

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertanian merupakan sektor penting dalam suatu negara berkembang, seperti Indonesia masih bergantung dengan pendapatan dari sektor pertanian. Sektor pertanian memiliki berbagai subsektor salah satunya adalah subsektor hortikultura. Indonesia adalah negara tropis yang memiliki luas wilayah 1 913 578.68 Km persegi (BPS 2015) dan juga variasi agroklimat yang cukup tinggi sehingga daerah Indonesia memiliki potensi yang tinggi untuk pengembangan hortikultura baik di daerah dataran rendah maupun dataran tinggi.

Jeruk (*Citrus sp.*) merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mendapat prioritas untuk dikembangkan. Di samping itu, jeruk merupakan buah-buahan yang digemari masyarakat baik sebagai buah segar maupun olahan dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat berpendapatan rendah hingga yang berpendapatan tinggi. sebagai komoditas yang mempunyai nilai ekonomis sudah selayaknya pengembangan pengembangan usaha tani jeruk ini mendapat perhatian yang besar.

Kabupaten Bangka Tengah merupakan salah satu daerah yang ada di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung yang berpotensi dibidang pertanian hortikultura khususnya Buah jeruk. Berdasarkan Kepmentan Nomor 45/Kpts/PD.120/1/2015 Bangka Tengah telah ditetapkan sebagai kawasan pengembangan komoditas cabai, bawang merah, dan jeruk secara Nasional.

Salah satu desa yang ada di Kecamatan Koba yang memiliki produksi jeruk terbesar adalah di Desa Terentang III. Desa tersebut menjadikan komoditas jeruk menjadi komoditas unggulan yang ada di Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. Komoditas tersebut sudah mendapatkan bantuan dan dukungan pemerintah di Desa Terentang III sejak tahun 2009 melalui pemberian bibit dan pembentukan kelompok tani. Pada tahun 2016 komoditas jeruk di Desa Terentang III mengalami masa panen raya, sehingga menaikkan taraf popularitas unggulan untuk wilayah desa tersebut.

Dengan besarnya jumlah produksi jeruk keprok belum mencerminkan pemasaran yang efisien. Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk meningkatkan pendapatan petani perlu diimbangi dengan pemasaran yang menguntungkan petani. Ini penting mengingat tingkat kesejahteraan petani secara umum terus menurun sejalan dengan persoalan-persoalan klasik di dalamnya, seperti tidak konsistennya jumlah dan mutu produk yang dihasilkan, produktivitas yang rendah, serta belum adanya penetapan suatu lembaga pemasaran yang terorganisasi dengan baik untuk memasarkan hasil produksi jeruk, sehingga diperlukan lembaga yang tepat.

Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, yakni efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima petani sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir, juga kelayakan pendapatan yang diterima petani maupun lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran.

Efisiensi pemasaran menurut beberapa ahli antara lain Saefudin (1987), Soekartawi (1989), Masyrofi (1994), Kohln dan Uhl (1985), Azzaino (1982) dan Stifel (1975) dapat dianalisis menggunakan alat analisis S-C-P (*market structure, conduct and performance*). Analisis S-C-P merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengetahui Efisiensi pemasaran jeruk keprok lokal yang ada di Desa Terentang III. Analisis S-C-P menghitung efisiensi pemasaran dengan melihat struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar, serta mendeskripsikan pemasaran dan menganalisis efisiensi pemasaran. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penelitian tentang efisiensi pemasaran jeruk perlu untuk dilakukan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pemasaran buah jeruk keprok lokal Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah?

2. Bagaimana efisiensi pemasaran jeruk keprok menggunakan metode *Market structure, market conduct, and market performance* (SCP) di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mendeskripsikan pemasaran buah Jeruk Keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran buah Jeruk Keprok menggunakan metode *market structure, market conduct, and market performance* (SCP) di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai masukan bagi petani jeruk untuk mengetahui saluran pemasaran mana yang paling efektif untuk diterapkan bagi petani Jeruk Keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah.
2. Bagi peneliti dan peminat permasalahan yang sama, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi dan pengetahuan.
3. Bagi lembaga pemasaran, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi tentang saluran pemasaran yang paling efisien sehingga dapat bermanfaat bagi masing-masing lembaga pemasaran.