



p-ISSN: 2581-1339 | e-ISSN: 2615-4862
JURNAL AGRIBEST
Journal Homepage: <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/agribest>



Analisis Pemasaran Jeruk Siam (*Citrus Nobilis*) Di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi

Marketing Analysis Of Siam Orange (*Citrus Nobilis*) In Purwoharjo District Banyuwangi District

Muhamad Zainul Arifin,
Saptya Prawitasari, &
Henik Prayuginingsih
Universitas Muhammadiyah Jember
E-mail: saptya73@gmail.com, mzainularif2298@gmail.com



Received: 2021-05-05
Accepted: 2021-09-24
Published: 2021-09-25

This work is licensed under
a [Creative Commons Attribution 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).
Copyright (c) 2021 Jurnal Agribest



Corresponding Author: Saptya Prawitasari, Universitas Muhammadiyah Jember, Email: saptya73@gmail.com

ABSTRAK

Jeruk siam merupakan tanaman hortikultura yang banyak diminati masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Daerah penelitian diambil secara (*purposive*) yaitu Kabupaten Banyuwangi dan sampel Kecamatan dipilih yaitu Kecamatan Purwoharjo. Metode penentuan sampel masing-masing Kecamatan menggunakan *Cluster sampling* sedangkan penentuan sampel masing-masing desa menggunakan *incidental sampling* serta sampel pedagang secara *snowball sampling*. Data yang diambil berupa data primer dan data sekunder dengan teknik wawancara, pencatatan dan observasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis (1) saluran pemasaran, (2) margin pemasaran, dan (3) efisiensi pemasaran jeruk siam di wilayah studi. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa (1) terdapat 3 tingkat saluran pemasaran di lokasi penelitian, dimana saluran pemasaran II tingkat merupakan saluran pemasaran yang paling efisien yaitu petani – pedagang besar – pengecer, (2) Margin pemasaran pada saluran pemasaran II tingkat, sebesar Rp.4.232/kg, dan; pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 6.895/kg, dan pada saluran pemasaran IV tingkat Rp. 8.000/kg, (3) Pemasaran jeruk siam Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi efisien pada saluran pemasaran II tingkat dengan *farmer's share* sebesar 70,56% sedangkan pada III dan IV tingkat tidak efisien karena *farmer's share* hanya 48,45% dan 38,46%.

Kata kunci: Efisiensi pemasaran, Jeruk siam, dan Margin pemasaran.

ABSTRACT

Siamese orange is a horticultural plant which is wanted the society. This study aimed to analyze the marketing of Siamese oranges in Purwoharjo District, Banyuwangi Regency. The research area was taken purposively, namely Banyuwangi Regency and the sample sub-district was selected, namely Purwoharjo District. The sampling method for each sub-district uses cluster sampling, while the sample determination for each village used incidental sampling and a sample of traders using snowball sampling. The data taken were primary data and secondary data using interview, recording and observation techniques. The purpose of this study was to analyze (1) marketing channels, (2) marketing margins, and (3) marketing efficiency of Siamese oranges in the study area. Based on the results of the study, it was concluded that (1) there were 3 level marketing channels in the research location, where marketing channel II level was the most efficient marketing channel, namely farmers - wholesalers - retailers, (2) The marketing margin on the level II marketing channel is Rp.4.232/kg, and; in the third marketing channel of Rp. 6.895/kg, and in the IV marketing channel the level of Rp. 8.000/kg, (3) Marketing of Siamese oranges in Purwoharjo District, Banyuwangi Regency is efficient in the second level marketing channel with a farmer's share of 70.56% while in III and IV levels it is inefficient because the farmer's share is only 48.45% and 38.46%, respectively.

Keywords: marketing efficiency, marketing margin, Siamese orange.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara yang subur dan kaya akan hasil pertanian dan perkebunan. Indonesia merupakan penghasil jenis buah-buahan yang memiliki keanekaragaman dan keunggulan cita rasa yang cukup baik bila dibandingkan dengan buah-buahan dari Negara-negara penghasil buah tropis lainnya, sehingga sektor pertanian merupakan sektor yang mendapatkan perhatian cukup besar dari pemerintah karena perannya yang sangat penting dalam rangka pembangunan ekonomi jangka panjang maupun dalam rangka pemulihan ekonomi pedesaan melalui pengembangan usaha berbasis pertanian yaitu agribisnis dan agroindustri yang berpotensi sebagai komoditas unggulan, Rahim (2008).

Jeruk merupakan komoditas buah yang cukup menguntungkan untuk diusahakan saat ini dan mendatang, dapat mulai panen pada tahun ke-4 dengan nilai keuntungan usaha taninya sangat bervariasi berdasarkan lokasi dan jenis jeruk yang diusahakan. Nilai ekonomis pengembangan jeruk tercermin dari tingkat kesejahteraan petani jeruk dan keluarganya yang relatif baik. Buah jeruk dapat tumbuh dan diusahakan petani di dataran rendah hingga dataran tinggi dengan varietas/spesies komersial yang berbeda, dan dapat dikonsumsi oleh masyarakat berpendapatan rendah hingga yang berpenghasilan tinggi (Xristy, 2018).

Produk hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi, kemajuan perekonomian menyebabkan permintaan produk hortikultura semakin meningkat. Disisi lain wilayah Indonesia sangat berpotensi dalam pengembangan hortikultura buah-buahan. Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang memproduksi buah jeruk siam terbanyak. produksi buah jeruk siam ini meliputi kecamatan yang ada di Kabupaten Banyuwangi diantara Kecamatan yang ada di Kabupaten Banyuwangi ada beberapa kecamatan yang tidak menanam komoditas jeruk siam. Bisa dilihat produksi jeruk siam pada Tabel 1.3 berikut ini :

Tabel 1.3 Produksi Buah Jeruk Siam Menurut Kecamatan dan Tanaman (ton) di Kabupaten Banyuwangi 2018-2019.

