

**SALURAN PEMASARAN PEPAYA CALIFORNIA DI DESA SIBANG KAJA,
KECAMATAN ABIANSEMAL, KABUPATEN BADUNG BALI.**

Katharina Kaka Ndaha S.P

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Dan Bisnis Universitas Dwijendra

Email : katharinakaka610@gmail.com

Abstrak

Sebagai negara tropis, Indonesia memiliki beraneka ragam buah-buahan di seluruh Nusantara. Salah satunya adalah buah pepaya. Bisa dikatakan, hampir seluruh masyarakat mengenal dan menyukai buah yang satu ini. Pepaya California merupakan salah satu komoditas buah yang memiliki banyak fungsi dan manfaat. Sebagai buah segar, pepaya California banyak dikonsumsi selain mengandung nutrisi yang baik, harganya juga relatif terjangkau dibanding buah lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran pepaya di Desa Sibang Kaja, Kecamatan AbianSemal, Kabupaten Badung, untuk mengetahui margin pemasaran pepaya California di Desa sibang kaja, kecamatan Ambiansemal, dan untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi oleh Pemasaran petani pepaya di Desa Sibang Kaja, Kecamatan AbianSemal, Kabupaten Badung.

Penelitian ini dilaksanakan di berlokasi Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abian Semal Kabupaten Badung Bali. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). Atas dasar pertimbangan bahwa Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung Bali Sangat potensial untuk pemasaran pepaya. populasi dari penelitian ini berjumlah 60 orang, sedangkan sampel yang dipilih 25 orang. saluran pemasaran I petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Pada saluran II petani menjual langsung ke konsumen. Harga pepaya ditingkat petani pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.000/Kg, harga di pedagang pengepul sebesar Rp 7.000/Kg, harga jual di pedagang pengecer sebesar Rp 8.000/Kg. total margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 3.000/Kg. pada saluran pemasaran II harga jual pepaya ke konsumen Rp 4.000/Kg.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, Pepaya California

Abstract

As a tropical country, Indonesia has a wide variety of fruits throughout the archipelago. One of them is papaya. Almost all people know and like this fruit. California papaya is a fruit commodity that has many functions and benefits. As a fresh fruit, California papaya is widely consumed in addition to containing good nutrition, the price is also relatively affordable compared to other fruits. The aims of this study were to determine the marketing channel for papaya in Sibang Kaja Village, AbianSemal District, Badung Regency, to determine the marketing margins for California papaya in Sibang Kaja Village, Abian semal District, and to determine the constraints faced by papaya farmer marketing in Sibang Kaja Village, Abian Semal District, Badung Regency.

This research was conducted in Sibang Kaja Village, Abian Semal District, Badung Regency, Bali which was selected by using purposive sampling because in this village has great potential for papaya marketing. The population of this study was 60 farmers, while the sample chosen was 25 people. Marketing channels I: farmers, collectors, retailers, consumers. In channel II, farmers sell directly to consumers. The price of papaya at the farmer level in marketing channel I is IDR 5,000/kg, the price at collectors is IDR 7,000/kg, the selling price at retailers is IDR 8,000/kg. total marketing margin on marketing channel I is IDR 3,000/kg. on marketing channel II, the selling price of papaya to consumers is IDR 4,000/kg.

Keywords: Marketing Channel, Papaya California

1 PENDAHULUAN

Sebagai negara tropis, Indonesia memiliki beraneka ragam buah-buahan di seluruh Nusantara. Salah satunya adalah buah pepaya. Bisa dikatakan, hampir seluruh masyarakat mengenal dan menyukai buah yang satu ini. Pepaya California merupakan salah satu komoditas buah yang memiliki banyak fungsi dan manfaat. Sebagai buah segar, pepaya California banyak dikonsumsi selain mengandung nutrisi yang baik, harganya juga relatif terjangkau dibanding buah lainnya (Sujiprihati dan Suketi, 2009). Pepaya merupakan tanaman yang cukup banyak dibudidayakan di Indonesia. Kegunaan tanaman pepaya cukup beragam dan

hampir semua bagian tanaman pepaya dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan. Selain bernilai ekonomi tinggi, tanaman pepaya juga mencukupi kebutuhan gizi (Warisno, 2003). Pepaya (*Californica*) adalah salah satu jenis tanaman buah-buahan yang daerah penyebarannya berada di daerah tropis. Buah pepaya tergolong buah yang populer dan umumnya digemari oleh sebagian besar penduduk dunia. Hal ini disebabkan karena daging buahnya yang lunak dengan warna merah atau kuning, rasanya manis dan menyegarkan serta banyak mengandung air.

