

## **Analisis Pemasaran Pepaya California Di Desa Pulau Tagor Kecamatan Serba Jadi Kabupaten Serdang Bedagai**

**Tri Wibowo**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, <sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

[aer.bowo6013@gmail.com](mailto:aer.bowo6013@gmail.com)

### **Abstrak**

*Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui 1. saluran pemasaran pepaya california di daerah penelitian. 2 Menganalisis efisiensi pemasaran papaya california di daerah penelitian. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Dalam penentuan sampel penelitian sampel petaniditentukan secara random sedangkan untuk sampel pedagang dengan metode sensus. Untuk menganalisis rumusan masalah pertama dianalisis dengan analisis dekskriptit dan rumusan masalah 2 dianalisis dengan analisis efisiensi pemasaran. Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik Simple random sampling dengan jumlah sampel dengan mempertimbangkan populasi, biaya, waktu dan tenaga, dimana pada Desa Pulau Tagor terdapat 110 orang petani pepaya. Menurut Arikunto (2010), penentuan pengambilan sampel apabila kurang dari 100 sebaiknya diambil semua jika jumlah subjek lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15 atau 20-25%. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 28 % dari total populasi 110 petani, jadi jumlah sampel sebanyak 30 petani pepaya didaerah penelitian. Sampel pedagang di daerah penelitian mulai dari pedagang pengumpul, dan agen. Dari hasil pra survei diketahui bahwa jumlah pedagang pengumpul di di Desa Pulau Tagor sebanyak 3 orang. Sedangkan untuk jumlah pedagang agen sebanyak 4 orang. Dalam penentuan sampel penelitian sampel petani ditentukan secara random sedangkan untuk sampel pedagang dengan metode sensus. Untuk menganalisis rumusan masalah pertama dianalisis dengan analisis dekskriptit dan rumusan masalah 2 dianalisis dengan analisis efisiensi pemasaran. Kesimpulan diperoleh hasil sebagai berikut: 1. Dari hasil Dari hasil peneltian ini dapat di identifikasi 2 tipe saluran pemasaran pepaya kalifornia di daerah penelitian yaitu aliran komoditi pepaya. dimana saluran pertama menggunakan jasa pengumpul sementara pada saluran kedua menggunakan jasa pengecer untuk sampai kekonsumen akhir. 2. Dari hasil perhitungan efisiensi saluran pemasaran pepaya kalifornia , saluran pemasaran pepaya kalifornia 2 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dari saluran 1 pepaya kalifornia.*

**Kata Kunci:** Efisiensi Pemasaran, Saluran Pemasaran, Pepaya Kalifornia

## 1. PENDAHULUAN

Pengembangan produk hortikultura merupakan salah satu aspek pembangunan pertanian. Tanaman yang termasuk dalam tanaman hortikultura yaitu sayur-sayuran, buah-buahan, tanaman hias dan tanaman obat-obatan. Fungsi tanaman hortikultura selain sebagai penghasil bahan pangan tetapi juga memiliki fungsi yang lain. Secara sederhana fungsi lain tersebut dapat dibagi menjadi empat, yaitu sebagai fungsi penyedia pangan, fungsi ekonomi, fungsi kesehatan dan fungsi sosial budaya. Salah satu produk tanaman hortikultura yang dikembangkan di Indonesia yang memenuhi keempat fungsi di atas dan diharapkan dapat mendukung sektor pertanian sebagai sektor penyokong perekonomian di Indonesia adalah tanaman buah-buahan

Perkembangan produksi komoditas hortikultura di Provinsi Sumatera Utara beragam dan fluktuatif. Beragam kabupaten di Provinsi Sumatera Utara memiliki potensinya tersendiri, ada kabupaten yang menjadi sentra produksi komoditas tertentu, hal ini menunjukkan bahwa sektor pertanian masih menjadi salah satu dalam penyumbang pendapatan Provinsi Sumatera Utara. Komoditas hortikultura khususnya buah-buahan sebagai salah satu yang memiliki peran cukup besar karena masih banyak diusahakan baik dalam skala besar maupun rumah tangga oleh petani di Sumatera Utara.