No	Kecamatan	Tahun/ton	
		2018	2019
1	Pesanggaran	8 099,9	4 871,7
2	Siliragung	40 021,0	98 779,6
3	Bangorejo	19 250,0	15 425,2
4	Purwoharjo	56 720,6	33 596,6
5	Tegaldlimo	109 821,5	89 991,9
6	Muncar	5 081,4	3 471,5
7	Cluring	119 245,0	67 462,0
8	Gambiran	26 619,5	27 980,5
9	Tegalsari	15 146,8	11 719,8
10	Glenmore	39,5	0,0
11	Kalibaru	574,0	77,8
12	Genteng	190,4	32,7
13	Srono	1 881,4	1 421,4
14	Rogojampi	0,0	3,4
15	Blimbingsari	0,0	20,7
16	Kabat	0,0	0,0
17	Singojuhur	0,0	7,7
18	Sempu	6,2	1,2
19	Songgon	0,0	3,4
20	Glagah	89,4	27,8
21	Licin	113,3	780,3
22	Banyuwangi	5,9	0,9
23	Giri	0,0	0,0
24	Kalipuro	9,9	4,5
25	Wongsorejo	0,0	0,0
Banyuwangi		433 502,5	335 677,5

Sumber: BPS Kabupaten Banyuwangi (2018-2019).

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa Kecamatan Purwoharjo pada tahun 2018 menempati urutan ke-3 dilihat dari sisi produknya dan di tahun 2019 menempati urutan ke-4 di tahun 2019 mengalami penurunan yang sangat signifikan dilihat dari sisi produksi di tahun tersebut. Pada penelitian ini kenapa saya mengambil tempat penelitian di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Alasan pemilihan di Kecamatan Purwoharjo sebagai tempat penelitian karena belum ada yang meneliti komoditas jeruk siam khususnya di Kecamatan Purwoharjo. Sementara Kecamatan Purwoharjo keunggulan dari segi rasa jeruk yang lebih manis dan kemudian jarak tempuh kewilayah kota lebih dekat dibandingkan dengan Kecamatan yang lain.

Tanaman buah-buahan unggulan yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi dan mempunyai tingkat produksi terbesar adalah komoditas jeruk siam dengan produksi sebanyak 420,906 ton. Jeruk siam merupakan salah satu produksi buah andalan Kabupaten Banyuwangi dan telah mampu dipasarkan keluar daerah. Selain jeruk siam komoditas unggulan Kabupaten Banyuwangi adalah buah pisang, semangka, manggis dan buah naga. Komoditas buah-buahan di Kabupaten Banyuwangi selain mampu dipasarkan keluar daerah juga mampu dipasarkan sampai pasar ekspor. Dalam kurun waktu Tujuh tahun (2013-2019), produksi jeruk di Kabupaten Banyuwangi mengalami kenaikan. Kenaikan produksi jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo bisa dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Data Produksi Buah-buahan dan Jenis di Kabupaten Banyuwangi Tahun 2013-2019.

Komoditas	Produksi (Ha)							
	Tahun	Th.2013	Th.2014	Th.2015	Th.2016	Th.2017	Th.2018	Th.2019
Semangka		47,365.80	63,342.36	67,066	65,914	67,122.12	68,491.68	29,395
Melon		17,430	8,479	9,517	9,824	9,153.10	9,347.13	5,143
Manggis		20,199.35	49,632.72	51,457	51,648	51,751.30	53,321.63	32,063
Jeruk siam		222,804	333,767.50	354,685	359,759	371,810.93	381,910.21	420,906
Durian		9,085.65	11,108.22	11,432	11,559	11,582.12	11,909.67	15,531
Manga		20,818.90	22,815.30	22,247	23,742	24,537.36	25,035.17	27,712
Buah naga		16,630.60	28,820	30,454	39,990	42,349.41	44,140.74	35,687
Rambutan		13,627.38	14,653.13	10,779	11,256	19,633.08	16,346.17	16,023
Pisang		82,926.46	93,692.82	13,887	97,497	95,734.41	97,669.27	205,281

Sumber : BPS Kabupaten Banyuwangi (2013-2019).

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa produksi jeruk siam tertinggi pada tahun 2019 yaitu sebesar 420,906 ton per tahun pada tahun 2013 ke tahun 2014 produksi jeruk mengalami kenaikan sebesar 333,767.50 ton per tahun. Tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 354,685 ton per tahun. Tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 359,759 ton per tahun. Tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 371,810.93 ton per tahun. Tahun 2018 produksi jeruk siam mengalami kenaikan sebesar 381,910.21 ton per tahun. Pada tahun 2019, produksi jeruk mengalami kenaikan yang pesat yaitu mencapai 420,906 ton per tahun. Budidaya jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi memiliki prospek yang sangat cerah, untuk melihat prospek pemasaran agribisnis jeruk siam dapat dilihat dari kecenderungan permintaan terhadap jeruk siam.

Kecamatan Purwoharjo merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Banyuwangi yang memproduksi komoditas buah-buahan cukup besar. Perkembangan luas lahan produksi/(Kuintal) dan jenis buah-buahan di Kecamatan Purwoharjo dapat dilihat pada tabel 1.5 berikut ini.

Tabel 1.5 Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Jeruk Siam di Kecamatan Purwoharjo Menurut Desa Tahun 2020.

