasar. Setelah mendapatkan stok dari pedagang pengumpul, pedagang grosir menjualnya dalam jumlah besar atau kecil ke pengecer, pasar tradisional, atau pedagang lain yang menjualnya ke konsumen akhir.

Fungsi fisik yang dilakukan adalah distribusi dimana pedagang grosir bertanggung jawab atas distribusi jeruk pamelu dari titik pembelian hingga ke berbagai pengecer atau pelanggan besar lainnya. Mereka memiliki jaringan transportasi dan distribusi yang lebih luas untuk menjangkau pasar di berbagai daerah, baik di dalam maupun luar Kabupaten Pangkep. Fungsi penyimpanan dilakukan pedagang grosir yaitu memiliki gudang atau fasilitas penyimpanan besar untuk menjaga jeruk pamelu tetap segar sebelum dijual. Penyimpanan yang tepat sangat penting untuk menghindari kerusakan buah dan menjaga kualitas produk. pedagang grosir jeruk pamelu sering kali juga melakukan fungsi pengumpulan. Meskipun peran utama mereka adalah membeli jeruk dalam jumlah besar dan mendistribusikannya kembali, pedagang grosir sering berperan sebagai pengumpul ketika mereka membeli langsung dari beberapa sumber, seperti petani atau pedagang pengumpul. Dalam proses ini, mereka mengumpulkan jeruk pamelu dari berbagai petani atau wilayah untuk memenuhi volume yang dibutuhkan sebelum menjualnya ke pedagang pengecer, distributor, atau pasar yang lebih besar.

Fungsi standarisasi yang dilakukan pedagang grosir adalah Sortasi dan Grading. Pedagang grosir sering melakukan penyortiran atau grading ulang untuk memastikan jeruk pamelu yang dijual memenuhi standar pasar atau kebutuhan spesifik pengecer. Buah disortir berdasarkan kualitas, ukuran, dan kematangan untuk menentukan harga yang sesuai.

Pengemasan ulang kadang-kadang, pedagang grosir melakukan pengemasan ulang agar sesuai dengan permintaan pasar atau kebutuhan pelanggan, terutama jika pasar yang dituju memerlukan kemasan khusus atau standar tertentu.

Fungsi penanggung risiko terkait risiko kerusakan dan penyimpanan. Pedagang grosir harus menanggung risiko kerusakan buah selama penyimpanan dan distribusi. Mereka perlu memastikan jeruk pamento disimpan dalam kondisi optimal untuk menjaga kesegarannya hingga sampai ke pengecer. Terkait fluktuasi harga pasar, pedagang grosir juga menanggung risiko fluktuasi harga di pasar. Jika permintaan menurun atau pasokan melimpah, harga jeruk pamento bisa turun, yang mengurangi keuntungan mereka.

Fungsi informasi pasar yang dilakukan pedagang grosir yaitu memberikan informasi kepada pengecer mengenai tren pasar, kualitas produk, dan harga terkini. Mereka juga memberikan umpan balik kepada pedagang pengumpul atau petani mengenai kualitas atau permintaan pasar, yang membantu rantai pasokan tetap efisien. Bahkan melakukan analisis permintaan pasar, pedagang grosir sering menganalisis permintaan di pasar lokal dan regional untuk mengatur stok dan distribusi jeruk pamento sesuai dengan kebutuhan pasar.

Fungsi Pengembangan Pasar, Ekspansi ke Pasar Baru: Pedagang grosir mungkin berusaha memperluas pasar untuk jeruk pamento ke wilayah baru, baik secara lokal, regional, nasional, bahkan secara internasional. Mereka bisa membuka pasar ekspor atau menjual ke supermarket besar di luar daerah. Kerjasama dengan Pasar Modern, Beberapa pedagang grosir juga membangun hubungan dengan jaringan supermarket atau toko-toko besar yang membutuhkan pasokan tetap jeruk.

4. Pedagang Pengecer

Fungsi pemasaran pedagang pengecer jeruk pamento di Kabupaten Pangkep berfokus pada distribusi produk ke konsumen akhir dengan memastikan produk berkualitas, harga yang kompetitif, serta pelayanan yang memadai. Mereka adalah penghubung kunci dalam rantai pasok yang memastikan jeruk pamento tersedia di pasar lokal dengan cara yang efisien.