Kegiatan usahatani pepaya California sudah mulai dikembangkan di wilayah Kecamatan Serba Jadi. Kegiatan usahatani pepaya California diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat petani. Pengembangan usahatani pepaya, kegiatan utama yang harus dilakukan adalah peningkatan produksi baik secara kualitas maupun kuantitas, karena produksi yang meningkat dengan kualitas yang baik sangat mempengaruhi pendapatan petani.

Kegiatan usahatani memiliki tujuan untuk meningkatkan keuntungan menjadi lebih tinggi. Peningkatan keuntungan petani pepaya California tidak terlepas dari sumberdaya modal petani yang digunakan untuk proses produksi. Modal merupakan faktor utama dalam proses produksi, jumlah modal yang dimiliki petani sangat mempengaruhi besar kecilnya tingkat pendapatan yang akan diperoleh oleh petani.

Permasalahan dalam pengembangan agribisnis dan agroindustri adalah lemahnya keterkaitan antar subsistem di dalam agribisnis, yaitu distribusi dan penyediaan faktor produksi, proses produksi pertanian, pengolahan dan pemasaran. Proses pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan sebuah usaha. Kualitas produk yang baik harus didukung dengan strategi pemasaran yang baik pula, agar konsumen mengetahui bahwa produk yang ditawarkan layak untuk dikonsumsi.

Panjang pendeknya saluran tataniaga pepaya juga menjadi salah satu indikator tingkat efisiensi tataniaga pepaya, karena semakin kompleks saluran tataniaga pepaya, maka harga pepaya yang diterima konsumen akan semakin mahal. Hal itu menyebabkan tataniaga pepaya akan tidak efisien.

Desa Pulau Tagor merupakan salah satu Kelurahan yang terletak di kawasan Kabupaten Serdang Bedagai. Masyarakat yang tinggal di Desa Pulau Tagor banyak yang berprofesi sebagai petani. Salah satu komoditi yang diusahakan di adalah usahatani pepaya. Salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi oleh petani pepaya Desa Pulau Tagor adalah proses pemasaran hasil produksi.

Dalam pelaksanaannya proses pemasaran pepaya yang diproduksi oleh petani memerlukan berbagai lembaga pemasaran seperti agen, pengumpul dan pengecer, untuk mendistribusikan hasil produksi petani terhadap konsumen. Dari

keterlibatan lembaga pemasaran tersebut dalam proses pemasaran pepaya akan menambah panjangnya saluran pemasaran pepaya sehingga mengakibatkan penambahan biaya dalam pesarannya. Penambahan biaya pemasaran tersebut akan menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang diperoleh oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Dalam sistim pemasaran produk pertanian semakin panjang saluran pemasaran suatu produk maka akan menyebabkan semakin tidak efisien proses pemasaran produk tersebut. Karena rantai pemasaran sangat mempengaruhi tingkat efisiensi lembaga pemasaran, pada umumnya semakin pendek mata saluran pemasaran dari suatu komoditi petani maka akan semakin efisien saluran pemasaran tersebut. Begitupula sebaliknya semakin panjang mata rantai dari setiap saluran pemasaran komoditi pertanian maka akan semakin tidak efisien pemasaran tersebut.

Efisiensi pemasaran dapat terjadi yaitu pertama, jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran menjadi lebih tinggi; kedua, persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi; ketiga, tersedia fasilitas fisik pemasaran; keempat, adanya kompetisi pasar yang sehat. Saluran pemasaran dikatakan efisien bila mampu mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu membagi keuntungan yang adil kepada semua pihak yang ikut serta didalam kegiatan produksi dan pemasaran.

