

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN PEPAYA MADU
(*CARICA PAPAYA. L*) DI KECAMATAN TAMPAN
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

OLEH

DEDI SAFIAH LAKSANA

154210223

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021**

**ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN PEPAYA MADU
(*CARICA PAPAYA. L*) DI KECAMATAN TAMPAN
KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

Nama : DEDI ISAFIAH LAKSANA

NPM : 154210223

Program Studi : AGRIBISNIS

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing

Sisca Vaulina, SP., M.P

**Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Islam Riau**

**Ketua Program Studi
Agribisnis**

Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, M.P

Sisca Vaulina, SP., MP

ABSTRAK

DEDI ISAFIAH (154210223). Analisis Usahatani Dan Pemasaran Pepaya Madu Di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Dibawah Bimbingan Ibu Siswa Vaulina. S.P., M.P

Kecamatan Tampan merupakan salah satu kecamatan penghasil pepaya madu di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui karakteristik petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, (2) mengetahui bagaimana teknis budidaya, penggunaan sarana produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan kotor, pendapatan bersih dan efisiensi usahatani, (3) mengetahui bagaimana lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilakukan dari bulan November 2019 sampai April 2020. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, sebanyak 20 petani, 2 pedagang pengumpul dan 9 pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan Rata-rata umur petani yaitu 50 tahun, tingkat pendidikan 10 tahun, pengalaman berusahatani 7 Tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. Umur pedagang pengumpul 45 tahun, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman berusaha 6 tahun dan tanggungan keluarga 2 jiwa, untuk umur pedagang pengecer 42 tahun, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman berusaha 6 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2 jiwa. Rata-rata luas lahan petani adalah seluas 8.800 M², rata-rata penggunaan faktor produksi per Hektar: benih 7 bungkus atau 250 gram, pupuk kandang 410 kg, pupuk KCl 140,50 kg, pupuk ZA 209,75 kg, pupuk TSP 140,50 kg, pestisida MSG 7 bungkus, supracide 3,90 Liter dan Furudan 4,75 bungkus. Penggunaan tenaga kerja sebanyak 34,94 HOK. Rata-rata produksi jagung pepaya madu per hektar adalah 9.755 Kg/Ha dengan total biaya usahatani Rp. 15,805,386 /ha. Penerimaan sebesar Rp. 33,975,000/Ha dan keuntungan sebesar Rp. 18,169,614.31 /Ha. RCR 2,15 artinya usaha pepaya madu sudah efisien dan layak untuk dikembangkan. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pepaya madu adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Tidak semua lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran secara keseluruhan. Fungsi pemasaran petani meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, fungsi pemasaran pedagang pengumpul dan pedagang pengecer meliputi : fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Saluran pemasaran pepaya madu terdiri dari 2 saluran. Saluran I: Petani – pedagang pengumpul - pedagang pengecer – konsumen. Saluran II: Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. Biaya pemasaran saluran I Rp. 238,89 dan saluran II Rp. 165.00/kg, total margin pemasaran saluran I Rp 1,406.11 dan saluran II Rp. 1.846,11/kg, keuntungan pemasaran saluran I Rp. 2.525,00 dan saluran II Rp. 2.011,11/kg. nilai efisiensi pemasaran Saluran pemasaran II sebesar 3,00 dan nilai efisiensi saluran pemasaran I 18,65, saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I, Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran I sebesar 57,92% dan pada pola pemasaran II sebesar 63,43%.

Kata Kunci : *Pepaya Madu, Usahatani, Pemasaran, Keuntungan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Analisis Usahatani dan Pemasaran Pepaya Madu (*Carica Papaya L*) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan moral dan materi, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Ibu Sisca Vaulina, SP., M.P yang telah banyak meluangkan waktu, pemikiran, maupun tenaga dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dekanat, Civitas Akademik dan Tata Usaha Fakultas Pertanian dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam persiapan hingga selesainya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil terbaik. Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, Mei 2020

Penulis

DAFTAR ISI

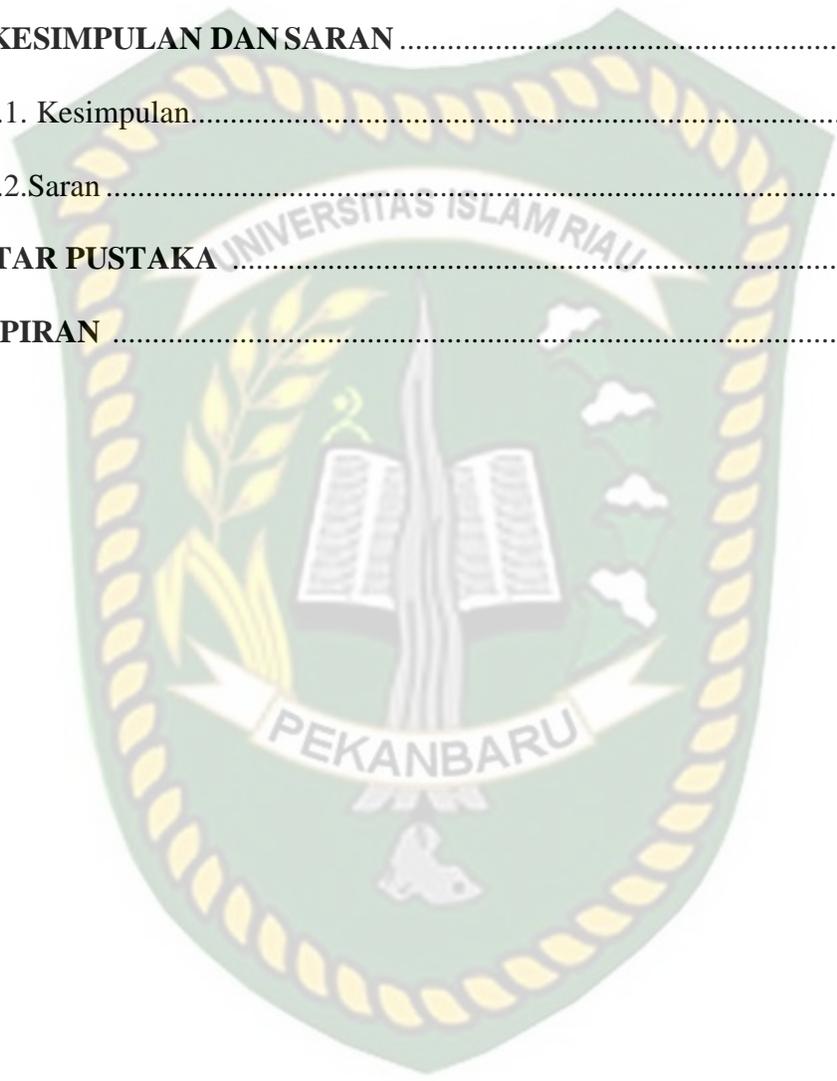
	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Pepaya (<i>Carica Papaya L</i>).....	7
2.1.1. Syarat Tumbuh Tanaman Pepaya Madu	9
2.1.2. Budidaya Tanaman Pepaya Madu.....	10
2.2. Karakteristik Petani.....	13
2.2.1. Umur	13
2.2.2. Tingkat Pendidikan	14
2.2.3. Pengalaman Usahatani	15
2.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga.....	15
2.3. Usahatani.....	16

2.3.1. Faktor Produksi	17
2.3.2. Biaya Produksi	18
2.3.3. Produksi	22
2.3.4. Harga.....	22
2.3.5. Pendapatan	22
2.3.6. Efisiensi.....	24
2.4. Pemasaran	25
2.4.1. Lembaga Pemasaran	26
2.4.2. Saluran Pemasaran	27
2.4.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran	28
2.4.4. Analisis Pemasaran	29
2.4.4.1. Biaya Pemasaran.....	29
2.4.4.2. Margin Pemasaran	30
2.4.4.3. Keuntungan Pemasaran.....	31
2.4.4.4. <i>Farmer's Share</i>	32
2.4.4.5. Efisiensi Pemasaran	33
2.5. Penelitian Terdahulu	34
2.6. Kerangka Berfikir	45
III. METODE PENELITIAN	47
3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian	47
3.2. Teknik Pengambilan Sampel	47
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4. Konsep Operasional.....	48

3.5. Analisis Data.....	52
3.5.1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer	53
3.5.2. Usahatani Pepaya.....	53
3.5.2.1. Biaya Produksi	53
3.5.2.2. Pendapatan	54
3.5.2.3. Efisiensi Usahatani	55
3.5.3. Pemasaran.....	56
3.5.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran	56
3.5.3.2. Fungsi Pemasaran	56
3.5.3.3. Biaya Pemasaran	57
3.5.3.4. Margin Pemasaran	58
3.5.3.5. Keuntungan Pemasaran	58
3.5.3.6. <i>Farmer's Share</i>	58
3.5.3.7. Efisiensi Pemasaran	59
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	60
4.1. Geografis dan Topografi	60
4.2. Keadaan Penduduk.....	62
4.3. Mata Pencaharian Penduduk	63
4.4. Keadaan Pertanian.....	65
4.5. Sarana dan Prasarana.....	67
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	69
5.1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer	69

5.1.1. Umur.....	69
5.1.2. Tingkat Pendidikan.....	71
5.1.3. Pengalaman Berusahatani.....	72
5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga	74
5.2. Usahatani Pepaya Madu	76
5.2.1. Faktor Produksi.....	76
5.2.1.1. Luas Lahan	77
5.2.1.2. Benih.....	77
5.2.1.3. Pupuk.....	79
5.2.1.4. Pestisida.....	80
5.2.1.5. Tenaga Kerja.....	81
5.2.2. Biaya Produksi.....	83
5.2.3. Produksi	85
5.2.4. Pendapatan Kotor	86
5.2.5. Pendapatan Bersih	86
5.2.6. Efisiensi Usahatani	86
5.3. Pemasaran Pepaya Madu	87
5.3.1. Lembaga Pemasaran	87
5.3.2. Saluran Pemasaran.....	88
5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran.....	89
5.3.4. Biaya Pemasaran.....	84

5.3.5. Margin Pemasaran	95
5.3.6. Keuntungan Pemasaran	96
5.3.7. Efisiensi Pemasaran	96
5.3.8. Farmer's Share.....	97
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	98
6.1. Kesimpulan.....	98
6.2.Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Pohon Pepaya Produktif dan Produksi Pepaya di Provinsi Riau Tahun 2017.....	2
2. Produksi Pepaya Berdasarkan Kecamatan di Kota Pekanbaru Tahun 2018.....	3
3. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.....	57
4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2017.....	62
5. Jumlah penduduk berdasarkan matapendaharian di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru 2017.....	64
6. Luas Panen dan Produksi Komoditi Bahan Pangan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2018.....	65
7. Produksi Tanaman Biofarmaka di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2018.....	66
8. Produksi Tanaman Buah di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2018.....	66
9. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2017.....	68
10. Karakteristik Petani Pepaya Madu Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tahun 2020.....	70
11. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Berdasarkan	

Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	71
12. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Menurut Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	73
13. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	75
14. Rata-Rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Pepaya Madu (Kg/Garapan) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020....	77
15. Rata-Rata Luas Lahan Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Ha).....	78
16. Rata-Rata Penggunaan Benih Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Bks)	79
17. Rata-Rata Penggunaan Pestisida Pada Usahatani Pepaya Madu (Ha) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	81
18. Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Pepaya Madu (HOK/Ha/Musim Panen) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	82
19. Rata-Rata Produksi Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Rp/Ha) Tahun 2020.....	84
20. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan.....	90
21. Analisis Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Kerangka Berfikir Penelitian.....	46
2. Bibit Pepaya Madu (Merah Delima)	78
3. Saluran Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru....	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	104
2. Distribusi Penggunaan Input Produksi Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	105
3. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Dalam Keluarga Pada Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	108
4. Distribusi Penggunaan Tenaga Kerja Luar Keluarga Pada Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	114
5. Distribusi Upah TKDK dan TKLK Usahatani Pepaya Madu per Hektar di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	120
6. Penggunaan Alat Pada Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.....	121
7. Distribusi Penggunaan Biaya Tetap Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Tahun 2020.....	128
8. Penggunaan Biaya Variabel Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Tahun 2020.....	129
9. Penggunaan Biaya Tetaap Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Tahun 2020.....	130
10. Produksi, Biaya Usahatani, Pendapatan dan RCR Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Tahun 2020.....	131
11. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul dan Pengecer Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Tahun 2020.....	132

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian merupakan sektor yang sangat penting karena sebagian besar penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian. Oleh karena itu pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap pembangunan sektor pertanian ini. Besarnya peranan sektor pertanian bukan saja dilihat dari kenyataan bahwa sebagian besar rakyat Indonesia hidup dari usaha pertanian, tapi juga sektor ini mampu memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan nasional.

Hortikultura adalah salah satu sumber pertumbuhan baru pertanian yang sangat diharapkan perannya dalam menunjang pembangunan ekonomi nasional. Pengembangan hortikultura dengan menggunakan teknologi maju dan dikelola secara professional akan membuka lapangan pekerjaan baru, meningkatkan pendapatan pengelola agribisnis, menambah penerimaan daerah dan devisa Negara. Pengembangan hortikultura juga merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan keberhasilan program diversifikasi produk pertanian yang pada akhirnya menambah pangsa pasar serta daya saing, sehingga dapat lebih menguntungkan bagi para pelaku agribisnis, termasuk pelaku agribisnis skala kecil dan menengah, serta pelaku agribisnis pada umumnya (Baharsjah, 1993).

Salah satu komoditi agribisnis yang bernilai ekonomi adalah tanaman pepaya (*Carica Papaya L*). Pepaya merupakan buah-buahan merupakan makanan yang banyak dikonsumsi masyarakat. Pemanfaatan pepaya tidak hanya sebatas buahnya,

tetapi juga daun dan bunga pepaya yang biasa dikonsumsi oleh masyarakat untuk sayur pendamping makanan atau lalap.

Pada tahun 2017 Kota Pekanbaru memiliki jumlah pohon pepaya yang produktif sebanyak 1.030.661 batang dengan produksi sebanyak 60.255 ton/ha. Untuk mengetahui jumlah pohon pepaya produktif dan produksi pepaya di Provinsi Riau disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 . Jumlah Pohon Pepaya Produktif dan Produksi Pepaya di Provinsi Riau Tahun 2017

No	Kabupaten	Jumlah Pohon (btg)	Produksi (Ton)	Produktivitas/btg
1	Kuantan Singingi	6.448	260	0,04
2	Indragiri Hulu	8.091	989	0,12
3	Indragiri Hilir	9.056	345	0,04
4	Pelalawan	3.812	205	0,05
5	Siak	17.019	2.338	0,14
6	Kampar	22.262	1.764	0,08
7	Rokan Hulu	11.997	662	0,06
8	Bengkalis	2.990	280	0,09
9	Rokan Hilir	2.920	161	0,06
10	Kepulauan Meranti	5.716	211	0,04
11	Pekanbaru	93.349	6.865	0,07
12	Dumai	25.936	1.086	0,04
Jumlah		209.596	15.166	

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa hampir seluruh daerah di Provinsi Riau mengusahakan tanaman buah pepaya. Jumlah pohon pepaya produktif terbanyak yaitu di Kota Pekanbaru dengan jumlah pohon sebanyak 93.349 batang pohon pepaya , jumlah produksi sebanyak 6.856 ton dengan produktivitas 0,07 ton/btg. Jumlah pohon pepaya produktif terendah berada di Kabupaten Rokan Hilir dengan jumlah

pohon sebanyak 2.920 batang dan produksi sebanyak 161 ton, dengan produktivitas sebanyak 0,06 ton/btg.

Kota Pekanbaru memiliki sepuluh kecamatan yang melakukan usahatani papaya antara lain adalah Kecamatan Tampan, Payung Sekaki, Bukit Raya, Tenayan Raya, Lima Puluh, Sail, Sukajadi, Senapelan, Rumbai dan Kecamatan Rumbai Pesisir. Untuk jumlah produksi papaya pada setiap kecamatan dapat dilihat pada Tabel 2 :

Tabel 2. Produksi Pepaya Berdasarkan Kecamatan di Kota Pekanbaru Tahun 2018.

No	Kecamatan	Produksi (Ton)
1	Tampan	42
2	Payung Sekaki	15,5
3	Bukit Raya	0,3
4	Marpoyan Damai	0
5	Tenayan Raya	84,6
6	Lima Puluh	8,4
7	Sail	1,0
8	Pekanbaru Kota	0
9	Sukajadi	6,6
10	Senapelan	0,6
11	Rumbai	32,4
12	Rumbai Pesisir	17,9
	Jumlah	8.671,5

Sumber : BPS Kota Pekanbaru, 2019

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan bahwa Kecamatan Rumbai merupakan kecamatan penghasil pepaya terbanyak di Kota Pekanbaru dengan produksi sebanyak 8.532,4 ton per tahun. Produksi terkecil adalah Kecamatan Bukit Raya sebanyak 0,3 ton per tahun. Sedangkan kecamatan Tampan memiliki produksi terbesar nomor 7 di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 42 ton.

Kecamatan Tampan, merupakan daerah yang cukup banyak membudidayakan tanaman pepaya (*Carica Papaya*). Para petani menanam berbagai jenis pepaya seperti, pepaya California, dan pepaya madu. Petani pepaya di Kota Pekanbaru Khususnya Kecamatan Tampan sudah cukup lama melakukan usahatani pepaya, hal ini dikarenakan usahatani pepaya madu memiliki peluang bisnis yang terbilang menguntungkan untuk diusahakan dengan harga jual pepaya madu yang mencapai Rp 8000/Kilogramnya. Hal tersebut yang mendorong petani melakukan budidaya tanaman pepaya.

Harga jual pepaya yang ditentukan oleh petani dan pedagang ini sering mengalami penurunan. Tidak jarang petani mendapat harga yang jauh di bawah harga standar, karena pepaya mereka dibeli oleh pedagang pengumpul dan terkadang dijual di warung-warung dan tetangga sekitar. Hal tersebut menyebabkan harga turun jauh dari harga yang ditetapkan selain itu, lahan yang digunakan petani adalah lahan milik orang bukan milik petani. Terkadang petani sulit memperoleh bibit terbaik untuk budidaya pepaya madu, hal ini yang menyebabkan petani melakukan pekerjaan lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya karena tidak cukup keuntungan yang diperoleh dalam budidaya pepaya untuk memenuhi segala kebutuhan.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Usahatani dan Pemasaran Pepaya Madu (*Carica Papaya. L*) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas adapun rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik petani pepaya, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
2. Bagaimana penggunaan sarana produksi (luas lahan, benih, tenaga kerja, pupuk, pestisida dan tenaga kerja), biaya produksi, produksi, pendapatan, keuntungan dan efisiensi usahatani pepaya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?
3. Bagaimana lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran buah pepaya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui karakteristik petani pepaya, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer pepaya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui penggunaan sarana produksi (luas lahan, benih, pupuk, pestisida dan tenaga kerja), biaya produksi, produksi, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usahatani pepaya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran buah pepaya di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagi petani sebagai acuan untuk melakukan usahatani agar lebih baik lagi dan pemasaran yang efisien untuk meningkatkan keuntungan.

2. Bagi peneliti sebagai sarana pembelajaran di masa sekarang dan yang akan datang untuk mengaplikasikan ilmu yang di dapat.
3. Bagi instansi pemerintah yang terkait, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pemikiran dalam membuat kebijakan dalam bidang pertanian mengenai usahatani dan pemasaran pepaya dimasa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.
4. Bagi akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang yang sama.

1.4. Ruang Lingkup Penelitian

Agar lebih terarah untuk mencapai tujuannya, maka beberapa batasan perlu dibuat dalam penelitian ini. Batasan penelitian ini yaitu :

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Provinsi Riau. Objek dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan usahatani pepaya di Kecamatan Tampan. Penelitian memfokuskan pada analisis usahatani (karakteristik petani, teknologi budidaya, sarana produksi, biaya, produksi, pendapatan dan efisiensi usahatani) dan pemasaran terkait (lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran pepaya madu).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pepaya (*Carica Papaya L*)

Carica Papaya L. atau *Caricaceae* merupakan tanaman buah yang berasal dari Meksiko Selatan dan Amerika Tengah. Nama umum dari tanaman buah ini adalah Pepaya (Indonesia), Papaw (Australia) dan Mamao (Brazil). Tanaman pepaya dapat berbuah kapan saja dan tidak mengenal musim. Pepaya adalah tanaman yang besar dan berumur pendek, cepat tumbuh, berkayu dan tingginya sekitar 10 sampai 12 meter. Tanaman pepaya dapat bercabang apabila terdapat luka batangnya. Semua bagian tanaman mengandung lateks. Batang tanaman berongga ungu hijau, dalam dan mempunyai diameter sekitar 2 sampai 3 inci (Anton, 2011).