Tanaman pepaya merupakan tanaman tahunan sehingga buah ini dapat tersedia setiap saat (Barus, 2008). Semua bagian tanaman pepaya mengandung getah. Daunnya tersusun secara spiral melingkari batang, lembaran daun bercelah-celah 2 menjari, bertangkai panjang, berkelompok pada pucuk kanopi. Daun yang telah tua akan menguning dan gugur meninggalkan bekas pada batangnya. Batang urus, berongga di dalam, lunak, tidak bercabang. Pepaya merupakan buah yang mempunyai nilai nutrisi, dapat dimanfaatkan dalam bentuk buah segar dan produk hasil olahan. salah satunya adalah sentra budidaya buah pepaya di desa sibang kaja, kecamatan abian semal, kabupaten badung bali. pepaya telah lama dibudidayakan sehingga tidak sedikit masyarakat setempat menjadikannya sebagai mata pencaharian. Buah pepaya merupakan sebagian dari beberapa jenis buah yang dihasilkan dari Kabupaten Badung. Kabupaten Badung adalah salah satu wilayah provinsi Bali yang memiliki potensi dalam pengembangann sektor pertanian dan peternakan.

Banyak mengandung vitamin, dapat dijadikan olahan sayur (baik daun, bunga, ataupun buahnya). (Sankat dan Maharaj, 1997). Iklim tropis yang dimiliki Indonesia berpeluang besar untuk pengembangan budidaya pepaya. Budidaya pepaya relatif mudah karena tanaman pepaya dapat dibudidayakan hampir diseluruh wilayah Indonesia. Produksi buah pepaya di Indonesia cenderung mengalami peningkatan dari tahun ketahun. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan usaha pengembangan produktivitas pepaya tiap tahunnya di Indonesia.

Perkembangan tanaman pepaya pada masyarakat di Desa Sibang Kaja, Kecamatan AbianSemal, Kabupaten Badung bali sejak tahun 2000 sampai sekarang. dengan luas lahan pertaniannya dalam pembagiannya untuk areal sayur non organik, 30 hektar, sedangkan untuk tanaman pepaya sekitar 1 hektar, Desa Sibang Kaja merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan AbianSemal, Kabupaten Badung. Memiliki sarana transportasi yang baik dan strategis. Selain alat transportasi yang baik, tanaman organik yang akan di pasarkan juga memiliki kualitas yang sangat baik dan luar biasa besarnya. Strategi pemasaran yang baik dan benar di harapkan mampu mengatasi kondisi pasar yang sangat cenderung berubah-ubah di setiap saat yang berbeda. Dalam pengelolaannya yang strategis, yang efektif maka, di harapkan petani organik dapat membantu dan mampu mengatasi dalam menghadapi persaingan 5 pasar. Dalam pemasaran juga merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan – kegiatan bisnis yang di tujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Stanton 2001)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini di laksanakan di berlokasi Desa Siabang Kaja, Kecamatan Abian Semal Kabupaten Badung Bali. Pemilihan lokasi penelitian ini di lakukan secara sengaja (*purvosive sampling*). Atas dasar