No	D e s a	Jeruk siam		
		Luas panen	Produksi	Produktivitas
		(ha)	(ton)	(ton)
1	Grajagan	223	326	14,61
2	Sumberasri	212	227	17,00
3	Glagah Agung	354	415	11,72
4	Sidorejo	234	234	1,0
5	Purwoharjo	598	849	14,19
6	Bulurejo	366	662	18,08
7	Kradenan	91	131	14,39
8	Karetan	315	516	16,38
	Jumlah	2393	3360	107,37

Sumber : BPP Kecamatan Purwoharjo, (2019).

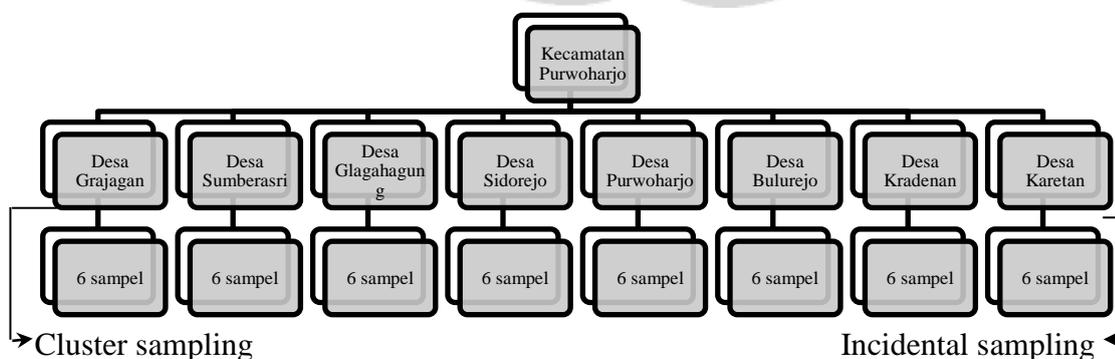
Dari Tabel 1.5, komoditas jeruk siam merupakan salah satu komoditas utama yang diusahakan oleh para petani yang ada di Kecamatan Purwoharjo. Hal ini terbukti dari 8 desa yang ada di Kecamatan Purwoharjo dengan jumlah luas panen 2393 ha mampu menghasilkan produksi sebesar 3360 ton dan produktivitas 107,37 ton/ha pada tahun 2019. Tingginya produksi buah-buahan terutama jeruk siam yang diperoleh belum menjamin tingginya pendapatan yang akan diterima oleh petani. Produksi jeruk siam yang telah dicapai di Kecamatan Purwoharjo sangat menjanjikan mengindikasikan bahwa produksi jeruk di Kecamatan Purwoharjo masih dapat ditingkatkan. Dalam pemasarannya, sampai saat ini masih dijumpai beberapa kendala diantaranya mencakup pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang dikeluarkan, besar margin pemasaran, keuntungan yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran dan efisiensi pemasaran dalam budidaya jeruk hal ini sangat mempengaruhi pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dipandang perlu diadakan penelitian tentang saluran pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk Mengidentifikasi saluran pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. (2) Untuk Menghitung margin pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. (3) Untuk Mengidentifikasi efisiensi pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini akan dilaksanakan di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan sentra atau daerah penghasil jeruk siam yang melakukan pemasaran dengan beberapa saluran pemasaran. Data penelitian dihimpun dengan melakukan wawancara dengan dua kelompok responden, yaitu petani sebagai responden pertama, dan pelaku pelaku pasar (pengepul hingga pengecer), ada di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu: data primer dan sekunder.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cluster sampling* dan *incidental sampling* dengan jumlah responden 48 orang. Alasan pemakaian kedua teknik ini karena tidak terdapat data jumlah populasi petani jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo. *Cluster sampling* dipilih berdasarkan 8 wilayah desa yang ada di Kecamatan Purwoharjo. *incidental Sampling* ditentukan dengan melihat responden yang kebetulan dapat ditemui dan di cocokan dengan kriteria penelitian. Berikut adalah bagan daerah penelitian dan jumlah sampling penelitian.



Gambar 4.1 Teknik Pengambilan Sampling

Sampel Lembaga Pemasaran

Pengambilan sampel lembaga pemasaran ditentukan dengan metode *snowball sampling* yaitu dengan cara menelusuri saluran pemasaran jeruk siam yang berada di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Sampel lembaga pemasaran bisa berasal dari luar daerah dengan syarat lembaga pertanian tersebut membeli jeruk siam dari Kecamatan Purwoharjo. Berikut jumlah sampel lembaga pemasaran yang disajikan.

Tabel 4.2 Jumlah Sampel Lembaga Pemasaran di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi 2020.

No	Lembaga Pemasaran	Jumlah Sample
1	Tengkulak	3
2	Pengepul	3
3	Pedagang Besar	5
4	Pengecer	10
Total		21

Jenis dan sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu : (1) data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden, di mana data diperoleh langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah dipersiapkan; dan (2) data sekunder, yaitu data yang dicatat secara sistematis dan dikutip secara langsung dari instansi pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi, kondisi umum lokasi penelitian, jumlah produsen jeruk siam di tingkat Kecamatan Purwoharjo dan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

Metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menjawab tujuan penelitian pertama, mengenai Saluran Pemasaran jeruk siam yang berada di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi. Untuk mengetahui berapa pola saluran pemasaran yang digunakan oleh petani jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi dengan menggunakan analisis saluran pemasaran. Saluran pemasaran jeruk siam di Kabupaten Banyuwangi akan dianalisis melalui observasi dan wawancara terhadap Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, mulai dari petani jeruk siam, pedagang tengkulak desa, pedagang besar dan pedagang pengecer. Untuk mengidentifikasi pihak-pihak yang terlibat di dalam saluran pemasaran jeruk siam dengan cara turun langsung ke lokasi penelitian, dan hasil wawancara yang diawali dari petani jeruk siam dengan cara mengikuti aliran pemasaran.
2. Untuk menjawab tujuan penelitian ke-2 yaitu untuk menghitung margin pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi, maka digunakan formnulasi sebagai berikut Sudyono (2002).