Berdasarkan taksonominya, tanaman pepaya dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- Kingdom* : *Plantae (tumbuh-tumbuhan)*
Divisi : *Spermatophyta (tumbuhan berbiji)*
Kelas : *Magnoliopsida*
Ordo : *Vioales*
Famili : *Caricaceae*
Genus : *Carica*
Species : *Carica Papaya L.*

(Muktiani, 2011).

Pepaya merupakan tanaman berbatang tunggal dan tumbuh tegak. Batang tidak berkayu, silindris, berongga dan berwarna putih kehijauan. Tinggi tanaman berkisar antara 5-10 meter, dengan perakaran yang kuat. Tanaman pepaya tidak

mempunyai percabangan. Daun tersusun spiral menutupi ujung pohon. Daunnya termasuk tunggal, bulat, ujung meruncing, pangkal bertoreh, tepi bergerigi, berdiameter 25-5 cm. Daun pepaya berwarna hijau, helaian daun menyerupai telapak tangan manusia. Bunga pepaya berwarna putih dan berbentuk seperti lilin, berdasarkan keberadaan bunganya, pepaya termasuk monodioecious yaitu berumah tunggal (Muktiani, 2011).

Pepaya madu disebut juga sebagai pepaya merah delima yang merupakan salah satu varietas unggul buah tropikal hasil penelitian dari Badan Litbang Pertanian. Rasanya sangat manis, legit dan tidak beraroma, sehingga sebagian masyarakat Jambi dan Sumatera Barat menyebutnya dengan pepaya madu dan sampai sekarang masyarakat mengenal pepaya merah delima sebagai pepaya madu. Selain itu pepaya madu memiliki ukuran buah sedang, rongga buah berbentuk bintang bersudut lima, warna daging buah merah, dan tekstur daging buahnya kenyal.

Ciri khas pepaya Madu dibanding dengan pepaya Callina yaitu bentuk rongga tengah buah bintang lima sedangkan pepaya Callina mempunyai bentuk melingkar atau tidak beraturan. Selain itu kulit dan bentuk buah pepaya Madu agak bergelombang tidak sehalus pepaya Calinna. Namun, bila dipelihara pada lingkungan yang optimal, pemupukan, dan pengairan yang cukup maka pepaya madu akan mempunyai rasa yang lebih manis dibandingkan dengan pepaya Callina. Tajuk tanaman pepaya madu lebih tinggi dan lebih lebar dibanding pepaya Callina.

Pepaya madu mulai berbunga umur 3-4 bulan setelah tanam dan dipanen saat umur 7,5-8 bulan setelah tanam. Apabila dibudidayakan dengan baik, kebutuhan air, dan unsur hara tercukupi maka pepaya akan berbuah sepanjang musim sampai

berumur 3 tahun (Compostrini *at al.* 2007). Produktivitas tanaman dapat mencapai 70-90 ton/ha/musim dengan jumlah populasi 1.200 tanaman/ha. Pepaya madu dapat ditanam dengan jarak tanam 2,5 m x 2,5 m, sehingga jumlah tanaman dan produksi per hektar dapat lebih tinggi dibanding pepaya lokal.

Pepaya madu mempunyai bobot buah sedang 1-1,2 kg, warna daging buah oranye merah, daging buah tebal berukuran 3-3,5 cm, rasa manis 11-13° Brix, daging buah kenyal, daya simpan pada suhu kamar lebih dari 6 hari. Pepaya ini dapat beradaptasi dengan baik diberbagai zona agroekosistem termasuk di lahan rawa tipe C. keunggulan lain pepaya madu dibanding pepaya lainnya adalah kekerasan daging buah masak 0,5-0,7 kg/cm² dan kekerasan kulit buah masak 0,68-0,88 kg/cm², menyebabkan umur simpan dapat mencapai 7-10 hari. Umur simpan yang cukup lama ini diinginkan petani karena dapat dipasarkan keluar daerah.

2.1.1. Syarat Tumbuh Tanaman Pepaya Madu

Tanaman pepaya dapat tumbuh di daratan rendah hingga ketinggian 1,00 m dpl. Tanaman pepaya lebih cocok tumbuh di lokasi yang banyak hujan (cukup tersedia air), dengan curah hujan 1000-2000 mm per tahun dan merata sepanjang tahun. Di daerah beriklim kering, yang mempunyai musim hujan 2-5 bulan dan mempunyai musim kemarau 6-8 bulan, tanaman pepaya dapat hidup dan masih mampu berbuah, asalkan kedalaman air tanahnya 50-150 cm. Tanah yang sesuai untuk pepaya yaitu tanah yang subur yang ditandai dengan prioritas baik, mengandung kapur, dan mempunyai pH 6-7. Tanaman pepaya lebih cocok ditanam di daerah terbuka (tidak ternaungi) dan tidak tergenang air. Tanah yang berdrainase tidak baik menyebabkan tanaman mudah terserang penyakit terutama pada bagian

akar (Anton, 2011). Menurut Bakar dan Ratnawati (2017), syarat tumbuh tanaman pepaya madu atau pepaya merah delima adalah sebagai berikut :

Hal yang pertama sekali diwajibkan untuk budidaya pepaya madu adalah penentuan lokasi karena pepaya menghendaki daerah tropis dan sub tropis.

1. Iklim

- Tipe Iklim : A, B dan C (basah sampai sedang) berdasarkan klasifikasi Schmidt – Ferguson.
- Curah hujan merata sepanjang tahun : 1000 – 2000 mm per tahun, dengan kedalaman air 0,5 – 2,0 meter.
- Temperatur 15° C - 35° C, Optimum 23° C - 27° C
- Kelembaban udara 40%.
- Ketinggian dari dataran rendah 500 sampai 100 meter diatas permukaan laut.

2. Tanah

- Tanaman pepaya dapat tumbuh dengan baik pada tanah kaya bahan organik, subur dan banyak mengandung humus.
- Tanah tidak terlalu mengandung air agar tanaman tidak mudah terserang jamur, tanah yang ideal adalah tanah yang mempunyai kelembaban sedang.
- pH tanah yang sesuai : 6,5 – 7,0

2.1.2. Budidaya Tanaman Pepaya Madu

Menurut Balitbutropika (2017), budidaya tanaman pepaya madu dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Persiapan Benih

Benih pepaya madu atau pepaya merah delima adalah bijinya. Biji bisa dikecambahkan dengan cara merendamnya semalaman, setelah itu bisa menyimpannya ke dalam wadah yang tertutup dengan dilapisi tisu atau kain basah. Pastikan juga suhu penyimpanan berkisar 30 derajat celcius. Biji pepaya madu akan mulai berkecambah setelah 6-12 hari. Setelah berkecambah maka dapat dipindahkan ke polybag. Untuk media tanam, bisa menggunakan tanah, pupuk kandang dan *Thricoderma*. Benih sudah dapat dipindahkan dari polybag ke lahan tanam pada saat berumus 30-40 hari atau dengan ciri mempunyai daun dengan jumlah 5-8 helai.

b. Persiapan Lahan Tanam

Adapun perisapan lahan tanam dalam budidaya pepaya madu adalah sebagai berikut :

- Bersihkan lahan yang akan digunakan dari gulma. Lakukan pembersihan gulma secara mekanik ataupun kimiawi. Setelah pembersihan selesai maka langkah selanjutnya adalah mengolah tanah menjadi gembur.
- Buatlah bedengan dengan ukuran panjang 6 m, lebar 1 – 1,5 m dan tinggi sekitar 20 cm. Pisahkan antara bedengan dengan membuat parit berukuran 50 cm dan kedalaman 30 cm.
- Buat lubang tanam dengan ukuran 40 x 40 x 50 cm. Gunakan jarak tanam 2 x 2 m.
- Isilah lubang tanam dengan menggunakan campuran pupuk kandang 8 kg/lubang dan dolomit sebanyak 350 g/lubang. Setelah itu diamkan selama 1-2 minggu.

Tambahkan juga pupuk dasar TSP dengan dosis 50 – 80 g/lubang dan insektisida *Furadan* dengan takaran 0,5 – 1 g/lubang 2 – 3 hari sebelum tanam.

c. Penanaman Pepaya Madu

Proses pindah tanam dari polybag ke lubang tanam dilakukan secara hati-hati. Lepas perlahan plastik polybag agar media tanam tidak rusak atau pecah. Setelah plastik terlepas semuanya letakkanlah bibit ke dalam lubang tanam dan tutup dengan tanah lapisan atas. Satu lubang tanam dapat di tanam dengan 2 bibit, hal ini dimaksudkan agar nantinya dapat diseleksi tanaman yang berbunga dengan sempurna atau tidak.

d. Pemeliharaan Tanaman Pepaya Madu

- Menyeleksi Bunga sempurna pada pepaya madu. Pada saat tanaman mulai berbunga pilihlah yang berbunga sempurna.
- Pemberian mulsa, anda bisa menggunakan jerami, serasah atau bahan lainnya sebagai mulsa. Pemberian mulsa diberikan di bawah tajuk tanaman. Ketebalan mulsa jangan sampai melebihi 15-20 cm.
- Pemupukan. Untuk memupuk tanaman pepaya madu, maka gunakan pupuk NPK atau bisa juga menggunakan campuran pupuk tunggal. Cara memupuknya adalah, pupuk diletakkan pada lubang yang telah dibuat disekeliling tanaman.
- Pengendalian Hama dan Penyakit Tanaman. Hama yang sering menyerang pepaya madu adalah Thrips, kutu putih dan tungau. Untuk mengendalikannya anda bisa menyemprotkan insektisida dengan bahan aktif *imidakloropit*,

abamektin dan *profenofos* dengan dosis 2 cc per liter air atau sesuai dengan tabel anjuran.

e. Panen

Pepaya madu dapat dipanen pada saat tanaman berumur 8 bulan setelah tanam. Untuk pasaran lokal, buah sudah dapat dipetik dengan tingkat kemasakan mengkal. Mengkal ditandai dengan 5 -10 % warna kulit kuning. Sedangkan untuk pasar jarak jauh, buah dapat dipetik dengan warna kulit kuning kurang dari 5%. Panen buah pepaya madu dapat dilakukan selama 1 minggu sekali panen.

2.2. Karakteristik Petani

Kinerja pelaku usahatani ditentukan oleh kapabilitas pelaku usahatani tersebut dan kapabilitas sangat dipengaruhi oleh :

2.2.1. Umur

Umur seseorang menentukan prestasi kerja atau kinerja orang tersebut. Semakin berat pekerjaan secara fisik maka semakin tua tenaga kerja akan semakin turun pula prestasinya. Namun dalam hal tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman (Suratiyah, 2008). Bagi petani yang lebih tua bisa jadi mempunyai kemampuan berusahatani yang konservatif dan lebih mudah lelah. Sedangkan petani muda mungkin lebih miskin dalam pengalaman dan keterampilan tetapi biasanya sifatnya lebih progresif terhadap inovasi baru dan relative lebih kuat. Dalam hubungan dengan perilaku petani terhadap risiko, maka faktor sikap yang lebih progresif terhadap inovasi baru inilah yang lebih cenderung membentuk nilai perilaku petani usia muda untuk lebih berani menanggung risiko (Soekartawi,2002).

Umur dijadikan sebagai salah satu indikator yang ikut menentukan produktif atau tidaknya seseorang dalam bekerja menurut BPS (2017), kelompok penduduk umur 15-64 tahun sebagai kelompok produktif dan kelompok umur 65 tahun ke atas sebagai kelompok penduduk yang tidak produktif.

2.2.2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan manusia pada umumnya menunjukkan daya kreativitas manusia dalam berpikir dan bertindak. Pendidikan rendah mengakibatkan kurangnya pengetahuan dalam memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia (Kartasapoetra, 1994). Pendidikan petani tidak hanya berorientasi kepada peningkatan produksi pertanian semata, tetapi juga menyangkut kehidupan sosial masyarakat petani. Masyarakat petani yang terbelakang lewat pendidikan petani diharapkan dapat lebih aktif, lebih optimis pada masa depan, lebih efektif dan pada akhirnya membawa pada keadaan yang lebih produktif (Soetpomo, 1997).

Seseorang yang berpendidikan tinggi akan relatif lebih cepat dalam melaksanakan adopsi teknologi, sebaliknya, seseorang yang berpendidikan rendah agak sulit melaksanakan adopsi teknologi dengan cepat (Soekartawi, 2005). Pendidikan seseorang tidak selalu melalui proses belajar formal, namun juga dapat melalui berbagai rangkaian aktivitas atau pengalaman yang pernah dilalui (Jalaludin, 2001). Tingkat pendidikan formal maupun non formal akan mempengaruhi cara berfikir yang diterapkan pada usahanya yaitu dalam rasionalitas usaha dan kemampuan dalam memanfaatkan setiap kesempatan yang ada.

2.2.3. Pengalaman Usahatani

Menurut Soekartawi (1999), petani yang sudah lama bertani akan lebih mudah menerapkan inovasi dari pada petani pemula atau petani baru. Petani yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan jumlah penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi. Pengalaman bekerja biasanya dihubungkan dengan lamanya seseorang bekerja dalam bidang tertentu (misalnya lamanya seseorang bekerja sebagai petani) hal ini disebabkan karena semakin lama orang tersebut bekerja, berarti pengalaman yang didapat secara langsung akan mempengaruhi pendapatan (Suwita, 2011).

Pengalaman menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengakibatkan dan menghasilkan adanya diri yang timbal balik serta penyesuaian kecakapan dengan situasi baru. Pengalaman juga dapat membentuk sikap sebagai proses semakin meningkatnya pengetahuan yang dimiliki pengusaha termasuk di dalamnya penggunaan teknologi baru. Jalaludin (2001), menyarahkan bahwa ada pengalaman menyenangkan dan menyakitkan terhadap suatu objek orang akan mengembangkan sikap positif terhadap objek bila itu menyenangkan, sebaliknya bila itu menyakitkan ia akan mengembangkan sikap negatif.

2.2.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Menurut Hasyim (2006), jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam menentukan pendapatan dalam memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah tanggungan keluarga akan mendorong petani untuk melakukan banyak aktivitas terutama dalam mencari dan menambah pendapatan keluarganya. Semakin banyak anggota keluarga akan semakin besar pula beban hidup

yang akan ditanggung atau dipenuhi. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi keputusan petani dalam berusahatani. (Soekartawi, 1999).

Tanggungan keluarga adalah semua orang yang tinggal satu rumah dan satu dapur dimana kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga maka semakin besar beban ekonomi keluarga yang harus ditanggung. Hal ini menuntut pengusaha untuk lebih giat lagi dalam meningkatkan pendapatannya.

2.3. Usahatani

Usahatani adalah ilmu yang mempelajari tentang cara petani mengelola input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih dan pestisida) dengan efektif, efisien dan kontinu untuk menghasilkan produksi yang tinggi sehingga pendapatan usahataniya meningkat (Rahim dan Diah, 2008). Pengelolaan usahatani yang efisien akan mendapatkan keuntungan. Usahatani yang efisien adalah usahatani yang produktivitasnya tinggi, yang pengelolaan faktor-faktor produksinya baik. Faktor produksi tersebut antara lain : (a) faktor biologis seperti lahan pertanian, benih, pupuk dan obat-obatan serta input lainnya, (b) faktor sosial ekonomi seperti biaya produksi, harga, tenaga kerja, tingkat pendidikan, status pertanian dan lain sebagainya (Soekartawi, 2000).

Menurut Hernanto (1991) pengelolaan usahatani adalah kemampuan petani menentukan, mengorganisir, mengkoordinasikan faktor-faktor produksi yang dikuasai sebaik-baiknya dan mampu memberikan produksi pertanian sebagaimana diharapkan. Ada dua prinsip yang menjadi syarat seorang pengelola yaitu prinsip teknik (prilaku cabang usaha, perkembangan teknologi, daya dukung faktor yang dikuasai dan cara

budidaya). Prinsip ekonomis (penentuan perkembangan harga, kombinasi cabang usaha, pemasaran hasil, pembiayaan usahatani dan modal). Pengenalan atau pemahaman dan penerapan kedua prinsip ini tercermin dari keputusan yang diambil agar usahatani yang diusahakan dapat berhasil.

Usahatani juga erat kaitannya dengan ayat Al-Quran dalam surah Al-Hijr.

Dengan bunyi sebagai berikut :

وَالْأَرْضَ مَدَدْنَاهَا وَالْقَبْأَةَ فِيهَا رَوَّاسِي وَأَنْبَتْنَا فِيهَا مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَّوْزُونًا
وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ وَمَنْ لَسْتُمْ لَهُ بِرَازِقِينَ ۗ وَإِنْ مِنْ شَيْءٍ إِلَّا عِنْدَنَا
خَزَائِنُهُ وَمَا نُنزِّلُهُ إِلَّا بِقَدَرٍ مَعْلُومٍ ۗ وَأَرْسَلْنَا الرِّيحَ لَوَاقِحَ فَأَنْزَلْنَا مِنَ السَّمَاءِ
مَاءً فَأَسْقَيْنَاكُمُوهُ وَمَا أَنْتُمْ لَهُ بِخَازِنِينَ

“Dan Kami telah menghamparkan bumi dan Kami pancangkan padanya gunung-gunung serta Kami tumbuhkan di sana segala sesuatu menurut ukuran. Dan Kami telah menjadikan padanya sumber-sumber kehidupan untuk keperluanmu, dan (Kami ciptakan pula) makhluk-makhluk yang bukan kamu pemberi rezekinya. Dan tidak ada sesuatu pun, melainkan pada sisi Kami lah khazanahnya; Kami tidak menurunkannya melainkan dengan ukuran tertentu. Dan kami telah meniupkan angin untuk mengawinkan dan Kami turunkan hujan dari langit, lalu Kami beri minum kamu dengan (air) itu, dan bukanlah kamu yang menyimpannya”(QS. Al-hijr [5]: 19-22).

2.3.1. Faktor Produksi

Soekartawi (2001), mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan faktor produksi adalah semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut

mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan korbanan produksi. Faktor produksi memang sangat menentukan besar kecilnya produksi yang diperoleh. Faktor produksi lahan, modal untuk membeli bibit, pupuk, obat-obatan dan tenaga kerja serta aspek manajemen adalah faktor produksi yang terpenting. Hubungan antara faktor produksi (input) dan produksi (output) biasanya disebut dengan fungsi produksi atau faktor relationship.

2.3.2. Biaya Produksi

Dalam arti luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu (Mulyadi, 1993).

Menurut Hermanto (1993), biaya dalam arti sempit adalah harga pokok (merupakan harga pertukaran dari sumber ekonomi yang dikorbankan atau diserahkan untuk mendapatkan suatu barang dan jasa) dan beban (merupakan pengorbanan yang diperlukan dalam rangka merealisasikan pendapatan).

Menurut Sudarsono (1998), biaya dalam pengertian ekonomi adalah semua beban yang harus di tanggung untuk menyediakan barang yang siap dipakai konsumen. Ada 3 unsur pokok dalam efisiensi biaya yaitu: 1). Biaya merupakan pengorbanan ekonomi, 2). Diukur dalam satuan uang yang telah terjadi secara potensial, 3). Pengorbanan tersebut untuk tujuan tertentu. Soekartawi (1995), mengemukakan bahwa biaya usahatani dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

1. Biaya Tetap (Fixed Cost)

Biaya yang relatif tetap jumlahnya dan harus dikeluarkan walaupun produk yang dihasilkan banyak ataupun sedikit.

a. Sewa Tanah

Perbedaan sewa tanah terjadi karena adanya perbedaan kesuburan tanah. Tanah yang subur akan menerima sewa tanah yang lebih tinggi dibanding tanah yang tidak subur. Hal tersebut dikarenakan tanah yang subur mampu memberikan hasil yang lebih banyak dibanding tanah yang tidak subur. Dengan demikian, tinggi rendahnya sewa tanah yang bergantung pada tingkat kesuburannya.

Ada beberapa hal yang mempengaruhi sewa tanah: a) kualitas tanah yang disebabkan oleh kesuburan tanah, pengairan, adanya fasilitas listrik, jalan dan sarana lainnya, b) letaknya strategis untuk perusahaan atau industri dan c) banyaknya permintaan tanah yang ditujukan untuk pabrik, bangunan rumah dan perkebunan.

b. Biaya Penyusutan

Biaya penyusutan yaitu biaya yang dikeluarkan selama produksi berlangsung. Biaya penyusutan biasanya terdapat pada alat dan mesin pertanian. Biaya penyusutan merupakan bagian dari biaya yang harus dihitung untuk memperoleh pendapatan bersih usahatani.

c. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Pajak adalah iuran wajib yang dikeluarkan selama produksi berlangsung. Biaya penyusutan biasanya terdapat pada alat dan mesin pertanian. Biaya penyusutan merupakan bagian dari biaya yang harus dihitung untuk memperoleh pendapatan bersih. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah biaya yang dikeluarkan untuk pajak yang bersifat kebendaan dalam arti besarnya pajak terutang ditentukan oleh keadaan objek pajak yaitu bumi dan bangunan. Keadaan subyek (siapa yang membayar) tidak ikut menentukan besarnya jumlah pajak yang terutang.

