ANALISIS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN BUAH JERUK SIAM (Citrus nobilis) DI DESA TARO, KECAMATAN TEGALALANG, KABUPATEN GIANYAR

by Prasetya Dwitama

FILE	S_JALUR_DISTRIBUSI_PENJUALAN_BUAH_JERUK_SIAM_CITRUS_NOBILIS.PDF (454.97K)		
TIME SUBMITTED	05-FEB-2016 10:59AM	WORD COUNT	3561
SUBMISSION ID	628062410	CHARACTER COUNT	19916

ANALISIS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN BUAH JERUK SIAM (*Citrus nobilis*) DI DESA TARO, KECAMATAN TEGALALANG, KABUPATEN GIANYAR

Prasetya Dwitama[1], A.A.P.Agung Suryawan[2], I Wayan Gede Sedana Yoga[2]
Email :Prasetyadwitama@ymail.com

ABSTRACT

This research aims to find out the types and the number of distribution channelsof the oranges from the farmers to consumers, and to compare the marketing and profit margins of all distribution channels. The population of this research was all farmers at "Gunung Mekar" farmers group and "Puncak Andong" farmers group, the collectors, retailers, and wholesalers. The sample of this research was taken by using purposive sampling method with 50% of the population. Data was taken by doing the survey in Taro village, and also the traditional markets, fruit store and supermarket in Denpasar. Data was analyzed by using both qualitative and quantitative methods. Qualitative analysis aims to find out the types and the number of distribution channels, and quantitative analysis aims to calculate the marketing and the profit margins from each distribution channel. The results showed that the distribution channel used was: producer – collectors – wholesalers – retailers. There are five distribution channels of the orange marketing from Taro village to the consumers in which the line ends in traditional markets, and there is another one in which it ends in the store and supermarket in Denpasar. The lowest marketing and profit margin was found in the second distribution channel (Sukawati market) which went through the collector with the marketing margin of Rp. 3,400/kg (54.84%) and the profit margin of Rp 2,450/kg (39.52%). While the highest marketing and profit margin was in the first distribution channel which went to Tiara Dewata supermarket with the marketing margin of Rp. 9,400/kg (151.61%) and the profit margin of Rp 5,483/kg (88.44%).

Keywords :*oranges, distribution channel, profit margin, marketing margin.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang terletak di daerah dataran tropis dan sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani. Ada banyak jenis komoditi perkebunan yang dikelola, salah satunya komoditi jeruk siam yang banyak diusahakan oleh petani di Indonesia. Buah jeruk siam merupakan salah satu jenis buah yang paling banyak digemari oleh masyarakat Indonesia.

Provinsi Bali memiliki luas wilayah seluas 5.636,86 km² atau 0,29 % dari luas kepulauan Indonesia yang terdiri dari areal sawah seluas 81.625 ha, serta kawasan perkebunan seluas 121.012 ha (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2013). Menurut Badan

[1] Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Unud
[2,3] Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian Unud.

Pusat Statistik Provinsi Bali (2013), sentra penghasil jeruk siam terbesar ada di wilayah Kabupaten Bangli dengan total produksi 119.030ton/tahun, kemudian Kabupaten Gianyar dengan total produksi 15.180 ton/tahun.

Adapun kawasan budidaya jeruk siam di Kabupaten Gianyar ada di Desa Taro yakni di poktan (kelompok tani) Gunung Mekar dan poktan Puncak Andong yang terletak di Banjar Let. Kelompok Tani Gunung Mekar telah berdiri sejak tahun 2005, sampai pada saat ini beranggotakan sebanyak 30 orang petani.Luas wilayah perkebunan yang ada di Poktan Gunung Mekar ini adalah seluas 40 hektar dengan jumlah produksi sekali panen sebanyak 45 ton/ha pada saat panen raya dan 10 ton/ha pada saat panen teknologi.Kelompok Tani Puncak Andong yang berdiri pada tahun 2006, sampai saat ini beranggotakan 32 orang petani. Luas wilayah perkebunan yang ada di poktan Puncak Andong ini adalah seluas 35 hektar dengan jumlah produksi sekali panen sebannyak 40 ton/Ha pada saat panen raya. Pemilihan lokasi Desa Taro sebagai lokasi penelitian adalah untuk melihat potensi penjualan jeruk siam serta dapat menggali potensi lainnya seperti berdirinya Chelsea Agro Tourism yang dapat menjadi sarana penunjang produksi buah jeruk siam.Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari berapa jalur distribusi yang ada dan membandingkan margin pemasaran dan margin keuntungan di masing-masing jalur distribusi.

