

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Bali merupakan pulau agraris yang bergerak dibidang pertanian dan kebanyakan masyarakat bekerja sebagai petani. Hal ini dilatarbelakangi dari letak geografis yang berada di daerah tropis sehingga memiliki iklim yang sesuai untuk mengembangkan potensi pertanian. Pendayagunaan sumber daya pertanian menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas Sumber daya pertanian yang terdiri dari lahan, tenaga kerja, air dan unsur-unsur lainnya yang terkandung didalamnya merupakan sumber daya yang utama untuk kelangsungan hidup manusia. Bali juga mengedepankan konsep Tri Hita Karana dalam menjaga lingkungannya. Konsep ini berfokus pada hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan manusia lainnya serta hubungan manusia dengan alam. Sektor pertanian sangat penting perannya sebagai sumber pendapatan yang utama bagi masyarakat petani, salah satu petani yang ada di bali adalah petani jeruk siam.

Jeruk merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Jeruk termasuk keluarga *Citrus*, yang berasal dari Asia Tenggara, India, Cina, Australia, dan Kaledonia baru. Tanaman ini memiliki karakteristik pada ketiak daun memiliki duri. Buah ini cukup menarik perhatian pelaku usahatani. Hal ini ditandai dengan semakin banyak pelaku usahatani yang menggeluti usahatani tanaman buah jeruk (Sarwono, 2016). Tanaman jeruk tergolong tanaman yang hanya bisa dikembangkan di daerah dataran tinggi dan

bersuhu dingin. Perawatan pohon jeruk dilakukan dengan pemberian pupuk dan pestisida secara berkala. Jenis jeruk yang paling banyak dikembangkan dan yang paling luas penyebarannya di Indonesia adalah jeruk siam (*Citrus nobilis*). Jenis ini bisa diusahakan di daerah dataran rendah sampai dengan daerah berketinggian 700 meter dari permukaan laut, suhu optimum berkisar 25-30o C, kedalaman air tanahnya tidak lebih dari 1,5 m pada musim kemarau dan tidak boleh kurang dari 0,5 m pada musim hujan (Darmawan, 2015). Jeruk siam banyak dibudidayakan di Indonesia salah satunya di provinsi Bali khususnya di Kabupaten Bangli yang merupakan salah satu daerah pengembangan tanaman jeruk siam potensial di Bali. Hal ini disebabkan oleh keadaan lingkungan (tanah, iklim, ketinggian tempat dan suhu) Kabupaten Bangli sangat cocok untuk tanaman jeruk siam (Dinas Pertanian Provinsi Bali, 2015).

Pengembangan kawasan pertanian hortikultura di Kabupaten Bangli sebagian besar bercampur dengan kawasan perkebunan, namun di beberapa lokasi terdapat tempat khusus untuk tanaman sayur-sayuran maupun buah-buahan dengan luas 1.522,99 ha atau 2,92% dari luas wilayah Kabupaten Bangli di seluruh kecamatan, terutama lahan yang diusahakan secara intensif untuk kegiatan tanaman hortikultura. Komoditas hortikultura yang berkembang di Kabupaten Bangli adalah tanaman jeruk siam.

Pemasaran jeruk siam di Kabupaten Bangli dilakukan petani secara sendiri-sendiri dengan mekanisme dan sistem pembayaran yang beragam. Pada saat panen, peran pedagang lebih dominan dalam menentukan klasifikasi buah, penetapan warna dan biaya transportasi yang berakibat tingkat harga jual petani jadi lebih rendah (Nurasa, 2018). Ada dua cara petani dalam memasarkan

produknya yaitu menjual sendiri ke pasar atau menjual kepada pedagang yang datang ke rumah/kebun. Pada cara pertama, tenaga untuk memetik, packing dan angkut dicari dan dibayar oleh petani sendiri. Jeruk siam yang dipanen, disusun ke dalam keranjang tanpa digrading terlebih dahulu (kualitas campuran). Beragam teknik penyusunan yang dilakukan petani untuk menunjukkan kualitas jeruk siam cukup baik menjadi perhatian pembeli dalam menyepakati tingkat harga. Cara kedua, petani menjual produksi jeruk siam kepada pedagang yang mendatangi petani ke rumah atau ke kebun. Pembeli memberi penawaran harga setelah memeriksa dan memperkirakan produksi jeruk siam di kebun yang bisa dipanen. Setelah terjadi kesepakatan sistem dan harga antara petani sebagai penjual dengan pedagang, maka dilakukan pemanenan (Nurasa, 2018).