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat konsumen

Pf = Harga ditingkat produsen.

3. Untuk menjawab tujuan penelitian ke tiga, mengenai apakah pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi sudah efisien maka efisiensi pemasaran dapat diukur berdasarkan *farmer share*.

Formulasi yang digunakan sebagai berikut :

$$F = \frac{Pf}{pr} \times 100\%$$

Keterangan :

F = Bagian yang diterima produsen (petani)

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen

Untuk menguji hipotesis yang kedua yaitu diduga pemasaran jeruk siam di setiap saluran di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi efisien maka kriteria pengambil keputusan sebagai berikut Sudiyono (2002);

Jika *farmer share* < 50% maka pemasaran tidak efisien

Jika *farmer share* ≥ 50% maka pemasaran efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden Jeruk Siam di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi

Beberapa aspek yang mempengaruhi keterampilan petani dalam mengelolah usahatannya adalah: (1) umur petani, (2) pendidikan, (3) pengalaman bertani, (4) luas lahan, dapat dilihat pada Tabel 6.1 menjelaskan tentang profil petani buah naga merah di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi, tahun 2021.

Tabel 6.1 Profil Rata-Rata Petani Jeruk Siam di Kecamatan Purwoharjo.

No	Keterangan	Satuan	Rata-rata
1	Umur	tahun	49,0
2	Pendidikan	tahun	10,0
3	Pengalaman	tahun	18,0
4	Luas lahan	ha	0,34

Sumber: Data Primer, diolah (2021).

Pada Tabel 6.1 tentang profil rata-rata petani jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo 2021 menunjukkan pertama adalah umur rata-rata petani jeruk siam berumur 49.0 tahun, sedangkan untuk pendidikan petani jeruk siam 10 tahun, dan untuk pengalaman petani 18,0. Kemudian yang terakhir adalah luas lahan dari petani jeruk siam sejumlah 0,34 ha.

Saluran Pemasaran Petani Jeruk Siam di Kecamatan Purwoharjo

Saluran pemasaran yaitu jaringan pemasaran yang berhubungan dalam menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir, dimana terdapat pelaku lembaga pemasaran di dalamnya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terdapat 3 saluran pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo yaitu saluran, saluran pemasaran 1 tingkat, saluran pemasaran 2 tingkat dan saluran pemasaran 3 tingkat. Sebagian besar petani jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo menggunakan saluran pemasaran 1 tingkat. Lebih jelasnya data terkait persentase petani dan lembaga pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo dapat dilihat pada Tabel 6.10.

Tabel 6.10 Jumlah Petani Pelaku Lembaga Pemasaran jeruk siam Berdasarkan Saluran Pemasaran di Kecamatan Purwoharjo Tahun 2021.

No	Saluran Pemasaran	Petani		Pelaku Lembaga Pemasaran	
		Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Saluran Pemasaran II Tingkat	7	14,50	6	28,50
2	Saluran Pemasaran III Tingkat	28	58,30	8	38,00
3	Saluran Pemasaran IV Tingkat	13	27,00	7	33,30
	Jumlah	48	100,00	21	100,00

Sumber: Analisis Data Primer, diolah (2021).

Berdasarkan Tabel 6.10, jumlah petani yang menggunakan pada saluran pemasaran II tingkat jumlah petani yaitu 7 orang atau 14,5 % dengan pelaku lembaga pemasaran sebanyak 6 orang atau 28,5 %. Saluran pemasaran III tingkat merupakan saluran pemasaran dengan jumlah petani terbanyak yaitu 28 orang atau 58,3 % dengan jumlah pelaku lembaga pemasaran yang berperang sebanyak 8 orang atau 38,0 %. Saluran pemasaran III tingkat paling banyak digunakan karena pelaku lembaga pemasaran yang berperan sangat aktif mendatangi lokasi petani jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo. Selain itu sistem langganan dan hubungan saudara antara petani dengan pelaku lembaga pemasaran yang berperan menjadi salah satu alasan saluran pemasaran III tingkat paling banyak digunakan. Jumlah petani jeruk siam pada saluran pemasaran IV tingkat adalah 13 orang atau 27,0 % dengan jumlah pelaku lembaga pemasaran sejumlah 7 orang atau 33,3 %. Sehingga apabila dijumlah, total

petani jeruk siam sebanyak 48 orang dengan pelaku lembaga pemasaran sebanyak 21 orang.

Saluran pemasaran merupakan pergerakan barang dari lembaga pemasaran yang terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran dari produsen sampai konsumen akhir. Pemasaran jeruk di Kecamatan Purworejo dilakukan oleh beberapa lembaga pemasaran yang terlibat seperti tengkulak, pengepul, pedagang besar, dan pengecer. Dengan adanya keterlibatan lembaga pemasaran maka terbentuklah sebuah saluran pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran jeruk di Kecamatan Purworejo Kabupaten Banyuwangi. Pengumpulan data untuk mengetahui saluran pemasaran jeruk siam diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran jeruk siam mulai dari petani sampai pada konsumen berdasarkan informasi yang diberikan responden awal. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purworejo menunjukkan ada tiga saluran pemasaran yaitu.

1. Saluran Pemasaran II Tingkat.

Pada saluran pemasaran II tingkat membentuk alur pemasaran mulai dari petani → pedagang besar → pengecer → konsumen. Pada saluran pemasaran II tingkat petani mencari pedagang yang menawarkan dengan harga lebih tinggi dengan cara membandingkan harga yang ditawarkan dari setiap pedagang.



