

ABSTRAK

Jeruk merupakan buah yang sangat digemari oleh masyarakat selain karena enak dimakan, jeruk mengandung zat-zat yang dibutuhkan oleh tubuh. Studi Kasus : Kelompok Tani Pondok Sari, Simantri 585 Di Desa Luwus, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Menganalisis pola saluran pemasaran jeruk di Desa Luwus Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. (2) Menganalisis biaya, keuntungan dan margin pemasaran jeruk di Desa Luwus Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. (3) Menganalisis farmer share dan efisiensi. Penelitian ini dilakukan pada Kelompok Tani Pondok Sari (Simantri 585) di Desa Luwus, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). yaitu pemilihan/ penentuan lokasi karena alasan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian (Singarimbun, 1995). Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian yaitu: (1) Kelompok tani pondok sari (Simantri 585) berfikir untuk menciptakan peluang nilai agribisnis dengan memanfaatkan SDA yang ada. (2) Kelompok tani pondok sari (Simantri 585) yang mampu membuat pasarnya sendiri dengan membuat nilai diprodukannya. Pengambilan sampel dilakukan secara sensus sampling yaitu menggunakan populasi dijadikan dengan jumlah sampelnya sebanyak 20 orang. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan pertama yaitu analisis kuantitatif yang digunakan untuk melakukan perhitungan sebagai berikut : Analisis pendapatan diperoleh dengan menghitung selisih antara penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan. Definisi operasional menurut Sugiyono (2013) mendefinisikan bahwa yang dimaksud dengan variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Karakteristik responden dalam hasil penelitian ini dijabarkan dalam pembahasan dibawah ini. Semua responden yang digunakan dalam penelitian pemasaran jeruk sebanyak 16 orang petani jeruk. Semua responden terbagi dalam beberapa karakteristik yang dijelaskan berdasarkan umur, pendidikan dan luas lahan. Adapun tentang karakteristik responden dapat diuraikan sebagai berikut.

Kata Kunci : Saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer share, efisiensi.

ABSTRACT

Oranges are a fruit that is very popular with the community, apart from being delicious to eat, oranges contain substances needed by the body. Case Study: Pondok Sari Farmers Group, Simantri 585 In Luwus Village, Baturiti District, Tabanan Regency. The objectives of this research are: (1) Analyzing the pattern of orange marketing channels in Luwus Village, Baturiti District, Tabanan Regency. (2) Analyzing costs, profits and marketing margins of oranges in Luwus Village, Baturiti District, Tabanan Regency. (3) Analyzing farmer share and efficiency. This research was conducted at the Pondok Sari Farmers Group (Simantri 585) in Luwus Village, Baturiti District, Tabanan Regency. The choice of research location was done purposively, namely the selection / determination of the location for certain reasons adapted to the research objectives (Singarimbun, 1995). The reasons for choosing the research location are: (1) Pondok Sari farmer group (Simantri 585) thinks to create agribusiness value opportunities by utilizing existing natural resources. (2) Pondok Sari farmer group (Simantri 585) which is able to create its own market by creating value in its products. Sampling was carried out by census sampling, which used the population as a sample of 20 people. The analytical method used to answer the first objective is quantitative analysis which is used to perform the following calculations: Income analysis is obtained by calculating the difference between revenue and total production costs incurred. The operational definition according to Sugiyono (2013) defines that what is meant by a variable is an attribute or nature or value of people, objects or activities that have certain variations set by researchers to study and draw conclusions. The characteristics of respondents in the results of this study are described in the discussion below. All respondents used in the citrus marketing research were 16 citrus farmers. All respondents are divided into several characteristics which are explained by age, education and land area. As for the characteristics of the respondents can be described as follows.

Keywords: Marketing channel, marketing margin, farmer share, efficiency.

UNMAS DENPASAR