Dari uraian tersebut diatas maka penulis ingin mengkaji lebih jauh tentang saluran pemasaran usahatani jeruk siam Desa Langgahan Kauh, Kec kintamani, Kab Bangli dengan judul skripsi yaitu “Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Siam Di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan maka masalah yang dapat di rumuskan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Bangli ?
2. Berapa biaya, margin pemasaran, dan keuntungan ditingkat petani sampai pengecer jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan permasalahan yang di atas maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis saluran pemasaran yang digunakan petani jeruk siam dalam memasarkan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli
2. Untuk menganalisis berapa biaya, margin pemasaran, dan keuntungan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu secara praktis maupun secara teoritis :

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber yang bermanfaat bagi pembaca, penyuluh pertanian, mahasiswa, dan peneliti di kalangan akademis yang berhubungan dengan pertanian. Oleh karena itu, hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber tambahan khasanah ilmu pengetahuan mengenai usahatani yang dilihat dari aspek pertaniannya.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, bahan kajian dan bahan pertimbangan bagi Pemerintah Kabupaten Bangli khususnya yang berkaitan dengan usahatani jeruk siam.
3. Bermanfaat bagi mahasiswa dan peneliti dalam melakukan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan penelitian ini.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Jeruk**

Tanaman jeruk (*Citrus sp*) merupakan tanaman tahunan yang berasal dari Asia tenggara terutama Cina. Sejak ratusan tahun yang lampau, tanaman ini sudah terdapat di Indonesia, baik sebagai tanaman liar maupun sebagai tanaman di pekarangan. Tanaman jeruk yang dibudidayakan di Indonesia juga telah dibudidayakan di Negara-negara tropis lainnya. Namun sejarah dari tanaman jeruk yang berada di Indonesia sendiri tidak begitu jelas adanya.

Buah jeruk merupakan salah satu jenis buah-buahan yang paling banyak digemari oleh masyarakat di Indonesia, hal ini disebabkan buah jeruk banyak mengandung jenis vitamin terutama vitamin C dan vitamin A. Selain itu jeruk merupakan buah yang selalu tersedia sepanjang tahun karena tanaman jeruk tidak mengenal musim berbunga yang khusus. Di samping itu tanaman jeruk dapat ditanam dimana saja, baik di dataran rendah maupun di dataran tinggi.

Ada lima kelompok buah jeruk di dunia yaitu kelompok Mandarin, kelompok *Citroen*, kelompok *Orange* atau Jeruk Manis, kelompok *Pommelo* atau *Grapefruit* dan kelompok *Lime* dan Lemon. Jeruk siam, Jeruk Keprok, Jeruk Nipis, Jeruk Purut, Jeruk Bali, Jeruk Nambangan merupakan macam - macam contoh produk jeruk lokal (Ichsan, 2015). belum ada data resmi tentang kapan dan dimana tepatnya jeruk siam pertama kali didatangkan ke Indonesia.

Jeruk siam merupakan anggota jeruk keprok dengan nama ilmiah *Citrus nobilis*. Dinamakan jeruk siam karena berasal dari Siam (Thailand). Di negara

asalnya, jeruk ini dikenal dengan nama som kin wan. Sampai saat ini sebenarnya belum ada data resmi tentang kapan dan dimana tepatnya jeruk siam pertama kali didatangkan ke Indonesia. Meskipun demikian, ada daerah yang mempunyai catatan yang cukup tentang kisah awal masuknya jeruk siam di wilayahnya, seperti Kalimantan Barat.

