

**ANALISIS *STRUCTURE, CONDUCT, & PEFORMANCE* (S-C-P) PADA
PEMASARAN JERUK KEPROK DI DESA TERENTANG III KECAMATAN
KOBBA KABUPATEN BANGKA TENGAH**

SKRIPSI



Oleh
RIZKI BAHARI
2051311036

**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG FAKULTAS
PERTANIAN PERIKANAN DAN BIOLOGI PROGRAM
STUDI AGRIBISNIS
2018**

**ANALISIS *STRUCTURE, CONDUCT, & PEFORMANCE* (S-C-P) PADA
PEMASARAN JERUK KEPROK DI DESA TERENTANG III KECAMATAN
KOBBA KABUPATEN BANGKA TENGAH.**

Oleh

**RIZKI BAHARI
2051311036**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Perikanan, dan Biologi

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS FAKULTAS
PERTANIAN PERIKANAN DAN BIOLOGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2018**

**ANALISIS *STRUCTURE, CONDUCT, & PEFORMANCE* (S-C-P) PADA
PEMASARAN JERUK KEPROK DI DESA TERENTANG III KECAMATAN
KOPA KABUPATEN BANGKA TENGAH.**

Oleh

**RIZKI BAHARI
2051311036**

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian

Pembimbing Utama

Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si.

Pembimbing Pendamping

Dr. Endang Bidayani, S.Pi., M.Si.

Balunijuk, Desember 2018

Dekan
Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi
Universitas Bangka Belitung

Dr. Tri Lestari, S.P., M.Si.

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.

Dengan ini saya, Rizki Bahari menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil karya sendiri skripsi ini belum pernah diajukan sebagai pemenuhan untuk memperoleh gelar atau derajat keserjanaan strata satu (S1) dari Universitas Bangka Belitung maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Semua informasi yang dimuat dalam skripsi ini berasal dari penulis lain, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan telah penulis cantumkan nama sumber penulisnya secara benar dan semua isi skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sebagai penulis.

Balunujuk, Desember 2018



Rizki Bahari

© Hak Cipta milik UBB, Tahun 2018
Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah; pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UBB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin UBB.

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis *Structure, Conduct, & Performance* (S-C-P) Pada Jeruk
Keprak di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka
Tengah.

Nama : Rizki Bahari

NIM : 2051311036

Skripsi ini, telah dipertahankan dihadapan majelis penguji pada hari senin, tanggal 29
Oktober 2018 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian.

Komisi Penguji

Ketua : Iwan Setiawan, S.P., M.Si

Anggota 1 : Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si

Anggota 2 : Dr. Endang Bidayani, S.Pi., Msi

Anggota 3 : Rati Purwasih, S.P. Msi

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Balunujuk, Desember 2018

Mengetahui

Ketua Program Studi Agribisnis



Yudi Sapta Pranoto, S.P., M.Si

Tanggal Lulus :

ABSTRAK

Rizki Bahari Analisis *Structure, Conduct, & Performance* (S-C-P) Pada pemasaran Jeruk Keprok Di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. Dibimbing oleh **Yudi Sapta Pranoto** dan **Endang Bidayani**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemasaran buah jeruk keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah dan 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.

Waktu dan tempat penelitian ini dilaksanakan di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah. Pada bulan Agustus 2017 sampai bulan Juli 2018. Responden penelitian ini adalah anggota kelompok tani lima kahade I dan lembaga pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat empat macam saluran pemasaran jeruk keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah Diantaranya (1) Petani-Pedagang Besar-Pengecer, (2) Petani-Pengumpul-Pengecer-Konsumen, (3) Petani- Pengumpul-Konsumen, (4) Petani-Konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan setiap lembaga pemasaran terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Struktur pasar yang terbentuk dari pemasaran jeruk di Desa Terentang III Kecamatan Koba, Kabupaten Bangka Tengah adalah: 1. Pasar yang terbentuk pada petani mendekati pasar pasar persaingan sempurna, 2. Pasar yang terbentuk pada pedagang besar dan pedagang pengumpul mendekati pasar oligopoli, 3. pasar yang terbentuk pada pada pedagang pengecer cenderung mendekati pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar yang terjadi terdiri dari kegiatan penjualan dan pembelian dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran atas dasar kepercayaan. Sistem penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar dan pembayaran dilakukan secara tunai. Kerjasama yang dilakukan lembaga pemasaran secara tidak terikat dan tanpa kontrak tertulis. Saluran 3 merupakan saluran yang relatife lebih efisien di ukur berdasarkan nilai margin, *farmer's share*, dan R/C rasio. Karena memiliki nilai margin terkecil yakni Rp 7000, nilai *farmer's share* sebesar 41,66, dan rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 45,6.

Kata Kunci: Gambaran Pemasaran Jeruk Keprok dan Analisis *Structure, Conduct, & Performance* (S-C-P).

ABSTRACT

Rizki Bahari, Analysis of structure, behavior, & performance (s-c-p) orange In The Terentang III Village Koba Sub-District Of Bangka Tengah Regency. Suvervised by **Yudi Sapta Pranoto dan Endang Bidayani**

This study aims to describe the marketing of tangerines in Terentang III Village, Koba Subdistrict, Bangka Tengah District, and analyze the marketing efficiency of tangerine fruit using the Market structure, market conduct, and market performance (SCP) method in Terentang III Village, Koba Subdistrict, Central Bangka Regency. The time and place of this research was carried out in Terentang III Village, Koba Sub-district, Central Bangka Regency. In August 2017 until July 2018. Respondents of this study were members of the Limao Kahade Farmer Group and marketing institutions.