pertimbangan bahwa Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung Bali Sangat potensial untuk pemasaran pepaya. Penentuan Populasi Dan Sampel populasi adalah kumpulan individu dengan kualitas dan ciri ciri yang telah diterapkan. sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. populasi dari penilitin ini berjumlah 60 orang, sedangkan sampel yang di pilih 25 orang. Metode pengambilan sampel petani pepaya menggunakan metode sederhana *Random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara acak, dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama dipilih sebagai sampel. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya, dapat dibagi menjadi dua yaitu: Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati, dari dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari Responden atau petani sibang kaja melalui wawancara langsung dengan petani menggunakan kuisioner atau daftar pertanyaan yang telah disimpan. misalnya, karakteristik responden, produksi, biaya produksi harga jual petani, dan lain sebagainya dan Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi atau keterangan dari objek yang ditili tujuan mendukung penelitian ini. misalnya, kantor, hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian, buku-buku yang menunjang penelitian informasi yang didapatkan melalui media internet dan lain sebagainya.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sebagai berikut: Penelitian lapangan yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung dalam penelitian ini. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian adalah: Observasi, yaitu mengadakan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti dan wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab langsung kepada responden dalam hal ini petani pepaya di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abian Semal, Kabupaten Badung. Metode Analisis Data. Data Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran dan lembaga pemasaran pepaya dilakukan dengan analisis berdasarkan data primer yang bersumber dari informan. Untuk mengetahui pola saluran pemasaran pepaya di Desa Sibang Kaja, kecamatan Abian Semal, Kabupaten Badung. dilakukan dengan cara mengikut aliran produksi pepaya dari petani. sampai pembeli akhir. untuk mengetahui efisiensi pemasar pepaya dianalisis dengan pendekatan analisis margin pemasaran dan farmer's share (sudiyono, 2002). margin pemasaran Margin pemasaran merupakan selisih harga di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen. Untuk menghitung margin dari setiap pemasaran digunakan:

M_p = margin pemasaran (Rp/kg) P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg) P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/kg) B_p = Biaya pemasaran (Rp/kg) K_p = keuntungan pemasaran (Rp/kg) farmer Share Analisis farmer's share bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh petani dari harga di tingkat konsumen yang dinyatakan dalam persentase (%). farmer share diformulasikan sebagai berikut:
$$F_s = \frac{p_f}{p_r} \times 100\%$$
 Keterangan: F_s = Farmer's share P_f = Harga di tingkat produsen/petani (Rp/kg) P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

3 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Daerah Penelitian

Desa Sibang kaja merupakan salah satu desa di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung Bali

Secara geografis yang dibatasi wilayah sebagai berikut : Sebelah Timur berbatasan dengan desa sibang gede, Sebelah Barat berbatasan dengan taman wisata gerih, Sebelah Utara berbatasan dengan green village bali dan Sebelah Selatan berbatasan dengan green school bali

Karateristik Responden

Dalam penelitian ini Karateristik atau identitas responden yang dibahas dalam penelitian meliputi umur, tingkat Pendidikan, jumlah anggota keluarga dan pengalaman Bertani.

Umur Petani

Umur sangat berpengaruh terhadap produktivitas tenaga kerja hal ini petani papaya California di Desa Sibangkaja ,kecamatan Ambiansemal .sampai dengan umur tertentu makin bertambah umur seseorang biasanya kemampuan fisik akan semakin bertambah,sehingga produktivitas orang tersebut juga bertambah.setelah lewat umur tersebut,semakin bertambahnya umur seseorang kemapuan fisiknya akan melemah, sehingga produktivitasnya menurun. Dari orang petani responden yang diwawancarai diperoleh hasil bahwa umur responden petani sampel dalam penelitian ini berkisar antara 15-64 tahun, umur merupakan faktor utama bagi petani dalam mengolah usaha taninya. Umur poduktif adalah 30-50 tahun, umur ini menunjukan bahwa secara umue responden petani papaya California di Desa sibangkaja kecamatan Ambiansemal Kabupaten Badung Bali berada di dalam golongan usia produktif,sehingga perpengaruh terhadap produktivitas usaha tani papaya California yang di usahakan.distribusi petani responden berdasarkan kelompok umur di Desa sibangkaja kecamatan ambiansemal badung bali secara ekonomis belum dapat memberikan hasil maksimal. Umur 65 tahun keatas merupakan usia lanjut dimana fisik para pekerja mulai lemah. Untuk mengetahui karateristik umur petani sampel dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Karateristik Petani Sampel Berdasarkan Kelompok Umur

No	Karateristik Responden Kelompk Umur	Jumlah Orang	Presesntase(%)
1	<30	5	20
2	30-50	16	64
3	>50	4	16
	Jumlah	25	100

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan tabel diatas terlihat umur petani responden berada dalam usia produktif yaitu umur 30 – 50 tahun. Jumlah petani dengan kelompok umur <30 sebanyak 5 orang petani atau 20%, umur 30 – 50 tahun sebanyak 16 petani atau 64%, umur . >50 sebanyak 4 petani atau 16%.