1. Biaya asuransi
2. Beban bunga pinjaman
3. Utilitas, biaya yang termasuk biaya utilitas misalnya biaya listrik, telepon, gas dan internet. Biaya ini memiliki elemen variabel, tetapi digolongkan kedalam biaya tetap.

2. Biaya Tidak Tetap (Variabel Cost)

Biaya yang tidak tetap dan sifatnya berubah-ubah tergantung dari besar kecilnya produksi yang dihasilkan. Biaya sebagai suatu nilai tukar, pengeluaran atau pengorbanan yang dilakukan untuk menjamin perolehan manfaat (William, 2009). Biaya dalam kegiatan usahatani dikeluarkan oleh petani dengan tujuan untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi bagi usahatani yang dikerjakan. Dengan mengeluarkan biaya maka pertanian mengharapkan pendapatan yang setinggi-tingginya melalui peningkatan produksi.

Biaya sebagai sumberdaya yang dikorbankan atau dilepaskan untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya biasanya diukur dalam unit yang harus dikeluarkan dalam rangka mendapatkan barang dan jasa. Biaya merupakan pengeluaran yang terjadi dalam pengorganisir dan melakukan proses produksi. Didalamnya termasuk memplot uang untuk input dan pelayanan yang digunakan dalam produksi. Dalam artian luas biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau yang memungkinkan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

a) Biaya Input

Biaya input merupakan biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku yang digunakan untuk proses produksi (Bibit, Pupuk, Pestisida dan lain-lain). Biaya

bahan baku juga biaya semua bahan yang secara fisik dapat diidentifikasi sebagai bagian dari produk jadi dan biasanya merupakan bagian terbesar dari material pembentuk harga pokok.

b) Biaya (Upah) Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja merupakan balas jasa yang diberikan kepada karyawan produksi baik yang secara langsung maupun tidak langsung turut mengerjakan produksi barang yang bersangkutan. Biaya atau upah tenaga kerja dibedakan menjadi 3 yaitu upah borongan, upah waktu dan upah premi. Masing-masing sistem tersebut akan mempengaruhi prestasi seorang tenaga luar yang meliputi:

1. Upah borongan adalah upah yang diberikan sesuai dengan perjanjian antara pemberi kerja dengan pekerja tanpa memperhatikan lamanya waktu kerja. Upah borongan ini cenderung membuat para pekerja untuk secepatnya menyelesaikan pekerjaannya agar segera dapat mengerjakan pekerjaan borongan lainnya.
2. Upah waktu adalah upah yang diberikan berdasarkan lamanya waktu kerja. Sistem upah waktu kerja ini cenderung membuat pekerja untuk memperlama waktu kerja dengan harapan mendapat upah yang semakin besar.
3. Upah premi adalah upah yang diberikan dengan memperhatikan produktivitas dan prestasi kerja.

3. Biaya Total atau *Total Cost* (TC)

Biaya total merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi semua output, baik barang maupun jasa. Biaya total dapat dihitung dengan menjumlahkan biaya tetap total (TFC) dan biaya variabel total (TVC).

2.3.3. Produksi

Produksi adalah menciptakan, menghasilkan, dan membuat. Kegiatan produksi tidak akan dapat dilakukan kalau tidak ada bahan yang memungkinkan dilakukannya proses produksi itu sendiri. Untuk bisa melakukan proses produksi orang memerlukan tenaga manusia, sumberdaya alam, modal dalam segala bentuknya, serta kecakapan. Semua unsur itu disebut faktor-faktor produksi. Jadi semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai barang disebut sebagai faktor produksi. Pengertian produksi lainnya yaitu hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi diartikan sebagai aktivitas dalam menghasilkan output dengan menggunakan teknik produksi tertentu untuk mengolah atau memproses input sedemikian rupa (Sukirno, 2002).

2.3.4. Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan pelanggan yang mengambil manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli (Umar, 1999). Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan produk jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001).

2.3.5. Pendapatan

Pendapatan adalah semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan tidak

tetap. Pendapatan usahatani merupakan selisih antara pemerintah dan semua biaya, atau dengan kata lain pendapatan usahatani meliputi pendapatan kotor atau penerimaan total adalah nilai produksi komoditas pertanian secara keseluruhan sebelum dikurangi biaya produksi, sedangkan pendapatan bersih usahatani adalah selisih antara pendapatan kotor dengan pengeluaran (Rahim,2007).

Dalam peningkatan pendapatan, maka petani harus berusaha meningkatkan hasil-hasil produksi agar mampu meningkatkan pendapatan dengan memaksimalkan input-input faktor yang mempengaruhi (Soekartawi, 1995). Menurut Hernanto (1993), ada beberapa ukuran pendapatan petani yaitu :

- a. Pendapatan kerja petani (*operator labour income*): diperoleh dengan menghitung semua penerimaan yang berasal dari penjualan yang dikonsumsi keluarga dan kenaikan nilai inventaris. Selain itu dikurangi dengan semua pengeluaran baik yang tunai maupun yang tidak diperhitungkan.
- b. Penghasilan kerja petani diperoleh dari penambahan pendapatan kerja petani ditambah penerimaan tidak tunai.
- c. Pendapatan kerja keluarga yaitu merupakan hasil balas jasa dari petani dan anggota keluarga.
- d. Pendapatan keluarga yaitu dengan menjumlahkan semua pendapatan petani dan keluarganya dari berbagai sumber.

Lebih lanjut Soekartawi (1986), menyebutkan bahwa pendapatan terbagi atas 2 macam: (1) Pendapatan usahatani adalah pendapatan yang diperoleh dengan mempertimbangkan biaya tenaga kerja keluarga, (2) Pendapatan keluarga adalah

pendapatan yang diperoleh petani dan keluarga tanpa dikurangi dengan biaya tenaga kerja.

2.3.6. Efisiensi

Secara umum efisiensi dapat diartikan sebagai rasio perbandingan output dan input. Dalam ilmu ekonomi efisiensi dapat dihitung dengan membandingkan antara total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan, apabila rasionya lebih besar dari 1 maka usaha yang dilakukan efisien, jika sama dengan 1 maka usaha berada pada titik impas dan apabila rasionya kurang dari 1 maka usahanya tidak efisien. Mosher (1986) mengemukakan bahwa usahatani yang mempunyai efisiensi yang tinggi adalah usahatani yang mendapatkan pendapatan bersih cukup besar dan mencerminkan rasio yang baik dari nilai produksi dan biaya produksi.

Selain pendapatan bersih yang dapat menentukan layak tidaknya suatu usaha, efisiensi juga dapat diukur dengan menggunakan *Return Cost of Ratio* (RCR) yaitu perbandingan antara penerimaan dan biaya, dimana penerimaan dapat diperoleh dengan cara mengalikan jumlah produksi dengan harga jual dan dibandingkan dengan biaya yang diperoleh dari penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel.

Suatu usahatani dikatakan untung apabila *return cost ratio* lebih besar dari satu. Sebaliknya, apabila *return cost ratio* kurang dari satu maka usahatani rugi. Namun, bila *return cost ratio* sama dengan satu, maka usahatani tidak untung maupun tidak rugi (Soekartawi, 2002).

RCR adalah singkatan dari *Return Cost Ratio*, atau dikenal sebagai perbandingan (nisbah) antara penerimaan dan biaya. Secara teoritis dengan rasio R/C

= 1 artinya tidak untung tidak pula rugi. Namun karena adanya biaya usahatani yang tidak dihitung (Soekartawi, 2002).

2.4. Pemasaran

Menurut Kotler (2004), pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen yang di dalam individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Kotler (2012) memberikan definisi konsep pemasaran sebagai berikut :

konsep pemasaran yang menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi efektif dari pada pesaing dalam memajukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. Perusahaan melalui konsep pemasaran akan berhasil bilamana berpijak pada tiga faktor dasar yang meliputi :

1. Seluruh perencanaan dan kegiatan perusahaan haruslah berorientasi pada konsumen atau pasar.
2. Volume penjualan yang menguntungkan dapat dicapai, melalui pemuasan kebutuhan konsumen.
3. Seluruh kegiatan pemasaran haruslah dikoordinasikan dan diintegrasikan, agar dapat memberikan kepuasan optimal kepada konsumen.

Berdasarkan kedua definisi tersebut maka pemasaran dapat diartikan sebagai sarana untuk mengetahui kebutuhan serta selera dari pengonsumsi, kemudian dengan melihat peluang yang ada disusunlah suatu kebijakan pemasaran yang sesuai dengan keadaan dan permintaan yang telah diketahui tersebut. Pengusaha yang sudah mulai

mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaannya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang disebut konsep pemasaran.

2.4.1. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran berupa margin pemasaran (Soekartawi, 2004).

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran dapat didefinisikan sebagai berikut :

- a. Tengkulak, yaitu lembaga pemasaran yang secara langsung berhubungan dengan petani, tengkulak melakukan transaksi dengan petani baik secara tunai maupun dengan kontrak pembelian.
- b. Pedagang pengumpul, yaitu membeli komoditi pertanian dari tengkulak biasanya relatif kecil.

- c. Pedagang besar, yaitu melakukan proses pengumpulan komoditi dari pedagang pengumpul, juga melakukan proses distribusi ke agen penjualan ataupun pengecer.
- d. Pedagang pengecer, merupakan lembaga pemasaran yang berhadapan langsung dengan pembeli atau konsumen (Sudiyono, 2002).

Sedangkan menurut Limbong dan Sitorus (1987), lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga yang melakukan fungsi-sungsi pemasaran dalam rangka menggerakkan barang dan jasa dari titik produksi ke titik konsumsi. Lembaga-lembaga ini melakukan pengangkutan barang dari produsen ke konsumen, menghubungkan informasi mengenai suatu barang atau jasa, dan bisa juga berusaha meningkatkan nilai guna dari suatu barang atau jasa baik nilai guna bentuk, tempat, waktu dan kepemilikan. Dalam menyalurkan barang dari produsen ke konsumen para pelaku pemasaran dapat membentuk pola saluran pemasaran.

2.4.2. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu mengatasi untuk kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkan (Kotler, 2002).

Beberapa sebab mengapa terjadi rantai pemasaran hasil pertanian yang panjang dan produsen atau petani sering dirugikan adalah antara lain sebagai berikut :

- (a) pasar yang tidak bekerja secara sempurna, (b) lemahnya informasi pasar, c)

lemahnya produsen memanfaatkan peluang pasar, (d) lemahnya posisi produsen untuk melakukan penawaran untuk mendapatkan harga yang baik, (e) produsen melakukan usahatani tidak didasarkan pada permintaan pasar, melainkan karena usahatani yang diusahakan secara turun temurun (Soekartawi, 2004).

Panjang pendeknya saluran pemasaran yang dilalui oleh suatu hasil komoditas pertanian tergantung pada beberapa faktor, antara lain : (1) jarak antara produsen dan konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya semakin panjang saluran pemasaran yang ditempuh oleh produk, (2) cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat, (3) skala produksi. Bila produksi berlangsung dengan ukuran-ukuran kecil, maka jumlah yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini akan tidak menguntungkan bila produsen langsung menjual ke pasar, (4) posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim dkk, 2007).

2.4.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran adalah mengusahakan agar pembeli atau konsumen memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu dan harga yang tepat (Mubyarto, 1994). Fungsi-fungsi pemasaran dalam pelaksanaan aktivitasnya dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran ini yang akan terlibat dalam proses penyampaian barang dan jasa dari produsen sampai ketangan konsumen. Fungsi-fungsi pemasaran menurut (Hanafian dan Saefudin, 1983), dikelompokkan sebagai berikut :

1. Fungsi pertukaran : Penjualan dan Pembelian.

2. Fungsi pengadaan secara fisik : Pengangkutan dan Penyimpanan.
3. Fungsi pelancar : Permodalan, Penanggung risiko, Standarisasi dan Grading dan Informasi pasar.

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang memperlancar perpindahan hak milik dari barang dan jasa yang dipasarkan. Fungsi pertukaran terdiri dari dua fungsi, yaitu fungsi penjualan dan fungsi pembelian. Fungsi penjualan adalah kegiatan yang bertujuan mencari atau mengusahakan agar ada pembeli atau ada permintaan pasar yang cukup baik pada tingkat harga yang menguntungkan. Fungsi pembelian adalah pembelian persediaan produksi untuk diolah dan dijual kembali.

Fungsi pengadaan secara fisik adalah semua kegiatan atau tindakan yang menimbulkan kegunaan tempat, bentuk dan waktu pada barang dan jasa. Fungsi fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan.

Fungsi pelancar adalah semua tindakan yang berhubungan dengan kegiatan pertukaran yang terjadi antara produsen dengan konsumen. Fungsi pelancar meliputi fungsi permodalan, penanggung risiko, standarisasi dan grading serta informasi pasar.

2.4.4. Analisis Pemasaran

2.4.4.1. Biaya Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran meliputi : biaya angkutan, biaya pengiriman, pungutan retribusi dan lain-lain. Besarnya biaya pemasarn ini berbeda satu sama lainnya, disebabkan karena : macam komoditas, lokasi pemasaran, macam lembaga pemasarn serta pemasarn yang dilakukan.

Menurut Mulyadi (2005), biaya pemasaran dalam arti sempit dibatasi artinya sebagai biaya penjualan, yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menjual produk ke pasar. Sedangkan biaya pemasaran dalam arti luas meliputi semua biaya yang terjadi dan dikeluarkan sejak saat produksi selesai diproduksi dan disimpan dalam gudang sampai dengan produk tersebut diubah kembali dalam bentuk uang tunai. Penggolongan biaya pemasaran secara garis besar dapat dibagi menjadi dua golongan yaitu sebagai berikut :

1. Biaya untuk mendapatkan pesanan (*order getting costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam usaha untuk memperoleh pesanan. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya gaji wiraniaga (*sales person*), komisi penjualan, advertensi dan biaya promosi.
2. Biaya untuk memenuhi pesanan (*order filling costs*) yaitu semua biaya yang dikeluarkan untuk mengusahakan supaya produk sampai ke tangan pembeli dan biaya-biaya untuk mengumpulkan piutang dari pembeli. Contoh biaya yang termasuk dalam golongan ini adalah biaya pergudangan, biaya pembungkusan dan pengiriman, biaya angkutan dan biaya penagihan.

2.4.4.2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat diartikan sebagai selisih harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Panjang pendeknya sebuah saluran pemasaran dapat mempengaruhi marginnya, semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, sebab lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Besarnya angka margin pemasaran dapat menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen semakin kecil dibandingkan dengan

harga yang dibayarkan konsumen langsung ke petani, sehingga saluran pemasaran yang terjadi atau semakin panjang dapat dikatakan tidak efisien (Istiyanti, 2010).

Menurut Azzaino (2001), margin pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar oleh konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani produsen untuk produk yang sama. Margin pemasaran termasuk semua biaya yang menggerakkan produk tersebut, mulai dari petani sampai di pihak konsumen. Sehingga konsep margin pemasaran dapat menjelaskan bahwa kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan dalam menciptakan tambahan nilai (*value added*) baik nilai tempat, waktu, bentuk maupun hak milik melalui proses keseimbangan *supply* dan *demand* oleh pedagang yang berfungsi sebagai perantara antara petani (produsen) dengan konsumen akhir.

2.4.4.3. Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (1995), keuntungan merupakan selisih dari penerimaan dan total biaya yang dikeluarkan untuk proses produksi. Keuntungan merupakan tujuan dari setiap usaha, sehingga semakin besar keuntungan yang diperoleh, maka semakin layak usaha tersebut dijalankan.

Selisih harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen sebelum dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga pada masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin baik pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka semakin merata distribusi margin pemasaran, jarak dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya keuntungan. Perbedaan harga di

masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran (Soekartawi, 1993).

2.4.4.4. *Farmer's Share*

Menurut Limbong dan Sitorus (1987), *farmer's share* adalah perbandingan antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Sedangkan Kohls dan Uhls (1985), mendefinisikan *farmer's share* adalah bagian dari harga konsumen yang diterima oleh petani, dan dinyatakan dalam persentase harga konsumen. Hal ini berguna untuk mengetahui posisi harga yang berlaku di tingkat konsumen dinikmati petani. Besar *farmer's share* biasanya dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk dan jumlah produk lainnya.

Asmarantaka (2012), *farmer's share* merupakan porsi dari nilai yang dibayar konsumen akhir yang diterima oleh petani dalam bentuk persentase. Kohls dan Uhl (2002), menyatakan bahwa apabila aktivitas nilai tambah utilitas pada suatu komoditas banyak dilakukan oleh petani maka nilai *farmer's share* yang diperoleh tinggi. Menurut Asmarantaka (2012), efisiensi pemasaran harus memperhitungkan fungsi-fungsi pemasaran yang ada, biaya-biaya dan atribut produk. Meskipun nilai *farmer's share* rendah, margin pemasaran tinggi, dan saluran pemasaran panjang, namun terdapat peningkatan kepuasan konsumen maka sistem pemasaran tersebut efisien.

Penanganan terhadap fungsi-fungsi pemasaran yang kurang efisien dapat menyebabkan biaya pemasaran menjadi lebih tinggi, karena tujuan lembaga pemasaran adalah mencari keuntungan, maka biaya pemasaran itu dilimpahkan pada

produsen atau konsumen dengan menekan harga di tingkat produsen dan meningkatkan harga ditingkat konsumen. Kondisi ini mengakibatkan perbedaan harga (marjin) antara konsumen dan produsen. Menurut Kohls dan Uhl (2002), analisis tentang *producer share* bermanfaat untuk mengetahui bagian harga yang diterima oleh produsen dari harga yang di bayarkan oleh konsumen dalam setiap saluran pemasaran.

2.4.4.5. Efisiensi Pemasaran

Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002). Efisiensi ekonomi dapat diukur dengan nilai persentase margin 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 margin pemasaran yang rendah dan nilai persentase bagian yang diterima produsen tinggi (Darmawanti, 2005).

Menurut Soekartawi (1993) faktor-faktor yang dapat digunakan sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Keuntungan pemasaran
2. Harga yang diterima konsumen
3. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan dan transportasi.

4. Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran.

Menurut Kirpatrick dan Dahlquist (2011), efisiensi pemasaran merupakan sebuah kompetitif yang selalu mengacu pada informasi perubahan harga suatu komoditas. Artinya adanya informasi perubahan harga suatu komoditas akan langsung direspon oleh pasar tersebut. Suatu pemasaran dikatakan efisien apabila penjualan produknya dapat mendatangkan keuntungan yang tinggi. Sebaliknya konsumen menganggap sistem pemasaran efisien apabila konsumen mudah mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga yang rendah Soekartawi (1995). Sistem pemasaran dikatakan efisien jika telah memenuhi dua syarat yaitu : (1) mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani kepada konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan (2) mampu melakukan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditi tersebut.

2.5. Penelitian Terdahulu

Darus (2018) melakukan penelitian tentang Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lembaga pemasaran, fungsi pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* Hasil penelitian menjelaskan pemasaran padi sawah di kecamatan Rambah Samo yang disurvei pada akhir tahun 2016. Keadaan sistem pemasaran adalah sederhana bermula dari petani menjual kepada pedagang atau usaha penggilingan padi. Selanjutnya padi di penggilingan dijual ke pedagang besar di tempat lain (kota). Kemudian pedagang besar menjual berasnya ke pedagang eceran

di kota atau langsung ke konsumen tempatan. Sedangkan lembaga pemasaran padi sawah di kecamatan ini terdiri dari pedagang pengumpul yang sebenarnya adalah lembaga perantara yang langsung melakukan pembelian dalam skala wilayah kelurahan atau kecamatan Rambah Samo. Manakala fungsi pemasaran dilaksanakan oleh pedagang pengumpul sebagai lembaga perantara yang langsung melakukan pembelian dalam wilayah kelurahan atau kecamatan. Saluran pemasaran, baik gabah maupun beras olahannya dilakukan melalui pedagang pengumpul kemudian ke konsumen. Keadaan margin pemasaran yang diperoleh petani yaitu sebesar Rp2.103/kg. Margin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul/huller cukup besar yaitu Rp5.807/kg. Dengan harga jual padi petani ke pedagang pengumpul/Huller dan harga pokok produksi sebesar Rp2.103/kg dan biaya pemasaran Rp190/kg, maka keuntungan menjadi Rp1.913,26/kg. Keuntungan pemasaran beras yang diperoleh pedagang sebesar Rp 4.017/kg. Pada sistem pemasaran padi yang ada di Kecamatan Rambah Samo bagian yang diterima petani adalah 35,47 persen dari harga yang dibayar konsumen akhir. Efisiensi pemasaran padi diperoleh sebesar 18,23. Jadi pemasaran padi/beras di Kecamatan Rambah Samo adalah sangkil (efisien).

