

**ANALISIS EFESIENSI SALURAN PEMASARAN JERUK PAMELO GIRI
MATANG DI DESA PANTEE LHONG KECAMATAN PEUSANGAN
KABUPATEN BIREUEN**

¹Yenni Agustina, ²Marwan, ³Noviyanti

¹Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Almuslim

²Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Almuslim

³Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Almuslim

¹ Email : yenniagustina_1988@yahoo.co.id

² Email : marwan.dayah@gmail.com

³ Email : noviyanti.ekonomi@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran Jeruk Pamelu di Desa Pante Lhong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penarikan sampel ditentukan berdasarkan metode *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer diperoleh langsung melalui wawancara. Analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran. Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran Jeruk Pamelu Giri Matang didesa Pante Lhong yaitu melalui 3 tingkat saluran pemasaran yaitu, saluran 0 (petani – konsumen), saluran 1 (petani – pengecer – konsumen), dan saluran 3 (petani – pengumpul – pengecer – konsumen). Tingkat efisiensi saluran 1 adalah 40,63% berdasarkan hasil persentase margin dan 59,38% berdasarkan hasil persentase bagian yang diterima petani. Dan tingkat efisiensi saluran 2 adalah 53,40% berdasarkan hasil persentase margin dan 47% berdasarkan hasil persentase bagian yang diterima petani. Saluran yang lebih efisien berdasarkan persentase margin dan persentase bagian yang diterima petani pada kedua saluran tersebut adalah saluran 1.

Kata Kunci: Saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, jeruk pamelu.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil buah tropis 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 peranannya 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. Salah satu jenis tanaman hortikultura yang sesuai di daerah beriklim tropis adalah jeruk besar (Pamelo), yang banyak dijumpai dan sudah cukup lama dibudidayakan di Kabupaten Bireuen. Salah satu sentra penghasil jeruk besar di Kabupaten Bireuen berada di Kecamatan Peusangan. Sentra produksi jeruk di Kecamatan Peusangan tersebar di beberapa desa salah satunya adalah Desa Pante

Lhong. Jeruk besar (pamelo) ini oleh masyarakat lokal dan umumnya di Aceh di kenal dengan nama *boh giri*.

Pamelo (*Citrus maxima*) atau jeruk besar merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang mendapat perhatian dari pemerintah untuk dikembangkan dan ditingkatkan produksinya karena memiliki prospek pemasaran yang baik dan dapat menjadi sumber perekonomian regional maupun nasional serta dapat membantu meningkatkan gizi masyarakat (Isaskar *dkk*, 2011:2).

Hal ini ditunjukkan berdasarkan peningkatan produksi jeruk pamelo nasional dari tahun 2010 sebesar 91.131 ton menjadi 141.288 ton pada tahun 2014 dengan pertumbuhan produksi sebesar 32,87 %. (BPS dan Dirjen Hortikultura, 2015).

Jeruk pamelo di Kecamatan Peusangan mempunyai khas dan keunggulan tersendiri sehingga nama jeruk pamelo di Kecamatan ini di kenal dengan nama *Giri Matang*. Tanaman jeruk pamelo *giri matang* Bireuen merupakan tanaman yang

masuk dalam family Rutaceadan Ordo Rutales. Ketinggian tanaman ini berkisar antara 4 - 15 meter. Sedangkan diameternya berkisar 15 - 45 cm. Tanaman jeruk Pamelo berasal dari biji yang umumnya memiliki duri yang panjangnya mencapai 3 cm namun duri akan hilang setelah tanaman menjadi dewasa, sedangkan yang berasal dari pembiakan vegetatif tidak memiliki duri. Hal ini terjadi karena bagian tanaman yang digunakan untuk perbanyakan vegetatif berasal dari tanaman yang sudah dewasa.