Tingkat Pendidikan Petani

Pendidikan merupakan salah satu factor yang penting dalam pengembanga sumber daya manusia .pendidikan tidak saja menambah pengetahuan,akan tetapi juga mampu meningkatkan keterampilan bejerja dengan demikian produktivitas tenaga kerja diharapkan akan pertambah.selain itu Pendidikan juga berpengaruh terhadap mobilitas,rasionalitas,kemampuan menerima inovasi dan lain-lain.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Petani di Desa Sibang kaja,kecamatan Ambiansemal ,kabupaten badung bali.

No	Tingkat Pendidikan	Petani	
		Orang	Persen %
1.	SD	6	24
2.	SMP	7	28
3.	SMA	10	40
4.	Perguruan Tinggi	2	8
Jumlah		25	100

Sumber : Diolah dari data primer 2023

Berdasarkan pada tabel diatas terhadap 25 petani sampel mengatakan bahwa jumlah petani dengan tingkat Pendidikan yang paling banyak ditingkat SMA sebanyak 10 petani atau 40%, menyusul tingkat Pendidikan SMP sebanyak 7 petani atau 28%, tingkat pendidikan SMP sebanyak 6 petani atau 24%, perguruan tinggi sebanyak 2 petani atau 8%. Tingkat Pendidikan paling sedikit berada pada perguruan tinggi.

Jumlah Anggota Keluarga Petani Sampel

Jumlah Tanggungan keluarga dapat berpengaruh pada tingkat kerja seseorang, semakin banyak tanggungan keluarganya, semakin semangat mendorong dirinya untuk bekerja. Untuk mengetahui jumlah tanggungan keluarga petani sampel dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Jumlah Tanggungan Keluarga Petani Sampel di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Ambiansental, Kabupaten Badung Bali.

No	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah	Presentasi %
1.	1 – 2	8	32
2.	3 – 4	12	48
3.	5 – 6	5	20
Jumlah		25	100

Sumber: Diolah dari data primer 2023

Berdasarkan tabel diatas jumlah tanggungan keluarga petani sampel yang terbanyak dengan jumlah tanggungan 5 – 6 sebanyak 5 petani sampel atau 20%, petani dengan jumlah tanggungan keluarga 3 – 4 orang sebanyak 12 petani atau 48%, petani dengan jumlah tanggungan 1 – 2 orang sebanyak 8 petani atau 32%.

Pengalaman Petani Sampel

Pengalaman adalah pengamatan yang merupakan kombinasi penelitian penciuman, pendengaran serta pengalaman masa lalu (saparwati 2012). Pengalaman mempunyai pengaruh dalam melakukan pemeliharaan lingkungan maupun Teknik budidaya tanaman, respon yang berpengalaman akan lebih cepat menerapkan teknologi dan pengetahuannya. Berikut pengalaman responden dalam mengguluti usahatani berdaasarkan lamanya bekerja.

Tabel 4 Pengalaman Petani di Desa Sibang Kaja

No	Pengalaman Tahun	Jumlah Petani	Presentans %
1.	5 – 10	5	20
2.	11 – 15	6	24
3.	16 – 20	12	48
4.	21 – 25	2	8
	Jumlah	25	100

Sumber : diolah dari data primer (2023)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa pengalaman petani sampel tertinggi yaitu 21 – 25 tahun sebanyak 2 petani atau 8%, pengalaman petani 16 – 20 tahun sebanyak 12 petani atau 48%, pengalaman petani 11 – 15 tahun sebanyak 6 petani atau 20%, pengalaman 5 – 10 tahun sebanyak 5 petani atau 20%. Pengalamn ppetani yang paling lama berada pada 21 – 25 tahun.

Saluran Pemasaran

Perusahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menyukseskan penyaluran barang dari tangan produsen atau petani sampai ke tangan konsumen. Penyaluran barang dari petani sampai ke konsumen, melibatkan berbagai Lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran merupakan Lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran, atau sebagai perantara penyaluran barang dari tangan produsen sampai ke konsumen.