Rahmawati (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usahatani Pepaya Varietas California (*Carica papaya L.*)”. Adapun tujuan penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui pendapatan usahatani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro. (2) Untuk mengetahui efisiensi usahatani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan Kapas (3). Untuk mengetahui kapanakah usahatani pepaya california sudah kembali pokok atau mencapai *Break Even Point* (BEP). Hipotesis dalam penelitian ini bahwa hipotesis : 1): Diduga bahwa usahatani

pepaya california di Desa Bakalan kecamatan Kapas efisien (menguntungkan dan layak untuk di usahakan). Teknik Pengambilan responden menggunakan metode sensus, dengan populasi sebanyak 28 petani secara keseluruhan petani dijadikan responden. Berdasarkan hasil penelitian, dapat di ketahui rata-rata total biaya atau *Total Cost* (TC), per hektar untuk usahatani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan Kapas Kabupaten Bojonegoro sebesar Rp. 36.974.300. jumlah produksi rata-rata ditingkat petani adalah sebesar 22.497Kg. Dengan harga harga yang diterima petani pada saat itu antara Rp.2000 s/d Rp.2500 per kg maka diperoleh jumlah penerimaan sebesar Rp.49.453.000 pendapatan usahatani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan kapas yaitu sebesar Rp. 13.308.900. Untuk mengetahui kapankah usahatani pepaya california kembali modal (BEP) perlu adanya perhitungan Pay back priode(priode pembayaran kembali) untuk perhitungan Pay back priode rata-rata petani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan Kapas kabupaten Bojonegoro mencapai impas (BEP) pada saat tanaman umur 7 bulan modal para petani sudah kembali dan sudah memberikan keuntungan sebesar Rp. 838.200. dan Dari hasil perhitungan R/C Ratio, R/C Ratio sebesar 1,3 berdasarkan kaidah R/C Ratio $> 1,2$ pada saat saat tanaman umur delapan bulan, Dengan demikian penelitian ini terbukti diduga bahwa usahatani pepaya california di desa Bakalan Kecamatan Kapas menguntungkan dan layak untuk diusahakan. 2 Dalam penelitian ini di beri saran untuk memperlancar petani dalam pengembangan sistem usahatani pepaya california di Desa Bakalan Kecamatan Kapas maka sarana (infrastruktur) yang dibutuhkan petani dapat dilengkapi contohnya saja saluran irigasi dan sarana transportasi yang belum memadai. Selain itu kemandirian dan kemampuan petani dalam membuat

(input) pupuk dan pestisida organik, perlu ditingkatkan lagi sehingga ketergantungan petani terhadap orang lain dapat dikurangi.

Faisal (2015) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Pepaya (*Carica Papaya L*) di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus di Desa Bangoan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung)” Penelitian ini bertujuan untuk 1. Mengetahui pendapatan usahatani pepaya dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. 2. Mengetahui bentuk saluran pemasaran pepaya yang terjadi di daerah penelitian. 3. Menganalisis efisiensi pemasaran berdasarkan fungsi-fungsi pemasaran, lembaga pemasaran, saluran pemasaran, analisis farmer share, analisis margin pemasaran dan analisis rasio keuntungan dan biaya. Penelitian dilakukan di Desa Bangoan, Kecamatan Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Responden yang diambil sebanyak 10 orang petani. Produksi rata-rata pepaya yang dihasilkan oleh petani responden adalah sebanyak 8360 kg dengan luas lahan rata-rata 1 hektar (ha). Harga jual rata-rata pepaya adalah Rp. 2.000 per kg, sehingga rata-rata penerimaan yang diperoleh petani responden selama satu tahun adalah sebesar Rp. 15.004.000. Biaya tunai yang dikeluarkan oleh petani responden adalah Rp. 14.449.000 per tahun, sehingga pendapatan atas biaya tunai adalah sebesar Rp 555.000 per tahun. Sedangkan pendapatan atas total biaya untuk luas lahan rata-rata 1 hektar dengan rata-rata produksi 8360 kg dan jumlah total biaya Rp 18.530.800 adalah sebesar Rp - 3.526.800 Nilai R/C atas biaya total yang diperoleh adalah sebesar 1,03 dan nilai R/C atas biaya tunai adalah sebesar -4.25. Dari 10 orang petani responden, terdapat dua pola saluran pemasaran pepaya. Pola saluran pemasaran yang paling banyak

digunakan adalah pola saluran pemasaran I (60 persen). Sedangkan petani yang memilih pola saluran pemasaran II sebesar 40 persen. Untuk analisis rasio keuntungan dan biaya, petani pada pola saluran II memperoleh keuntungan terbesar yaitu 6,30. Artinya adalah petani tersebut memperoleh keuntungan sebesar 6,30 untuk setiap rupiah yang dikeluarkan. Sedangkan rasio antara keuntungan dan biaya yang diperoleh petani pola saluran I adalah sebesar 2,21 untuk setiap rupiah yang dikeluarkan.

Fatoni dkk (2014) melakukan penelitian yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Pepaya (*Carica Papaya L.*)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Saluran pemasaran pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas Calina IPB-9 di Kecamatan Langensari Kota Banjar, 2) Besarnya margin pemasaran di tiap lembaga pemasaran pada pemasaran buah pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas Calina IPB-9 di Kecamatan Langensari Kota Banjar, 3) Besarnya bagian harga (*farmer's share*) yang diterima petani pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas Calina IPB-9 dari harga yang dibayar konsumen di Kecamatan Langensari Kota Banjar, dan 4) Efisiensi pemasaran buah pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas Calina IPB-9 di Kecamatan Langensari Kota Banjar. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Langensari Kota Banjar dengan menggunakan metode survei. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk lokasi/daerah penelitian adalah teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 33 orang, dan lembaga pemasaran dilakukan dengan cara *snowballs sampling*.

Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran pepaya dilakukan analisis secara deskriptif. Untuk menjawab permasalahan

kedua, ketiga dan keempat yaitu menggunakan perhitungan dari Alhusniduki (2007). Hasil penelitian menunjukkan: 1) Saluran pemasaran pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas CalinaIPB9 di Kecamatan Langensari, terbagi menjadi empat saluran yaitu :

- a) Saluran I: dari petani ke pedagang besar, ke pedagang pengecer, lalu ke konsumen.
- b) Saluran II: dari petani ke pedagang pengumpul, lalu ke pedagang besar kemudian ke pedagang pengecer, lalu ke konsumen.
- c) Saluran III: dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer, lalu ke konsumen.
- d) Saluran IV: dari petani ke pedagang pengecer, lalu ke konsumen.

2) Marjin pemasaran pada saluran I untuk pedagang besar sebesar Rp 750/kg dan untuk pedagang pengecer Rp 1.000/kg, saluran II untuk pedagang pengumpul sebesar Rp 500/kg, pedagang besar sebesar Rp 500/kg, dan untuk pedagang pengecer Rp 1.000/kg saluran III untuk pedagang pengumpul sebesar Rp 750/kg dan untuk pedagang pengecer Rp 1.250/kg, dan saluran IV untuk pedagang pengecer Rp 1.250/kg, 3) Besarnya bagian harga (*farmer's share*) yang diterima petani pepaya (*Carica papaya L.*) Varietas Calina IPB-9 dari harga yang dibayar konsumen di Kecamatan Langensari Kota Banjar pada saluran I sebesar 50,00%, saluran II sebesar 42,86%, saluran III sebesar 42,86%, dan saluran IV sebesar 64,29%. 4) Efisiensi pemasaran pada Saluran I sebesar 18,57 persen, Saluran II sebesar 25,71 persen, Saluran III sebesar 21,39 persen, dan Saluran IV sebesar 12,29 persen. Keempat saluran pemasaran tersebut sudah efisien, karena nilai efisiensi pemasarannya kurang dari 34% (0-33%).

Susanti dkk (2014) melakukan penelitian yang berjudul tentang “Analisis Pendapatan dan Pemasaran Usahatani Pepaya Mini (*Carica Papaya L.*) Di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan” Penelitian ini adalah untuk

mengetahui pendapatan pepaya mini saluran pemasaran, margin pemasaran, lembaga petani, keuntungan pemasaran pepaya Mini yang diterima oleh distributor dan efisiensi pemasaran di Kabupaten Kecamatan Balikpapan Timur Kabupaten Balikpapan. Jumlah Responden 37 orang sebagai 15 petani pepaya mini, 8 orang pedagang grosir dan 14 orang pengecer. Metode sampling yang digunakan purposive sampling dan snowball sampling . Untuk menganalisis analisis pendapatan digunakan dan analisis pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah pendapatan mini pepaya sebesar Rp 1,182,204,850.00 untuk skala 0,5 ha dan rata-rata Rp 78,813,656.67 responden- 1 tahun- 1 atau Rp 134,126,685.30 responden- 1 ha- 1 tahun-1 . Saluran pemasaran yang digunakan di lokasi penelitian di dua saluran tingkat . Total margin pemasaran pepaya mini adalah Rp 4,500.00 kg- 1 . Share Petani adalah 43,75 % . Keuntungan pemasaran mini pepaya untuk grosir dengan rata-rata Rp 983,04 kg- 1 dan untuk pengecer dengan rata-rata 2,736.06 kg- 1 dan pemasaran efisiensi Rp untuk grosir adalah 10,33 % dan untuk pengecer 3.29 %.

Oktami (2013) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Perbandingan Pendapatan Usahatani Pepaya (*Carica Papaya L*) Hawaii Dengan California Di Muang Dalam Kelurahan Lempake Kecamatan Samarinda Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapatan dan perbandingan *income* dari Pepaya Hawaii dan Pepaya California di Indonesia Muang Dalam dari Kecamatan Lempake Kabupaten Samarinda Utara. Metode pengambilan sampel menggunakan sencus yakni 12 responden petani pepaya. Analisis data menggunakan analisis pendapatan dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa total biaya pertanian Pepaya Hawaii adalah Rp. 40.219.857,62 Ha-1 tahun -1 dan total biaya pertanian Pepaya

California adalah Rp 37.026.492,06 Ha-1 tahun -1 dengan jumlah produksi tambak Hawaya Pepaya adalah 26.057,14 kg Ha-1 tahun -1 dan jumlah produksi pertanian Pepaya California adalah 16.800 kg Ha-1 tahun -1 dan penghasilan dari peternakan Pepaya Hawaii adalah Rp. 76.587.789,95 responden-1 tahun -1 Rp. 96.851.152,38 responden-1 ha-1 tahun -1 dan penghasilan Pepaya California adalah Rp. 34.410.714,29 responden-1 tahun -1 atau Rp. 64.116.365,08 responden-1 ha-1 tahun -1 . Uji t menunjukkan bahwa t hitung (3,943) lebih besar dari t tabel (2,178) yang menunjukkan bahwa pendapatan Hawaii Pepaya lebih besar dari Hawaii California.

Saputra (2013) melakukan penelitian yang berjudul Analisis Keuntungan Usahatani Pepaya Di Kecamatan Seulimum Kabupaten Aceh Besar Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Seulimum Kabupaten Aceh Besar. Jumlah Desa dipenelitian ini adalah 23 desa, setiap Desa diambil 10 orang untuk dijadikan sampel (230 orang). Penentuan sampel menggunakan metode simple Random Sampling sebesar 15 % dari jumlah populasi yaitu 34 orang sampel. Metode analisis yang digunakan adalah menghitung pendapatan (π), RC ratio, BEP, dan ROI Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan total pada usahatani papaya di Kecamatan Seulimum Kabupaten Aceh Besar sebesar Rp 32.640.000,- per Ha, dengan total biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp 24.062.258,- per Ha. Maka pendapatan yang diterima oleh petani papaya adalah sebesar Rp 8.577.742,- per Ha, dengan R/C = 0,356, ROI = 35,56%, BEP harga jual = Rp. 884,64 per Kg dan BEP jumlah produksi = 20.051 Kg Kesimpulan dari penelitian ini adalah usahatani pepaya di Kecamatan Seulimum Kabupaten Aceh Besar, pendapatan usahatani papaya telah menguntungkan, hal ini dilihat dari tingkat pendapatan, R/C, ROI dan BEP yang diperoleh masing-masing

usahatani pepaya tersebut. diharapkan adanya suatu inovasi pola tanam sehingga jumlah produksi dan jumlah tanaman dapat meningkat sehingga akan memberikan hasil hasil produksi yang optimal kepada para petani.

Elida,S (2011) melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Gambir Kabupaten Kampar. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan dalam pemasaran gambir yang dihadapi, sehingga pendapatan petani masih rendah, selanjutnya menetapkan strategi yang tepat bagi pemasaran gambir di Kabupaten Kampar. Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan mulai November 2019 sampai Januari 2010. Metode pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dan *simple random sampling*. Hasil analisis faktor SWOT pemasaran gambir diperoleh nilai kekuatan sebesar 1,81, kelemahan 2,08 dan peluang 2,96 serta nilai ancaman 0,84. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa pemasaran gambir di daerah penelitian termasuk pada strategi WO. Strategi ini memanfaatkan sebesar-besarnya peluang yang ada ,meminimalkan permasalahan internal usahatani dan pemasaran gambir, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Hasil identifikasi faktor-faktor kelemahan maka strategi yang dapat ditempuh : Meningkatkan produktivitas dan mutu gambir, membina manajemen usahatani, meningkatkan permodalan petani, membina kelembagaan menjadi lembaga ekonomi, mengoptimalkan informasi pasar, menyediakan tempat pemasaran bersama bagi petani.

Widianingsih (2010) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Usahatani dan Pemasaran Pepaya California Berdasarkan Standar Prosedur Operasional” Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, Mengidentifikasi dan membandingkan

usahatani pepaya California berdasarkan SPO dan non SPO, menghitung dan membandingkan pendapatan usahatani pepaya California berdasarkan SPO dan non SPO, menganalisis dan membandingkan saluran pemasaran pepaya California berdasarkan SPO dan non SPO. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pasiigaok, Kecamatan Rancabungur, Bogor, Jawa barat. Jumlah sampel yang di ambil sebanyak 60 sampel, 30 petani yang sudah menggunakan SPO dan 30 petani pepaya yang belum menggunakan SPO. Analisis yang digunakan adalah Analisis Usahatani (analisis pendapatan usahatani,R/C ratio), Analisis Kelayakan Usahatani(NPV, B/C ratio), Analisis Sensitivitas, dan Analisis Pemasaran. Usahatani pepaya SPO yang sedang dikembangkan oleh petani pepaya di Desa Pasirgaok secara umum kegiatannya sama dengan usahatani pepaya non SPO. Perbedaannya hanya terletak pada penggunaan input yang digunakan, yaitu pupuk dan obat-obatan. pendapatan atas biaya total petani pepaya SPO(Rp 313.517.766,67) lebih tinggi dari pada pendapatan total petani pepaya non SPO (Rp. 82.330.966,67). Hal ini karena Produksi pepaya SPO lebih besar daripada produksi pepaya non SPO, selain itu harga jual/ Kg pepaya SPO lebih tinggi daripada harga jual/ Kg pepaya non SPO. Nilai R/C tunai usahatani pepaya SPO sebesar 3,26, sementara nilai R/C totalnya sebesar 3,02. Nilai R/C tunai usahatani pepaya non SPO sebesar 3,06, sementara nilai R/C totalnya sebesar 2,46. Nilai NPV perusahaan pepaya California SPO di desa Pasirgaok selama 3 (tiga) tahun bernilai Rp 258.308.178,91, sementara nilai NPV pepaya California non SPO selama 3(tiga) tahun bernilai Rp 67.196.226,61. Nilai net B/C rasio pepaya California SPO lebih besar dibandingkan dengan nilai net B/C rasio pepaya California non SPO. Nilai net B/C rasio pepaya SPO adalah sebesar 2,02,

sementara nilai net B/C rasio pepaya non SPO adalah sebesar 1,46 Apabila harga pepaya SPO turun 20 dan 25 persen sementara produksi turun 10 dan 15 persen. Pengusahaan pepaya masih layak untuk dilakukan karena NPV bernilai positif serta net B/C bernilai lebih dari satu. Pepaya non SPO apabila produktivitas turun 10 persen sementara harga pepaya tetap, pengusahaan pepaya masih layak untuk diusahakan. Namun apabila harga pepaya turun 20 dan 25 persen sementara produktivitas turun 10 dan 15 persen pengusahaan pepaya tidak layak untuk dilakukan karena walaupun NPV bernilai positif tetapi B/C bernilai kurang dari satu.

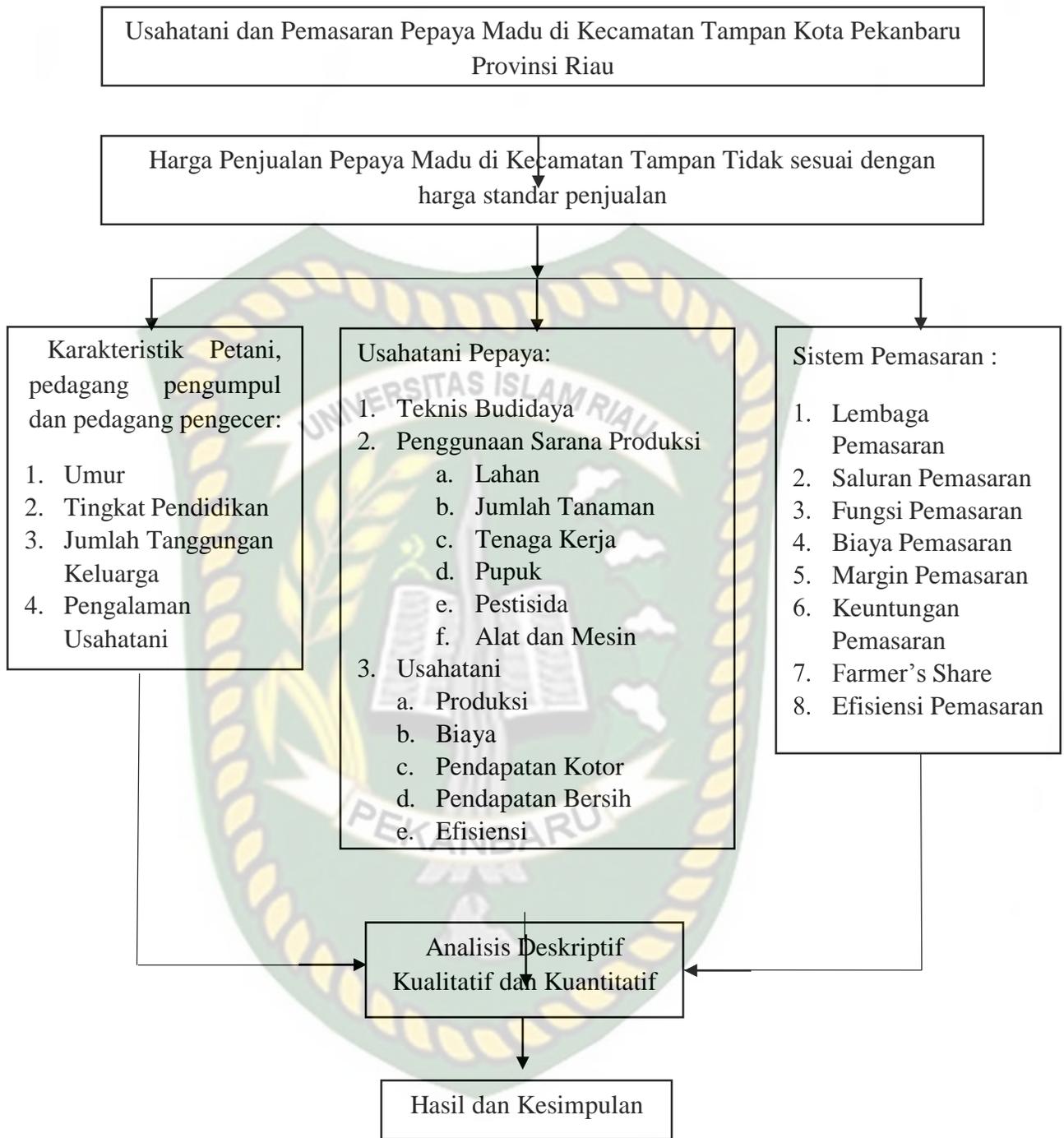
Saluran pemasaran pepaya California SPO terdiri dari dua saluran yaitu : 1. Petani Pengusaha Mitra Supermarket&Toko Buah Konsumen 2. Petani Pengusaha Mitra Agen/Supplier Konsumen Pada penelitian ini efisiensi pemasaran diukur berdasarkan rasio perbandingan antara keuntungan dan biaya (π/C). Berdasarkan nilai π/C diketahui bahwa pola pemasaran 1 memiliki nilai π/C lebih tinggi daripada dari nilai π/C pada pola 2. Adapun nilai π/C tersebut adalah 6,12 untuk pola 1 dan 3,03 untuk pola 2. Hal ini berarti bahwa pola pemasaran 1 lebih efisien dalam menyalurkan produknya bila dibandingkan pola lain. Saluran pemasaran pepaya California non SPO terdiri dari tiga saluran yaitu : 1. Petani Pengumpul Pedagang Pengecer Konsumen 2. Petani Pengumpul Supermarket&Toko Buah Konsumen 3. Petani Konsumen Berdasarkan nilai π/C diketahui bahwa pola pemasaran 3 memiliki nilai π/C lebih tinggi dari pola 1 dan 2. Adapun nilai π/C tersebut adalah 3,01 untuk pola, dan 6,22 untuk pola 2, dan 31,56 untuk pola 3. Bagi petani saluran 3 (tiga) merupakan pilihan yang paling menguntungkan karena bagian harga yang diterima petani pada saluran tersebut paling besar, tetapi saluran 3 kurang strategis untuk

dipilih karena jumlah penjualan yang terbatas. Jarang sekali ada konsumen yang membeli pepaya secara langsung kepada petani sehingga secara kuantitas saluran 3 (tiga) memiliki volume jual yang rendah. Maka dari itu pola pemasaran 2 (dua) lebih menguntungkan bagi petani.