2. Saluran Pemasaran III Tingkat

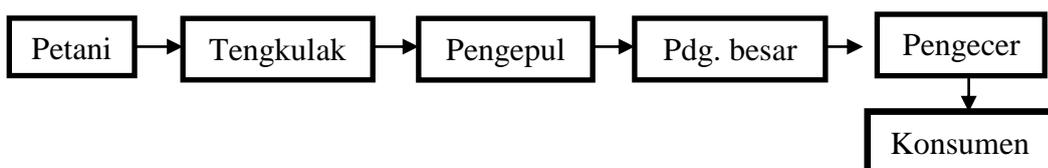
Pada saluran pemasaran III Tingkat terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat didalamnya yaitu Petani → Pedagang Pengepul → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen.



Pada saluran pemasaran III tingkat pedagang pengepul mendatangi petani untuk melakukan tawar menawar sebelum ke sepakatan jual beli di setuju terkadang petani mendatangi pedagang atau melalui via telepon, setelah kedua belah pihak sepakat dengan harga yang ditentukan pedagang pengepul melakukan proses pemetikan sekaligus penimbangan yang dilakukan dilahan untuk mengetahui jumlah produksi yang dipanen. Jenis kualitas jeruk siam pada saluran pada saluran ini. Kemudian pengepul mengangkut jeruk dengan kendaraan truk kerumahnya untuk proses penyortiran sebelum jeruk dikirim ke pasar Kramat Jati Jakarta Timur dan pasar buah Gamping Sleman. Sedangkan untuk biaya pengangkutan dari Banyuwangi ke Jakarta dan Sleman biaya transportasi ditanggung oleh pedagang pengepul. Setelah sampai ke pasar Kramat Jati dan Pasar buah Gamping jeruk siam dibongkar di depan gudang milik pedagang besar. Pembayaran yang dilakukan pedagang besar kepada pedagang pengepul melalui via transfer akan tetapi pedagang pengepul menerima kwintansi yang berupa biaya yang dikenakan terhadap pedagang pengepul seperti biaya pengepakan. Kemudian jeruk diambil oleh para pedagang pengecer dan dijual di daerah Kramat Jati sekitar dan di daerah Ketawang Ambar.

3. Saluran Pemasaran IV Tingkat.

Saluran pemasaran IV tingkat membentuk alur pasar yang cukup panjang mulai dari Petani → Tengkulak → Pengepul → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen.



Aktivitas pada saluran pemasaran IV tingkat yaitu petani mayoritas memiliki produk berskala kecil mendatangi tengkulak sekitar untuk menawarkan jeruk siamnya, kemudian tengkulak mengoper jeruk ke pengepul sekitar wilayah Kecamatan Purworejo. Setelah itu pengepul mengirim jeruk ke pedagang besar yang berada di daerah Giwangan Yogyakarta. Lalu pengecer mengambil jeruk pada pedagang besar untuk di pasarkan didaerah umbulharjo Yogyakarta. Berikut tabel

lembaga pemasaran jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo sebagai berikut :

Tabel 6.11 Jenis Saluran Pemasaran dan Petani Jeruk siam di Kecamatan Purwoharjo.

No	Saluran Pemasaran	Jumlah	Persentase (%)
1	II Tingkat	7	14,50
2	III Tingkat	28	58,30
3	IV Tingkat	13	27,20
Jumlah		48	100,00

Sumber: Data Primer, diolah (2021).

Berdasarkan Tabel 6.11, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran yang paling banyak digunakan petani adalah saluran pemasaran III tingkat yaitu 28 petani dengan presentase 58,3% dari keseluruhan responden petani. Alasan petani memilih saluran pemasaran III tingkat yaitu dikarenakan pedagang pengepul berasal dari Kecamatan Purwoharjo pembayarannya yang langsung kontan, sedangkan petani yang memilih saluran pemasaran IV tingkat, dikarenakan jumlah produk mereka berskala kecil, sedangkan petani yang memilih saluran pemasaran II tingkat jumlah produk mereka skala besar.

Analisis Margin Saluran Pemasaran

Dalam proses pemasaran jeruk siam, setiap lembaga pemasaran yang terlibat melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang berbeda-beda, sehingga perhitungan margin pemasaran sesuai dengan masing-masing lembaga pemasaran. Perhitungan margin tersebut berupa hasil analisis margin, distribusi margin, *Famer Share* harga yang diterima petani serta keuntungan dan biaya setiap saluran pemasaran jeruk siam.

Analisis Margin Saluran Pemasaran II Tingkat

Berikut ini merupakan Tabel 6.12, analisis margin saluran pemasaran II tingkat di Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi yang meliputi biaya-biaya, harga jual, harga beli, margin pemasaran, distribusi margin, dan *share* pada setiap lembaga pemasaran.

Tabel 6.12. Distribusi Margin dan *Farmer Share* Lembaga Pemasaran Jeruk Siam Pada Saluran Pemasaran II Tingkat.

No	Rincian margin	Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin		<i>Farmer Share</i> %
			Rp	%	
1	Petani				
	Harag jual	10.143			70,56
2.	Pedagang Besar				
	Harga beli	10.143			
	Biaya :				
	Biaya pengemasan	300	300	7,09	
	Biaya tenaga kerja	83,3	83,3	1,97	
	Biaya transportasi	0	0	0,0	
	Jumlah Biaya	383,3			
	Keuntungan	2.473,8	2.473,8	58,45	
	Harga jual	13.000			
3.	Pengecer				
	Harga beli	13.000			
	Biaya:				
	Biaya pengemasan	0	0	0,0	
	Biaya tenaga kerja	145,8	145,8	3,45	
	Biaya transprotasi	58,3	58,3	1,38	
	Jumlah Biaya	204,2			
	Keuntungan	1.671	1.171	27,67	
	Harga jual	14.375			
	Margin	4.232	4.232	100,00	

Sumber: Data Primer, diolah (2021).