Jeruk pamelo Giri Matang Bireuen memiliki keunggulan berbuah sepanjang tahun, mempunyai cita rasa yang khas, daging buah berwarna merah jambu dan putih, dengan rasa yang sangat manis, daya simpan lama, beradaptasi dengan baik didataran rendah, bentuk buah bulat gepeng yang diameternya 10-30 cm dengan biji berukuran sedikit besar dan bersifat mono embrionik dimana dari satu biji hanya keluar satu tunas. Selain ukurannya yang relatif besar dibandingkan dengan spesies lainnya, buah memiliki kulit yang relatif tebal. Kulit buah masak

berwarna hijau kekuningan dan mudah dikupas. Tiap tangkai jeruk besar menghasilkan satu buah (Annonimus, 2014).

Kecamatan Peusangan merupakan salah satu daerah sentra produksi jeruk pamelo di Kabupaten Bireuen. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan peternakan Kabupaten Bireuen tahun 2015 (lampiran 4), dapat diketahui bahwa pada tahun 2014 produksi terbesar jeruk pamelo terdapat di Kecamatan Peusangan dengan produksi sebanyak 2861,30 ton. Dan yang kedua produksi terbesar jeruk pamelo terdapat di Kecamatan Peusangan Siblah Krueng dengan produksi sebanyak 2664,50 ton.

Sebagai sentra produksi jeruk dan sebagai komoditas unggulan, aspek pemasaran sangat penting dalam memasarkan hasil pertanian. Bila mekanisme pemasaran baik, maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan. Kemampuan dalam memasarkan barang yang dihasilkan akan dapat menambah aset dalam upaya peningkatan dan pengembangan usahatani. Pemasaran hasil produksi suatu usahatani dalam memperoleh keuntungan yan

maksimal akan tergantung dari pola distribusi atau saluran pemasaran. Sebuah usahatani yang produktifitasnya bagus akan gagal jika pemasarannya tidak baik.

Salah satu aspek pemasaran yang perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen adalah efisiensi pemasaran, karena melalui efisiensi pemasaran selain terlihat perbedaan harga yang diterima petani sampai barang tersebut dibayar oleh konsumen akhir, juga kebanyakan pendapatan yang diterima petani maupun lembaga pemasaran yang terlibat dalam aktivitas pemasaran. Pemasaran produk pertanian cenderung kurang efisien, karena biasanya mempunyai rantai pemasaran yang panjang. Rantai pemasaran yang panjang cenderung mempengaruhi kualitas produk, besarnya margin pemasaran dan harga baik di tingkat petani maupun tingkat konsumen (Koyyim, 2017:4).

Menurut Soekartawi (2010:87) lembaga pemasaran khususnya di negara berkembang, yang dicirikan oleh lemahnya pemasaran hasil

pertanian atau lemahnya kompetisi pasar yang sempurna, akan menentukan mekanisme pasar. Barang pertanian umumnya dicirikan oleh sifat diproduksi musiman; selalu segar (*freshable*)\ mudah rusak; jumlahnya banyak tetapi nilainya relatif sedikit dan spesifik (tidak dapat diproduksi di semua tempat), maka ciri ini akan mempengaruhi mekanisme pemasaran. Oleh karena itu sering terjadi harga produksi pertanian yang dipasarkan menjadi berfluktuasi secara tajam. Maka yang sering dirugikan adalah di pihak petani atau produsen.

Pola pemasaran jeruk di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan berawal dari petani sampai konsumen. Panjangnya saluran pemasaran yang harus dilalui, mengakibatkan pemasaran jeruk menjadi kurang efisien. Sampai saat ini saluran distribusi jeruk di Desa Pante Lhong sering kali menjumpai beberapa kendala dalam memasarkan jeruk, diantaranya mencakup pola saluran pemasaran yang digunakan, besar biaya pemasaran yang digunakan, besar margin pemasaran,

dan keuntungan yang diperoleh masing - masing lembaga pemasaran dalam budidaya jeruk. Hal ini sangat mempengaruhi terhadap jalannya proses pemasaran Jeruk di Desa Pante Lhong. Permasalahan inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jeruk Pamelu Giri Matang Di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen”.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti yaitu: Bagaimana tingkat efisiensi saluran pemasaran Jeruk Pamelu di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen?