The results showed that there were four types of marketing channels for tangerines in Terentang III Village, Koba Subdistrict, Central Bangka Regency, including (1) FarmersWholesalers-Retailers, (2) Farmers-Collectors-Retailers-Consumers, (3) Farmers-ConsumersCollectors, (4) Farmer-Consumers. The marketing functions carried out by each marketing institution consist of the functions of exchange, physical function and function of the facility. The market structure formed from the marketing of oranges in Terentang III Village, Koba Subdistrict, Bangka Tengah Regency are: 1. The market formed in farmers approaches the perfectly competitive market market, 2. The market is formed in large traders and collectors approach the oligopoly market, 3. the market the retailers tend to approach the perfect competition market.

Market behavior that occurs consists of sales and purchase activities carried out by each marketing agency on the basis of trust. The pricing system is done by bargaining and payment is made in cash. Collaboration carried out by marketing institutions is not bound and without a written contract. Channel 3 is a relatively efficient channel measured based on the margin value, farmer's share, and R / C ratio. Because it has the smallest margin value of Rp 7000, the farmer's share value is 41.66, and the profit to cost ratio is 45.6.

Key words: Orange Marketing Analysis & Structure Analysis, Conduct & Performance (S-C-P).

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan lancar skripsi ini. Judul yang diambil dalam penelitian ini **“Analisis *Structure Conduct and Peformance* (S-C-P) pada pemasaran jeruk keprok di Desa Terentang III Kecamatan Koba Kabupaten Bangka Tengah”**. sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Perikanan dan Biologi Universitas Bangka Belitung. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan selalu mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Yudi Sapta Pranoto S. P., M.Si Selaku dosen pembimbing pertama.
3. Ibu Dr. Endang Bidayani, S.Pi.,Msi Selaku dosen pembimbing pendamping.
4. Semua pihak yang telah membantu memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk masukan dan saran sangat penulis harapkan agar skripsi ini menjadi lebih baik. Penulis juga mengharapkan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang.

Balunijuk, Desember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan	3
1.4. Kegunaan Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1. Landasan Teori	4
2.1.1. Deskripsi Tanaman Jeruk	4
2.2. Pemasaran	6
2.3. Saluran dan Lembaga Pemasaran	7
2.4. Fungsi Pemasaran	8
2.5. Marjin Pemasaran	10
2.6. Efisiensi Pemasaran	13
2.7. Teori model <i>Structure Conduct And Peformance</i> (S-C-P).....	15
2.8. Penelitian Terdahulu	18
2.9. Kerangka Pemikiran	20
2.10 Definisi Operasional.....	21
III. METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.2. Metode Penelitian.....	24
3.3. Metode Penarikan Contoh	24
3.4. Metode Pengumpulan Data	25
3.5. Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	26
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32

4.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	32
4.2. Gambaran Umum Kelompok Tani Limao Kahade I di Desa Terentang III.....	36
4.3. Karakteristik Responden Petani	37
4.4. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran	40
4.5. Pemasaran Jeruk Keprok di Desa Terentang III.....	41
4.6. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	48
V. SIMPULAN DAN SARAN.....	59
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Produksi Tanaman Jeruk Siam dan Keprok di Kabupaten atau Kota Provinsi Bangka Belitung Tahun 2011 sampai tahun 2015	6
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	27
Tabel 4. Jarak Desa Terentang III ke Ibukota Tahun 2018	32
Tabel 5. Batas Wilayah Desa Terentang III Tahun 2017	32
Tabel 6. Keadaan Penduduk Desa Terentang III Tahun 2017.....	33
Tabel 7. Mata pencaharian penduduk di Desa Terentang III.....	34
Tabel 8. Identitas Responden berdasarkan umur responden	38
Tabel 9. Identitas Responden berdasarkan tingkat Pendidikan	38
Tabel 10. Karakteristik lembaga pemasaran responden berdasarkan umur, tingkat Pendidikan, dan pengalaman berdagang jeruk keprok	41
Tabel 11. Fungsi lembaga pemasaran jeruk keprok	45
Tabel 12. Struktur pasar jeruk keprok di Desa	49
Tabel 13. Perilaku pasar tingkat lembaga pemasaran.....	52
Tabel 14. Analisis margin pemasaran jeruk keprok	54
Tabel 15. Farmers's Share pada saluran pemasaran.....	56
Tabel 16. Rasio keuntungan dan biaya pada lembaga pemasaran.....	57
Tabel 17. Rekapitulasi margin pemasaran, <i>farmer's share</i> , rasio keuntungan, dan biaya setiap saluran	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kurva marjin pemasaran	12
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3. Struktur organisasi kelompok Tani Kahade I di Desa Terentang III.....	36
Gambar 4. Bentuk saluran pemasaran jeruk kelompok tani Kahade I di Desa Terentang III.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Identitas responden petani jeruk keprok	65
2. Identitas responden lembaga pemasaran jeruk keprok	66
3. Biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran pada setiap saluran.....	66