Penjualan pepaya milik petani dilakukan dengan saluran pemasaran yang berbeda-beda setiap konsumennya. Salah satu syarat mutlak pembangunan pertanian adalah pasar untuk hasil usahatani . Hasil-hasil pertanian dipasarkan dengan harga yang cukup tinggi, guna membayar biaya-biaya yang di keluarkan sewaktu beruashatani. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan atau petani dalam menyalurkan produknya dari tangan produsen ke tangan konsumen. Keberhasilan usahatani ditentukan oleh baiknya saluran pemasaran dilewati oleh produk hingga ke tangan konsumen. penjualan papaya California miliki petani di lakukan dengan saluran pemasaran antara petani yang satu dengan yang lainnya. Saluran pemasaran dapat berbentuk yang sederhana atau melalui proses yang Panjang, dan ada juga memalu proses yang rumit atau saluran pemasaran yang Panjang. Hal initergantung pada komditi dan proses pasarnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa sibang kaja, Kecamatan ambiansemat Badung Bali di peroleh saluran pemasaran sebagai berikut:

Saluran Pemasaran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen

Saluran Pemasaran II Petani – Konsumen

Dilihat dari saluran pemasaran diatas ada dua saluran yang digunakan oleh petani di Desa Sinbang Kaja. Saluran pemasaran I terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen.pada saluran pemasaran I Petani menjual pepaya melalui pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir. Pedagang pengumpul mendatangi langung petani untuk mendapatkan pepaya. Proses transaksi dilakukan dirumah petani.

Pada Saluran Pemasaran II tidak ada Lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran ini. Pada saluran pemasaran II petani menjual langsung pepaya ke konsumen yang ada di Desa Sibang Kaja, dan petani membelinya sesuai dengan kebutuhan. Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran langsung, tanpa melibatkan Lembaga perantara. Proses transaksi pada saluran pemasaran II berlangsung pada rumah petani.

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan selisih harga antara yang diterima petani beras merah dengan harga yang dibayarkan konsumen. Menurut Sumarni dan Suprihanto (2000) harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Marjin pemasaran juga diartikan sebagai perbedaan harga beli dengan harga jual. Penetapan harga beras merah yang diberikan pedagang kepada petani disesuaikan dengan kondisi pasar. Untuk mengetahui marjin dalam memasarkan pepaya di sibang Kaja dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Marjin Pemasaran Pepaya di Sibang Kaja Desa Sibang Kaja Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung.

Saluran Pemasaran	Lembaga Pemasaran	Harga beli (Rp/Kg)	Harga jual (Rp/Kg)	Total Marjin (Rp)
I	-Petani	-	5.000	
	-Pengumpul	5.000	7.000	2.000
	-Pengecer	7.000	8.000	1.000
	-Konsumen	8.000	-	
	Total			3.000
II	-Petani	-	4.000	-
	-Konsumen	4.000	-	-

Sumber: Diolah dari data primer (2023)

Pada saluran I petani menjual pepaya ke pedagang pengumpul, Pedagang pengumpul mendatangi langsung petani. Dalam hal ini juga petani berlangganan dengan pedagang pengumpul. Petani menjual pepaya ke pedagang pengumpul dengan harga Rp 5.000/Kg. Kemudian pedagang pengumpul menjual pepaya ke pedagang pengecer dengan harga Rp 7.000/Kg dan mendatangi langsung rumah pedagang pengecer. Pedagang pengecer menjual langsung ke pasar atau konsumen akhir dengan harga Rp 8000 /Kg. Total Marjin pada saluran pemasaran I sebesar Rp 3000/Kg.

Pada saluran pemasaran II petani menjual langsung pepaya ke konsumen akhir dengan harga Rp 4.000/Kg. petani menjual pepaya di sekitaran Desa Sibang Kaja dan membelinya sesuai dengan kebutuhan.

Masing-masing Lembaga pemasaran (pedagang) yang terlibat dalam pemasaran Pepaya mengeluarkan biaya dan menarik keuntungan yang berbeda guna sehingga harga jual pepaya pada masing-masing penyalur atau pedagang berbeda-beda. Semakin tinggi biaya ataupun keuntungan yang ditarik oleh pedagang semakin besar margin pemasarannya. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan margin

pemasaran ditingkat lembaga pemasaran pada kedua saluran yang digunakan petani pepaya di Desa Sibang Kaja Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 Biaya, Marjin, Keuntungan saluran pemasaran I

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Market Share %
1.	Petani		
	a. Harga jual Pepaya	5.000	62,5
2.	Pedaganag Pengumpul		
	a.Harga Beli	5.000	
	c.Biaya Tenaga Kerja	100	1,42
	d.Biaya Transportasi	90	1,28
	e.Total Biaya pemasaran	190	
	f. Keuntungan	1.810	25,8
	g. Margin Pemasaran	2.000	
	h. Harga Jual	7.000	
3.	Pengecer		
	a. Harga Beli	7.000	
	b. Transportasi	120	1,5
	d. Total Biaya pemasaran	120	
	e. Keuntungan	880	11
	f. Margin	1.000	
	g. Harga Jual	8.000	
4.	Konsumen		
	Harga beli konsumen	8.000	100
	aTotal Marjin Pemasaran	3.000	37,5
	b Total Biaya Pemasaran	139	1,73
	c Total Keuntungan	2610	32,6