Pedagang pengecer jeruk pamento di Kabupaten Pangkep berperan sebagai penghubung langsung antara pedagang grosir atau pengumpul dengan konsumen akhir. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer sangat penting untuk memastikan produk sampai ke konsumen dalam bentuk dan kondisi yang baik serta memenuhi kebutuhan pasar lokal. Berikut adalah fungsi pemasaran utama yang dilakukan oleh pedagang pengecer jeruk pamento.

Fungsi Pertukaran yang dilakukan dengan pedagang pengecer adalah dengan cara melakukan pembelian dari pedagang grosir atau pengumpul. Pengecer membeli jeruk pamento dari pedagang grosir atau pengumpul dalam jumlah yang lebih kecil dibandingkan pembelian grosir, sesuai dengan kebutuhan dan daya serap pasar mereka. Penjualan ke konsumen akhir;

Pengecer menjual jeruk pamelu langsung kepada konsumen akhir. Transaksi ini terjadi di sepanjang jalan poros Kabupaten Pangkep, berupa gerai yang berada disepanjang jalan kurang lebih 50 gerai.

Fungsi fisik yang dilakukan adalah penyimpanan. Pengecer biasanya tidak menyimpan jeruk pamelu dalam jumlah besar, tetapi tetap perlu menjaga stok yang cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Penyimpanan yang baik diperlukan untuk memastikan buah tetap segar. Distribusi kecil, Pengecer mungkin melakukan distribusi lokal dalam skala kecil, misalnya mengantarkan pesanan ke pelanggan dalam radius tertentu atau melayani konsumen di pasar lokal. Ini sering dilakukan dengan alat transportasi sederhana.

Fungsi Penyortiran dan Pengemasan yang dilakukan pengecer yakni pengemasan ulang untuk konsumen. Pengecer bisa melakukan pengemasan ulang jeruk pamelu sesuai kebutuhan konsumen. Misalnya, mereka menjual jeruk pamelu dalam satuan per buah atau berdasarkan berat tertentu (per kilogram), sesuai preferensi konsumen. Sedangkan fungsi penyortiran kualitas, pengecer memastikan jeruk pamelu yang dijual adalah produk dengan kualitas yang dapat diterima konsumen, meskipun biasanya mereka menerima barang yang sudah disortir dari pedagang grosir atau pengumpul.

Fungsi pelayanan langsung dilakukan kepada konsumen. Pengecer memberikan layanan langsung kepada konsumen, termasuk membantu memilih jeruk pamelu yang berkualitas, memberikan saran terkait cara penyimpanan atau pemanfaatan produk, serta menerima pesanan khusus. Layanan purna jual, dalam beberapa kasus, pengecer memberikan layanan purna jual seperti penggantian jika produk yang dijual rusak atau tidak sesuai dengan harapan konsumen. Ini dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Fungsi penanggung risiko dilakukan pengecer Ketika terjadi risiko kerusakan dan penurunan kualitas. Pengecer menghadapi risiko kerusakan buah selama penyimpanan atau ketika stok tidak terjual dalam waktu cepat. Jeruk pamelu yang tidak terjual dalam waktu lama bisa menurun kualitasnya, sehingga pengecer harus pandai mengelola stok dan menjual produk dengan cepat. Risiko Perubahan Harga, hal ini dilakukan pengecer Ketika menghadapi risiko perubahan harga yang disebabkan oleh fluktuasi pasokan atau permintaan. Mereka perlu menjaga fleksibilitas harga agar tetap kompetitif di pasar.

Fungsi Informasi, ini dilakukan ketika pengecer memberikan informasi kepada konsumen. Pengecer berfungsi sebagai sumber informasi bagi konsumen mengenai produk jeruk pamelu, seperti kualitas, harga, asal produk, dan cara penyimpanan atau penggunaan. Pengecer juga melakukan pemantauan tren konsumen. Pengecer juga memantau preferensi dan permintaan konsumen lokal, serta memberikan informasi ini kepada pedagang grosir atau pengumpul. Ini membantu mengarahkan pasokan sesuai dengan permintaan pasar yang sedang berlangsung.

Fungsi penyediaan produk berkelanjutan dan konektivitas lokal. Fungsi Penyediaan produk berkelanjutan untuk menjaga ketersediaan produk. Pengecer berperan menjaga ketersediaan jeruk pamento di pasar lokal. Dengan menjaga stok yang konsisten, mereka memastikan bahwa konsumen selalu bisa mendapatkan produk setiap saat dibutuhkan. Sedangkan fungsi konektivitas lokal adalah bagaimana memenuhi kebutuhan pasar lokal. Pedagang pengecer berfokus pada kebutuhan konsumen lokal, dengan memahami preferensi, pola pembelian, dan kebiasaan masyarakat setempat. Ini memungkinkan mereka menyesuaikan penawaran produk agar sesuai dengan selera dan daya beli konsumen di Kabupaten Pangkep.