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupum pembeli yang potensial (Stanton, 2001).Pemasaran sendiri berfungsi untuk menghubungkan produsen dengan konsumen yang dikenal juga sebagai distribusi.Distribusi merupakan salah satu komponen yang paling penting, dikarenakan apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan ini dapat memperlambat bahkan mempersulit usaha penyaluran barang maupun jasa dari produsen ke konsumen.

Pemilihan jalur distribusi yang berbeda akan menyebabkan penanganan yang berbeda sehingga kerusakan pada tiap jalur distribusi juga berbeda.Semakin panjangnya jalur distribusi, maka makin banyak variasi penanganan yang dialami sehingga makin besar pula tingkat kerusakannya (Admadi, 2008)

METODE DAN WAKTU PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitiandilakukan di Poktan Gunung Mekar dan Poktan Puncak Andong yang ada di Br. Let Desa Taro Kecamatan Tegallalang Kabupaten Gianyar, Bali. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli hingga bulan Agustus 2014.

Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Banjar Let, Desa Taro, Kabupaten Gianyar Provinsi Bali. Dasar pertimbangan pengambilan lokasi penelitiankarena Desa Taro di Kabupaten Gianyar merupakan wilayah baru penghasil buah jeruk siam selain dari wilayah Kabupaten Bangli dan sekitarnya. Dengan kata lain, pemilihan lokasi Desa Taro adalah untuk melihat potensi pemasaran penjualan jeruk siam dan kemudian dapat menggali potensi lainnya seperti berdirinya Chelsea Agro Tourism, yaitu salah satu jenis agrowisata yang bisa dimanfaatkan sebagai penunjang produksi buah jeruk siam di daerah tersebut.

Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah seluruh petani yang ada di Desa Taro yang tergabung dalam dua poktan yaitu poktan Gunung Mekar dengan total petani sebanyak 30 orang dan poktan Puncak Andong dengan total petani sebanyak 32 orang. Total dari seluruh petani yang ada di Desa Taro adalah 62 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989), sampel penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling*dan *snowball sampling*, dimana metode *purposive sampling* adalahcara penarikansampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Pertimbangan yang dimaksud dalam pengambilan sampel dilakukan dengan cara melihat rata-rata luas lahan yang dimiliki oleh petani sebagai sampel pertama. Setelah didapat sampel pertama, selanjutnya menggunakan metode *snowball sampling* dimana metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi sampel berikutnya dari sampel pertama dan seterusnya sehingga produk sampai ke konsumen.

Variabel Pengamatan

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini meliputi :

a. Jalur pemasaran buah jeruk siam

Mengamati dan mempelajari jalur-jalur distribusi yang dilalui dalam pemasaran buah jeruk siam yang dihasilkan oleh petani (produsen) ke konsumen.

b. Volume penjualan buah jeruk siam sekali panen (ton/ha)

Menghitung berapa banyak penjualan buah jeruk siam setiap kali panen per hektarnya.

c. Biaya produksi yang dikeluarkan petani (Rp/ha)

Menghitung biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani.

d. Harga jual produk (Rp/ton)

- Menghitung harga jual dari produsen ke pengepul.
- Menghitung harga jual dari pengepul ke pedagang besar
- Menghitung harga jual dari pengepul ke pengecer
- Menghitung harga jual dari pedagang besar ke konsumen
- Menghitung harga jual dari pengecer ke konsumen

e. Biaya Pemasaran (Rp/Ha)

Menghitung biaya pemasaran untuk masing-masing jalur yang ada, meliputi biaya transportasi, pengemasan dan biaya lainnya.

f. SusutProduk (Kg/tahun)

Menghitung total penyusutan berupa kerusakan produk dan produk yang tidak lulus kriteria yang terjadi pada pemasaran produk.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisioner kepada responden yang terpilih. Kuisioner dibacakan oleh peneliti, sehingga responden akan mudah mengerti dengan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.