Sesuai dengan permasalahan yang telah dikemukakan di atas maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran Jeruk Pamelu di Desa Pantee Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penarikan sampel ditentukan berdasarkan metode *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. data primer diperoleh langsung dari subyek penelitian dimana data diperoleh melalui daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah dipersiapkan. Kuisisioner dibacakan oleh peneliti, sehingga responden akan mudah mengerti dengan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini berupa : harga beli jeruk pamelu, harga jual jeruk pamelu dan biaya pemasaran jeruk pamelu.

Populasi dalam penelitian ini adalah Petani dan pedagang jeruk pamelu Giri Matang di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen berjumlah 100 orang. Penarikan sampel dilakukan kepada dua kelompok responden yaitu petani dan pedagang. Jumlah sampel petani responden adalah 15 orang. Pedagang yang diambil sebagai sampel terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul, 5 orang

pedagang pengecer pinggir jalan, dan 2 orang pedagang pengecer keliling.

Analisis data menggunakan metode analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan saluran pemasaran. Sedangkan untuk analisis kuantitatif untuk menganalisis biaya pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Untuk menganalisis biaya pemasaran digunakan rumus sebagai berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn$$

(Rahim dan Hastuti, 2008).

Keterangan :

- Bp : Biaya pemasaran jeruk
- Bp1, Bp2...Bpn : Biaya pemasaran tiap - tiap lembaga pemasaran jeruk

Untuk menganalisis margin pemasaran secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Mp = Pr - Pf \dots\dots\dots (Swastha, 2006).$$

Keterangan :

- Mp: Margin pemasaran jeruk (Rp/buah)
- Pr : Harga jeruk di tingkat konsumen (Rp/ buah)
- Pf : Harga jeruk di tingkat produsen

(Rp/ buah)

Efisiensi pemasaran dari saluran pemasaran jeruk dapat dianalisis dengan nilai persentase margin pemasaran dan persentase bagian yang diterima produsen. Persentase margin pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran digunakan rumus :

$$Mp = \frac{Pr - Pf}{Pr} \times 100\%$$

.....(Swastha, 2006).

Keterangan :

- Mp : Margin pemasaran jeruk (%)
- Pr : Harga jeruk di tingkat konsumen
- Pf : Harga jeruk di tingkat produsen

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran secara ekonomis dilakukan analisis margin pemasaran dan memperhitungkan bagian yang diterima oleh petani (*farmer's share*).

Dapat dihitung dengan rumus:

$$F = \left(1 - \frac{Mp}{Pr} \right) \times 100\%$$

.....(Swastha, 2006).

Keterangan:

- F : Bagian yang diterima petani jeruk (%)
- Mp : Margin Pemasaran jeruk
- Pr: Harga jeruk di tingkat konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh data deskripsi wilayah penelitian yaitu Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen mempunyai luas wilayah 1,18 km² atau 118 hektar dengan jumlah penduduk 1.300 jiwa yang terdiri dari 632 jiwa laki-laki dan 668 jiwa perempuan. Jumlah Kepala Keluarga di Desa Pante Lhong adalah 297 KK. Keuchik atau Kepala Desanya bernama Murizal Haryanto seorang putra daerah asli yang masa jabatan mulai pada 2018 s.d 2024.

Desa Pante Lhong adalah suatu desa yang berada di Daerah Aliran Sungai (DAS) Krueng Peusangan yang membuat lahan-lahan sangat subur karena ketersediaan air tanah yang cukup. Masyarakat Pantee Lhong umumnya bermata pencaharian sebagai penambang material Galian type C yang berada dalam sungai Krueng Peusangan. Disamping itu juga sebagian besar penduduk desa Pante Lhong adalah sebagai petani Jeruk Pamelu Giri Matang yang oleh masyarakat menyebutnya sebagai boh *giri bali*.