Ketergantungan petani pepaya di Desa Pulau Tagor kepada lembaga pemasaran menyebabkan perbedaan margin pemasaran antara petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil, dan masih belum jelas peran dari masing-masing lembaga pemasaran serta bagaimana saluran pemasaran terjadi di daerah penelitian, perbedaan *share margin*, dan efisiensi pemasaran yang ada.

## 2. METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (case study) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung kelapangan. Karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

### **Metode Penentuan Lokasi**

Penelitian ini dilakukan di Desa Pulau Tagor, Kecamatan Serba Jadi, Kabupaten Serdang Berdagai. Lokasi penelitian ini ditetapkan secara purposive sampling (sengaja), sebagai daerah penelitian dengan pertimbangan bahwa desa tersebut merupakan mayoritas sebagai Pepaya Kaifornia.

### **Metode Penarikan Sampel**

Menggunakan Teknik Simple random sampling dengan jumlah sampel dengan mempertimbangkan populasi, biaya, waktu dan tenaga, dimana pada Desa Pulau Tagor terdapat 110 orang petani pepaya. penentuan pengambilan sampel apabila kurang dari 100 sebaiknya diambil semua jika jumlah subjek lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15 atau 20-25%. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 28 % dari total populasi 110 petani, jadi jumlah sampel sebanyak 30 petani pepaya di daerah penelitian. Sampel pedagang di daerah penelitian mulai dari pedagang pengumpul, dan agen.

### Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini merupakan kuesioner (angket) yang berisikan pernyataan yang di berikan kepada responden untuk dijawabnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari studi literatur dan buku-buku lainnya yang berkaitan dengan pembahasan.

### Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari lapangan ini terlebih dahulu ditabulasikan kemudian diolah secara manual, lalu dijabarkan dan dianalisis dengan metode analisis yang sesuai.

Menganalisis rumusan masalah I yaitu polasaluran pemasaran pada perantara lembaga pemasaran pepaya maka digunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Analisis deskriptif ini meliputi beberapa hal, yakni distribusi frekuensi, pengukuran tendensi pusat, dan pengukuran variabilitas

Untuk menganalisis rumusan masalah kedua (2) yaitu Efisiensi pemasaran pada setiap saluran pemasaran yang terlibat digunakan rumus :

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen dirumuskan sebagai berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan :

Bp : Biaya pemasaran (Rp/Kg)

Bp1, Bp2...Bpn : Biaya pemasaran tiap-tiap lembaga pemasaran (Rp/Kg)

b. Menghitung Persentase Margin (Share Margin)

$$SM = \frac{PP}{PK} \times 100$$

Keterangan

Sm = persentase Margin (Share Margin) dihitung dalam persen (%)

Pp = harga yang diterima produsen dan pedagang

Pk = harga yang dibayar oleh konsumen akhir

c. Margin Pemasaran

Untuk menghitung marjin dari setiap lembaga pemasarandigunakan rumus:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = Marjin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/kg)

d. Mengitung efisiensi pemasaran

$$Ep = \frac{TB}{TNB} \times 100 \%$$

Keterangan

Ep = efesiensi pemasaran

TB = total biaya pemasaran (Rp)

TNB = total nilai produk (Kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah :

1. 0 – 33% = efisien
2. 34 – 67% = kurang efisien

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Saluran Pemasaran 1**

Saluran pemasaran 1 pepaya kalifornia adalah seluruh rangkaian alur atau proses kegiatan dalam menghasilkan dan memasarkan pepaya kalifornia hingga sampai ke konsumen akhir. Dalam proses yang terlibat dalam saluran pemasaran pepaya kalifornia adalah petani, pengumpul dan konsumen. Berikut dijelaskan masing-masing aktivitas dari tiap individu

Petani merupakan produsen yang menghasilkan buah pepaya kalifornia dengan melakukan proses budidaya/usahatani pepaya kalifornia. Hasil produk tergantung pada pola dan teknologi budidaya yang diterapkan. Petani pepaya kalifornia melakukan teknik budidaya pepaya kalifornia sesuai dengan budaya yang berlaku turun temurun dalam membudidayakan pepaya kalifornia di daerah tersebut aktivitasnya meliputi penyiapan benih, penyiapan lahan, penanaman, pemupukan, sanitasi kebun, pengendalian OPT, panen sampai dengan penanganan pascapanen. Penanganan pasca panen yang dilakukan oleh petani adalah pengeemasan pepaya kalifornia, setelah pepaya kalifornia kering kemudian pepaya kalifornia dijual ke pengumpul dengan harga Rp.3.000/Kg.