Analisis Data Kuantitatif

Analisis kuantitatif dipergunakan untuk menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing jalur distribusi.Margin keuntungan dan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran, harga yang diterima petani dan keuntungan yang diperoleh masing-masing jalur distribusi serta mengevaluasi jalur yang mendapatkan keuntungan terbesar dari masing-masing jalur distribusi yang ada.Langkah-langkah yang dilakukan untuk menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan menurut Ibrahim (1998) adalah sebagai berikut :

a. Menghitung margin pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$MP = HJ - HB$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (Rp)

HJ = Harga Jual (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

b. Menghitung persentase margin pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$\%MP = \frac{(HJ - HB)}{HB} \; x \; 100\%$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (%)

HJ = Harga Jual (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

c. Menghitung persentase biaya pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$\%BP = \frac{BP}{HB} \; x \; 100\%$$

Keterangan :

%BP = Biaya Pemasaran (%)

BP = Biaya Pemasaran (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

d. Menghitung margin keuntungan menggunakan rumus :

$$MK = MP - BP$$

Keterangan :

MK = Margin Keuntungan (Rp)

MP = Margin Pemasaran (Rp)

BP = Biaya Pemasaran (Rp)

e. Menghitung persentase margin keuntungan menggunakan rumus :

$$\%MK = \frac{MK}{HB} \; x \; 100\%$$

Keterangan :

%MK = Margin Keuntungan (%)

MK = Margin Keuntungan (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

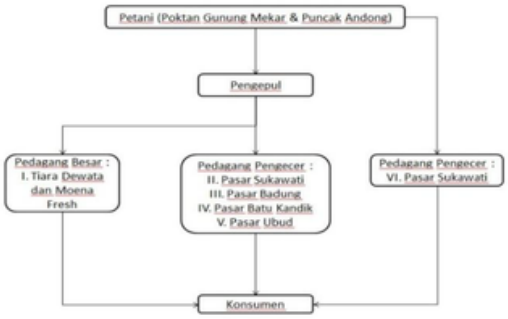
Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis yang dilakukan dengan menguraikan atau mendeskripsikan hasil analisis kuantitatif dalam bentuk pernyataan yang relevan.Analisis kualitatif juga digunakan untuk memberikan keterangan-keterangan atau memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan (Singarimbun dan Effendi, 1989).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jalur Distribusi

Ada 3 jalur distribusi pemasaran buah jeruk siam dari produsen hingga ke konsumen yang didapat, kemudian dari ketiga jalur tersebut dijabarkan menjadi 6 jalur distribusi pemasaran buah jeruk siam yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Jalur Distribusi Buah Jeruk siam Dari Produsen di Desa Taro Kecamatan Tegalalang Kabupaten Gianyar hingga ke Konsumen.

Keterangan:

Jalur I : Petani – Pengepul – Pedagang Besar - Konsumen

Jalur II : Petani – Pengepul – Pengecer Pasar Sukawati - Konsumen

Jalur III : Petani – Pengepul – Pengecer Pasar Badung - Konsumen

Jalur IV : Petani – Pengepul – Pengecer Pasar Batu kandik - Konsumen

Jalur V : Petani – Pengepul – Pengecer Pasar Ubud - Konsumen

Jalur VI : Petani – Pengecer Pasar Sukawati - Konsumen

Margin Pemasaran dan Keuntungan Untuk Pengepul

Pedagang pengepul yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah beberapa petani yang juga bertindak sebagai pengepul, kemudian buah jeruk siam dikumpulkan lalu dilakukan sortasi kembali di gudang pengepul.Margin pemasaran dan margin keuntungan buah jeruk siam untuk pengepul dibedakan berdasarkan lima jalur distribusi, yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.Margin Pemasaran, Margin Keuntungan, dan Biaya Pemasaran Untuk Pengepul Masing-Masing Jalur Distribusi Buah Jeruk Siam.