2.6. Kerangka Berfikir

Kegiatan budidaya pepaya di Kecamatan Tampan terbilang sudah cukup lama dan banyak petani yang melakukan budidaya pepaya. Akan tetapi produksi pepaya di Kecamatan Tampan tidak begitu besar sehingga tidak bisa memenuhi permintaan pasar. Salah satu cara untuk meningkatkan produksi pepaya yaitu dengan melakukan usahatani yang efektif dan efisien.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis karakteristik petani pepaya, teknis budidaya pepaya, saluran dan lembaga pemasaran serta fungsi-fungsi pemasaran. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menganalisis : analisis usahatani termasuk didalamnya penggunaan input produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan kotor, pendapatan bersih dan efisiensi usahatani. Disamping itu yang termasuk kedalam sistem pemasaran yakni: saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran. Hasil perhitungan mengenai usahatani dan pemasaran akan di jadikan saran atau rekomendasi untuk petani, agar produksi pepaya dapat meningkat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian

III. METODE PENELITIAN

3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilaksanakan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di Kecamatan Tampan terdapat usahatani pepaya sekaligus merupakan salah satu daerah penghasil pepaya di Kota Pekanbaru.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan mulai dari bulan Januari 2021 sampai Mei 2021. Meliputi kegiatan persiapan pembuatan proposal, seminar dan perbaikan) pelaksanaan (pengumpulan data, tabulasi data dan analisis data, perumusan hasil draf laporan, seminar, perbaikan dan perbanyak.

3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh petani pepaya madu, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan jumlah sebanyak 50 petani, 15 pedagang pengumpul dan 20 pedagang pengecer. Metode penentuan sampel petani dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan pertimbangan tanaman pepaya yang diusahakan petani telah menghasilkan/berproduksi atau telah berumur 2 tahun. Sampel petani pepaya madu sebanyak 20 sampel, pengambilan sampel sebanyak 20 orang dikatakan sudah dapat mewakili keseluruhan petani yang ada di Kecamatan Tampan. Sementara itu untuk pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dilakukan secara sensus yaitu sebanyak 2 orang pedagang pengumpul dan 9 orang pedagang pengecer.

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data skunder. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu objek. Data primer diperoleh dari petani dengan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya, adapun data yang dibutuhkan meliputi : identitas petani dan pedagang pepaya madu meliputi (umur, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani dan jumlah tanggungan keluarga). Usahatani pepaya madu meliputi (penggunaan saprodi, teknologi budidaya, produksi, harga dan pemasaran pepaya madu). Pemasaran pepaya oleh pedagang pepaya madu (biaya pengangkutan, biaya tenaga kerja, dan biaya perlengkapan penjualan).

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari instansi terkait, seperti Badan Pusat Statistik, Direktorat Jendral Pertanian dan Kantor Camat Tampan Kota Pekanbaru. Data yang diambil meliputi (produksi dan luas lahan pepaya madu).

3.4. Konsep Operasional

Untuk menyamakan persepsi tentang variabel-variabel yang digunakan dan menghindari terjadinya perbedaan penafsiran, maka penulis memberi batasan definisi operasional sebagai berikut :

1. Pepaya adalah tanaman yang dibudidayakan oleh petani dan dapat dipanen pertama setelah berumur antara 10-12 bulan.
2. Petani pepaya adalah orang yang pekerjaannya bercocok tanam pepaya pada tanah pertanian.
3. Usahatani pepaya adalah kegiatan membudidayakan tanaman pepaya pada suatu lahan yang dilakukan oleh petani dengan mengorganisir modal, tenaga kerja dan manajemen yang berorientasi pada pasar hingga menghasilkan produk (buah pepaya).
4. Pedagang pengumpul adalah orang yang mengumpulkan pepaya dalam jumlah yang besar dengan cara membeli langsung dari petani dan kemudian menjualnya lagi kepada pedagang besar.
5. Pengecer adalah orang yang membeli pepaya dari pedagang besar/pedagang kecil yang kemudian menjualnya kepada konsumen akhir.
6. Umur petani adalah salah satu faktor yang berkaitan erat dengan kemampuan kerja dalam melaksanakan kegiatan usahatani pepaya (Thn).
7. Tingkat pendidikan adalah tahapan pendidikan yang ditempuh dan diselesaikan oleh petani (Thn).
8. Jumlah tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang berada atau hidup dalam satu rumah dan makan bersama yang menjadi tanggungan kepala keluarga.
9. Pengalaman usahatani adalah lamanya pengalaman petani dalam melaksanakan usahatani (Thn).

10. Sarana produksi adalah jumlah input yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan usahatani pepaya yang meliputi lahan, modal, tenaga kerja, benih dan pupuk.
11. Luas garapan adalah besarnya luas lahan yang digunakan untuk membudidayakan tanama pepaya (Ha).
12. Jumlah tenaga kerja adalah banyaknya hari orang kerja yang dilakukan oleh tenaga kerja baik tenaga kerja dalam keluarga atau tenaga kerja luar keluarga untuk membudidayakan tanaman pepaya mulai dari persiapan lahan penanaman hingga buah pepaya siap di panen (Hok).
13. Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang tidak berubah berapapun jumlahnya pepaya yang diproduksi oleh petani (Rp) meliputi sewa tanah, biaya penyusutan dan alat-alat pertanian (Rp/Thn).
14. Biaya penyusutan adalah selisih nilai beli alat dengan nilai sisa yang dibandingkan dengan masa pakai alat tersebut dalam kurun waktu tertentu (Rp/Thn).
15. Biaya tidak tetap atau (*Variabel cost*) adalah biaya yang jumlahnya tidak tetap atau berubah-ubah sesuai dengan jumlah output yang dihasilkan (Rp/Ha/Thn).
16. Upah tenaga kerja adalah jumlah biaya yang dikeluarkan untuk tenaga kerja berdasarkan jam kerjanya (Rp/Hok).
17. Biaya total adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk memproduksi pepaya (Rp/Ha/Thn).
18. Produksi adalah hasil dari tanaman pepaya yang dibudidayakan oleh petani dalam satu kali proses produksi (Kg/ Ha /Thn).

19. Periode panen adalah waktu yang diperlukan dalam melakukan pemanenan tanaman pepaya yakni satu bulan 8 kali (Garapan).
20. Harga produk adalah nilai untuk buah pepaya yang dijual yang berlaku pada saat penelitian (Rp/Thn).
21. Pendapatan kotor adalah pendapatan yang diperoleh dari hasil kali jumlah produksi dengan harga yang berlaku (Rp/Tahun).
22. Pendapatan bersih adalah selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan (Rp/Thn).
23. Efisiensi usahatani adalah perbandingan pendapatan kotor dengan biaya produksi usahatani pepaya.
24. Pemasaran adalah suatu rangkaian kegiatan untuk menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen baik secara langsung maupun melalui bantuan lembaga pemasaran.
25. Lembaga pemasaran adalah orang atau badan yang melaksanakan kegiatan pemasaran untuk menyampaikan produk atau buah pepaya dari produsen kepada konsumen akhir seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.
26. Fungsi pemasaran adalah sebagai kegiatan yang dilakukan dalam pemasaran buah pepaya yang terdiri dari pembelian, penjualan, pengangkutan, penyimpanan, pembiayaan, penanggungan risiko, informasi pasar serta standarisasi dan grading.
27. Saluran pemasaran adalah aliran yang dilalui lembaga pemasaran dalam kegiatan menyampaikan hasil produksi dari produsen ke konsumen.
28. Biaya pemasaran adalah sejumlah biaya yang digunakan dalam penyaluran buah pepaya dari produsen ke konsumen akhir (Rp/Kg).

29. Keuntungan pemasaran adalah keuntungan yang diperoleh dari harga jual dikurangi dengan biaya pemasaran (Rp/Kg).
30. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh produsen (Rp/Kg).
31. *Farmer's share* adalah bagian yang diterima petani dalam bentuk persentase harga ditingkat petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer (%)
32. Efisiensi pemasaran adalah persentase perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan.

3.5. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Menurut Nawawi (2003), metode deskriptif yaitu metode-metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat actual pada penelitian yang dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana adanya diiringi dengan interpretasi yang rasional dan akurat.

351. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer

Untuk menganalisis karakteristik petani pepaya dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif yang meliputi : umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berusahatani.

352. Usahatani Pepaya

Adapun model analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.5.2.1. Biaya Produksi

Total Biaya dapat dihitung dengan cara :

$$TC = TFC + TVC$$

$$TC = \{(X_1.PX_1) + (X_2.PX_2) + (X_3.PX_3) + (X_4.PX_4)\} D \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- TC = Total Biaya (*Total Cost*) (Rp/Garapan/Thn)
- TFC = Total Biaya Tetap (*Total Fixed Cost*) (Rp/Garapan/Thn)
- TVC = Total Biaya Variabel (*Total Variable Cost*) (Rp/Garapan/Thn)
- X₁ = Jumlah Penggunaan Bibit (Pepaya/Garapan)
- PX₁ = Harga Bibit (Rp/Pepaya)
- X₂ = Jumlah Penggunaan Pupuk (Kg/Garapan/Thn)
- PX₂ = Harga Pupuk (Rp/Kg)
- X₃ = Jumlah Penggunaan Pestisida (Liter/Garapan/Tahun)
- PX₃ = Harga Pestisida (Rp/Liter)
- X₄ = Jumlah Penggunaan Tenaga Kerja (HOK/Garapan/Thn)
- PX₄ = Upah Tenaga Kerja (Rp/HOK)
- D = Nilai Penyusutan (Rp/Unit/Thn)

Peralatan yang digunakan pada usahatani pepaya umumnya tidak habis dipakai untuk satu kali periode produksi (lebih dari satu tahun). Oleh karena itu, biaya peralatan dihitung sebagai komponen biaya produksi adalah nilai penyusutannya. Untuk menghitung besarnya biaya penyusutan alat yang digunakan oleh petani pepaya dalam membudidayakan tanaman pepaya dapat digunakan metode garis lurus

(*straight line methods*) yang dikemukakan oleh Hernanto (1996), dengan rumus sebagai berikut :

$$D = \frac{NB-NS}{UE} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

- D = Biaya Penyusutan (Rp/Unit/Thn)
- NB = Nilai Beli (Rp/Unit/Thn)
- NS = Nilai Sisa 20% dari harga beli (Rp/Unit/Thn)
- UE = Usia Ekonomis (Thn)

3.5.2.3. Pendapatan

Soekartawi (1995), menyatakan bahwa pendapatan dibagi menjadi dua jenis yaitu pendapatan kotor dan pendapatan bersih.

a. Pendapatan Kotor

Pendapatan kotor dapat diperoleh dengan cara mengalikan antara produksi dengan harga produksi yang berlaku, yang dapat dituliskan dengan cara :

$$TR = Y \cdot Py \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- TR = Pendapatan kotor usahatani pepaya (Rp/Garapan/Thn)
- Y = Jumlah produksi pepaya (Kg/Garapan/Thn)
- Py = Harga Pepaya (Rp/Kg)

b. Pendapatan Bersih

Untuk mengetahui pendapatan bersih dapat dihitung dengan menggunakan rumus umum menurut Soekartawi (2002), yaitu :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan :

Π = Pendapatan Bersih (Rp/Garapan/Thn)

TR = Total Revenue (Rp/Garapan/Thn)

TC = Total Cost (Rp/Garapan/Thn)

3.5.2.4. Efisiensi Usahatani

Efisiensi usahatani pepaya akan dianalisis dengan menggunakan rumus

Return Cost Ratio (RCR) Soekartawi (1995), sebagai berikut :

$$RCR = \frac{TR}{TC} \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan :

RCR = *Return Cost Ratio*

TR = Pendapatan Kotor (Rp/Garapan/Thn)

TC = Biaya Produksi (Rp/Garapan/Thn)

Dengan kriteria sebagai berikut :

RCR > 1 = Usahatani menguntungkan

RCR < 1 = Usahatani tidak menguntungkan

RCR = 1 = Usahatani impas (balik modal)

3.5.3 Analisis Pemasaran

3.5.3.1. Lembaga dan Saluran Pemasaran

Analisis lembaga pemasaran dilakukan untuk mengetahui fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Saluran pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan diamati mulai dari petani dengan menghitung persentase pasokan sampai pedagang pengumpul dan hingga pada akhirnya sampai ke konsumen akhir. Jalur pemasaran tersebut akan menggambarkan peta saluran pemasaran. Saluran pemasaran pepaya madu dianalisis dengan mengamati lembaga-lembaga pemasaran sebagai pihak perantara dalam proses penyampaian produk pepaya madu dari produsen ke konsumen serta pembentukan jalur pemasaran.

3.5.3.2. Fungsi Pemasaran

Analisis fungsi-fungsi pemasaran digunakan untuk mengevaluasi biaya pemasaran. Manfaat lain dari analisis fungsi pemasaran adalah sebagai bahan perbandingan biaya yang dihasilkan oleh setiap lembaga pemasaran. Perbandingan biaya pemasaran untuk melihat saluran pemasaran yang paling efisien. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan lembaga pemasaran terdiri dari fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Lemabaga-Lembaga Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Perdagangan Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan • Pembelian 				
2. Fungsi Fisik <ul style="list-style-type: none"> • Penyimpanan • Pengangkutan • Pengolahan 				
3. Fungsi Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> • Standarisasi dan Grading • Penanggungan Risiko • Pembiayaan • Informasi Pasar 				

Sumber : Limbong dan Sitorus, 1987

3.5.3.3. Biaya Pemasaran

Untuk menghitung biaya pemasaran digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), sebagai berikut :

$$B_p = B_1 + B_2 + B_3 + B_4 \dots\dots\dots(6)$$

Untuk pendukung :

- BP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)
- B1 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)
- B2 = Biaya Muat (Rp/Kg)
- B3 = Biaya Makan, Minum, Rokok (Rp/Kg)
- B4 = Biaya Plastik (Rp/Kg)
- B5 = Biaya Pisau (Rp/Kg)

B6 = Biaya Tempat (Rp/Kg)

B7 = Biaya Risiko (Rp/Kg)

B8 = Biaya Tenaga Kerja (Rp/Kg)

3.5.3.4. Margin Pemasaran

Untuk menghitung margin pemasaran digunakan rumus menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986), sebagai berikut :

$$M = Hk - Hp \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Hk = Harga yang Dibayarkan Konsumen Akhir (Rp/Kg)

Hp = Harga yang Diterima Petani (Rp/Kg)

3.5.3.5. Keuntungan Pemasaran

Untuk menghitung keuntungan yang diterima petani digunakan rumus menurut Soekartawi (1993), sebagai berikut :

$$\Pi = M - B \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

Π = Net Margin (Rp/Kg)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

3.5.3.6. *Farmer's Share*

Untuk menghitung *farmer's share* atau bagian yang diterima oleh produsen digunakan rumus menurut Napitupulu (1989), sebagai berikut :

$$\text{farmer's share} = \frac{HP}{HK} \times 100 \% \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan :

HP = Harga Tingkat Petani (Rp/Kg)

HK = Harga ditingkat Konsumen Akhir (Rp/Kg)

3.5.3.7. Efisiensi Pemasaran

Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Ep), secara umum dapat digunakan rumus menurut Soekartawi (1988), yaitu :

$$Ep = \frac{TBP}{TNP} \times 100 \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan :

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp/Kg)

Semakin rendah ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran semakin efisien dan apabila semakin tinggi ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran tidak efisien.

IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1. Geografis dan Topografi

Kecamatan Tamoan Kota Pekanbaru adalah merupakan salah satu Kecamatan yang berbentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 1987, tentang perubahan batas antara Kota Pekanbaru dengan Kabupaten Kampar pada tanggal 14 Mei 1988 dengan luas wilayah $\pm 199.792 \text{ KM}^2$ (Kantor Camat Tampan, 2018).

Terbentuknya Kecamatan Tamoan ini terdiri dari beberapa Desa dan Kecamatan Kampar yaitu :

- a. Desa Simpang Baru dari Kecamatan Kampar
- b. Desa Sidomulyo Barat dari Kecamatan Siak Hulu
- c. Desa Labuh Baru dari Kecamatan Siak Hulu
- d. Desa Tampan dari Kecamatan Siak Hulu

Pada tahun 2003 Pemerintah Kota Pekanbaru mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 03 Tahun 2003, yang kemudian membagi wilayah Kecamatan Tampan dimekarkan menjadi 2 Kecamatan dengan batas-batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Marpoyan Damai (Kota Pekanbaru)
- b. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar)
- c. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki (Kota Pekanbaru)
- d. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Tambang (Kabupaten Kampar)

Secara geografis, Kecamatan Tampan berada pada koordinat $101^{\circ} 22' 45'' \text{BT}$ - $101^{\circ} 23' 09'' \text{LU}$ memiliki luas wilayah $59,81 \text{ Km}^2$. Kecamatan Tampan merupakan wilayah terluas dibandingkan Kecamatan lain yang ada di wilayah Kota Pekanbaru. Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 19 tahun 1987 tentang Perubahan Batas

Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Pekanbaru, luas wilayah Kecamatan Tampan adalah 4.872 Km² atau sama dengan 9,46% dari luas Kota Pekanbaru, yang sebagian besar wilayahnya digunakan untuk perumahan/perkarangan.

Kecamatan Tampan terdiri dari 9 sembilan Kelurahan yaitu Kelurahan Simpang Baru, Kelurahan Tuah Karya, Kelurahan Sidomulyo Barat, Kelurahan Delima, Kelurahan Air Putih, Kelurahan Tuah Madani, Kelurahan Bina Widya, Kelurahan Sialang Munggu dan Kelurahan Tobek Gadang. Kecamatan Tampan mempunyai batas-batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Payung Sekaki
- b. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Kampar
- c. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kampar
- d. Sebelah Timur berbatasan dengan Marpoyan Damai

Kondisi iklim dan cuaca di Kecamatan Tampan mengikuti iklim Kota Pekanbaru pada umumnya yang beriklim sangat basah, tipe A klasifikasi Schmidt dan Ferguson. Suhu berkisar antara 21,6° - 35,0° C dengan rata-rata 28,0°C, sedangkan kelembaban udara berkisar antara 57,9% - 93,2% dengan rata-rata 74,6% dan tekanan udara 1.007,2 Mb – 1.013,0 Mb, dengan rata-rata 1.010,1 Mb serta mempunyai kecepatan angin 7-8 knot/jam. Curah hujan antara 1.408 mm/th – 4.344 mm/th, dengan rata-rata curah hujan mencapai 2.938 mm/th dan hari hujan selama 198 hari. Musim hujan terjadi pada bulan Januari sampai April dan September sampai Desember. Musim kemarau terjadi pada bulan Mei sampai Agustus. Keadaan topografi Kecamatan Tampan yaitu datar dengan kelerangan antara 0-8% dan

ketinggian lokasi lebih kurang 20 mdpl. Jenis tanahnya adalah *brown forest soil*. Kondisi tekstur tanahnya berupa lempung dengan tingkat kesuburan sedang.

Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru terdiri dari 9 Kelurahan, 54 rukun warga (RW), dan 304 rukun tetangga (RT). Sembilan kelurahan yang berada di lingkungan Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Kelurahan Simpang Baru, Kelurahan Tuah Karya, Kelurahan Sidomulyo Barat, Kelurahan Delima, Kelurahan Air Putih, Kelurahan Tuah Madani, Kelurahan Bina Widya, Kelurahan Sialang Munggu dan Kelurahan Tobek Gadang (Kantor Camat Tampan, 2018).