Pengumpul merupakan mata saluran pemasaran kedua dalam pemasaran pepaya kalifornia. Peran dari pengumpul adalah sebagai pengumpul hasil produksi dari petani produsen dalam area produksi yang tersebar dan menyalurkan permodalan yang dibutuhkan oleh produsen. Pengumpul membeli pepaya kalifornia dalam bentuk mentah dari petani. Pengumpul yang melakukan pemanenan di kebun petani. Setelah pemanenan, pengumpul langsung melakukan sortasi dan grading di kebun. Untuk pepaya grade A dipasarkan ke pasar modern di daerah Kota Medan, setelah melakukan sortasi di kebun, mobil pembawa pepaya langsung berangkat ke Medan untuk dipasarkan di pasar Tradisional yang berada di kota Medan.

Konsumen merupakan pemasaran terakhir dari saluran pemasaran, pada pemasaran inilah produk berakhir untuk dikonsumsi sebagai buah segar atau digunakan sebagai bahan baku olahan. Harus diingat pula bahwa semua proses pembiayaan berasal dari pembayaran konsumen terhadap produk yang dibeli. Untuk itu informasi tentang kebutuhan/keinginan konsumen merupakan penentu arah dari proses usahatani pepaya kalifornia.

#### **Saluran Pemasaran 2**

Dalam aktivitas saluran pemasaran 2 buah pepaya kalifornia pihak-pihak yang terlibat dalam proses pendistribusiannya terdiri dari petani sebagai produsen, pengecer sebagai pedagang perantara antara petani dan konsumen. Dalam pemasaran buah pepaya kalifornia, pepaya kalifornia yang dipasarkan adalah pepaya kalifornia dalam bentuk biji kering yang digunakan sebagai bumbu dapur dan obat-obatan herbal. Dalam aktivitas rantai pasok ini pemasaran pepaya kalifornia langsung kepada konsumen akhir. Berikut dijelaskan keterlibatan tiap-tiap individu dalam proses pemasaran buah pepaya kalifornia

Petani atau aktivitas produksi adalah suatu aktivitas pemberian nilai tambah pada input (sarana produksi) menjadi output melalui proses produksi, dan kemudian dijual ke pengecer lalu ke konsumen pengguna. Berdasarkan hasil studi, daerah pemasaran pepaya kalifornia yang dibudidayakan oleh para petani, pedagang pengumpul langsung datang sendiri ke kebun petani guna membeli pepaya kalifornia

Pedagang pengumpul merupakan mitra pengumpul yang menerima hasil produksi dari petani. Posisi pengumpul pada saluran pemasaran sangat strategis

karena semua informasi mengenai kondisi pasar, tingkat kebutuhan dan harga pepaya serta standar yang diinginkan berasal dari pedagang pengecer. Pengumpul melakukan pemesanan dan pembelian, pengangkutan, pembersihan, pengkelasan dan pengemasan. Pengumpul juga melakukan pengiriman ke pasar luar daerah yaitu kepada grosir dan retailer di daerah tujuan.

Pedagang pengecer merupakan penghubung terpenting dalam sebuah rantai pasok karena posisinya yang menghubungkan konsumen dengan hampir semua rantai pasok dibawahnya. Pengecer bertanggung jawab dalam membangun citra komoditas karena pada rantai ini bertemu keinginan dan kebutuhan konsumen. Disamping itu pengecer juga bekerja sama dengan anggota pemasaran yang lainnya seperti pedagang pengumpul dan perusahaan transportasi untuk memastikan ketersediaan barang pada saat konsumen menginginkannya.