Berdasarkan tabel 6.12, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran II tingkat melalui dari Petani → Pedagang besar → pengecer → konsumen. Pada saluran pemasaran II tingkat ini petani memilih pedagang untuk memasarkan jeruk dengan cara survei pada beberapa pasar dan

membandingkan harga yang ditawarkan oleh pedagang. Dalam aktivitas petani memetik jeruk siam dan mengemasnya dengan peti, lalu petani mengirim jeruk pada pedagang besar yang berada di daerah Kramat Jati Jakarta Timur dan di Harjonegor Solo.

Pada saluran pemasaran II tingkat harga jual ditingkat petani rata-rata sebesar Rp.10.143/kg dan market *Farmer's Share* yang diterima oleh petani sebesar 70,56%/kg jeruk. Pada pedagang besar pembelian jeruk dari petani dengan harga rata-rata sebesar Rp.10.143/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang besar setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.300/kg, biaya tenaga kerja sebesar Rp.83,3/kg, biaya transportasi sebesar Rp. 0/kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang besar sebesar Rp.383,3/kg. Dengan harga 1 jual jeruk rata-rata sebesar Rp.13.000/kg, maka keuntungan yang di terima oleh pedagang besar adalah 58,45% dari harga konsumen atau sebesar Rp.2.473,8/kg.

Pada tingkat pedagang pengecer, pembelian jeruk siam dari pedagang besar dengan harga rata-rata sebesar Rp.13.000/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.0/kg, biaya transportasi sebesar Rp.58,3/kg, biaya tenaga kerja sebesar Rp. 145,8/kg dengan jumlah biaya yang di keluarkan oleh pengecer sebesar Rp. 204,2/kg dan harga jual jeruk rata-rata sebesar Rp.14.375/kg. maka keuntungan yang di dapat oleh pengecer adalah 27,67% atau sebesar Rp.1.171/kg.

Analisis Margin Saluran Pemasaran III Tingkat.

Berikut ini merupakan Tabel 6.13 analisis margin saluran pemasaran III tingkat di Kecamatan Purwoharjo, Kabupaten Banyuwangi yang meliputi biaya-biaya, harga jual, harga beli, marjin pemasaran, distribusi marjin, dan *Farmer Share* pada setiap lem bage pemasaran. Berdasarkan Tabel 6.13 dapat diketahui bahwa rantai saluran pemasaran III tingkat hasil pertanian buah jeruk siam yang dibeli oleh pedagang pengepul dari petani dengan cara langsung datang kerumah dan terkadang petani mendatangi peda gang pengepul atau lewat via telepon dengan tujuan tawar menawar sampai kedua belah pihak menyepakati harga. Jenis angkutan yang diguna kan dalam aktivitas pemasaran jeruk oleh pedagang pengepul adalah truk. Kemudian pedagang pengepul mengantar buah jeruk kepedagang besar yang sudah menjalin kerjasama, dengan menggunakan truk. Setelah itu para pedagang pengecer mengambil jeruk ke pedagang besar.

Tabel 6.13. Distribusi Margin dan *Farmer Share* Lembaga Pemasaran Jeruk Siam Pada Saluran Pemasaran III Tingkat.

No	Rincian margin	Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin		<i>Farmer Share</i> %
			Rp	%	
1.	Petani				
	Harga jual	6.480			48,45
2.	Pengepul				
	Harga beli	6.480			
	Biaya :				
	Biaya pengemasan	282,5	282,5	4,10	
	Biaya tenaga kerja	163,1	163,1	2,37	
	Biaya transportasi	467,7	467,7	6,78	
	Jumlah Biaya	913,3			
	Keuntungan	1.856,8	1.856,8	26,93	
	Harga jual	9.250			
3.	Pedagang besar				
	Harga beli	9.250			
	Biaya:				
	Biaya pengemasan	291,3	291,3	4,22	
	Biaya tenaga kerja	75	75	1,09	
	Biaya transprotasi	0	0	0	
	Jumlah Biaya	366,3			
	Keuntungan	2.133,8	2.133,8	30,95	
	Harga jual	11.750			
4.	Pengecer				
	Harga beli	11.750			
	Biaya :				
	Biaya pengemasan	0	0	0	
	Biaya tenaga kerja	120,8	120,8	1,75	

Biaya transportasi	56,6	56,6	0,82
Jumlah Biaya	177,4		
Keuntungan	1.447,6	1.447,6	21,00
Harga jual	13.375		
Margin	6.895	6.895	100,00

Sumber: Data Primer, diolah (2021).

Pada saluran pemasaran III tingkat harga jual ditingkat petani rata-rata sebesar Rp.6.480/kg dan market *Farmer Share* yang diterima oleh petani sebesar 48,45%/kg. Pada pedagang pengepul pembelian jeruk dari petani dengan harga rata-rata sebesar Rp.6.480/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.282,5/kg, biaya tenaga kerja sebesar Rp.163,1/kg, biaya transportasi sebesar Rp.467,7/kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul sebesar Rp.913,3/kg. Dengan harga jual jeruk siam rata-rata sebesar Rp.9.250/kg, maka keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul adalah 26,93% atau sebesar Rp.1.856,8/kg

Pada pedagang besar pembelian jeruk siam dari pedagang pengepul dengan harga rata-rata sebesar Rp.9.250/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang besar setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.291,3/kg, biaya tenaga kerja sebesar Rp.75/kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang besar sebesar Rp.366,3/kg. Dengan harga 11.750/kg maka keuntungan yang diterima oleh pedagang adalah 30,95% atau sebesar Rp2.133,8/kg

Pada tingkat pedagang pengecer, pembelian jeruk dari pedagang besar dengan harga rata-rata sebesar Rp.11.750/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer setelah di rata-rata meliputi biaya transportasi sebesar Rp.56,6/kg, sedangkan untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp.120,8/kg, dengan jumlah biaya yang di keluarkan oleh pengecer sebesar Rp.177,4/kg dan harga jual jeruk siam rata-rata sebesar Rp. 13.375/kg, maka keuntungan yang di dapat oleh pengecer adalah 21,00% atau sebesar Rp.1.447,6/kg.