Pengepul	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran		Biaya Pemasaran		Keuntungan	
	Jual	Beli	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)
Jalur I	10.150	6.200	3.950	63,71	1.429	23,04	2.521	40,67
Jalur II	7.500	6.200	1.300	20,97	711	11,47	589	9,50
Jalur III	7.800	6.300	1.500	23,81	896	14,23	604	9,58
Jalur IV	7.500	6.300	1.200	19,05	612	9,71	588	9,34
Jalur V	7.650	6.300	1.350	21,43	636	10,10	714	11,33

Tabel 1 menunjukan bahwa data margin pemasaran dan margin keuntungan buah jeruk siam terendah terdapat pada pengepul yang melalui jalur IV atau pasar Batu Kandik dengan total volume penjualan 6.050 kg/tahun yaitu sebesar Rp 1.200 (19,05%) dan keuntungan sebesar Rp 588 (9,34%). Margin pemasaran dan keuntungan terbesar terdapat pada pengepul yang melalui jalur I atau ke pedagang besar dengan total volume penjualan 8.400 kg/tahun yaitu sebesar Rp. 3.950 (63,71%) dan keuntungan Rp 2.521 (40,67%).

Keuntungan terbesar diperoleh pada pengepul di jalur I atau ke pedagang besar karena buah jeruk siam yang didistribusikan pada jalur I adalah buah jeruk siam dengan kualitas terbaik. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengepul di jalur I lebih besar daripada pengepul di jalur lain sehingga harga jual buah jeruk siam meningkat. Komponen biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya lain-lain seperti pulsa, konsumsi pada saat pendistribusian.

Margin Pemasaran dan Keuntungan Untuk Pedagang Besar

Pedagang besar yang dimaksud pada penelitian ini adalah jenis toko/supermarket yang berada di kota Denpasar. Analisis margin pemasaran dan margin keuntungan untuk pedagang

besar dibagi menjadi dua, yaitu distribusi ke Moena Fresh dan Tiara Dewata. Data untuk kedua analisis dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Margin Pemasaran, Margin Keuntungan, dan Biaya Pemasaran Untuk Pedagang Besar Jalur Distribusi Buah Jeruk siam.

Jalur I	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran		Biaya Pemasaran		Margin Keuntungan	
	Jual	Beli	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)
Moena Fresh	15.500	10.300	5.200	50,49	2.439	23,7	2.761	26,81
Tiara Dewata	15.600	10.000	5.600	56,00	2.372	23,7	3.228	32,28

Pada tabel 2 menunjukan bahwa margin pemasaran dan margin keuntungan untuk pedagang besar adalah yang melalui toko Moena Fresh yaitu sebesar Rp 5.200/Kg (50,49%) dan Rp. 2.761/Kg (26,81%) lebih rendah daripada margin pemasaran dan keuntungan yang melalui supermarket Tiara Dewata dengan margin pemasaran sebesar Rp. 5.600/Kg (56,00%) dan margin keuntungan sebesar Rp 3.228/Kg (32,28%). Hal ini menunjukan bahwa panjang jalur distribusi berhubungan dengan biaya pemasaran dan margin pemasaran.Bila margin pemasarannya besar dan biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk mendistribusikan buah jeruk siam tersebut kecil, maka margin keuntungan yang diperoleh besar dan sebaliknya bila margin pemasarannya kecil dan biaya pemasaran yang dikeluarkan besar, maka margin keuntungan yang diperoleh kecil.Margin pemasaran dipengaruhi oleh harga beli dan harga jual masing-masing toko dan komponen biaya pemasaran meliputi transportasi, pengemasan dan biaya lain seperti konsumsi pada saat pendistribusian.