Berdasarkan hasil studi, daerah pemasaran pepaya kalifornia yang dibudidayakan oleh para petani pepaya kalifornia umumnya dipasarkan oleh pengecer ke pasar-pasar tradisional di Sumatera Utara seperti: Kota Medan Tebing Tinggi, Lubuk Pakam, dan Pematang Siantar. Pasar yang paling potensial menurut pedagang pengecer adalah pasar daerah kota medan. Dalam menjual atau memasarkan pepaya kalifornia umumnya pengecer memasarkannya ke konsumen dengan menjual per biji dimana 1 biji pepaya kalifornia di harga Rp5000 dan dijual dalam bentuk per Kg satu Kg pepaya kalifornia dijual; seharga Rp. 7000-8.000/Kg. pedagang pengecer umumnya membeli pepaya kalifornia dari pengumpul dengan harga Rp.5.000/Kg. Konsumen merupakan rantai terakhir dari saluran pemasaran, pada pemasaran inilah produk berakhir untuk dikonsumsi sebagai obat-obatan atau digunakan sebagai bumbu masakan. Harus diingat pula bahwa semua proses pembiayaan berasal dari pembayaran konsumen terhadap produk yang dibeli. Untuk itu informasi tentang kebutuhan/keinginan konsumen merupakan penentu arah dari proses usahatani budidaya.

#### **Biaya Pemasaran Pepaya kalifornia**

**Biaya pemasaran adalah seluruh total biaya pemasaran yang dikeluarkan** oleh setiap lembaga pemasaran dalam proses pemasaran pepaya kalifornia hingga sampai ke konsumen. Dalam penelitian ini penghitungan biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh pihak pengumpul dan pengecer. Berikut dijelaskan biaya pemasaran tiap-tiap saluran pemasaran dalam penelitian ini:

##### **a. Saluran Pemasaran 1.**

Dalam proses pemasaran pepaya kalifornia aliran komoditi 1 biaya pemasaran hanya dikeluarkan oleh pihak pengumpul dimana dalam proses pemasaran 1 ini meliputi biaya pembelian pepaya kalifornia, transportasi dan tenaga kerja untuk kegiatan sortasi, pengolahan pengemasan dan pengangkutan berikut disajikan data besaran biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam penelitian ini

**Tabel 1. Biaya Dan Keuntungan Saluran 1**

Nomor	Indikator	Nilai (Rp/Kg)
1	Biaya Pemasaran	
	Harga Beli	3.000
	Pengangkutan	500
	Tenaga Kerja (Pengolahan)	1000
	<b>Total Biaya</b>	<b>1500</b>
2	Harga Jual	6000
5	Pendapatan/Kg Pepaya kalifornia	1500
6	Margin	3000

b. Saluran Pemasaran 2

Dalam proses pemasaran pepaya kalifornia aliran 2 biaya pemasaran dikeluarkan oleh pihak pengecer dimana dalam proses ini meliputi biaya pembelian pepaya kalifornia, transportasi dan tenaga kerja, pengemasan dan pengangkutan. Dalam pemasaran aliran komoditi ini pedagang pengecer berperan sebagai penghubung produsen dan konsumen. Dimana pedagang pengecer langsung menjual pepaya kalifornia kepada konsumen. berikut disajikan data besaran biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam penelitian ini:

**Tabel 2. Biaya Pemasaran Saluran 2**

Nomor	Indikator	Nilai (Rp/Kg)
	Pengecer	
1	Harga Beli	5.000
2	Biaya Pemasaran	
	Pengangkutan	5.00
	Tenaga Kerja	5.00
	<b>Total Biaya</b>	<b>1000</b>
3	Harga Jual	8.000
4	Pendapatan	2.000
5	Margin petani	3.000