4.2. Keadaan Penduduk

Kecamatan Tampan merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru. Jumlah penduduk yang tinggi terjadi karena Kecamatan Tampan mempunyai wilayah yang luas dibanding dengan kecamatan lainnya. Adapun jumlah penduduk sesuai dengan data yang penulis peroleh dari Kantor Kecamatan Tampan melalui papan statistik. Maka jumlah penduduk Kecamatan Tampan mencapai 287.801 jiwa pada tahun 2017. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 6,96% dari tahun 2016. Kepadatan penduduknya mencapai 4.811 jiwa/km².

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2017

No	Kelurahan	Jumlah RW	Jumlah RT	Jumlah KK	Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin		Jumlah Jiwa
					LK	PR	
1	Simpang Baru	16	71	11.138	21.326	22.482	13.808
2	Sidomulyo	19	100	10.188	22.324	21.039	43.363
3	Tuah Karya	13	92	13.564	28.783	26.760	55.543
4	Delima	13	73	7.268	16.911	16.009	32.920
Jumlah		61	336	42.158	89.344	86.290	145.634

Sumber : BPS Pekanbaru, 2018

Berdasarkan Tabel 4, Dapat diperoleh informasi bahwa Kelurahan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kecamatan Tampan berada pada Kelurahan Tuah Karya, yang berjumlah 55.543 Jiwa dengan perincian data dari 13 Rukun Warga (RW), 92 Rukun Tetangga (RT), dan 13.564 Kepala Keluarga (KK). Sebanyak 28.783 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki (LK) dan sebanyak 26.760 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan (PR).

4.3. Mata Pencaharian Penduduk

Selain sebagai petani, pendapatan masyarakat Kecamatan Tampan diperoleh dari berbagai profesi dan berbagai jenis mata pencaharian, karena untuk memenuhi kebutuhan hidup petani tidak hanya bergantung pada usahatani pepaya saja, beberapa masyarakat menjadikan usahatani pepaya sebagai mata pencaharian sampingan, dan yang lainnya menjadikan usahatani pepaya ini sebagai sumber pendapatan utama, tetapi tetap masyarakat tani melakukan usaha sampingan untuk memperoleh pendapatan lebih agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.

Pada umumnya penduduk di Kecamatan Tampan bermata Pencaharian sebagai pedagang, selain itu juga ada yang bekerja sebagai guru, pegawai negeri sipil, karyawan swasta, dan lain-lain. Adapun jumlah penduduk menurut jenis pekerjaan yang penulis peroleh dari kantor Kecamatan Tampan dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Berdasarkan Matapencapaian di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2017

No	Pekerjaan	Kelurahan			
		Simpang Baru	Sidomulyo Barat	Tuah Karya	Delima
1	Belum/Tidak Bekerja	1.064	8.540	1.378	2.409
2	Mengurus Rumah	1.146	3.909	7.520	2.208
3	Pelajar/Mahasiswa	2.269	8.483	7.895	2.182
4	Pensiunan	58	316	585	1.274
5	Pegawai Negeri Sipil	1.120	911	810	1.661
6	Tentara Nasional	25	88	62	746
7	Kepolisian Republik	75	63	64	384
8	Perdagangan	785	794	631	1.793
9	Petani/Perburuhan	78	721	600	135
10	Peternakan	80	28	-	216
11	Karyawan Swasta	347	320	547	964
12	Karyawan BUMN	125	173	165	102
13	Karyawan BUMD	65	131	167	89
14	Tukang Kayu	25	216	171	197
15	Dosen	135	188	167	12
16	Guru	180	811	1.777	60
17	Pedagang	4.688	1.023	1.106	1.125
18	Wiraswasta	5.210	3.019	11.104	1.160
Jumlah		17.475	29.734	34.749	16.717

Sumber : BPS Pekanbaru, 2018

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa mayoritas penduduk Kelurahan Simpang Baru mayoritas penduduknya bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 5.210 orang, Kelurahan Sidomulyo Barat mayoritas penduduknya Belum/tidak bekerja sebanyak 8.540 orang dan jumlah penduduk dengan matapencapaian terkecil yaitu sebagai Peternak sebanyak 0 orang, matapencapaian penduduk yang terkecil yaitu sebagai peternak sebanyak 28 orang, Kelurahan Buah Karya mayoritas penduduknya bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 11.104 orang. Sedangkan Kelurahan Delima mayoritas penduduknya Belum/tidak bekerja, sebanyak 2.409 orang

4.4. Keadaan Pertanian Kecamatan Tampan

Pertanian di Kecamatan Tampan dikategorikan cukup baik berupa adanya kelompok tani, beberapa peti mampu menggunakan perkembangan teknologi dengan baik, terdapat beberapa usahatani yang dijalankan oleh penduduk setempat untuk menunjang perekonomian masyarakat. Untuk jenis usahatani yang dijalankan oleh masyarakat Kecamatan Tampan umumnya adalah tanaman hortikultura, misalnya tanaman pepaya, jagung, kedelai, sayuran, ubi dan beberapa tanaman hortikultura. Sedangkan usaha lain yang dijalankan oleh masyarakat Kecamatan Tampan adalah sebagai peternak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Luas Panen dan Produksi Komoditi Bahan Pangan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2018.

No	Komoditas	Produksi (ton)	
		2017	2018
1	Bawang Merah	40,00	0
3	Petsai	107,00	1.469
Jumlah		147,00	1.469

Sumber : BPS Pekanbaru, 2019

Berdasarkan data BPS tahun 2018 produksi sayuran di Kecamatan Tampan hanya komoditas tanaman bawang merah dengan produksi di Tahun 2017 sebanyak 40 ton dan 0 ton di tahun 2018, sedangkan produksi petsai di tahun 2017 sebanyak 107 ton dan produksi di tahun 2018 sebanyak 1469 ton per tahunnya. penurunan produksi disebabkan petani beralih komoditi yang diusahakan.

Selain sayuran Kecamatan Tampan juga merupakan Kecamatan yang melakukan usaha budidaya tanaman biofarmaka seperti jahe, laos dan kunyit. Untuk

lebih jelasnya mengenai produksi tanaman biofarmaka di Kecamatan Tampam dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Produksi Tanaman Biofarmaka di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru Tahun 2018.

No	Komoditas	Produksi (ton)	
		2017	2018
1	Jahe	207	240
2	Laos	251	200
3	Kunyit	166	155
Jumlah		624	595

Sumber : BPS Pekanbaru, 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat produksi Laos merupakan produksi tertinggi tanaman biofarmaka di Kecamatan Tampam tahun 2017 yaitu sebanyak 251 ton per tahunnya, sedangkan produksi tertinggi tanaman biofarmaka pada tahun 2018 adalah jahe sebanyak 240 ton per tahunnya.

Selain biofarmaka Kecamatan Tampam juga daerah penghasil buah-buahan, seperti mangga, pisang, pepaya dan buah lainnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Produksi Tanaman Buah di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru Tahun 2018.

No	Komoditas	Produksi (ton)	
		2017	2018
1	Mangga	38,00	37,00
2	Pisang	36,00	32,00
3	Pepaya	0	42,00
Jumlah		74,00	111,00

Sumber : BPS Pekanbaru, 2019

Berdasarkan Tabel 8 produksi tertinggi tanaman buah secara keseluruhan di Kecamatan Tampam berikut mangga, pisang dan pepaya tinggi pada tahun 2018. Produksi tertinggi yaitu buah pepaya sebanyak 42,00 ton per tahun. dengan total produksi sebanyak 111,00 ton pertahun.

Kondisi pertanian Kecamatan Tampan umumnya hanya budidaya tanaman hortikultura saja, terlihat dari tidak adanya data dari dinas statistik ataupun pertanian terkait luas areal dan produksi tanaman perkebunan. Kondisi ini didukung karena Kecamatan Tampan merupakan daerah yang berada dekat areal perkotaan, sehingga tidak memungkinkan adanya tanaman perkebunan. Meskipun demikian kondisi pertanian cukup baik didukung adanya berbagai usahatani yang dilaksanakan oleh warga sekitar Kecamatan Tampan.

Meskipun tidak memiliki areal perkebunan, namun masyarakatnya mampu cukup mampu untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan adanya usahatani tanaman hortikultura, biofarmaka ataupun tanaman hias yang dilakukan sehingga cukup dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakatnya.

4.5. Sarana dan Prasarana

Secara umum tingkat perkembangan suatu wilayah dapat dilihat dari ketersediaan beberapa fasilitas pelayanan yang ada di daerah tersebut. Fasilitas yang terdapat di Kecamatan Tampan sangat mendukung terhadap perkembangan Kecamatan. Perkembangan sosial ekonomi juga mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap sarana dan prasarana. Adapun sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Tampan diuraikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Sarana dan Prasarana di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2017

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
1	Sarana Pendidikan	
	-Taman Kanak-Kanak	54
	-SD/MI	41
	-SMP	22
	-SMU	10
	-SMK	14
	-Universitas dan Perguruan Tinggi	12
2	Sarana Kesehatan	
	-Puskesmas	4
	-Posyandu	4
	-Rumah Sakit	3
	-Klinik	25
3	Sarana Ibadah	
	-Masjid	162
	-Mushalla	79
	-Gereja	8
	-Vihara	1
4	Sarana Perokonomian	
	-Swalayan	43
	-Grosir	56
	-Kios	150
	-Pasar	2
	-Warung Kelontong	180
5	Prasarana Transportasi	
	-Jalan Aspal	28
	-Jalan Beton	33
	-Jalan Semen	27

Dari Tabel 9 terlihat bahwa jumlah sarana dan prasarana yang ada di Kecamatan Tampan terbilang cukup banyak dan memadai, terlihat dari adanya fasilitas pendidikan yang lengkap, sarana perekonomiannya, sarana ibadah, sarana transportasi dan lainnya sehingga sangat menunjang aktivitas dan kebutuhan masyarakat yang tinggal di sekitar Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer

Dalam mencari karakteristik petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer terdiri dari beberapa komponen yaitu : karakteristik petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer menurut umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman berusahatani, dan jumlah tanggungan keluarga.

5.1.1. Umur

Umur dapat dijadikan indikator dalam menentukan produktif dan tidak produktifnya seseorang. Umur juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi petani dalam mengelola usahatani terutama terhadap pola pikir, kemampuan fisik untuk bekerja, bertindak dalam menerima dan mengadopsi inovasi. Petani yang berumur produktif kemampuannya dalam bekerja akan lebih baik dibandingkan dengan petani yang tidak produktif. Petani yang relatif muda pada umumnya lebih cepat mengadopsi inovasi baru serta lebih dinamis dan tanggap terhadap perubahan lingkungan, terutama yang berhubungan dengan usahatannya, namun mereka relatif kurang berpengalaman dibandingkan petani yang sudah berumus tua. Karakteristik petani pepaya madu berdasarkan kelompok umur di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Karakteristik Petani Pepaya Madu Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

NO	Umur	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	30-36	3,00	15,00	-	-	3,00	33,33
2	37-43	6,00	30,00	1,00	50,00	4,00	44,44
3	44-50	4,00	20,00	-	-	2,00	22,22
4	51-57	6,00	30,00	1,00	50,00	-	-
5	58-64	1,00	5,00	-	-	-	-
Jumlah		20,00	100,00	2,00	100,00	9,00	100,00

Berdasarkan Tabel 10 diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar petani pepaya madu di Kecamatan Tampan adalah pada kelompok umur berkisar 30-36 tahun yaitu sebanyak 3 orang (15,00%), umur 37-43 tahun sebanyak 6 orang (30,00%), umur 44-50 sebanyak 4 orang (20,00%), umur 51-57 tahun sebanyak 6 orang (30,00 %), umur 58-64 tahun sebanyak 1 orang (5,00%), dan rata-rata umur petani adalah 50,67 tahun (Lampiran 1). Kelompok umur tersebut menunjukkan bahwa semua petani dalam usia produktif. Umumnya pengusahatani yang usianya lebih muda lebih kuat fisiknya dibandingkan dengan pengusahatannya yang lebih tua, begitu juga sebaliknya.

Pada Tabel 10 dapat dilihat bahwa sampel pedagang pengumpul terdiri dari 2 orang dan sampel pedagang pengecer terdiri dari 9 orang sampel, jadi total sampel pedagang keseluruhan adalah sebanyak 11 orang. Umur pedagang pengumpul pada rentang usia 37-43 tahun sebanyak 1 jiwa (50,00%) dan 51-57 tahun sebanyak 1 jiwa (50,00%) rata-rata umur pedagang pengumpul adalah 45 tahun. Rentang usia pedagang pengecer pepaya madu berapa pada rentang 30-36 tahun sebanyak 3 jiwa (33,33%), pada rentang 37-43 tahun sebanyak 4 jiwa (44,44%), dan pedagang pada rentang 40-

50 tahun sebanyak 2 jiwa (22,22%) rata-rata umur pedagang pengecer 42 tahun (Lampiran 1). Hal ini dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh pedagang, baik pengumpul maupun pengecer berada pada umur produktif, sehingga akan lebih mudah menerima inovasi yang didukung oleh kemampuan fisik dan pengembangan usaha melalui pemberdayaan dan peningkatan ilmu pengetahuan.

5.1.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan sangat mempengaruhi sikap dan keputusan yang diambil, terutama dalam menerapkan inovasi baru yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap produksi, dan pendapatan petani. Produktivitas manusia tidak hanya dipengaruhi oleh peralatan-peralatan yang digunakan atau kekuatan fisik yang dimiliki, tetapi juga ditentukan oleh pendidikan yang pernah dilaluinya.

Pendidikan menggambarkan tingkat pengetahuan, wawasan dan pandangan seseorang. Seperti dikemukakan oleh Mosher (1987) bahwa pendidikan salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Karakteristik petani menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada Tabel 11 sebagai berikut:

Tabel 11. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

NO	Tingkat pendidikan	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	7.00	35.00	-	-	4.00	44.44
2	SMP	6.00	30.00	-	-	2.00	22.22
3	SMA	6.00	30.00	2.00	100.00	3.00	33.33
4	Perguruan Tinggi	1.00	5	-	-	-	-
Jumlah		20.00	95.00	2.00	100.00	9.00	100.00

Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan yang terbanyak adalah tamatan SD sebanyak 7 orang (35,00%), kedua adalah SMP sebanyak 6 orang (30,00%) dan SMA sebanyak 6 orang (30,0%), petani yang sedikit adalah pada tingkat pendidikan S1 sebanyak 1 orang (5,00%) (Lampiran 1). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan petani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tergolong rendah. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat dalam mengelola atau menjalankan usahatani. Untuk itu diperlukan adanya pendidikan non formal bagi masyarakat disekitar Kecamatan Tampan seperti penyuluhan dan pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh pemerintah setempat.

Tingkat pendidikan pedang pengumpul rata-rata pada jenjang pendidikan SMA sebanyak 2 jiwa (100,00%). Tingkat pendidikan pedagang pengecer pada taraf tingkat pendidikan SD sebanyak 4 jiwa (44,44%), SMP sebanyak 2 jiwa (22,22%), dan SMA sebanyak 3 jiwa (33,33%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendidikan pedagang pengumpul dan pengecer di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tergolong rendah. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pola fikir masyarakat dalam mengelola atau menjalankan usaha. Untuk menunjang peningkatan pola fikir masyarakat pedagang agar lebih baik lagi pemerintah dapat memberikan penyuluhan dan pelatihan dalam menjalankan usaha yang baik, efektif dan efisien.

5.1.3. Pengalaman Berusahatani

Pengalaman berusahatani merupakan salah satu hak yang mempengaruhi pengusaha dalam mengelola usahatani dengan hasil yang optimal, karena semakin lama pengalaman seseorang dalam berusahatani maka akan semakin mahir pula dalam mengambil keputusan dan pertimbangan dalam menjalankan usahanya. Soekartawi

(2003) mengatakan pengalaman seseorang dalam berusaha berpengaruh dalam menerima inovasi dari luar. Pengusaha yang sudah lama berusahatani akan lebih mudah menerapkan anjuran penyuluhan demikian pula dengan penerapan teknologi. Karakteristik petani menurut pengalaman berusahatani dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Menurut Pengalaman Berusahatani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

NO	Pengalaman Berusaha	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	4-5	6,00	30,00	1,00	50,00	5,00	55,56
2	6-7	7,00	35,00	1,00	50,00	3,00	33,33
3	8-9	6,00	30,00	-	-	1,00	11,11
4	10-11	1,00	5,00	-	-	-	-
Jumlah		20,00	100,00	2,00	100,00	9,00	100,00

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa pengalaman berusahatani di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru terbilang cukup lama dan beragam, pengalaman berusahatani paling banyak yaitu selama 6-7 tahun sebanyak 7 orang (35,00%), diikuti pengalaman berusahatani 4-5 tahun sebanyak 6 orang (30,00%), pengalaman berusahatani 8-9 tahun sebanyak 6 orang (30,00%) dan pengalaman berusahatani sebanyak 10-11 tahun sebanyak 1 orang (5,00%), dengan rata-rata pengalaman berusahatani selama 7 tahun (Lampiran 1). Pengalaman berusahatani erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusahatani maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi produksi dan pendapatan petani tersebut.

Pengalaman berusaha yang dimiliki petani sangat berpengaruh terhadap usaha yang dijalankan. Semakin berpengalaman maka usaha dan wawasan yang dimiliki oleh

pengusaha akan relatif tinggi karena banyaknya pengalaman yang diterima. Lama nya pengalaman usaha pedagang pengumpul pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah pada rentang 4-5 tahun sebanyak 1 jiwa (50,00%) dan pada rentang 6-7 tahun sebanyak 1 jiwa atau (50,00%). Tingkat pengalaman usaha pada pedagang pengecer yaitu pada rentang 4-5 tahun sebanyak 5 jiwa (55,56%), pada rentang 6-7 tahun sebanyak 3 jiwa atau (33,33%) dan pada rentang 8-9 tahun sebanyak 1 jiwa atau (11,11%) dengan rata-rata pengalaman 6 tahun.

Pengalaman berusaha pedagang pengumpul dan pengecer terbilang cukup lama. Pengalaman berusaha erat kaitannya dengan keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, semakin lama mereka berusaha maka semakin tinggi pula keterampilan yang dimiliki, yang secara langsung akan mempengaruhi penjualan dan pendapatan pedagang tersebut.

5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga

Besarnya jumlah tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan karena semakin banyak jumlah tanggungan keluarga atau jumlah anggota keluarga yang ikut makan maka secara tidak langsung akan memaksa tenaga kerja untuk mencari tambahan pendapatan (Wirosuhardjo, 1996). Jumlah tanggungan keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggungan lainnya. Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Karakteristik petani menurut jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Karakteristik Petani dan Pedagang Pepaya Madu Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

NO	Jumlah Tanggungan Keluarga	Petani		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1-2	10,00	50,00	2,00	100,00	5,00	55,56
2	3-4	8,00	40,00	-	-	4,00	44,44
3	5-6	2,00	10,00	-	-	-	-
Jumlah		20,00	100,00	2,00	100,00	9,00	100,00

Berdasarkan Tabel 13 diketahui sebagian besar petani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru mempunyai jumlah tanggungan keluarga 1-2 jiwa sebanyak 10 orang (50,00%), diikuti dengan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 3-4 jiwa sebanyak 9 orang (40,00%), dan jumlah tanggungan keluarga terkecil yaitu 5-6 jiwa sebanyak 2 orang (10,00%) dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga 3 tahun (Lampiran 1). Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan keluarga, maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka sendiri atau sebaliknya.

Jumlah tanggung keluarga adalah total dari jumlah anggota keluarga yang terdiri dari istri, anak serta tanggung hawab lainnya. Dimana seluruh kebutuhan hidupnya masih ditanggung oleh kepala keluarga. Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul 1-2 jumlah tanggungan sebanyak 2 jiwa (100,00%). Jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer 1-2 tanggungan sebanyak 5 jiwa (55,56%) dan 3-4 tanggungan sebanyak 4 jiwa atau (44,44%) dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul dan pedagang pengecer adalah 3 jumlah

tanggung keluarga. Dalam hal ini, jumlah tanggungan keluarga secara langsung akan mempengaruhi pengeluaran keluarga. Semakin besar tanggungan keluarga, maka semakin besar pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka atau sebaliknya.

5.2. Usahatani Pepaya Madu

Kegiatan usahatani merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan bagaimana dalam menjalankan usahanya yang berorientasi pada keuntungan dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki. Manajemen dalam usahatani mulai dari perencanaan berupa komoditas apa yang diusahakan, kapan waktu mengusahakan, dimana tempat mengusahakan, bagaimana alokasi sumberdaya dan biaya usahatani sampai dengan bagaimana mengatasi masalah yang timbul dalam usaha. Analisis usahatani dilakukan dengan menganalisis penggunaan faktor produksi, pendapatan, biaya produksi dan efisiensi usahatani.