5. Pedagang Antar Pulau

Secara keseluruhan, pedagang antar pulau jeruk pamento di Kabupaten Pangkep memainkan peran krusial dalam memperluas akses pasar produk lokal ke berbagai daerah. Mereka menghadapi tantangan logistik dan keuangan, namun berfungsi sebagai penghubung penting dalam rantai pasokan yang memastikan jeruk pamento dari Pangkep dapat dinikmati oleh konsumen di wilayah yang lebih luas.

Pedagang antar pulau jeruk pamento di Kabupaten Pangkep memainkan peran penting dalam memperluas pasar produk jeruk pamento ke luar daerah, termasuk ke pulau-pulau lain di Indonesia. Mereka beroperasi pada skala yang lebih besar dan mengatasi tantangan distribusi lintas wilayah. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang antar pulau mencakup berbagai aspek mulai dari pengumpulan produk hingga pengangkutan dan penjualan di daerah lain. Berikut adalah fungsi pemasaran yang berlaku di tingkat pedagang antar pulau jeruk pamento di Kabupaten Pangkep.

Fungsi pertukaran dilakukan pedagang antar pulau adalah pembelian dalam skala besar. Pedagang antar pulau membeli jeruk pamento dalam jumlah besar dari petani, pedagang pengumpul, atau pedagang grosir di Kabupaten Pangkep. Mereka membeli dengan harga grosir dan bertujuan menjualnya ke pasar di pulau-pulau lain, baik skala regional maupun skala nasional. Penjualan ke pasar luar daerah. Setelah jeruk pamento dikumpulkan, pedagang antar pulau mengirimkannya ke berbagai daerah di luar Pangkep. Mereka menjual produk ini ke pengecer atau grosir di pulau tujuan, yang kemudian mendistribusikannya ke konsumen akhir di pasar lokal tersebut.

Fungsi fisik yang dilakukan pedagang antar pulau yaitu pengangkutan dan penyimpanan. Salah satu fungsi utama pedagang antar pulau adalah menangani pengangkutan produk dalam jarak yang jauh. Mereka mengorganisir transportasi melalui jalur laut atau darat untuk mengirimkan jeruk pamento ke pasar tujuan di pulau lain. Pengangkutan ini memerlukan manajemen logistik yang baik agar produk tetap segar selama perjalanan. Selanjutnya fungsi yang dilakukan pedagang antar pulau adalah penyimpanan. Pedagang antar pulau seringkali

mebutuhkan fasilitas penyimpanan baik di tempat asal (Pangkep) maupun di tempat tujuan. Penyimpanan ini penting untuk menjaga kualitas jeruk pabelo hingga tiba di tangan konsumen atau pedagang setempat.

Fungsi standarisasi dan pengemasan yang dilakukan pedagang antar pulau kegiatan sortasi dan klasifikasi. Sebelum dikirim ke pulau lain, pedagang antar pulau biasanya melakukan penyortiran untuk memastikan hanya jeruk pabelo berkualitas baik yang dikirim. Mereka menyortir produk berdasarkan ukuran, kualitas, dan kematangan. Pengemasan untuk transportasi jarak jauh. Pengemasan merupakan fungsi penting dalam pemasaran antar pulau. Jeruk pabelo harus dikemas dengan baik agar tidak rusak selama perjalanan yang panjang. Pengemasan juga melibatkan penggunaan bahan yang tahan lama dan protektif untuk menjaga kesegaran produk.

Fungsi penanggung risiko yang dialami pedagang antar pulau adalah risiko pengangkutan. Pedagang antar pulau menghadapi risiko kerusakan produk selama pengangkutan, terutama karena jeruk pabelo adalah produk segar yang bisa rusak jika tidak ditangani dengan baik. Mereka harus memastikan bahwa jeruk dikemas dan diangkut dengan metode yang aman. Selanjutnya resiko fluktuasi harga di pasar tujuan. Harga jeruk pabelo bisa berfluktuasi tergantung pada permintaan di pasar tujuan. Pedagang antar pulau harus siap menanggung risiko penurunan harga jika permintaan menurun atau terjadi peningkatan pasokan dari pesaing.

