

**SUSTAINABILITY SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA
AGRIBISNIS JERUK UNGGULAN DALAM RANGKA PENINGKATAN
DAYASAING PASCA LARANGAN IMPOR BUAH**
(Sustainability Supply Chain Management of Orange Agribusiness for the
Increasing Competitiveness after Fruit Import Restriction)

Anna Fariyanti, Yusalina, Tintin Sarianti, Feryanto
Dep. Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB

ABSTRAK

Jeruk merupakan salah satu buah yang mengalami neraca perdagangan defisit. Nilai ekspor jeruk Indonesia lebih rendah dibandingkan impor jeruk. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi penerapan *sustainability supply chain management* (SSCM) pada jeruk unggulan, menganalisis kinerja *supply chain* pada setiap pelaku dalam jeruk unggulan dan merekomendasikan model kebijakan pengembangan SSCM jeruk unggulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam rantai pasok jeruk yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, distributor, kelompok tani, instansi terkait (paguyuban penangkar bibit jeruk, PKHT IPB, Balitjestro, dan BBH Cisarupan Garut). Penerapan SSCM jeruk di kabupaten Garut berjalan tanpa memperhatikan aspek-aspek dalam SSCM seperti perencanaan produksi, distribusi jeruk dan keberlanjutan. Hasil analisis kinerja SCM menunjukkan pelaku rantai pasok yang memperoleh marjin terbesar dari keempat saluran pemasaran yaitu kelompok tani dan *farmer's share* terbesar diperoleh pada saluran pemasaran I (petani–pedagang pengumpul–pengecce–konsumen akhir), sedangkan nilai terkecil adalah pada pemasaran jeruk pada saluran III (petani–pedagang pengecer–konsumen akhir).

Kata kunci: Jeruk, pemasaran, *sustainability supply chain management*.

ABSTRACT

Orange has the deficit balance of trade. The export value of Indonesian orange is lower than import value. The objective of this study are to identify the application of sustainability supply chain management (SSCM) of orange, to analyze the performance of supply chain of orange and to recommend the policy SSCM on orange agribusiness. The parties involved in the supply chain are farmers, traders, retailers, distributor, farmers' groups, agencies (breeder associations, PKHT IPB, Balitjestro, and BBH Cisarupan Garut). The application of SSCM of orange in Garut had run without taking into account aspects such as production planning in SSCM, distribution and sustainability. The margin for farmer group is the largest and farmer's share of the marketing channel I (farmer–traders–retailer–consumer) is the largest but the marketing channel III (farmer–traders retailer–consumer) is the smallest .

Keywords : Orange, marketing, sustainability supply chain management.