**Share Margin**

*Share margin* adalah bagian yang diterima petani produsen, semakin besar *Share margin* dan semakin kecil margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan secara efisien. Pada saluran pemasaran I memiliki *farmer's share* sebesar 50% dan harga yang diterima konsumen yaitu Rp 6.000 per Kg. Pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran yang paling rendah sehingga pendapatan yang diterima petani (*farmer's share*) tinggi. Acuan untuk mengukur efisiensi pemasaran yaitu dengan cara menghitung *share*

*margin* atau bagian yang diterima petani dengan kriteria apabila bagian yang diterima produsen kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien.

Sementara untuk saluran pemasaran II nilai Share margin yang diperoleh petani dari pemasaran pepaya kalifornia adalah sebesar 37,5%. Nilai ini mengindikasikan persentase harga yang diterima oleh petani dari harga yang harus dibayar oleh konsumen adalah sebesar 37,5%. Dimana harga jual petani dalam pemasaran II adalah sebesar Rp. 3.000/Kg sementara harga yang harus dibayarkan oleh konsumen adalah sebesar Rp.8.000. Berikut dijelaskan nilai share margin dari masing-masing saluran pemasaran.

**Tabel 3. Nilai Share Margin Saluran Pemasaran Pepaya California**

No	Indikator	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	Share Margin (%)
1	saluran 1	3.000	6.000	50
2	saluran 2	3.000	8.000	37,5

Berdasarkan data diatas dapat dilihat dari pemasaran pepaya california nilai share margin yang memiliki nilai paling besar adalah saluran pemasaran 1 yaitu sebesar 50%. Sementara saluran 2 adalah sebesar 37,5%. Dari hasil perhitungan nilai share margin tersebut dapat di artikan bahwa saluran pemasaran 1 merupakan saluran yang efisien dari proses pemasaran pepaya kalifornia.

### **Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran penting untuk diketahui dengan tujuan untuk mengidentifikasi efisien atau tidaknya suatu saluran pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat diketahui dengan menggunakan empat metode. Empat metode bertujuan untuk dapat mengidentifikasi efisiensi pemasatan secara menyeluruh dapat dilihat pada setiap metode komponen berbeda.

### **Metode Shepherd**

Pada metode ini efisiensi pemasaran diketahui dari perbandingan antara harga konsumen dengan biaya pemasaran dan dikurangi satu. Saluran pemasaran dengan nilai efisiensi tertinggi merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dan sebaliknya.

**Tabel 4. Efisiensi Saluran Pemasaran**

No	Indikator	aliran komoditi 1	aliran komoditi 2
1	Harga Beli Konsumen	6000	8000
2	Biaya Pemasaran	1500	1000
	Efisiensi Pemasaran	25%	12,5%

Berdasarkan Tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai efisiensi tertinggi diperoleh pada aliran komoditi 1 yaitu 7ini berarti bahwa aliran komoditi 2 merupakan saluran yang paling efisien. Nilai efisiensi aliran komoditi 1 sebesar 3,. Hal ini disebabkan karena biaya pemasaran pada aliran komoditi I lebih besar daripada biaya aliran komoditi 2. Biaya pemasaran aliran komoditi 2 yaitu Rp.1.500,-/kg sedangkan biaya pemasaran aliran komoditi 2 sebesar Rp1000,-/kg. dan harga ditingkat aliran komoditi 2 lebih tinggi dibandingkan komoditi 1.

Dalam hal ini tingkat efisiensi saluran pemasaran pepaya kalifornia 2 lebih besar dari pada aliran komoditi 1. Hal ini disebabkan marketing margin alian komoditi 2 lebih menghemat biaya pemasaran, disamping itu harga jual petani lebih besar dibandingkan aliran komoditi 1 dimana pada aliran komoditi 1 harga jual petani per Kg sebesar Rp.3.000 sedangkan pada aliran komoditi 2 sebesar Rp.5.000/Kg

Keunggulan dari tipe saluran pemasaran II adalah, pada tipe saluran pemasaran I biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam proses mendistribusikan pepaya hingga sampai konsumen lebih murah dibandingkan saluran pemasaran I.