Jeruk siam hanya merupakan bagian kecil dari sekian banyak spesies dan varietas jeruk yang sudah dikenal dan dibudidayakan. Para ahli Botani mengelompokkan semua anggota famili *Rutaceae* ke dalam 7 subfamili dan 130 genus. Sedangkan yang menjadi induk tanaman jeruk adalah subfamily *Aurantioideae* yang beranggotakan sekitar 33 genus. Subfamili ini masih dibagi lagi dalam beberapa kelompok tribe dan subtribe. Jeruk tergolong dalam rumpun *Citriae* dan subtribe *Citrinae*. Dari subtribe inilah berbagai jenis anggota tanaman jeruk berasal, termasuk didalamnya jeruk siam.

## 2.2 Jenis dan Varietas Jeruk

Klasifikasi botani tanaman jeruk adalah sebagai berikut:

*Divisi* : *Spermatophyta*

*Sub divisi* : *Angiospermae*

*Kelas* : *Dicotyledonae*

*Ordo* : *Rutales*

*Keluarga* : *Rutaceae*

*Genus* : *Citrus*

*Spesies* : *Citrus sp.*

Jenis jeruk lokal yang dibudidayakan di Indonesia adalah jeruk Keprok (*Citrus reticulata/nobilis L.*), jeruk siam (*C. microcarpa L.* dan *C.sinensis. L*)

yang terdiri atas Siam Pontianak, Siam Garut, Siam Lumajang, jeruk manis (*C. auranticum L. dan C.sinensis L.*), jeruk sitrun/lemon (*C. medica*), jeruk besar (*C.maxima Herr.*) yang terdiri atas jeruk Nambangan-Madium dan Bali. Jeruk untuk bumbu masakan yang terdiri atas jeruk nipis (*C. aurantifolia*), jeruk Purut (*C. hystrix*) dan jeruk sambal (*C. hystrix ABC*). Jeruk varietas introduksi yang banyak ditanam adalah varitas Lemon dan Grapefruit. Sedangkan varitas lokal adalah jeruk siam, jeruk baby, keprok medan, bali, nipis dan purut.

### 2.3 Manfaat Buah Jeruk

Cita rasa dan kandungan vitamin C yang tinggi membuat jeruk banyak dimanfaatkan baik sebagai buah segar maupun makanan olahan. Kandungan yang dimiliki buah jeruk yaitu, beta karoten dan antioksidan yang dapat melindungi sel-sel tubuh dari kerusakan dan juga dapat memerangi kanker. Jeruk juga mengandung kalsium yang mampu melindungi tulang dan gigi. Jeruk juga mengandung asam folat yang menyediakan makanan bagi otak dan menjaga perkembangan sel otak, serta mengandung thiamin yang mengubah makanan menjadi energi. Mengatur tekanan darah, potassium, menjaga kestabilan dan kardiovaskuler dapat dilakukan oleh Magnesium yang terkandung dalam buah jeruk.

Disamping itu, jeruk juga mengandung vitamin B6 yang dapat meningkatkan hemoglobin dan berperan penting dalam peredaran oksigen dalam tubuh. Kandungan nutrisi yang dimiliki buah jeruk dapat juga mengobati berbagai penyakit seperti asma, bronchitis, TBC, reumatik, gagal ginjal, mengurangi jumlah kolesterol di dalam tubuh, mencegah diabetes, menyembuhkan arthritis, tekanan darah tinggi, kecanduan alkohol hingga pneumoni.

Selain itu juga buah jeruk dan olahan jeruk seperti jus jeruk dapat bermanfaat bagi kesehatan karena mengandung senyawa flaonoid yang mengandung naringin dan limonid yang mengandung limonin. Kandungan naringin dan limonin ini diduga bermanfaat bagi kesehatan yaitu dapat melawan berbagai penyakit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa limonin dapat menyembuhkan beberapa penyakit yang cukup berbahaya seperti kanker yaitu kanker payudara dan kanker ovarium, karena limonin memiliki sifat bioaktif. Disamping itu, limonin juga dapat menghambat perbanyakan virus HIV, sebagai detoksifikan, antimalaria, antimikroba, serta menurunkan kolesterol. Penelitian yang dilakukan di Jepang menunjukkan bahwa limonin mampu menghambat senyawa karsinogen yang membahayakan tubuh.