5.2.1. Faktor Produksi

Usaha pembangunan pertanian ditunjukkan kepada peningkatan produksi pertanian. Menurut Banoewidjojo (1980), bahwa usaha pertanian ditunjukkan untuk dapat meningkatkan cara berusahatani dengan menerapkan teknologi yang senantiasa berubah.

Pelaksanaan kegiatan usahatani tidak akan memberikan produksi yang optimal tanpa didukung dengan penggunaan sarana produksi (saprodi), penggunaan sarana produksi seperti benih, pupuk dan pestisida belum tentu sepenuhnya menjamin produksi akan menjadi lebih baik bila tidak memperhatikan efisiensi penggunaannya. Untuk itu diperlukan efisiensi penggunaan melalui pengalokasian yang tepat sehingga produksi yang dihasilkan lebih baik, demikian juga dengan pengalokasian tenaga kerja.

5.2.1.1. Luas Lahan

Luas lahan garapan adalah luas lahan efektif yang diusahakan oleh petani untuk menanam pepaya madu. Bila dilihat dari perannya yang ideal, semakin luas lahan yang digunakan untuk berusahatani maka semakin terbuka kesempatan bagi petani untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Akan tetapi penambahan luas lahan tidak menutup kemungkinan bisa menurunkan produksi. Apabila intensitas perawatan dan penjagaan tidak efektif. Sehingga dapat menurunkan kualitas lahan yang bisa berakibat pada penurunan hasil produksi. Begitu pula sebaliknya, meskipun sedikit lahan yang digunakan untuk berusahatani, jika dirawat dan dijaga dengan baik, maka akan menghasilkan produksi yang besar. Untuk lebih jelasnya luas lahan pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 14 berikut:

Tabel 14. Rata-Rata Luas Lahan Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Ha)

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0,50-0,70	5,00	25,00
2	0,80-1,00	15,00	75,00
Jumlah		20,00	100,00

Pada Tabel 14 dapat dilihat bahwa proporsi terbesar luas lahan pepaya madu pada luas 0,80-1,00 (Ha) sebanyak 15 jiwa (75,00%) dan pada luas 0,50-0,70 (Ha) sebanyak 5 jiwa (25,00%). Rata-rata luas lahan petani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah seluas 0,88 Ha atau 8.800 M².

5.2.1.2. Benih

Benih merupakan salah satu input produksi yang penting untuk meningkatkan produksi, kualitas dan kuantitas benih yang digunakan akan sangat berpengaruh

terhadap produksi. Menurut AAK (1990), benih yang memiliki mutu yang baik adalah benih yang telah melalui proses pengujian serta memiliki sertifikat kelayakan seperti benih penjenis, benih dasar, benih pokok dan benih sebar.



Gambar 2. Bibit Pepaya Madu (Merah Delima).

Benih memang merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang keberhasilan produksi tanaman. Penggunaan benih yang bermutu tinggi merupakan langkah awal peningkatan produksi. Penggunaan benih yang terlalu banyak akan berdampak pada penurunan jumlah produksi karena jarak tanaman menjadi rapat sehingga tanaman tidak dapat tumbuh baik. Untuk lebih jelasnya penggunaan benih pepaya madu dapat dilihat pada Tabel 15 berikut:

Tabel 15. Rata-Rata Penggunaan Benih Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Bks)

No	Jumlah Benih (Bungkus)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	4-5	5,00	25,00
2	6-7	1,00	5,00
3	8-9	14,00	70,00
Jumlah		20,00	100,00

Pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa proporsi penggunaan benih adalah 8-9 bungkus sebanyak 14,00 jiwa (70,00%), jumlah benih 4-5 bungkus sebanyak 5,00 jiwa (25,00%) dan 6-7 bungkus sebanyak 1 jiwa (5,00%). Sedangkan rata-rata penggunaan benih pepaya madu sebanyak 7 bungkus dengan banyak butir sebanyak 200 butir perbungkus dan berat 250 gr dengan harga Rp. 100.000.00;/Bks (Lampiran 2).

5.2.1.3. Pupuk

Pupuk merupakan salah satu faktor produksi yang memberikan pengaruh yang besar terhadap produksi. Adapun pemberian pupuk adalah untuk mengisi kekurangan unsur hara tanaman dalam tanah. Pemberian pupuk tepat waktu, tepat dosis dan tepat cara pemberiannya diharapkan dapat meningkatkan produksi.

Pupuk merupakan bahan-bahan yang diberikan kedalam tanah secara langsung atau tidak langsung dapat menambah zat-zat makanan tanaman yang tersedia dalam tanah. Langsung dapat menambah zat-zat makanan tanaman yang tersedia dalam tanah. Pemberian pupuk merupakan usaha untuk pemenuhan dan kebutuhan hara tanaman, sehingga tanaman dapat tumbuh dengan baik. Pemberian pupuk yang tepat dan berimbang akan menghasilkan produksi yang optimal (Kasirah, 2007). Untuk distribusi pupuk pada usahatani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 16 berikut :

Tabel 16. Rata-Rata Penggunaan Pupuk Pada Usahatani Pepaya Madu (Kg/Garapan) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Jenih Pupuk	Jumlah (Kg)
1	Pupuk Kandang	410,00
2	KCl	140,50
3	ZA	209,75
4	TSP	140,50

Berdasarkan Tabel 16 dapat dilihat bahwa penggunaan sarana produksi pupuk menunjukkan hasil produksi yang didapatkan petani. Rata-rata penggunaan pupuk kandang dengan luas 1 hektar adalah sebanyak 410 karung atau sebanyak 10.000 kg. Hal ini dikarenakan penggunaan pupuk kandang penting untuk tanaman pepaya pada awal pemindahan bibit pepaya dari polybag ke dalam lubang tanam sebanyak 4 – 5 kg kedalam lubang, sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan kesuburan tanaman sehingga banyak digunakan oleh petani. Penggunaan pupuk KCl sebanyak 140 Kg/Ha, pupuk ZA sebanyak 209 Kg/Ha dan pupuk TSP sebanyak 140 Kg/Ha, pupuk tersebut digunakan untuk kebutuhan nutrisi tanaman dan kebutuhan nutrisi tanah agar dapat menghasilkan produksi yang tinggi.

5.2.1.4. Pestisida

Untuk mencegah kerusakan tanaman dan kegagalan panen akibat serangan hama dan penyakit tanaman, pengendalian hama secara terpadu. Penggunaan pestisida dapat dilakukan namun penggunaannya harus tepat, baik tepat dosis maupun tepat waktu. Penggunaan faktor produksi pestisida sampai saat ini merupakan cara yang banyak digunakan dalam pengendalian hama dan penyakit. Hal ini dikarenakan, penggunaan pestisida merupakan cara yang paling mudah dan efektif, dengan penggunaan pestisida yang efektif akan memberikan hasil yang paling mudah dan efektif, dengan penggunaan pestisida yang efektif akan memberikan hasil yang memuaskan.

Namun, penggunaan pestisida juga dapat berdampak negatif terhadap lingkungan. Dampak negatifnya dapat dihindari dengan cara penggunaan pestisida yang sesuai dengan dosis yang tepat (Sulistiyono, 2004). Untuk distribusi pestisida

pada usahatani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 17 berikut :

Tabel 17. Rata-Rata Penggunaan Pestisida Pada Usahatani Pepaya Madu (Garapan) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020.

No	Jenih Pupuk	Jumlah (Bks/Lt)
1	MSG	7.25
2	Supracide	3.90
3	Furudan	4.75

Pada Tabel 17 dapat dilihat bahwa penggunaan sarana produksi pestisida juga menunjukkan hasil produksi yang didapatkan petani. Penggunaan pestisida paling banyak yakni MSG sebanyak 7,25 bungkus hal ini dikarenakan pestisida jenis ini mudah diperoleh petani dengan harga murah dan ampuh untuk membasmi hama dan penyakit kutu putih pada tanaman pepaya madu. Penggunaan pestisida terbanyak selanjutnya adalah Furudan sebanyak 4,75 bungkus dan penggunaan pestisida tersedikit adalah Supracide sebanyak 3,90.

5.2.1.5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah sumberdaya usahatani yang turut berperah didalam kegiatan produksi, karena tenaga kerja merupakan faktor produksi yang sangat penting didalam peningkatan produksi. Untuk perhitungan tenaga kerja pada usahatani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dalam periode per musim tanam dan panen dapat dilihat pada Tabel 18.

Tabel 18. Rata-Rata Penggunaan Tenaga Kerja Menurut Tahapan Kerja Pada Usahatani Pepaya Madu (HOK/Garapan/Musim Panen) di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Tahapan Produksi	TKDK	TKLK	Jumlah
1	Pengolahan Lahan	2,68	1,19	3,87
2	Penanaman	3,40	2,25	5,65
3	Pemupukan	2,05	2,51	4,56
4	Penyiangan	4,84	1,14	5,99
5	Pengendalian HPT	2,20	1,83	4,03
6	Pemanenan	6,33	4,53	10,85
Jumlah		21,50	13,44	34,94

Tenaga kerja yang digunakan petani di daerah penelitian dalam usahataniya berdasarkan sumbernya terdiri dari tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga, menurut jenisnya terdiri dari tenaga kerja pria dan wanita dan tenaga kerja anak, karena usahatani dianggap sebagai suatu perusahaan maka semua tenaga kerja baik dari dalam maupun dari luar keluarga dihitung sebagai biaya produksi.

Pada Tabel 18 dapat dilihat bahwa penggunaan tenaga kerja terbanyak adalah penggunaan tenaga kerja dalam keluarga yaitu sebanyak 21,50 HOK sedangkan penggunaan tenaga kerja luar keluarga sebanyak 13,44 HOK. Hal ini disebabkan karena petani lebih banyak menggunakan tenaga kerja keluarga dibandingkan luar keluarga. Petani lebih memilih mengerjakannya dengan istri dan anaknya untuk mengelolah usahataniya. Pada TKDK penggunaan tenaga kerja terbanyak adalah pada tahapan penyiangan sebanyak 4,84 HOK, hal ini karena pada tahap penyiangan petani melakukannya dengan istri dan beberapa orang anak serta keluarganya.

Penggunaan tenaga kerja terkecil pengalokasiannya yaitu pada tahapan produksi pengendalian HPT sebanyak 2,20 HOK. Hal ini dikarenakan, petani melakukannya sendiri. Pada alokasi TKLK jumlah pengalokasian tenaga kerja terbanyak adalah pada tahapan produksi pemanenan sebanyak 4,53 HOK, hal ini karena petani lebih banyak menggunakan tenaga kerja luar keluarga untuk membantu kegiatan pemanenannya. Sedangkan alokasi tenaga kerja terkecil adalah pada tahapan produksi pengolahan lahan, hal ini karena pada proses pengolahan petani tidak membutuhkan traktor hanya membuat bedengan ataupun lubang tanam yang dilakukan hanya dengan anaknya dan keluarganya.

5.2.2. Biaya Produksi

Biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan petani atau produsen untuk membeli faktor-faktor produksi. Pembelian faktor produksi tersebut bertujuan untuk dapat menghasilkan output atau produk hasil dari pelaksanaan usahatani. Faktor-faktor produksi itu sendiri adalah barang ekonomis (barang yang harus dibeli karena mempunyai harga) dan termasuk barang langka (*scarce*), sehingga untuk mendapatkannya membutuhkan pengorbanan berupa pembelian dengan uang. Biaya produksi yang dilakukan pada usahatani pepaya madu selama musim tanam per luas garapan.

Dalam penelitian ini biaya yang termasuk kedalam biaya variabel adalah biaya penggunaan sarana produksi seperti (benih, pupuk, pestisida dan sarana produksi lainnya) dan biaya tenaga kerja. Sedangkan biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya relatif sama dan tidak tergantung pada besar kecilnya penggunaan dalam suatu produksi, yang termasuk kedalam biaya tetap pada penelitian ini adalah penyusutan, sewa lahan

dan biaya sewa traktor, penggunaan biaya tetap ini dikarenakan banyak petani yang menggunakan jasa traktor untuk pengolahan lahan, dan beberapa lahan yang digunakan petani adalah bukan milik petani melainkan pinjam dan sewa berupa bagi hasil dari produksi yang diperoleh. Untuk lebih jelasnya mengenai penggunaan biaya usahatani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 19.

Tabel 19. Rata-Rata Produksi Usahatani Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru (Rp/Hektar) Tahun 2020.

No	Keterangan	Nilai (Rp/Ha/Musim Panen)	Persentase (%)
1	Biaya Produksi		
	A. Biaya Tetap		
	a. Biaya Sewa lahan	1.644.444	10,40
	b. Biaya Penyusutan Alat	1.655.085	10,47
	Total Biaya Tetap	3.299.529	
	B. Biaya Variabel		
	1. Benih (Bks)	695.250	4,40
	2. Pupuk:		
	a. Pupuk Kandang (Kg)	3.280.000	20,75
	c. Pupuk KCl (Kg)	1.108.250	7,01
	d. Pupuk Za (Kg)	1.887.750	11,94
	e. Pupuk TSP (Kg)	1.053.750	6,67
	3. Pestisida		
	a. MSG (Bks)	36.250	0,23
	b. Supracide (Liter)	821.900	5,20
	c. Furadan (Bks)	128.250	0,81
	5. Tenaga Kerja		
	a. TKDK	2.150.081	13,60
	b. TKLK	1.344.375	8,51
	Total Biaya Variabel	12.505.856	
	Total Biaya Usahatani	15.805.386	100,00
2	Produksi (Ton)	9.775	
3	Harga (Rp)	3.475	
4	Pendapatan Kotor (Rp)	33.968.000	
5	Pendapatan Bersih (Rp)	18.169.614	
6	RCR (Rp)	2,15	

Biaya produksi petani dengan proporsi terbanyak adalah total biaya penggunaan pupuk yaitu senilai Rp. 7.329.750,00/Ha/MT atau sebesar 48,82% dari total penggunaan biaya produksi. Besarnya penggunaan pupuk karena petani banyak menggunakan pupuk untuk usahatani agar bisa menghasilkan produksi yang maksimal. Proporsi penggunaan biaya terbesar kedua adalah penggunaan tenaga kerja yaitu senilai Rp. 3.494.456/Ha/MT atau sebesar 23,28% dari total produksi. Proporsi terbesar ketiga adalah biaya penyusutan peralatan senilai Rp. 1.655.085/Ha/MT atau sebesar 11,02%, alokasi penggunaan biaya terendah adalah penggunaan biaya benih senilai Rp. 695.250/Ha/MT atau sebesar 4,63%. Total biaya usahatani sebanyak Rp. 15.805.386 /Ha/MT yang terdiri dari biaya variabel Rp. 12.505.856/Ha/MT dan biaya tetap sebanyak Rp. 3.299.529 /Ha/MT.

5.2.3. Produksi

Produksi pepaya madu dalam penelitian ini diukur dalam Kg/Ha/Panen. panen tanaman pepaya madu yang dilakukan petani adalah 1 kali dalam 3 hari per musim tanam. Produksi pepaya madu dipengaruhi oleh benih pepaya madu yang baik dan berkualitas sehingga bisa menghasilkan produksi yang maksimal. Berdasarkan Tabel 19 menunjukkan bahwa rata-rata produksi pepaya madu yang dihasilkan dalam 1 kali panen adalah 9.775 Kg/Ha/Panen dengan rata-rata harga jual Rp. 3.475.00. jumlah produksi yang diperoleh masing-masing petani cenderung bervariasi, hal ini disebabkan penggunaan teknologi, ketersediaan saprodi per hektar serta perbedaan pada tingkat pengelolaan usahatani. Tingkat pengelolaan pada suatu usahatani akan berkaitan erat dengan pengalokasian faktor produksi petani pada usahatani yang mereka usahakan.

5.2.4. Pendapatan Kotor

Penerimaan atau pendapatan kotor merupakan bagian yang diterima oleh petani atas korbanan yang dikeluarkan dalam menghasilkan suatu produksi (Soekartawi, 2002). Pendapatan kotor yang diterima petani merupakan hasil perkalian antara jumlah produksi dan harga jual. Dari hasil analisis diperoleh penerimaan usahatani yaitu sebanyak Rp. 33.975.000/Ha. Tingginya penerimaan petani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru disebabkan karena produksi pepaya madu yang cukup tinggi.

5.2.5. Pendapatan Bersih

Pendapatan bersih atau keuntungan merupakan selisih antara pendapatan kotor dengan total biaya produksi yang dikeluarkan petani dalam menjalankan usahatannya. Pendapatan bersih rata-rata yang diperoleh petani pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru adalah sebanyak Rp. 18.169.614,31/Ha.

5.2.6. Efisiensi Usahatani

RCR (*Return Cost Ratio*) atau perbandingan antara penerimaan biaya adalah penerimaan untuk setiap rupiah yang dikeluarkan. Dengan analisis ini dapat kita ketahui apakah suatu usahatani menguntungkan atau tidak dan juga untuk mengetahui efisiensi dalam usahatannya. Usahatani dikatakan menguntungkan jika nilai R/C-rasio yang didapat lebih besar atau sama dengan satu, sebaliknya belum menguntungkan jika nilai R/C-rasio yang di dapat kurang dari satu.

Berdasarkan analisis RCR pada Tabel 19 diketahui bahwa rasio antara pendapatan kotor dengan biaya produksi usahatani pepaya madu adalah sebesar 2,15.

Hal ini bermakna bahwa setiap Rp. 1,00 alokasi biaya produksi maka akan diperoleh keuntungan sebesar Rp. 2,15 yang berarti usahatani pepaya madu menguntungkan dan layak untuk dikembangkan.

5.3. Analisis Pemasaran Pepaya Madu

Sistem pemasaran produk komoditi pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru merupakan bagian yang lemah dalam mata rantai pemasaran. Hal ini disebabkan karena sifat produk yang mudah rusak dan busuk, sehingga pemasaran produk tersebut masih tergolong rendah. Oleh sebab itu, perlu adanya pengolahan lebih lanjut agar dapat meningkatkan nilai tambah, dalam hal ini pepaya madu dapat diolah menjadi produk yang bisa tahan lama dengan waktu penyimpanan yang cukup lama, seperti manisan pepaya dan tak jarang juga ada keripik pepaya hal ini dimaksudkan agar peluang untuk pemasarannya masih akan terus berlanjut.

5.3.1. Lembaga Pemasaran

Sistem pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tidak lepas dari peran lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran pepaya madu.

1. Petani

Petani merupakan produsen pepaya madu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 20 petani pepaya madu yang menjadi sampel dalam penelitian, dimana petani

tersebut menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul juga kepada pedagang pengecer.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang yang melakukan aktivitas membeli pepaya madu dari petani untuk kemudian dijual pada pedagang pengecer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 2 pedagang pengumpul yang dijadikan objek penelitian dan yang ada di pasan Kota Pekanbaru.

3. Pedagang Pengecer

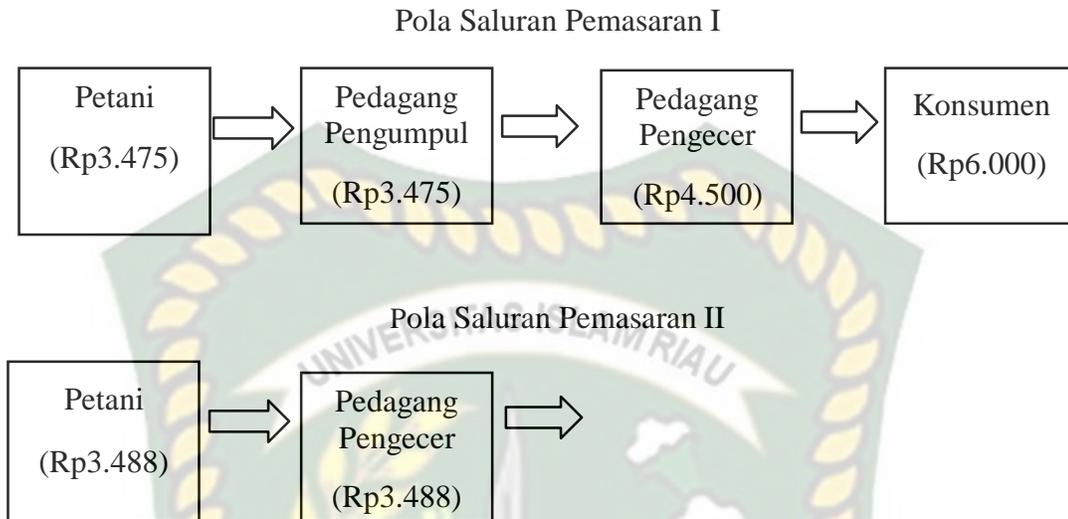
Pedagang yang membeli pepaya madu dari petani dijual ke konsumen. Hasil penelitian menunjukkan ada 9 yang dijadikan objek dalam penelitian ini, pedagang pengecer membeli pepaya madu dari pedagang pengumpul dan petani untuk dijual ke konsumen atau langsung ke pasar yang ada di sekitaran Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

5.3.2. Saluran Pemasaran Pepaya Madu

Saluran pemasaran pepaya madu adalah rangkaian kegiatan lembaga pemasaran yang dilalui pepaya madu dalam penyalurannya dari petani ke konsumen akhir. Penyaluran hasil produksi dari petani ke konsumen melalui lebih dari satu saluran pemasaran, dimana masing-masing saluran melibatkan lembaga pemasaran yang berbeda.