Sumber : Analisis Data primer 2023

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa Lembaga pemasaran yang terkait yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran pemasaran I Petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu biaya transportasi dan tenaga kerja. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah hanya biaya transportasi. Harga jual pepaya dari petani ke pengumpul sebesar Rp 5.000/Kg, kemudian pedagang pengumpul menjual

pepaya ke pedagang pengecer dengan harga Rp 7.000/Kg dan pedagang pengecer menjual pepaya ke konsumen dengan harga Rp 8.000/Kg. Marjin pemasaran di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 2.000/Kg, biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul dalam pemasaran pepaya sebesar Rp 190/Kg, dan keuntungan yang didapatkan pedagang pengumpul sebesar Rp 1810./Kg. keuntungan diperoleh dari marjin pemasaran dikurangi biaya pemasaran. Marjin pemasaran di tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 1.000/Kg. biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk menjual pepaya hanya biaya transportasi sebesar Rp 120/Kg. keuntungan yang didapatkan pedagang pengecer sebesar Rp 880/Kg, dimana marjin pemasaran di tingkat pengecer sebesar Rp 1.000/Kg. Total biaya pemasaran, keuntungan dan marjin pemasaran pada saluran I sebesar biaya pemasaran Rp 139/Kg, keuntungan Rp 2610/Kg dan marjin pemasaran Rp 3.000/Kg.

4 PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dapat diambil kesimpulan ada dua saluran yang digunakan oleh petani dalam menjual pepayanya, saluran pemasaran I ppetani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen. Pada saluran II petani menjual langsung ke konsumen. Harga pepaya ditingkat petani pada saluran pemasaran I sebesar Rp 5.000/Kg, harga di pedagang pengepul sebesar Rp 7.000/Kg, harga jual di pedagang pengecer sebesar Rp 8.000/Kg. total marjin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 3.000/Kg. pada saluran pemasaran II harga jual pepaya ke konsumen Rp 4.000/Kg.

Saran

berdasarkan penelitian dan pembahasan dapat disarankan petani lebih bijak dalam memilih saluran yang dapat menguntungkan dalam proses pemasarannya. dan Pemerintah daerah perlu memperhatikan lebih serius terhadap usahatani pepaya yang ada di Desa Biung Kaja.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, MP.1999. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Barus A. 2008. Agroteknologi Tanaman buah-buahan. Medan USU-Press.
- Febjislami, S., Suketi, K., & Yuniarti, R. (2018). Karakterisasi morfologi bunga, buah, dan kualitas buah tiga genotipe pepaya hibrida. *Buletin Agrohorti*, 6(1), 112-119.
- Febjislami, S., Suketi, K., & Yuniarti, R. (2018). Karakterisasi morfologi bunga, buah, dan kualitas buah tiga genotipe pepaya hibrida. *Buletin Agrohorti*, 6(1), 114.
- Kotler, Armstrong, 1997. Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan). Edisi 7e. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi, 2009. Akutansi Biaya. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Rukmana, R. (2012) Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Edisi millennium 2. Jakarta: Prenhallindo.. Seri Budi daya Pepaya. Yogyakarta: Kanisius
- Sankat, C.K. dan R. Maharaj. 1997. Papaya.p.167-189. In S.K. Mitra(Ed). Postharvest Physiology and Storage of Tropical and Subtropical Fruits. Cab. Internasional. USA.

- Stanton, William J. "Prinsip pemasaran." *Erlangga. Jakarta* (2001).
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sudiyono Armand Terbitan: Universitas Muhadiya Malang,(2002).
- Sujiprihati, S., dan Suketi, K. (2009). *Budidaya pepaya unggul*. Bogor: Penebar Swadaya
- Warisno. 2003. *Budidaya Pepaya*. Kanisius, Yogyakarta.
- Yoeti, Oka A. "Tours and travel Marketing." *Jakarta: Pradnya Paramita* (2003).