Fungsi informasi yang dilakukan yaitu menghubungkan produsen dengan pasar luar daerah. Pedagang antar pulau berperan dalam memberikan informasi kepada petani dan pedagang di Pangkep mengenai tren pasar dan permintaan di luar daerah. Ini membantu produsen menyesuaikan kualitas dan volume produksi sesuai kebutuhan pasar. Selanjutnya memonitor pasar tujuan, dimana pedagang antar pulau juga melakukan analisis pasar di daerah tujuan mereka, termasuk permintaan konsumen, harga produk pesaing, serta tren musiman yang dapat mempengaruhi penjualan jeruk pabelo.

Fungsi penyediaan dan stabilisasi pasokan yaitu menjaga pasokan yang konsisten. Pedagang antar pulau berperan dalam menjaga ketersediaan jeruk pabelo di pasar tujuan dengan mengatur pengiriman yang teratur dan memastikan stok produk selalu mencukupi untuk memenuhi permintaan. Stabilisasi harga: Dengan mengatur aliran pasokan ke berbagai pulau, pedagang antar pulau dapat membantu menstabilkan harga jeruk pabelo di pasar tujuan dan menghindari fluktuasi yang terlalu tajam akibat ketidakstabilan pasokan.

Analisis dari fungsi pemasaran dapat digunakan untuk mengevaluasi biaya pemasaran. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran jeruk pabelo di Kabupaten Pangkep. Adapun gambaran tentang fungsi pemasaran Usaha Jeruk Pabelo di Kabupaten Pangkep dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4. 5 Fungsi Pemasaran Usaha Jeruk Pamelu di Kabupaten Pangkep, 2024

No.	Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran				
		Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Grosir	Pedagang Pengecer	Pedagang Antar Pulau
1.	Fungsi Pertukaran					
	- Pembelian	-	v	v	v	v
	- Penjualan	v	v	v	v	v
2.	Fungsi Fisik					
	- Penyimpanan	v	v	v	v	v
	- Pengumpulan	-	v	v	-	v
	- Pengemasan	v	v	v	v	v
	- Pengangkutan	v	v	v	v	v
3.	Fungsi Fasilitas					
	- Sortasi	v	v	v	v	v
	- Standarisasi	v	v	v	v	v
	- Penanggungan Resiko	v	v	v	v	v
	- Pembiayaan	-	v	v	v	v
	- Informasi Pasar	-	v	v	v	v
	- Pelayanan langsung	-	-	-	v	-
	- Penyediaan produk berkelanjutan	-	-	-	v	v

Berdasarkan Tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa lembaga-lembaga pemasar yang terlibat dalam pemasaran jeruk pamelu mulai dari petani sampai ke tingkat pedagang pengecer mempunyai fungsi yang berbeda-beda.

3. 4 Efisiensi Pemasaran Usaha Jeruk Pamelo di Kabupaten Pangkep

1. Market Share

Market share (pangsa pasar) hasil pertanian dikatakan baik apabila produk pertanian mampu bersaing dan mendominasi pasar, serta memberikan keuntungan yang signifikan bagi produsen, selain itu mampu menunjukkan berbagai kriteri. Adapun market share jeruk pamelo di Kabupaten Pangkep dapat dilihat pada tabel 6 berikut :

Tabel 4. 6 Market Share Pada Saluran Pemasaran Jeruk Pamelo di Kabupaten Pangkep, 2024

Pelaku Pasar	Harga Jual Market Share	Saluran				
		I	II	III	IV	V
Petani	Harga Jual (Rp)	4,300	5,000	4,300	5,000	4,300
	MS (%)	10.94	16.81	21.64	37.04	23.66
Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp)	6,375	-	6,375	-	6,375
	MS (%)	16.22	0.00	32.08	0.00	35.08
Pedagang Grosir	Harga Jual (Rp)	10,000	8,500	9,200	8,500	7,500
	MS (%)	25.44	28.57	46.29	62.96	41.27
Pedagang Pengecer	Harga Jual (Rp)	18,632	16,250	-	-	-
	MS (%)	47.40	54.62	-	-	-
Pedagang Antar Pulau	Harga Jual (Rp)	-	-	-	-	15,000
	MS (%)	-	-	-	-	82.53
Total Harga		39,307	29,750	19,875	13,500	18,175