Desa Pante Lhong merupakan salah satu desa sentra produksi jeruk pamelu di Kabupaten Bireuen

Petani Jeruk Pamelu Giri Matang Di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen sudah melakukan budidaya jeruk sejak mereka tinggal menetap di Desa Pante Lhong yaitu berkisar antara 4 - 40 tahun. Tanaman Jeruk Pamelu ini ditanam di perkarangan rumah maupun di kebun. Status lahannya adalah milik sendiri. Budidaya Jeruk Pamelu Giri Matang bukanlah pekerjaan utama, melainkan sebagai pekerjaan di waktu senggang untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Selain budidaya jeruk pamelu petani juga membudidayakan jenis tanaman lainnya seperti tanaman muda buah-buahan dan sayur-sayuran. Luas lahan terbanyak yang di miliki petani untuk tanaman jeruk pamelu adalah 150 – 250 m² dan 550 – 700 m² sebanyak 4 orang. Jeruk Pamelu Giri Matang ini mempunyai keunggulan berbuah sepanjang tahun, dengan pola panen 3 – 4 bulan sekali. Rata-rata jumlah panen mencapai Rp

1.000.000 sampai Rp 1.500.00 per panen.

Responden yang tergolong pedagang terdiri dari 3 orang pedagang pengumpul, 5 orang pedagang pengecer pinggir jalan dan 2 orang pedagang pengecer keliling.

Pedagang yang membeli jeruk dari petani dan menjualnya kembali sebagian besar berusia 25 – 40 tahun dan umumnya mempunyai pengalaman berdagang 1- 3 tahun.

Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke lembaga pemasaran dan sampai kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran merupakan struktur unit organisasi dalam perusahaan atau luar perusahaan yang terdiri dari agen, pedagang besar, dan pengecer yang dilalui barang atau jasa saat di pasarkan (Sudiro, 2006:54). Secara khusus saluran pemasaran Jeruk Pamelu Giri Matang merupakan suatu jalur dalam memasarkan jeruk dari produsen kemudian melalui perantara sehingga sampai ke tangan masyarakat (konsumen).

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran

Jeruk Pamelu Giri Matang Di Desa Pante Lhong yaitu melalui 3 (tiga) tingkat saluran pemasaran yaitu: saluran tingkat 0 (petani – konsumen), saluran tingkat 1 (petani – pengecer – konsumen), dan saluran tingkat 2 (petani – pengumpul - pengecer – konsumen). Harga rata-rata pada saluran pemasaran 0 Jeruk Pamelu Giri Matang dari petani ke konsumen Rp 9.533,33 perbuah. Harga rata-rata pada saluran pemasaran 1 Jeruk Pamelu Giri Matang dari petani, pengecer ke konsumen Rp Rp 9.500 perbuah untuk harga di tingkat pengecer dan Rp 16.000 perbuah untuk harga di tingkat konsumen. Harga rata-rata pada saluran pemasaran 2 Jeruk Pamelu Giri Matang dari petani, pengumpul, pengecer ke konsumen Rp Rp 9.600 perbuah untuk harga di tingkat pengumpul, Rp 13.000 perbuah untuk harga di tingkat pengecer dan Rp 20.600 perbuah untuk harga di tingkat konsumen.

Dalam proses pemasaran, tentu perlu mengeluarkan biaya-biaya. Menurut Soekartawi (2006:65) biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan

pemasaran. Biaya pemasaran meliputi biaya angkut, biaya pengeringan, penyusutan, retribusi dan lainnya. Besarnya biaya ini berbeda satu sama lain disebabkan karena macam komoditi, lokasi pemasaran dan macam lembaga pemasaran dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Khususnya dalam pemasaran Jeruk Pameló Giri Matang Di Desa Pante Lhoeng Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen, biaya pemasaran mencakup sejumlah pengeluaran yang dilakukan untuk keperluan yang berhubungan dengan penjualan jeruk pameló dari produsen sampai kepada konsumen akhir.