Margin Pemasaran dan Keuntungan Untuk Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer dalam penelitian ini adalah pedagang pasar yang membeli buah jeruk siam hasil pemanenan dengan cara datang langsung ke gudang pengepul. Hasil analisis margin pemasaran dan keuntungan buah jeruk siam untuk pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 3berikut :

Tabel 3. Margin Pemasaran, Margin Keuntungan, dan Biaya Pemasaran Untuk Pedagang Pengecer Masing-Masing Jalur Distribusi Buah Jeruk Siam.

Jalur Distribusi	Harga (Rp/Kg)		Margin Pemasaran		Biaya Pemasaran		Keuntungan	
	Jual	Beli	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)	(Rp)/ Kg	(%)
Jalur II	9.600	7.500	2.100	28,00	229	3,19	1.861	24,81
Jalur III	11.280	7.800	3.480	44,62	379	4,86	3.101	39,75
Jalur IV	11.267	7.500	3.767	50,22	401	5,34	3.366	44,88
Jalur V	10.117	7.650	2.467	32,24	256	3,35	2.210	28,89
Jalur VI	9.800	6.400	3.400	53,13	431	6,73	2.969	46,39

Pada Tabel 3, menunjukan bahwa margin pemasaran dan margin keuntungan buah jeruk siam terkecil terdapat pada pengecer jalur II (Pasar Sukawati) melalui pengepul yaitu dengan margin pemasaran Rp 2.100 (28,00%) dan margin keuntungan Rp 1.861 (24,81%).

Margin pemasaran dan margin keuntungan terbesar dari semua jalur terdapat pada jalur VI (Pasar Sukawati) tanpa melalui pengepul yaitu sebesar Rp. 3.400 (53,13%) dan Rp 2.969 (46,39%). Hal ini disebabkan karna jalur distribusi yang dilewati jalur VI lebih pendek dibandingkan dengan jalur distribusi lainnya (tanpa melalui pengepul). Pengecer di jalur VI membeli buah jeruk siam langsung dari petani, sehingga keuntungan yang didapat lebih besar. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Ibrahim (1998) yang menjelaskan tentang hubungan antara margin keuntungan dengan jalur distribusi, semakin panjang jalur distribusi pemasaran dari suatu produk yang dihasilkan, maka cenderung semakin kecil margin keuntungan yang diterima produsen dan sebaliknya semakin pendek jalur distribusi pemasaran maka semakin besar margin keuntungan yang diterima dari setiap unit produksi, akan tetapi semakin sempit pemasaran dari produk yang dihasilkan.

Margin Pemasaran dan Keuntungan Untuk Setiap jalur

Berikut hasil dari margin pemasaran dan margin keuntungan buah jeruk siam pada masing-masing jalur distribusi dari produsen hingga ke konsumen yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Margin Pemasaran, Margin Keuntungan, dan Biaya Pemasaran Distribusi Buah Jeruk Siam Pada Masing-Masing Jalur Distribusi Dari Produsen di Desa Taro Hingga ke Konsumen

Jalur Distribusi	Harga Jual (Rp)/ Kg	Harga Beli (Rp)/Kg	Margin Pemasaran		Biaya pemasaran		Margin Keuntungan	
			Selisih (Rp)/ Kg	%	Jumlah	%	(Rp)/ Kg	%
Jalur 1 (Moena Fresh)	15.500	6.200	9.300	150,00	3.868	62,38	5.432	87,62
Jalur 1 (Tiara Dewata)	15.600	6.200	9.400	151,61	3.917	63,18	5.483	88,44
jalur 2	9.600	6.200	3.400	54,84	950	15,32	2.450	39,52
jalur 3	11.280	6.300	4.980	79,05	1.275	20,25	3.705	58,80
jalur 4	11.267	6.300	4.967	78,84	1.012	16,07	3.954	62,77
jalur 5	10.117	6.300	3.817	60,58	893	14,17	2.924	46,41
jalur 6	9.800	6.400	3.400	53,13	431	6,73	2.969	46,39