Analisis Margin Saluran Pemasaran IV Tingkat.

Saluran pemasaran IV tingkat memiliki alur dari Petani → Tengkulak → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen dengan distribusi margin pada Tabel 6.14. Berdasarkan Tabel 6.14, kegiatan pemasaran ini dimulai dari datangnya petani kerumah tengkulak atau lewat via telepon untuk menawarkan harga jeruk sampai kedua belah pihak sepakat dengan harga yang ditentukan. Setelah itu tengkulak melakukan proses pemetikan dengan biaya tenaga kerja ditanggung tengkulak, setelah itu tengkulak mengoper jeruk kepada pengepul. Pengepul kemudian mengirim jeruk ke pedagang besar yang berada di Giwangan Yogyakarta menggunakan truk, setelah sampai di rumah pedagang besar jeruk dibongkar digudang. Kemudian pedagang besar melakukan proses penyortiran, penimbangan, dan pengepakan, setelah itu jeruk diambil oleh para pedagang pengecer yang berada di daerah Umbulharjo setempat.

Tabel 6.14. Distribusi Margin dan *Farmer Share* Lembaga Pemasaran Jeruk Siam Pada Saluran Pemasaran IV Tingkat.

No	Rincian margin	Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin		<i>Farmer Share</i> %
			Rp	%	
1.	Petani				
	Harga jual	5.000			38,46
2.	Tengkulak				
	Harga beli	5.000			
	Biaya				
	Biaya pengemasan	0	0	0,0	
	Biaya tenaga kerja	446,7	446,7	5,58	
	Biaya transportasi	56,7	56,7	0,71	
	Jumlah Biaya	503,3			
	Kuntungan	996,7	996,7	12,46	
	Harga jual	6.500			
3.	Pengepul				
	Harga beli	6.500			
	Biaya				
	Biaya pengemasan	258,5	258,5	3,23	
	Biaya tenaga kerja	147,7	147,7	1,85	

	Biaya transportasi	615,4	615,4	7,69
	Jumlah Biaya	1.021,5		
	Keuntungan	1.978,5	1.978,5	24,73
	Jumlah Biaya	1.021,5		
	Harga jual	9.500		
4.	Pedagang Besar			
	Harga beli	9.500		
	Biaya			
	Biaya pengemasan	325	325	4,06
	Biaya tenaga kerja	66,7	66,7	0,83
	Biaya transportasi	0	0	0,0
	Jumlah Biaya	391,7		
	Keuntungan	1.608,3	1.608,3	20,10
	Harga jual	11.500		
5	Pengecer			
	Harga beli	11.500		
	Biaya			
	Biaya pengemasan	0	0	0,0
	Biaya tenaga kerja	94,7	94,7	1,18
	Biaya transportasi	69,7	69,7	0,87
	Jumlah Biaya			
	Keuntungan	1.335,6	1.335,6	16,70
	Harga jual	13.000		
	Margin	8.000	8.000	100,00

Sumber: Analisis Data Primer, diolah (2021).

Pada saluran pemasaran IV tingkat harga jual ditingkat petani rata-rata sebesar Rp. 5.000/kg dan market *Farmer Share* yang diterima oleh petani sebesar 38,46%/kg. Pada pedagang tengkulak membeli jeruk dari petani dengan harga rata-rata sebesar Rp.5.000/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan tengkulak setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.0/kg, biaya tenaga kerja sebesar 446,7/kg, biaya transportasi sebesar Rp.56,7/kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang tengkulak sebesar Rp.503,3/kg. Dengan harga jual jeruk siam rata-rata sebesar Rp.6.500/kg, maka keuntungan yang diterima oleh pedagang tengkulak adalah 12,46% atau sebesar Rp.996,7/kg.

Pada pedagang pengepul pembelian jeruk dari tengkulak dengan harga rata-rata sebesar Rp.6.500/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.258,5/kg, biaya tenaga kerja sebesar Rp.147,7/kg, biaya transportasi sebesar Rp.615,4 /kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang pengepul sebesar Rp. 1021,5/kg. Dengan harga jual jeruk rata-rata sebesar Rp. 9.500/kg, maka keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul adalah 24,73% atau sebesar Rp.1978,5/kg.

Pada pedagang besar pembelian jeruk dari pengepul dengan harga rata-rata sebesar Rp.9.500/kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang besar setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.325/kg, biaya tenagakerja sebesar Rp.66,7/kg, biaya transportasi sebesar Rp.0/kg, dan jumlah biaya yang dikeluarkan pedagang besar sebesar Rp.391,7/kg. Dengan harga jual jeruk siam rata-rata sebesar Rp.11.500,-/kg, maka keuntungan yang diterima oleh pedagang besar adalah 20,10%, atau sebesar Rp.1.608,3/kg.

Pada tingkat pedagang pengecer, pembelian jeruk dari pedagang besar dengan harga rata-rata sebesar Rp.11.500 /kg. Untuk biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer setelah di rata-rata meliputi biaya pengemasan sebesar Rp.0,-/kg, biaya transportasi sebesar Rp.94,7/kg, dan biaya tenaga kerja sebesar Rp. 69,7/kg dengan jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pengecer sebesar Rp. 164,4/kg dan harga jual jeruk rata-rata sebesar Rp.13.000,-/kg, maka keuntungan yang di dapat oleh pengecer adalah 16,70%, atau sebesar Rp.1.335,6/kg.