Adapun rincian biaya pemasaran Jeruk Pameló Giri Matang Di Desa Pante Lhoeng Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen terbagi 2 (dua) yaitu biaya pemasaran pada saluran 1 dan biaya pemasaran pada saluran 2. Pada saluran pemasaran tingkat 0 tidak ada rincian biaya karena konsumen dapat mengkonsumsi Jeruk Pameló Giri Matang langsung dari petaninya. Biaya pemasaran Jeruk Pameló Giri Matang di Desa Pante Lhong

Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen pada saluran 1 dikeluarkan oleh pedagang pengecer, dikarekan pedagang pengecer mengambil langsung jeruk pameló pada petani. Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer pada saluran 1 ini yaitu untuk biaya transportasi dan pengemasan dengan total biaya sebesar Rp 600/buah atau 3,75% dari total harga rata-rata beli konsumen.

Adapun biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul pada saluran 2 yaitu untuk biaya transportasi, pengemasan, tenaga kerja dan biaya penyusutan dengan total biaya sebesar Rp 1.400/buah atau 6,80% dari total harga rata-rata beli konsumen. Dan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer yaitu biaya transportasi, pengemasan, dan biaya penyusutan dengan total biaya Rp 800/buah atau 3,88% dari total harga rata-rata beli konsumen.

Saluran pemasaran ditinjau sebagai satu kelompok atau satu tim operasi, maka margin dapat dinyatakan sebagai suatu

pembayaran yang diberikan kepada mereka atas jasa-jasanya. Menurut Manggopa (2013) Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Adapun rincian marjin pemasaran Jeruk Pamelon Giri Matang Di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dari masing-masing saluran yaitu untuk saluran 1 sebesar Rp 6.500/buah.. Sedangkan untuk saluran 2 adalah sebesar Rp 11.000/buah.

Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase marjin pemasaran dan bagian yang diterima oleh produsen. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui bahwa pemasaran dianggap efisien secara ekonomis yaitu apabila tiap-tiap saluran pemasaran mempunyai nilai marjin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi (Darmawanti, 2005). Pada Pemasaran Jeruk Pamelon Giri Matang Di Desa Pante Lhoeng Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen saluran 1 diperoleh nilai presentase marjin 40,63% dan Presentase bagian yang diterima oleh

petani 59,38%. Sedangkan pada saluran 2 diperoleh nilai presentase marjin 53,40% dan Presentase bagian yang diterima oleh petani 47%.

Berdasarkan hasil perhitungan presentase marjin pemasaran dan presentase bagian yang diterima petani Jeruk Pamelon Giri Matang Di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dapat disimpulkan bahwa kedua saluran pemasaran tidak memenuhi kriteria efisien yaitu jika $F > 60\% - 100\%$. Dari kedua saluran pemasaran tersebut yang paling efisien dalam memasarkan Jeruk Pamelon Giri Matang Di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah menggunakan saluran 1 yaitu petani → pedagang pengecer → konsumen akhir. Hal ini dikarenakan nilai presentase marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran 1 bernilai lebih rendah dibandingkan yang diperoleh lembaga pemasaran pada saluran 2 yaitu $40,63\% < 53,40\%$, dan nilai presentase bagian yang diterima petani Jeruk Pamelon Giri Matang Di Desa Pante Lhong

Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen pada saluran 1 bernilai lebih tinggi dibandingkan yang diperoleh bagian yang diterima petani pada saluran 2 yaitu sebesar $59,38\% > 47\%$.