#### **2.4 Usahatani**

Menurut Hernanto dalam Thresia (2017), mendefinisikan usahatani sebagai organisasi dari alam, kerja dan modal yang ditujukan kepada produksi di lapangan pertanian. Organisasi ini ketatalaksanaannya berdiri sendiri dan sengaja diusahakan oleh seorang atau sekumpulan orang, sebagai pengelolanya. Pengertian organisasi usahatani adalah usahatani sebagai organisasi harus memiliki pemimpin serta ada yang dipimpin. Yang mengorganisir adalah petani dibantu oleh keluarganya yang diorganisir adalah faktor-faktor produksi yang dikuasai atau dapat dikuasai.

Ilmu usahatani merupakan ilmu terapan yang membahas atau mempelajari bagaimana membuat atau menggunakan sumber daya secara efisien pada suatu usaha pertanian, peternakan, atau perikanan. Selain itu, juga dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari bagaimana membuat dan melaksanakan keputusan

pada usaha pertanian, peternakan, atau perikanan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati oleh petani/peternak tersebut. (Prawirokusumo (2017).

## 2.5 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan suatu saluran distribusi (channel of distribution) dianggap mencakup suatu kelompok lembaga-lembaga yang melaksanakan keseluruhan kegiatan (fungsi) untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari lingkungan produksi ke arah lingkungan konsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu jalur dari lembaga-lembaga pemyalur yang mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen. Penyalur ini secara aktif akan mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli konsumen (Stanton, 2016).

Rangkuti (2017) dalam Rochmadi Slamet (2016), pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai kegiatan social, budaya, ekonomi, dan manajerial. Akibat pengaruh dari berbagai factor tersebut adalah masing masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan menciptakan dan menawarkan produk yang memiliki nilai.

Menurut Swastha (2016), dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen, terdapat lima macam saluran. Pada setiap saluran, produsen memiliki alternative yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Selanjutnya, produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu pedagang besar lainnya. Adapun macam macam saluran distribusi barang konsumsi tersebut yaitu:

- a. Produsen → konsumen
- b. Produsen → pengecer → konsumen
- c. Produsen → pengepul → pengecer → konsumen

## **2.6 Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen akan dibutuhkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk keperluan pelaksanaan kegiatan yang berhubungan dengan penjualan hasil produksi dan jumlah pengeluaran oleh lembaga pemasaran serta keuntungan (profit) yang diterima lembaga pemasaran. Besarnya biaya pemasaran ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam-macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan pemasaran (Lane, Kaller, 2015)

### **2.6.1 Margin Pemasaran**

Saluran pemasaran ditinjau sebagai satu kelompok atau satu tim operasi, maka margin dapat dinyatakan sebagai suatu pembayaran yang diberikan kepada mereka atas jasa-jasanya. Jadi, margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dengan harga jual (Swastha, 2017).

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran (Manggopa, 2015). Secara matematis formula umum margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Ulya at all, 2017) dalam (Singarimbun 2017).

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin pemasaran

$P_r$  = Harga di tingkat konsumen

$P_f$  = Harga di tingkat produsen

Suatu sistem distribusi dikatakan efisien jika besarnya tingkat margin pemasaran bernilai kurang dari 50% dari tingkat harga yang dibayarkan konsumen.

### 2.6.2 Margin Keuntungan

Keuntungan Pemasaran Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi

margin pemasaran yang diterima. Jarak yang mengantarkan produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993).

### 2.6.3 Farmer's Share

Farmer Share adalah perbandingan harga yang dibayar oleh konsumen akhir yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Farmer's Share mempunyai hubungan terbalik (negative) dengan margin pemasaran, sehingga semakin tinggi margin pemasaran maka makin rendah yang diterima petani (Simatupang, (2015).