#### 4. KESIMPULAN

1. Dari hasil penelitian ini dapat diidentifikasi 2 tipe saluran pemasaran pepaya kalifornia di daerah penelitian yaitu aliran komoditi pepaya. dimana saluran pertama menggunakan jasa pengumpul sementara pada saluran kedua menggunakan jasa pengecer untuk sampai kekonsumen akhir
2. Dari hasil perhitungan saluran pemasaran kinerja komoditi pepaya kalifornia , saluran pemasaran pepaya kalifornia 2 merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibandingkan dari saluran pemasaran 1 pepaya kalifornia

#### REFERENSI

- Affandi, R., Siregar, M. R., Sari, D. I., Savira, N., Wulantiya, S., & Habib, A. (2019). Financial Feasibility Analysis Of Voerseri Business (Packaging Bird Feed From Kersen/Singapore Cherry). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 2(2), 42-46.
- Alqamari, M., Kabeakan, N. T. M. B., & Yusuf, M. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN PUPUK ORGANIK DARI LIMBAH BAGLOG UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PADA KELOMPOK TANI JAMUR TIRAM DI KELURAHAN MEDAN DENAI KECAMATAN MEDAN DENAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 73-81.
- Apriyanti, I., Siregar, G., & Dalimunthe, M. A. (2018). FINANCIAL FEASIBILITY OF RICE RED RICE FARMING *Oryza nivara* (CASE STUDY: VILLAGE OF SARAN PADANG, DOLOK SILAU SUBDISTRICT, SIMALUNGUN REGENCY). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(1).
- Arianty, N., & Masyhura, M. (2019, October). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 257-264).
- Barus, W. A., Khair, H., & Pratama, H. P. (2020). Karakter Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Lobak (*Raphanus sativus* L.) terhadap Aplikasi Ampas Tahu dan POC Daun Gamal. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 22(3), 183-189.
- Bismala, L., & Siregar, G. (2020, February). Development Model Of Halal Destination: A Literature Review. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, pp. 624-632).
- Cemda, A. R. (2021). [HAKI] FIGUR RUKO DALAM RUANG KOTA (Sebuah Kajian Tentang Perkembangan Struktur Ruang dan Morfologi Kota pada Kawasan Berkas Pusat Kesulitan Deli Kota Medan). *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Fitria, F. (2018). Population Of Worm Soil Preparation On Land And Management Of Weeds Three District In North Sumatra Province. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(2), 108-111.
- Fuadi, M., & Arianingrum, W. (2019). Studi Pembuatan Minuman Instan Cangkang Telur Berkalsium Tinggi. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 2(1).
- Habib, Akbar, and Risnawati Risnawati. Analisis Faktor –Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya impor di kota medan “Kumpulan penelitian dan pengabdian Dosen 1.1(2018)