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa total harga dari bentuk saluran pemasaran terbesar adalah Rp. 39,307 berada pada saluran pemasaran yang ke I, dengan pelaku pemasaran yaitu petani jeruk lokal, pedagang pengumpul, pedagang grosir, dan pedagang pengecer yang ada di Kabupaten Pangkep, selanjutnya saluran ke II sebesar Rp. 29,750 dengan pelaku pemasaran yaitu petani lokal, pedagang pengumpul dan Pedagang grosir kabupaten Pangkep, sedangkan yang terkecil yaitu sebesar Rp. 13,500 berada pada saluran ke IV dengan pelaku pemasaran yaitu petani

jeruk pameo lokal, dan pedagang grosir kabupaten Pangkep. Secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan bahwa pangsa pasar untuk ke lima saluran pemasaran tersebut mempunyai peluang yang berada antara menengah hingga tinggi dimana kriteria menengah berada 10% - 30% dan tinggi 30%-50%. Dimana untuk kriteria tinggi yaitu saluran I pada pedagang pengecer sebesar 47,40%, saluran III pada pedagang grosir sebesar 46,29% dan pedagang pengumpul sebesar 32,08%, saluran IV yaitu pada petani sebesar 37,04%, dan saluran V pada pedagang pengumpul sebesar 35,08%. Sedangkan untuk kriteria menengah berada ditingkat petani pada saluran I, II, III, V, pedagang pengumpul pada saluran I, dan pedagang grosir pada saluran I dan II, dimana rata-rata pangsa pasar atau MS berada 10%-30%.

Pangsa pasar jeruk pameo di kabupaten Pangkep menunjukkan sedang sampai meninggi atau meningkat, hal ini dibuktikan dengan ekspansi pasar yang mampu dipertahankan, produk jeruk pameo ini mampu memperluas pasar baik secara local, regional maupun nasional. Petani juga konsisten menjalankan budidaya jeruk yang dilakoni cukup lama yakni beberapa puluh tahun yang lalu, sehingga petani berupaya mampu menunjukkan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun. Dan ini tidak lepas dari dukungan pemerintah yang membantu akses pasar, infrastruktur distribusi dan peningkatan kualitas produk seperti melalui pelatihan untuk budidaya jeruk yang menghasilkan buah yang berkualitas seperti Teknik budidaya yang baik dan benar, penyedia bibit unggul yang berkualitas dengan melakukan Kerjasama dengan Lembaga peneliti atau universitas untuk mengembangkan varietas jeruk pameo yang lebih unggul, tahan penyakit, dan memiliki kualitas rasa yang baik, Adapun nama jeruk andalan Pangkep dikenal jeruk merah, jeruk gula-gula dan jeruk bencong. Pemerintah juga melakukan subsidi input pertanian, sebagai penyedia pupuk, pestisida dan alat-alat pertanian. Pembangunan infrastruktur pertanian seperti Pembangunan jalan sehingga memudahkan distribusi jeruk pameo melalui jalan akses menuju lahan, membangun atau menyediakan fasilitas penyimpanan yang memadai untuk menjaga kualitas buah setelah panen, membantu petani dalam hal memfasilitasi untuk mendapatkan akses pinjaman melalui bank berupa KUR, dengan cara membantu petani dalam hal kegiatan pensertifikatan hak atas tanah sebanyak 700 bidang agar mempermudah memperoleh pinjaman. Selain itu, pemerintah membantu petani dalam hal perlindungan harga, agar harga tetap stabil meskipun produksi berlimpah melalui pembelian langsung oleh pemerintah atau penyedia Gudang penyimpanan agar petani tidak harus menjual seluruh hasil panennya sekaligus.

Pangkep sebagai ikon jeruk Pameo di Sulawesi Selatan sempat mengalami penurunan produksi disebabkan karena harga yang tidak stabil dan turunnya semangat

petani dalam melakukan usaha jeruk. Adanya beberapa daerah di Indonesia yang mengakui jeruk Bali adalah jeruk Pangkep. Sehingga ada kekhawatiran ikon Pangkep hilang kalau tidak segera dibenahi. Olehnya itu pemerintah Pangkep melakukan reforma agraria berdasarkan Perpres nomor 86 tahun 2018 tentang reforma agraria. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan produktivitas dan kenaikan harga jual.