Farmer's share dalam suatu kegiatan pemasaran dapat dijadikan dasar atau tolak ukur efisiensi pemasaran. Semakin tinggi tingkat %tase 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 (Kisra&Rosmawati 2019). Menurut Jumiati, et al (2013) dimana farmer's share bermanfaat untuk mengetahui harga yang diterima oleh petani dari harga ditingkat konsumen yang dinyatakan dengan persentase

### 2.6.4 Efisiensi Pemasaran

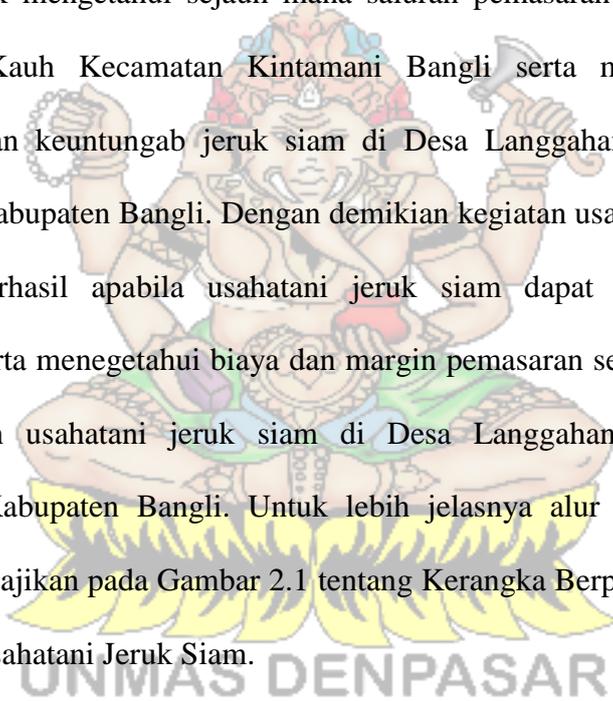
Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya

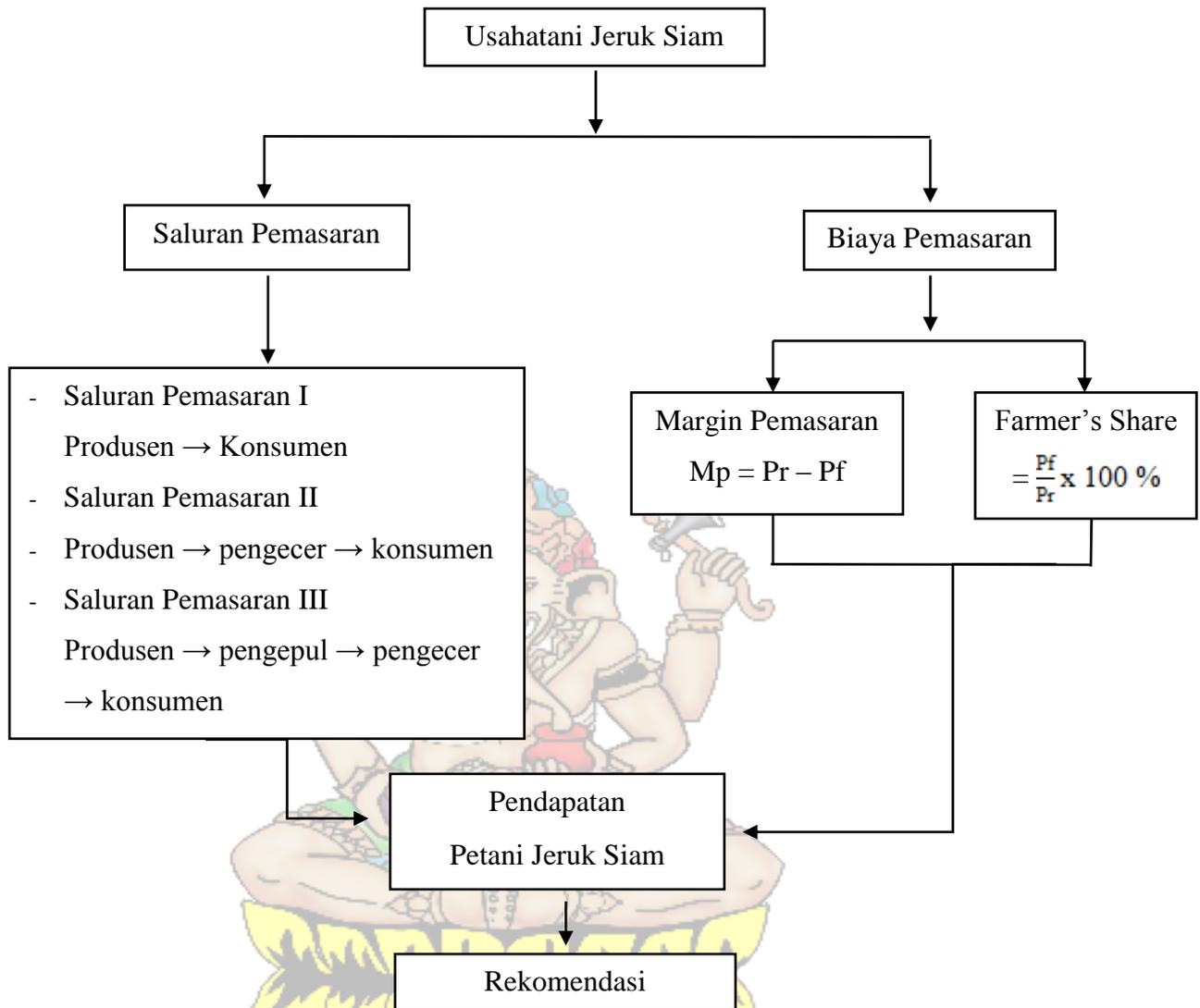
perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran. Efisiensi pemasaran berarti memaksimalkan penggunaan input dan output, berupa perubahan yang mengurangi biaya input tanpa mengurangi kepuasan konsumen dengan output barang dan jasa. Para pelaku pemasaran suatu komoditas harus mengetahui sistem pemasaran yang dilakukan sudah efisien atau tidak. Efisiensi pemasaran dibagi menjadi dua kategori yaitu efisiensi teknologi dan efisiensi ekonomi. Efisiensi teknologi atau operasional meliputi pengolahan, pengemasan, pengangkutan dan fungsi lain dari sistem pemasaran. Biaya akan lebih rendah dan output dari barang dan jasa tidak berubah atau bahkan meningkat kualitasnya dengan adanya efisiensi operasional tersebut. Efisiensi harga meliputi kegiatan pembelian pemasaran dan aspek harga. Analisis yang digunakan untuk mengetahui efisiensi operasional terdiri dari analisis margin pemasaran, farmer's share, serta rasio keuntungan dan biaya (Rosdiana, 2009).

Efisiensi pemasaran suatu komoditas dapat diteliti dengan menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk menganalisis lembaga, saluran dan fungsi pemasaran. Analisis kuantitatif bertujuan untuk menganalisis margin pemasaran, distribusi margin dan farmer's share di setiap saluran pemasaran. Efisiensi diperoleh berdasarkan efisiensi harga dan efisiensi operasional (Feed dalam Susianti, 2012). Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai dalam suatu sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat terjadi jika sistem tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pihak-pihak yang terlibat, yaitu produsen, konsumen akhir, dan lembaga-lembaga pemasaran.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Usahatani jeruk siam banyak dilakukan oleh masyarakat Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli. Dimana rata-rata profesi disana sebagai petani jeruk siam. Peneliti akan melakukan analisis tentang bagaimana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Bangli serta berapa margin pemasaran dan keuntungan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Dilakukan analisis tersebut untuk mengetahui sejauh mana saluran pemasaran jeruk siam di Desa Langgahan Kauh Kecamatan Kintamani Bangli serta menganalisis margin pemasaran dan keuntungan jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli. Dengan demikian kegiatan usahatani jeruk siam ini dikatakan berhasil apabila usahatani jeruk siam dapat mengetahui saluran pemasaran serta menegetahui biaya dan margin pemasaran serta pendapatan yang diterima oleh usahatani jeruk siam di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani. Kabupaten Bangli. Untuk lebih jelasnya alur kerangka pemikiran penelitian di sajikan pada Gambar 2.1 tentang Kerangka Berpikir Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Siam.





Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Siam.

## 2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dan memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis .

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Metode yang Digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Dengan Penelitian Ini
1	Nyoman Tony Angga Wijaya	Kontribusi Usahatani Jeruk siam ( <i>Citrus nobilis</i> ) Terhadap Pendapatan Rumah Tangga di Poktan Gunung Mekar, Desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar.	2015 Penelitian ini menggunakan Metode analisis kuantitatif, kualitatif dan deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kontribusi pendapatan usahatani jeruk siam terhadap pendapatan rumah tangga di poktan Gunung Mekar desa Taro, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar sebesar Rp. 25.269.515,56 (86,93%).	Penelitian terdahulu lebih menekankan kontribusi usahatani jeruk siam terhadap pendapatan rumah tangga sedangkan penulis lebih menekankan Saluran Pemasaran usahatani jeruk siam

2	Prasetya Dwitama	Analisis Jalur Distribusi Penjualan Buah Jeruk ( <i>Citrus Nobilis</i> ) Di Desa Taro, Kecamatan Tegalalan, Kabupaten Gianyar	2015	Penelitian ini menggunakan Analisis Kuantitatif	Hasil penelitian menunjuk kan bahwa Margin pemasaran dan margin keuntunga n untuk jalur distribusi buah jeruk dari Desa Taro yang terendah ada pada jalur distribusi II (Pasar Sukawati)	Penelitian terdahulu lebih menekankan jalur distribusi yang ada di Desa Taro, Kecamatan Tegalalang dan membandingk an margin pemasaran dan margin keuntungan di masing- masing jalur distribusi. Sedangkan penulis lebih menekankan Saluran Pemasaran di Desa Langgahan Kauh, Kecamatan Kintamani.
3	Feni Swarati	Analisis Pemasaran Tanaman Hias Pucuk Merah ( <i>Oleina Syzygium</i> ) Pada Usaha Kembang Asri Di Kota Palu	2017	Penelitian ini menggunakan metode Analisis Pemasaran Tanaman Hias Pucuk Merah ( <i>Oleina Syzygium</i> ) Pada Usaha Kembang Asri Di Kota Palu	Ditemukan saluran tingkat II dengan empat lembaga pemasaran yaitu pemilik usahan kembang asri produsen → pedagang pengepul → pedagang pengecer →	perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu mengambil komoditi tahaman hias pucuk merah sedangkan penelitian sekarang mengambil komoditi tanaman jeruk siam.

					konsumen	
4	Muh Koyyim	Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok Di Desa Yosowilangun Kidul Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang	2017	Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif, kemudian dilakukan langkah pengolahan dan analisis data.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga saluran pemasaran di Desa Yosowilangun Kidul yaitu, I: Petani → Pengepul → Pedagang besar → Pengecer, II: Petani → Tengkulak → Pengepul → Pedagang besar → Pengecer, III: Petani → Pedagang besar → Pengecer.	perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu melakukan penelitian di Desa Yosowilangun Kidul Kecamatan Kab Lumajang
5	Deny Amanta	Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jeruk Siam (Studi Kasus Desa Umbulsari Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember)	2019	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif, kemudian dilakukan langkah pengolahan dan analisis data. Analisis kualitatif	hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) terdapat 3 saluran pemasaran di lokasi penelitian, dimana saluran pemasaran III merupakan saluran	Penelitian terdahulu lebih menekankan strategi peningkatan pendapatan petani jeruk siam dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process sedangkan

bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran. Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk menganalisis marjin pemasaran, distribusi marjin, dan share.

pemasaran yang paling efisien yaitu petani – pedagang besar – pengecer, (2) Dari sisi pemasaran analisis margin diketahui bahwa margin pemasaran Siam di semua saluran, variasi dan distribusi margin belum merata karena perbedaan jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan antara agen pemasaran . di tingkat petani 70,7%.

penulis lebih menekankan saluran pemasaran dengan menggunakan metode analisis deskripsi kualitatif dan kuantitatif.