KESIMPULAN

Tingkat efisiensi saluran pemasaran Jeruk Pamelon di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen adalah $40,63\%$ berdasarkan hasil persentase margin dan $59,38\%$ berdasarkan hasil persentase bagian yang diterima petani pada saluran 1. Dan $53,40\%$ berdasarkan hasil persentase margin dan 47% berdasarkan hasil persentase bagian yang diterima petani pada saluran 2. Saluran yang lebih efisien berdasarkan persentase margin dan persentase bagian yang diterima petani pada kedua saluran tersebut adalah saluran 1.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka yang menjadi saran penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada petani Jeruk Pamelon di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen agar memperluas wilayah pemasaran dengan menjalin kerja sama yang baik dengan para agen sehingga proses pemasaran berjalan efektif dan efisien.
2. Diharapkan agar petani lebih aktif dalam mencari informasi pasar khususnya harga Jeruk Pamelon, baik di tingkat pedagang pengumpul maupun pedagang pengecer sehingga petani dapat membandingkan lembaga-lembaga pemasaran mana yang dapat memberikan keuntungan yang paling besar bagi petani.
3. Diharapkan kepada petani Jeruk Pamelon di Desa Pante Lhong Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen agar tetap mempertahankan kualitas dan kuantitas jeruk pamelon gurih matang yang dihasilkan sehingga mudah untuk dipasarkan.

4. Diharapkan kepada lembaga pemasaran dalam pembelian dan penjualan Jeruk Pamelon Giri Matang tidak menimbulkan kerugian terhadap petani maupun masyarakat (konsumen).

DAFTAR RUJUKAN

- Anonim, 2014. Pedoman Teknis Sertifikasi Indikasi Geografis Pamelon Giri Matang Bireuen. Dinas Pertanian Tanaman Pangan Aceh, Banda Aceh BAPPEDA Provinsi Aceh, 2006. Peta Jenis Tanah Provinsi Aceh. Banda Aceh.
- BPS dan Dirjen Hortikultura. 2015. *Produksi Buah-Buahan di Indonesia Tahun 2010-2014*. Kementerian Pertanian RI. Jakarta.
- Isaskar, R., Syafrial dan Nugraha, T. W. 2011. *Efisiensi Pemasaran Jeruk Pamelon Dalam Wilayah Magetan (Citrus Grandis L. Osbek)*. Jurnal Habitat. Volume XXII.No.1.(Online), (<https://habitat.ub.ac.id/index.php/habitat/article/view/167>) diakses 1 mei 2019
- Koyyim, Muhammad (2017) *Analisis Saluran Pemasaran Jeruk Keprok Di Desa Yosowilangun Kecamatan Yosowilangun Kabupaten Lumajang*. University Of Muhammadiyah Malang. (Online), (<http://eprints.umm.ac.id/35347/>), diakses 1 mei 2019
- Manggopa, 2013. *Efisiensi Pemasaran Nanas di Desa Lobong Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolang Mongondow*. Jurnal. Jurusan Agribisnis Fakultas Ilmu-Ilmu Pertanian Universitas Negeri Gorontalo 2013. <https://docplayer.info/31776685-Jurnal-efisiensi-pemasaran-nanas-di-desa-lobong->

- kecamatan-passi-barat-kabupaten-bolaang-mongondow-chrisandi-jordan-manggopa.html).
Di akses 31 juli 2019
- Rahim A, Hastuti DRD. 2008. Pengantar, Teori dan Kasus Ekonomika Pertanian. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Soekartawi 2006. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka Harapan, Jakarta
- Soekartawi. 2010. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi)*. PT Raj a Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiro, 2006. *Marketing perusahaan*. Erlangga, Jakarta
- Sugiyono, 2009. *Metode penelitian kualitatif kuantitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung
- Swastha, B. 2006. *Konsep dan Strategi Analisa Kuantitatif Saluran Pemasaran*. BPFE. Yogyakarta.
- Swastha, B. 2006. *Pengantar Manajemen Pemasaran, Cetakan Pertama*, UST Press, Yogyakarta