Pada Tabel 4 menunjukan bahwa data margin pemasaran dan margin keuntungan buah jeruk siam terendah terdapat pada jalur distribusi yang melalui jalur II/Pasar Sukawati yang melalui pengepul yaitu dengan margin pemasaran sebesar Rp. 3.400/kg (54,84%) dan margin keuntungan sebesar Rp 2.450/kg (39,52%). Untuk Margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi terdapat pada jalur I yang menuju ke Tiara Dewata yaitu dengan margin pemasaran sebesar Rp. 9.400/kg (151,61%) dan Margin Keuntungan sebesar Rp 5.483/kg (88,44%). Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa jalur distribusi I memiliki margin pemasaran dan margin keuntungan terbesar, hal ini disebabkan oleh besarnya volume penjualan, besarnya biaya pemasaran dan perlakuan yangdiberikan pada jalur I, kemudian produk yang dipasarkan pada jalur I juga merupakan produk dengan kualitas terbaik serta harga jual yang tinggi.

Susut Produk

Susut produk dihitung berdasarkan total persentase produk yang tidak memenuhi kriteria (*grade*) atau tidak bisa dijual dalam kurun waktu satu tahun yang meliputi produk yang rusak, pengurangan berat dan produk yang tersortasi. Jumlah penyusutan produk rata-rata pada setiap jalur distribusi pengepul dapat dilihat pada Tabel5 berikut ini.

Tabel 5.Susut Produk Pengepul Pada Setiap Jalur Distribusi

Jalur Distribusi	Volume Penjualan (Kg)	Rata-rata Penyusutan %	Total Penyusutan (Kg)
Jalur I	8400	2,15	181
Jalur II	4500	1,15	52
Jalur III	5300	1,20	64
Jalur IV	6050	1,25	72
Jalur V	6050	1,20	73

Berdasarkan Tabel 5 diatas, jumlah penyusutan produk terendah ada pada jalur II (Pasar Sukawati) yang melalui pengepul dengan total penyusutan produk rata-rata sebesar52 Kg/tahun dan penyusutan tertinggi ada pada jalur I dengan total penyusutan produk rata-rata sebesar 181 Kg/tahun. Hal ini dikarenakan pada jalur I hanya buah jeruk siam dengan kualitas terbaik yang dipilih, oleh karena itu jumlah buah jeruk siam yang tidak lulus sortasi jauh lebih banyak sehingga meningkatkan total penyusutan produk dan buah jeruk siam yang tidak memenuhi kriteria selanjutnya dijual oleh pengepul ke pedagang pengecer.

Pada tabel 6, penyusutan produk oleh pengecer yang terendah diperkirakan ada pada jalur VI (Pasar Sukawati) tanpa melalui pengepul rata-rata sebesar 41 Kg/tahun, sedangkan untuk total penyusutan produk tertinggi ada pada jalur IV (Pasar Batu Kandik) rata-rata sebesar 133 Kg/tahun. Hal ini disebabkan oleh jarak tempuh penyaluran buah jeruk siam yang cukup jauh, sehingga menyebabkan tingkat penyusutan yang tinggi.

Tabel 6. Biaya Penyusutan Pengecer Pada Setiap Jalur Distribusi

Jalur Distribusi	Volume Penjualan (Kg)	Rata-rata Penyusutan %	Total Penyusutan (Kg)
Jalur II	4500	1,20	54
Jalur III	5300	2,15	114
Jalur IV	6050	2,20	133
Jalur V	6050	1,20	73
Jalur VI	2900	1,40	41

Berdasarkan Tabel 7, penyusutan produk di pedagang besar pada toko Moena Fresh lebih kecil dengan total penyusutan rata-rata sebesar 2,30% (94 Kg/Tahun), sedangkan untuk Tiara Dewata total penyusutan produk rata-rata sebesar 2,60% (112 Kg/tahun). Hal ini dikarenakan total penjualan di Tiara Dewata lebih besar jika dibandingkan dengan Moena Fresh sehingga tingkat penyusutan juga ikut meningkat.