2. Margin Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran

Farmer's share yaitu persentase harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga jual pada pedagang pengecer. Farmer's share dalam suatu kegiatan pemasaran dapat dijadikan dasar atau tolak ukur efisiensi pemasaran. Semakin tinggi tingkat persentase farmer's share yang diterima petani maka dikatakan semakin efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan dan sebaliknya semakin rendah tingkat pesentase farmer's share yang diterima petani, maka akan semakin rendah pula tingkat efisiensi dari suatu pemasaran. Farmer's share pada masing-masing saluran pemasaran ikan hias air tawar disajikan pada tabel.

Marjin pemasaran yaitu selisih harga jual dengan harga beli dan merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi suatu sistem pemasaran. Marjin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Dalam pembahasan ini akan diuraikan marjin pemasaran mulai dari tingkat pembudidaya atau petani, pedagang pengumpul sampai ke pedagang pengecer pada masing-masing saluran pemasaran jeruk Pamelon di Kabupaten Pangkep. Adapun marjin pemasaran pada masing-masing saluran disajikan pada Tabel 7.

Tabel 4. 7 Margin Pemasaran (MP), Farmer's Share (FS) dan Efisiensi Pemasaran (EP) pada Saluran Pemasaran Usaha Jeruk Pamelos di Kabupaten Pangkep, 2024

Saluran	Harga Jual (Rp), Harga Beli, MP, EP, Farmer's Share	Saluran				
		I	II	III	IV	V
Petani	Harga Jual (Rp)	4,300	5,000	4,300	5,000	4,300
Pedagang Pengumpul	Harga Jual (Rp)	6,375	-	6,375	-	6,375
	Harga Beli (Rp)	4,300	-	4,300	-	4,300
	MP (Rp)	2,075	-	2,075	-	2,075
	EP (%)	48.26	-	48.26	-	48.26
Pedagang Grosir	Harga Jual (Rp)	10,000	8,500	9,200	8,500	7,500
	Harga Beli (Rp)	6,375	5,000	6,375	6,000	6,375
	MP (Rp)	3,625	3,500	2,825	2,500	1,125
	EP (%)	56.86	70.00	44.31	41.67	17.65
	Harga Jual (Rp)	18,632	16,250	-	-	-
	Harga Beli (Rp)	10,000	8,500	-	-	-
	MP (Rp)	8,632	7,750	-	-	-
	EP (%)	86.32	91.18	-	-	-
Pedagang Ritel	Harga Jual (Rp)	-	-	-	-	15,000
	Harga Beli (Rp)	-	-	-	-	7,500
Petani	MP (Rp)	-	-	-	-	7,500
	EP (%)	-	-	-	-	100.00
Petani	Farmer's Share (%)	23.08	30.77	46.74	58.82	28.67
	Efisiensi (%)	63.81	80.59	46.28	41.67	55.30

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa secara keseluruhan pemasaran jeruk Pamelos di Kabupaten Pangkep yang dipasarkan melalui 5 (lima) saluran pemasaran belum efisien secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari kelima saluran pemasaran berdasarkan kriteria efisiensi, maka saluran ketiga (III) dan keempat (IV) adalah efisien karena saluran ketiga dan keempat memiliki rasio efisiensi dibawah 50% yaitu 46,28% dan 41,67%, sedangkan saluran pemasaran I, II dan V tidak efisien karena rasio berada diatas 50% yaitu 63,81%, 80,59% dan 55,30%. Sedangkan jika dilihat bagian harga yang diterima petani (farmer's share) pada masing-masing saluran pemasaran maka yang paling efisien adalah saluran IV karena FS lebih besar dari 50% yaitu sebesar 58,82%.

Dari Tabel tersebut di atas, diketahui bahwa marjin pemasaran yang terbesar diperoleh pedagang pengecer pada saluran I sebesar Rp. 8.632,-, selanjutnya pedagang pengecer pada saluran II sebesar Rp. 7.750,- dan pedagang antar pulau pada saluran V sebesar Rp.7.500,-. Pada saluran I dan saluran II hal ini dikarenakan harga jual dari pedagang pengecer tinggi, dan harga yang diterima dari pedagang grosir juga tinggi, faktor

penyebabnya adalah adanya biaya tambahan yang dimunculkan oleh pedagang grosir lokal Pangkep berupa biaya penyimpanan. Sedangkan pada saluran V pedagang antar pulau margin pemasaran juga tinggi, disebabkan munculnya biaya tambahan oleh pedagang antar pulau berupa biaya distribusi untuk sampai ke daerah tujuan.