Berdasar hasil analisis terhadap nilai *farmer share*, terlihat bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah Saluran pemasaran II tingkat dengan nilai *farmer share* sebesar 70,56%. Saluran yang lebih panjang bahkan tidak efisien, saluran pemasaran III dengan nilai *farmer share* 48,45% dan saluran pemasaran IV tingkat dengan nilai 38,46% sehingga hipotesis terbukti bahwa saluran pemasaran jeruk yang lebih pendek yaitu Saluran pemasaran II tingkat di Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi lebih efisien.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti dapat menarik kesimpulan diantaranya sebagai berikut:

1. Pemasaran jeruk siam Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi tiga pola saluran pemasaran yaitu :
 - a. Saluran II tingkat
Petani→ Pedagang Besar→ Pengecer→ Konsumen.
 - b. Saluran III tingkat
Petani→ Pengepul→ Besar→ Pengecer → Konsumen.
 - c. Saluran IV tingkat
Petani→Tengkulak→Pengepul→Pedagang Besar→Pengecer→Konsumen.
2. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II tingkat, sebesar Rp.4.232/kg, dan; pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 6.895/kg, dan pada saluran pemasaran IV tingkat Rp. 8.000/kg,
3. Pemasaran jeruk siam Kecamatan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi efisien pada saluran pemasaran II tingkat dengan *farmer share* sebesar 70,56% sedangkan pada III dan IV tingkat tidak efisien karena *farmer share* hanya 48,45% dan 38,46%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para responden dan Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dana internal sebagai dukungan sehingga penelitian ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Agromedia. (2009). *Budi daya Tanaman Buah unggul Indonesia* (Cetakan Pe).
- Astati. (2015). Analisis Pemasaran Sapi Bali Di Kecamatan Bantaeng Kabupaten Bantaeng. *Teknosains: Media Informasi Sains Dan Teknologi*, 9(2), 185–196.
- Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia. (2017). *Indikator Pertanian Agricultural Indicators*.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2017). *Indikator Pertanian Provinsi Jawa Timur*.
- Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Purwoharjo. (2019). *Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Jeruk Siam di Kecamatan Purwoharjo menurut Desa*.
- BPS Kabupaten Banyuwangi/Bps-statistics of Banyuwangi. (2019). *Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka Banyuwangi Regency In Figures*.
- BPS Kabupaten Banyuwangi/Bps-statistics of Banyuwangi Regency. (2018). *Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka Banyuwangi Regency In Figures*.
- BPS Kabupaten Banyuwangi/Bps-Statistics of Banyuwangi Regency. (2018). *Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka Banyuwangi Regency In Figures*.
- DR. Arifin, STP, M. (2015). *Pengantar Ekonomi Pertanian: Edisi III*. August, 173.
- Fruit, D. (n.d.). *Penguatan Komunitas Lokal Menghadapi Era Global Analisis Usahatani Buah Jeruk Siam (Citrus Suhuensis) Dan Buah Naga(Hylocereusundatus) di Kabupaten Banyuwangi Bagian Selatan Proceeding ICSG PSCI 369 Penguatan Komunitas Lokal Menghadapi*. 369–378.

- Heriansyah, M. (2018). *Analisis Pemasaran Jeruk Siam (Citrusnobilis) (Studi Kasus Desa Sekoci*. 71. Hortikultura, D. J. (2006). *Analisis dan Evaluasi Hortikultura Ungglaan*.
- Manajemen, J., & Suwarno, H. L. (2006). *Sembilan Fungsi Saluran Distribusi : Kunci Pelaksanaan Kegiatan*. 6(1), 79–87.
- Mandak, Y., Rorimpandey, B., Waleleng, P. O. ., & Oroh, F. N. . (2016). *Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado*. *Zootec*, 37(1), 70. <https://doi.org/10.35792/zot.37.1.2017.14229>
- Moehar, D. (2002). *Pengantar ekonomi pertanian / Moehar Daniel*.
- Philip Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi ke 1). Erlangga.
- PURNAMASARI, I. A. (2010). *Analisis Pemasaran Jeruk di Kabupaten Bangli*. 89–90. <https://core.ac.uk/download/pdf/12350155.pdf>
- Putra, Y. H. (2018). *Analisis Pemasaran Jeruk Manis (Citrus sinensis) (Studi Kasus: Desa Sidiangkat, Kecamatan Sidikalang, Kabupaten Dairi)*.
- Rambe, N. (2018). Universitas Sumatera Utara Poliklinik Universitas Sumatera utara. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82–91.
- Ratya Anidita. (2004). *Pemasaran Hasil pertanian*. Katlok Preustakaan Nasional RI.
- Sciences, A. (2018). *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis(Journal of Agribusiness Sciences)*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (Journal of Agribusiness Sciences)*, 6(1).
- Syaputra, R. (2020). *Skripsi Program Studi Agribisnis*. 20160220152.
- Timisela, N. R. (2006). Analisis usaha rumahtangga sagu dan pemasarannya. *JurnalAgroforestri*,1(3),5764.<https://www.researchgate.net/publication/298698070>
- Utami. (2006). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Retail*.
- Xristy, A. Z., Santoso, T. H., & Prawitasari, S. (2018). *Analysis of Benefits and Factors That Influence the Advantage of the Usaidani Orange of Siam Siam in Bangorejo District, Regency of Banyuwangi*.
- Yusuf, N., & Rohmah, T. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. *Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Degan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering*, 274–282.