Tabel 7.Susut Produk Pedagang Besar Pada Setiap Jalur Distribusi

Jalur Distribusi	Nama Toko	Volume Penjualan (Kg)	Rata-rata Penyusutan %	Total Penyusutan (Kg)
Jalur I	Moena Fresh	4100	2,30	94
	Tiara Dewata	4300	2,60	112

Besarnya tingkat penyusutan dapat terjadi apabila pada saat penanganan pasca panen buah jeruk siam banyak terdapat buah yang rusak dikarenakan proses pendistribusian yang kurang baik ataupun faktor eksternal seperti lama terkena matahari, terlalu lama disimpan dengan suhu yang tidak sesuai, dan terjadi benturan satu sama lain. Total penyusutan produk dapat mempengaruhi total keuntungan yang didapat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Jenis jalur yang digunakan oleh produsen buah jeruk siam di Desa Taro adalah dengan menggunakan pedagang perantara atau pengepul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Pola jalur distribusi buah jeruk siam yang ada di Desa Taro ada tiga, yaitu : (a) Petani – Pengepul - Pedagang Besar, (b) Petani – Pengepul - Pedagang Pengecer, (c) Petani - Pedagang Pengecer
2. Margin pemasaran dan margin keuntungan untuk jalur distribusi buah jeruk siam dari Desa Taro yang terendah ada pada jalur distribusi II (Pasar Sukawati) yang melalui pengepul dengan margin pemasaran sebesar Rp. 3.400/kg (54,84%) dan margin keuntungan sebesar Rp 2.450/kg (39,52%). Untuk Margin pemasaran dan margin keuntungan tertinggi terdapat pada jalur I yang menuju ke Tiara Dewata yaitu dengan margin pemasaran sebesar Rp. 9.400/kg (151,61%) dan Margin Keuntungan sebesar Rp 5.483/kg (88,44%).

Saran

1. Perlu dilakukan peningkatan kualitas buah jeruk siam dan penambahan volume pengiriman untuk meningkatkan penghasilan pada jalur-jalur distribusi yang memiliki margin pemasaran dan keuntungan yang masih kecil.

2. Perlu dilakukan pengembangan teknologi untuk panen diluar musim raya agar dapat menjaga kualitas produk jeruk siam yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Admadi , H., B. 2008. (Orasi Ilmiah) *Pentingnya Penerapan Commodity System Assessment Method (CSAM) Pada Penanganan Dan Distribusi Produk Holtikultura.UNUD. Badung*

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2013. Produksi Buah-buahan Dirinci Menurut Kabupaten/Kota di Bali Tahun 2012 http://bali.bps.go.id/tabel_detail.php?ed=607004&od=46&id=46 diakses tanggal 20 Februari 2014

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali 2013.*Luas Lahan (Hektar) Per kabupaten/Kota Menurut Penggunaannya Tahun 2012* http://bali.bps.go.id/tabel_detail.php?ed=607001&od=7&id=7 diakses tanggal 20 Februari 2014

Ibrahim, Y.M.H. 1998. *Studi Kelayakan Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta

Singarimbun dan Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta

Stanton, W.J. 2001.*Prinsip* Pemasaran. Erlangga. Jakarta

ANALISIS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN BUAH JERUK SIAM (Citrus nobilis) DI DESA TARO, KECAMATAN TEGALALANG, KABUPATEN GIANYAR

ORIGINALITY REPORT

8%	6%	1%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to iGroup Student Paper	2%
2	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
3	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
4	padiberas.com Internet Source	<1%
5	www.pekerjadata.com Internet Source	<1%
6	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
7	bahanskripsi.com Internet Source	<1%
8	allenmanongko.blogspot.com Internet Source	<1%

9	disbunbali.info Internet Source	<1%
10	journal.unsil.ac.id Internet Source	<1%
11	bali.bps.go.id Internet Source	<1%
12	www.scribd.com Internet Source	<1%
13	dosen.amikom.ac.id Internet Source	<1%
14	ejournal-s1.undip.ac.id Internet Source	<1%
15	hilmanhilmawan3.blogspot.com Internet Source	<1%
16	xmalmotor.blogspot.com Internet Source	<1%

EXCLUDE QUOTES	OFF	EXCLUDE MATCHES	OFF
EXCLUDE BIBLIOGRAPHY	ON		