Menurut Soekartawi (2002), efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Efisiensi harga adalah menyangkut harga komoditi ikan hiar air tawar mulai dari pembudidaya ke pedagang pengumpul sampai ke konsumen akhir pada masing-masing saluran pemasaran.

Berdasarkan hasil analisis tingkat efisiensi pemasaran bahwa saluran pemasaran jeruk Pamelos di Kabupaten Pangkep, secara keseluruhan saluran pemasaran yang ada belum efisien secara menyeluruh, hal ini dibuktikan dari hasil perhitungan tingkat efisiensi masih di bawah 50 % yaitu saluran III dan IV, sedangkan untuk saluran I, II dan V belum efisien, artinya bahwa lembaga yang terlibat dalam setiap saluran pemasaran tersebut tidak berlaku adil, sebab keuntungan masih didominasi oleh lembaga pemasaran yang terlibat, disisi lain pihak produsen (petani) dan konsumen akhir dirugikan. Petani atau produsen jeruk pamelos belum mendapatkan presentase harga yang wajar atau harga kurang baik (harga rendah), sedangkan konsumen akhir merasa mendapatkan harga yang cukup tinggi.

Kurang efisiennya saluran distribusi dalam rantai pasokan produk pertanian, seperti jeruk pamelos, dapat berdampak serius pada seluruh aspek usaha, mulai dari kenaikan biaya hingga penurunan kualitas produk dan reputasi. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya untuk meningkatkan efisiensi distribusi melalui perencanaan yang matang, penggunaan teknologi, dan peningkatan infrastruktur. Kerugian finansial langsung dialami oleh produsen atau petani akibat meningkatnya biaya distribusi, kerusakan produk, atau kesempatan penjualan yang hilang. Ini mengurangi margin keuntungan dan bisa berakibat pada ketidakstabilan usaha. Disisi lain jika distribusi memakan biaya yang lebih besar, produsen mungkin tidak bisa menawarkan harga yang kompetitif di pasar, membuat mereka kalah bersaing dengan produsen lain yang lebih efisien. Bahkan distribusi yang tidak efisien akan membatasi kemampuan produsen untuk memperluas jangkauan pasar mereka, terutama untuk mencapai wilayah-wilayah baru yang lebih jauh atau yang memiliki permintaan tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat 5 (lima) bentuk saluran pemasaran jeruk pabelan di kabupaten pangkep :
 - a. Pembudidaya/petani - Pedagang pengumpul – pedagang grosir – pedagang pengecer - konsumen akhir.
 - b. Pembudidaya/petani – pedagang grosir – pedagang pengecer (lokal) – konsumen akhir.
 - c. Pembudidaya/petani – pedagang pengumpul – pedagang grosir – Industri pengolahan.
 - d. Pembudidaya/petani – pedagang grosir – Industri pengolahan.
 - e. Pembudidaya/petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Grosir – Pedagang antar pulau.
2. Lembaga-lembaga pemasar yang terlibat dalam pemasaran jeruk pabelan mulai dari pembudidaya/petani sampai ke tingkat pedagang pengecer bahkan pedagang antar pulau. Fungsi pemasaran, yang dijalankan sebagian besar melakukan fungsi yang sama, namun ada yang berbeda. Fungsi pertukaran yakni fungsi penjualan dan pembelian dilakukan hampir semua lembaga pemasar kecuali pembudidaya/petani jeruk pabelan tidak melakukan pembelian; Fungsi Fisik yakni penyimpanan, pengumpulan, pengemasan dan pengangkutan, semua lembaga pemasar melakukan kecuali Pembudidaya/petani jeruk dan Pengecer tidak melakukan pengumpulan; Fungsi fasilitas yakni sortasi, standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan, informasi pasar semua lembaga pemasar melakukan tanpa terkecuali. Fungsi lainnya yaitu fungsi pelayanan langsung hanya dilakukan pedagang pengecer, dan fungsi penyedia produk berkelanjutan yang hanya dilakukan pedagang pengecer dan pedagang antar pulau dengan tujuan menjaga stok yang selalu konsisten.