Pepaya madu seperti produk-produk lain pada umumnya untuk sampai ke konsumen akhir harus melalui saluran pemasaran baik itu saluran yang pendek ataupun saluran yang panjang. Saluran pemasaran dapat dipilih secara bebas, artinya mereka dapat menentukan saluran pemasaran mana yang paling menguntungkan dan yang

paling mudah dicapai untuk hasil produksinya. Berikut skema saluran pemasaran di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, saluran I petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengirim/pedagang pengumpul kemudian menjual pepaya madu kepada pedagang pengecer yang ada di Pekanbaru dan pedagang pengecer menjual lah ke konsumen, sedangkan saluran II petani menjual pepaya madu kepada pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Tampan dan menjual pepaya madu di pasar yang ada di Kecamatan Tampan.

5.3.3. Fungsi-Fungsi Pemasaran

Proses pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru memiliki saluran yang dilalui dalam proses pemasaran hasil produksi pepaya madu di Kecamatan Tampan, hingga akhirnya sampai kepada konsumen akhirnya, dalam hal ini dimana terdapat pihak atau lembaga tertentu yang mengambil bagian dalam

penyaluran hasil produksi komoditi pepaya madu di Kecamatan Tampan. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang terlibat dapat dilihat pada Tabel 20.

Tabel 20. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilaksanakan Oleh Lembaga-Lembaga Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar	Pedagang Pengecer
1. Fungsi Pertukaran <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan • Pembelian 	√ √	√ √	√ √	√ √
2. Fungsi Fisik <ul style="list-style-type: none"> • Penyimpanan • Pengangkutan • Pengolahan 	√	√ √	√ √	√ √
3. Fungsi Fasilitas <ul style="list-style-type: none"> • Standarisasi dan Grading • Penanggungan Risiko • Pembiayaan • Informasi Pasar 		√ √ √ √	√ √ √ √	√ √ √ √

1. Fungsi Pertukaran

a. Fungsi Penjualan

Dalam hal ini fungsi penjualan dilakukan oleh petani pepaya madu kepada pedagang besar serta pedagang besar ke pedagang pengecer. Dari hasil penelitian penjualan dilakukan langsung oleh petani pepaya madu kepada pedagang pengumpul setelah melakukan pembelian oleh pedagang pengumpul, pepaya madu dijual langsung ke pedagang pengecer.

b. Fungsi Pembelian

Fungsi pembelian yaitu suatu perpindahan pepaya madu dari petani, pedagang pengumpul sampai ke pedagang pengecer lalu ke konsumen melalui transaksi. Pedagang pengumpul membeli pepaya madu petani.

Harga beli dan jual pepaya di pengaruhi oleh situasi pemasaran. Situasi yang mempengaruhi tingkat harga pepaya madu di daerah penelitian adalah jumlah permintaan dari konsumen dan juga berdasarkan kualitas pepaya madu. Jika permintaan konsumen meningkat maka harga akan naik, dan sebaliknya apabila permintaan menurun maka tingkat harga pepaya madu juga akan menurun.

2. Fungsi Fisik

a. Fungsi Penyimpanan

Untuk fungsi penyimpanan petani tidak melakukan penyimpanan, hal ini dikarenakan ketika melakukan panen, hasil panen langsung di angkat ataupun dijual langsung ke pedagang pengumpul ataupun konsumen. Fungsi penyimpanan ini dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pengecer sebelum dijual ataupun untuk stok. Penyimpanan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul adalah ketika melakukan stok penjualan maka pedagang melakukan penyimpanan agar memepermudah pedagang pengecer ataupun konsumen dalam melakukan pembelian. Sedangkan penyimpanan yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah ketika stok pula akan tetapi jika penjualan tidak habis hari ini, maka pedagang pengecer melakukan penyimpanan untuk dijual kembali. Adapun penyimpanan yang dilakukan oleh konsumen yaitu penyimpanan yang dilakukan untuk sebelum di konsumsi.

b. Fungsi Pengangkutan

Fungsi pengangkutan yaitu perpindahan pepaya madu dari petani menuju tempat penjualan dimana pepaya madu tersebut akan dimanfaatkan. Pengangkutan merupakan perpindahan suatu barang dari sumber penghasilnya. Dari produsen yaitu petani ke pasar atau tempat konsumen pada waktu tertentu. Dalam hal pemasaran pepaya madu petani tidak turut campur, tetapi hanya dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dengan menggunakan sarana angkutan berupa mobil pick up L 300.

c. Fungsi Pengolahan

Fungsi pengolahan pada usahatani jagung tidak dilakukan, karena dalam hal ini baik petani maupun pedagang tidak melakukan pengolahan hasil produksi, melainkan dijual langsung ketangan konsumen. Akan tetapi pengolahan dilakukan apabila produk atau hasil produksi sampai ke tangan konsumen.

3. Fungsi Fasilitas

a. Fungsi Standarisasi dan Grading

Fungsi standarisasi dan grading tidak dilakukan oleh seluruh petani pepaya madu terhadap hasil produksinya. Namun standarisasi dan grading dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pengecer. Standarisasi dan grading yang dilakukan yaitu memisahkan pepaya madu yang buruk, berukuran kecil dan besar. Standarisasi dan grading dilakukan dengan cara pengkelasan, yaitu pepaya madu dibagi kedalam beberapa tingkatan sesuai dengan ukurannya. Perbedaan *grade* inilah yang menyebabkan perbedaan harga jual.

d. Fungsi Penanggungan Risiko

Fungsi penanggungan risiko terjadi saat pepaya madu tidak laku terjual atau mengalami kerusakan diakibatkan pada proses pengemasan maupun pengangkutan. Berdasarkan hasil penelitian penanggungan risiko terjadi pada pedagang pepaya madu dan pedagang pengecer pepaya madu jika pepaya madu membusuk dan layu yang mengakibatkan penurunan harga jual atau bahkan tidak laku di jual kembali. Cara penanggungan risiko bagi pedagang adalah dengan penanganan pasca panen secara tepat, penyimpanan hasil dengan cara yang benar, pengolahan hasil pepaya madu sesuai dengan standar, pengangkutan yang lancar dan memperlancar pemasaran.

e. Fungsi Pembiayaan

Dalam fungsi pembiayaan seluruh lembaga pemasaran melakukan pembiayaan berupa pengeluaran untuk kebutuhan baik dalam usahatani yang dilakukan petani ataupun biaya dalam melakukan pengangkutan dan keperluan lain yang dilakukan oleh pedagang. Pembiayaan yang dilakukan petani adalah berupa biaya input produksi (benih, pupuk, pestisida dan tenaga kerja), sedangkan biaya yang dikeluarkan pedagang adalah berupa (biaya pengangkutan, bahan bakar, tenaga kerja dan peralatan penjualan seperti pelastik dan karet gelang).

f. Fungsi Informasi Pasar

Fungsi informasi pasar dilakukan pedagang penggumpul dan pedagang pengecer, hal ini dilakukan untuk mengetahui berapa harga pepaya madu serta jumlah permintaan pepaya madu oleh konsumen. Biasanya pedagang dalam memperoleh informasi pasar dari teman sesama pedagang dan ada juga yang mendapat informasi dari mendengarkan berita baik media cetak maupun elektronik tentang kondisi pasar,

jumlah permintaan dan harga komoditas pertanian di pasar serta pasokan barang dari luar daerah.

5.3.4. Biaya Pemasaran

Dalam proses pemasaran pepaya madu tentunya berkaitan dengan pembiayaan. Adapun pembiayaan berkaitan dengan transaksi arus barang dari petani sampai ke konsumen. Pembiayaan yang termasuk kedalam biaya pemasaran yaitu berupa biaya transportasi, biaya angkut, bongkat muat dan biaya tenaga kerja. Selain daripada itu terdapat biaya yang dikeluarkan oleh pedagang berupa biaya plastik, dan biaya penggunaan keranjang, dimana biaya ini selalu dikeluarkan ketika pedagang membeli produk dari petani dan menjualnya ke konsumen. Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa rata-rata total biaya pemasaran pedagang pengumpul saluran I adalah senilai Rp. 880.00 dan rata-rata total biaya pemasaran pedagang pengecer saluran I adalah senilai Rp. 238.89 sedangkan pada pedagang pengecer saluran II senilai Rp 165.00. kontribusi biaya terbesar berasal dari biaya transportasi dikarenakan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang digunakan cukup banyak. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dapat dilihat pada Tabel 21.

Tabel 21. Analisis Pemasaran Pepaya Madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2020

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Biaya (Rp/Kg)	Share (%)	Biaya (Rp/Kg)	Share (%)
1	Petani				
	Harga Jual	3.475	57,92	3.488,89	63,43
2	Pedagang Pengumpul				
	Harga Beli	3.475			
	Biaya Pemasaran				
	a. Biaya Tansportasi	275,00			
	b. Biaya Bongkar Muat	290,00			
	c. Biaya Upah TK	315,00			
	Total Biaya Pemasaran	880,00			
	Keuntungan	1.025,00			
	Margin	145,00	2,42		
	Harga Jual	4.500			
3	Pedagang Pengecer				
	Harga Beli	4.500,00		3.488,89	
	a. Biaya Tansportasi	645,00		87,78	
	b. Biaya Pelastik	215,00		100,74	
	c. Biaya Keranjang	215,00		51,26	
	Total Biaya Pemasaran	238,89		165,00	
	Keuntungan	1.500,00		2.011,11	
	Margin	1.261,11	21,02	1.846,11	33,57
	Harga Jual	6.000		5.500	
4	Konsumen				
	Harga Beli	6.000		5.500	
	Total Biaya (Rp/kg)	1.118,89		165,00	
	Total Margin (Rp/kg)	1.406,11		1.846,11	
	Total Keuntungan (Rp/kg)	2.525,00		2.011,11	
	Efisiensi Pemasaran (%)	18,65		3,00	
	<i>Farmer's share (%)</i>	57,92		63,43	

5.3.5. Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima petani (produsen) dengan harga ditingkat pedagang besar. Berdasarkan Tabel 21 dapat dilihat

bahwa margin ditingkat pedagang pengumpul senilai Rp. 145,00 atau (2,42%) dan margin ditingkat pedagang pengecer saluran I senilai Rp. 1.261,11 atau (21.02%) sedangkan margin ditingkat pedagang pengecer saluran II adalah senilai Rp. 1.846,11 atau (33,57%). Total margin pemasaran pada saluran I senilai Rp. 1.406,11/Kg dan total margin pada saluran pemasaran II senilai Rp. 1.846,11/Kg.

5.3.6. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan pepaya madu. Keuntungan yang diterima pedagang pengumpul saluran I adalah Rp. 11.25,00, keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer saluran I adalah senilai Rp. 1.500,00, dan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer saluran II adalah senilai Rp. 2.011,11. Total keuntungan pemasaran pada saluran I sebesar Rp. 2.525,00/Kg dan total keuntungan pada saluran pemasaran II adalah senilai Rp. 2.011,11.

5.3.7. Efisiensi Pemasaran

Untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah memilih saluran yang tepat dan efisien. Mubyarto (1989) menyatakan bahwa sistem pemasaran akan efisien jika memenuhi 2 syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya dan mampu mengadakan pembagian yang adil dari seluruh harga yang dibayarkan ke konsumen kepada semua pihak yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran tersebut.

Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran pemasaran pepaya madu pedagang pengumpul saluran I tidak efisien yakni dengan efisiensi pemasaran sebesar 18,65

sedangkan pemasaran pepaya madu pedagang pengecer saluran II pun juga belum efisien dengan nilai efisiensi sebesar 3,00, namun saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I hal ini dikarenakan pedagang pengecer langsung membeli pepaya madu dari petani dan menjualnya langsung ke konsumen sehingga saluran pemasaran yang dilalui pendek dan biaya yang dikeluarkan pun sedikit. semakin besar nilai efisiensi berarti saluran pemasaran tidak efisien, hal ini dikarenakan nilai efisiensi yang besar berarti biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk menyampaikan produk tersebut ke konsumen juga besar dan melewati banyak saluran pemasaran.

5.3.8. Farmer's Share

Farmer's share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dinyatakan dalam persentase. *Farmer's share* ini merupakan sebagai konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam memasarkan. Besarnya *farmer's share* dapat dilihat pada saluran pemasaran I sebesar 57,92% dan pada saluran pemasaran II sebesar 63,43%. Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran II lebih tinggi karena harga yang diterima petani lebih tinggi. Berdasarkan Tabel 16, dapat diketahui bahwa nilai *farmer's share* terbesar dimiliki oleh saluran pemasaran pola II, kemudian pola I. pada pola II, petani langsung menjual hasil panen kepada pengecer, sehingga harga jual lebih tinggi karena pengecer tidak melalui pedagang pengumpul.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan tentang analisis usahatani dan pemasaran pepaya madu di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Rata-rata umur petani pepaya madu pada usia produktif yaitu 50 tahun, tingkat pendidikan 10 tahun, pengalaman berusahatani 7 Tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. Umur pedagang pengumpul 45 tahun, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman berusaha 6 tahun dan tanggungan keluarga 2 jiwa, dan untuk umur pedagang pengecer 42 tahun, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman berusaha 6 tahun, dan jumlah tanggungan keluarga sebanyak 2 jiwa.
2. Rata-rata luas lahan petani adalah seluas 8.800 M², rata-rata penggunaan faktor produksi per Hektar: benih 7 bungkus atau 250 gram, pupuk kandang 410 kg, pupuk KCl 140,50 kg, pupuk ZA 209,75 kg, pupuk TSP 140,50 kg, pestisida MSG 7 bungkus, supracide 3,90 Liter dan Furudan 4,75 bungkus. Penggunaan tenaga kerja sebanyak 34,94 HOK. Rata-rata produksi jagung manis per hektar adalah 9.755 Kg/Ha dengan total biaya usahatani Rp. 15,805,386 /ha. Penerimaan sebesar Rp. 33,975,000/Ha dan keuntungan sebesar Rp. 18,169,614.31 /Ha. RCR 2,15 yang artinya Usaha pepaya madu sudah efisien dan layak untuk dikembangkan.
3. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pepaya madu adalah petani sebagai produsen., pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen.

Tidak semua lembaga pemasaran melakukan fungsi-fungsi pemasaran secara keseluruhan. Fungsi pemasaran petani meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, pedagang pengumpul melakukan fungsi pemasaran fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas, pedagang pengecer melakukan fungsi pemasaran fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Pada subsistem pemasaran, untuk pemasaran pepaya madu terdiri dari 2 saluran pemasaran. Saluran I: Petani – pedagang pengumpul - pedagang pengecer – konsumen. Saluran II: Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen. Biaya pemasaran saluran I Rp. 238,89 dan saluran II Rp. 165.00/kg, total margin pemasaran saluran I Rp 1,406.11 dan saluran II Rp. 1.846,11/kg, keuntungan pemasaran saluran I Rp. 2.525,00 dan saluran II Rp. 2.011,11/kg. nilai efisiensi pemasaran Saluran pemasaran II sebesar 3,00 dan nilai efisiensi saluran pemasaran I 18,65, saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran I , Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran I sebesar 57,92% dan pada pola pemasaran II sebesar 63,43%. Nilai *farmer's share* pada pola pemasaran II lebih tinggi karena harga yang diterima petani lebih tinggi.

6.2. Saran

Dari kesimpulan diatas dapat diajukan bebera saran agar pengelolaan usahatani pepaya madu dan pemasarannya mampu untuk efektif dan efisien.

1. Untuk petani, agar lebih meningkatkan produksi dan pendapatan, sebaiknya petani memperluas lahan usahatannya dan menggunakan input sarana produksi yang sesuai dan efisien.

2. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan dan bisa menjadi sumber ilmu pengetahuan yang dapat digunakan dimasa mendatang dan bagi peneliti lain dapat menjadi sumber rujukan penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang sama atau sumber referensi.
3. Diharapkan kepada pemerintah khususnya dinas pertanian untuk memberikan perhatian terhadap penyediaan bantuan modal atau pembinaan terhadap petani dan masyarakat sekitar untuk melakukan pengembangan usahatani pepaya madu sehingga petani dapat meningkatkan pendapatannya. Perlu adanya dukungan konkret baik dari pemerintah maupun pihak lain dalam pengembangan agribisnis pepaya madu, sehingga kebutuhan terhadap pepaya madu terpenuhi di masa yang akan datang.
4. Bagi akademik diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan pembelajaran ataupun dapat menjadi referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, A. 2001. Dalam Suharyanto 2005. Analisis Pemasaran dan Tata Niaga Anggur Bali. Balai Kajian Teknologi Pertanian, Bali.
- Asmarantaka, R.W. 2012. Pemasran Agribisnis (*Agrimarketing*). Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Provinsi Riau Dalam Angka. Pekanbaru, Riau.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Riau, 2019. Kota Pekanbaru Dalam Angka. Kota Pekanbaru : Provinsi Riau.
- Darmawanti, D. 2005. Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 8(1);65-81.
- Darus. 2018. Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu. Skripsi Fakultas Pertanian. Riau.
- Dinas Kecamatan Tampan. Biografi dan Demografi Kecamatan Tampan 2017. Pekanbaru.
- Elida, S. 2011. Strategi Pemasaran Gambir Kabupaten Kampar. *Jurnal Sosial Ekonomi Pembangunan*, 1 (3) hal 25.
- Hardjosoentor, M., Wijayanto., Elon R., I. W. Badra., R. Dadang, T., 2002. *Mesin-Mesin Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Hasyim, H. 2006. Analisis Hubungan Karakteristik Petani Kopi Terhadap Pendapatan (Studi Kasus: Desa Dolok Seribu Kecamatan Paguran Kabupaten Tapanuli Utara). Medan.
- Hernanto, F. 1991. *Ilmu Usahatani*. PT. Penebar Swadaya, Jakarta. Hermanto, F. 1993. *Ilmu Usahatani*. PT Penebar Swadaya, Jakarta
- Istiyanti. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ngeplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*, 12(2):116-124.
- Jalaluddin Rakhmat. 2001. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

- Kartasapoetra, A.G.1988. Pengantar Ekonomi Produksi Pertanian. Bina Aksara, Jakarta.
- Kohls, R.L. dan J.N. Uhl. 1985. *Marketing Of Agriculture Products. Sixth Edition.* McMillan Publishing Company. New York.
- Kohls, R.L. dan J.N. Uhl. 2002. *Marketing Of Agricultural Products. Ninth Edition.* Macmillan Company, Ney York.
- Limbong, W.M. dan P. Sitorus. 1987. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Bahan Kuliah Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial Pertanian, Bogor.
- Mosher, A. T. 1986. Menggerakkan dan Membangun Pertanian. CV. Jasa Guna, Jakarta.
- Muktiani. 2011. Bertanam Varietas Unggul Pepaya California. Pustaka Baru Press, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2005. Akuntansi Biaya, Edisi kelima, Cetakan ketujuh. Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, Yogyakarta.
- Rahim, A dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. Ekonomika Pertanian. Penebar Swadaya, Depok.
- Rahim, A dan Diah Retno, 2008. Pengantar, Teori dan Kasus Ekonometrika Pertanian. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi. 1993. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soekartawi. 1995. Analisis Usahatani. UI-Press, Jakarta.
- Soekartawi. 1999. Agribisnis, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta. Soekartawi. 2000. Pengantar Agroindustri. Raja Grafindo Pustaka, Jakarta.
- Soekartawi. 2001. Pengantar Agroindustri. Edisi 1 Cetakan 2. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian, Teori dan Aplikasinya. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Soetpomo, G. 1997. Kekalahan Manusia Petani. Kanisius, Yogyakarta.

Soekirno, M.S. 1999. Mekanisasi Pertanian. Pokok Bahasan Alat Mesin Pertanian dan Pengelolaannya. Diktat Kuliah. UGM, Yogyakarta.

Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Edisi Pertama. UUM Press. Penerbitan Universitas Brawijaya Malang, Malang.

Suratiah. 2008. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya, Jakarta.

Lampiran 1. Karakteristik Petani, Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Tahun 2021