3. Secara keseluruhan pemasaran jeruk Pabelan di Kabupaten Pangkep yang dipasarkan melalui 5 (lima) saluran pemasaran belum efisien secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari kelima saluran pemasaran berdasarkan kriteria efisiensi, maka saluran ketiga (III) dan keempat (IV) adalah efisien karena saluran ketiga dan keempat memiliki rasio efisiensi dibawah 50% yaitu 46,28% dan 41,67%, sedangkan saluran pemasaran I, II dan V tidak efisien karena rasio berada diatas 50% yaitu 63,81%, 80,59% dan 55,30%. Sedangkan jika dilihat bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) pada masing-masing saluran pemasaran maka yang paling efisien adalah saluran IV karena FS lebih besar dari 50% yaitu sebesar 58,82%. Saluran pemasaran ini memiliki jalur terpendek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPPM) Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan (Politani Pangkep) yang telah melakukan pendanaan dalam kegiatan penelitian tahun 2024 dengan nomor kontrak 006/PL.22.7.1/SEMNAS.X.2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Aninomous, (2021). Bps Kabupaten Pangkep.
- Amin, R., Knowlton, S., Hart, A., Yenilmez, B., Ghaderinezhad, F., Katebifar, S., Messina, M., Khademhosseini, A., & Tasoglu, S. (2016). 3D-printed microfluidic devices. *Biofabrication*, 8(2), 22001.
- Arbi, M., Thirtawati, T., & Junaidi, Y. (2018). Analisis saluran dan tingkat efisiensi pemasaran beras semi organik di Kecamatan Rambutan Kabupaten Banyuasin. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 11(1), 22–32.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen bisnis pemasaran*. PN. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Ayu, D. F., Nadi, B. S., & Ali, A. (2018). Karakteristik dan aktivitas antibakteri minyak atsiri rimpang jeringau (*Acoruscalamus l.*) terhadap *Staphylococcus aureus* dan *Escherichia coli* pada sabun transparan. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 28(2).
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., Cooper, M. B., & Bowersox, J. C. (2013). *Gestão logística da cadeia de suprimentos*. AMGH Editora.
- D, F. T. P. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Daryanto, A., Sahara, S., Sinaga, A. R., Probokawuryan, M., Andik, S. D. S., Resti, Y., & Sembada, P. (2021). *Policy Review of Dairy Industry in Indonesia*.
- Hanafiah, A. M., & Saefuddin, A. M. (2006). *Tataniaga Hasil Perikanan (Marketing of Fisheries)*, 208 pp. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia (in Indonesian). *Development of Fresh Fish Marketing in Maluku*.
- Handayani, N. (2010). *Pengembangan Model Intqual Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Internal Di Pendidikan Tinggi*. Institut Teknologi Sepuluh Noverber, Surabaya.
- Iswahyudi, S., & Sustiyana, N. (2019). Pola saluran pemasaran dan farmer's share jambu air CV Camplong. *Jurnal Hexagro*, 3(2), 33–38.
- Kohls, R. L., & Uhl, J. N. (2002). *Marketing of agricultural products*. (Issue Ed. 9). Prentice-Hall Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Marhawati, M. (2019). Analisis Pengembangan Komoditas Jeruk Pamelu (*Citrus Grandis L. Osbeck*) Melalui Pendekatan Agribisnis Di Kabupaten Pangkep= An Analysis On The Development Of Commodities Of Pomelo (*Citrus Grandis L. Osbeck*) Through Agribusiness Approach In Pangkep Regency. Universitas Hasanuddin.

- Mubyarto, M. (2016). Studi Perbandingan Ekonomi Regional Kalimantan Timur Dan Riau. *Populasi*, 2(2).
- Pangkep, D. T. P. dan P. K. (2015). Selayang pandang komoditi andalan jeruk besar pamelu. Dinas tanaman pangan dan Peternakan Kabupaten Pangkep.
- Riyadh, S. M., Khalil, K. D., & Aljuhani, A. (2018). Chitosan-MgO nanocomposite: One pot preparation and its utility as an ecofriendly biocatalyst in the synthesis of thiazoles and [1, 3, 4] thiadiazoles. *Nanomaterials*, 8(11), 928.
- Sitinjak, W. dkk (2023). Pemasaran dan Tata Niaga Pertanian. PN. CV. Widina Bhakti Persada. Bandung Jawa Barat.
- Soekartawi, S. (2002). Prinsip dasar ekonomi pertanian teori dan aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudiyono, A. (2002). Pemasaran pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Suminartika, E., & Djuanalisa, I. (2017). Efisiensi Pemasaran Beras di Kabupaten Ciamis dan Jawabarat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 3(1), 13–28.