- Harahap, M., Siregar, G., & Riza, F. V. (2021). Mapping The Potential Of Village Agricultural Social Economic Improvement Efforts In Lubuk Kertang Village Kecamatan Berandan Barat Kabupaten Langkat. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 8-14.
- Khair, H., Hariani, F., & Rusnadi, M. (2018). Pengaruh Aplikasi Dan Interval Pemberian Monosodium Glutamat (Msg) Terhadap Pertumbuhan Bibit Kakao (*Theobroma cacao* L.). *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(2), 195-201.
- LUBIS, E., PINEM, M. I., & FEBRIAN, R. (2020, February). Contributions of IAA (Indole Acetic Acid) and 2-Ip (Dimethyl Allyl Amino Purine) on Multiplication of Red Plant Banana Explants (*Musa Paradisiaca*) in Ms Media By in Vitro. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Manguk esoebroto, Guritno. 2003. *Ekonomi Publik*. Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Manik, J. R., & Kabeakan, N. T. M. B. (2021). Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Dalam Peningkatan Pendapatan pada Kelompok Ibu-Ibu Asyiyah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 48-54.
- Manik, J. R., Kabeakan, N. T. M., & Lubis, A. N. (2020). Effectiveness and Efficiency of using BIO-Smart Planters for Eggplant Farmers (*Solanum melongena* L.). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 4(1), 15-20.
- MEDAN, V. S. B. S., & SALSABILA, S. S. PENGEMBANGAN BAHAN AJAR BERBASIS E-MODUL MENGGUNAKAN KVISOFT FLIPBOOK MAKER PADA MATERI RELASI DAN FUNGSI KELAS.
- Munar, A., Sumarta, D. J., & Fajar, M. (2020, November). Growth of Palm Oil Seeds (*Elaeis Guineensis* Jacq.) on Solid Organic Fertilizer and Waste Tea Compost in Pre Nursery. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)*.
- Novita, A. (2018). Cuktivation of Cocoa (*Theobroma cacao*). *Kumpulan Buku Dosen*, 1(1).
- NOVITA, A., JULIA, H., CEMDA, A. R., & SUSANTI, R. (2020, February). Response on Growth of *Vetiveria Zizanioides* L. on Giberellin Under Salinity Stress Conditions. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Nusa, M. I. (2021). KARAKTERISTIK TEH HIJAU DAUN GAHARU HASIL PENGERINGAN VAKUM. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 3(2), 73-79.
- Paizal, 2015. *Meraih Sukses Budidaya Pepaya*. Gramedia. Jakarta
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Surabaya : Guna widya
- Purba, A.P. 2008. *Analisis Pendapatan Usahatani dan Saluran Pemasaran Pepaya California (Kasus: Desa Cimande dan Desa Lemahduhur, KecamatanCaringin, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*. *Skripsi*.Fakultas PertanianInstitut Pertanian Bogor. Bogor.
- Putra, Y. A., Siregar, G., & Utami, S. (2019, October). Peningkatan Pendapatan Masyarakat Melalui Pemanfaatan Pekarangan Dengan Teknik Budidaya Hidroponik. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 122-127).
- Rahmat, R. M. (2012). *Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar [Skripsi]*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, K., Ardilla, D., & Tarigan, D. M. (2020). Pemanfaatan Limbah Kulit Jengkol Sebagai Pestisida Nabati pada Tanaman Padi. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 14-19.
- Risnawati, R. (2017). Pengaruh Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Imam Bonjol. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1).
- Risnawati, R., Alridiwersah, A., & Yusuf, M. (2021). Penggunaan Teknologi “Mantis” Terhadap Pertumbuhan Dan Produksi Jamur Tiram Di Desa Hampanan Perak. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 82-88.
- Riswandi.(2013). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Rizky, R. N., & Mavianti, M. (2019, October). Keripik Kelapa: Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 311-318).
- Saragih, S. A., Takemoto, S., Kusumoto, D., & Kamata, N. (2021). Fungal diversity in the mycangium of an ambrosia beetle *Xylosandrus crassiusculus* (Coleoptera: Curculionidae) in Japan during their late dispersal season. *Symbiosis*, *84*(1), 111-118.
- Setiati, Ending Darma. 2011. Produksi Buah Pepaya Varietas Callina (*Carica papaya* L.) pada Kombinasi Pupuk Organik dan Anorganik Di Tanah Ultisol.
- Sibuea, M. B. (2020). [Hasil Turnitin] 31. 19% The Effect of Social Economic Factors on Ability to Save of Farmers. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*.
- Siregar, R. S., & Julia, H. (2017). DETERMINAN KARAKTERISTIK SOSIAL KONSUMEN TERHADAP KUANTITAS KONSUMEN DAGING SAPI DI KOTA MEDAN. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *21*(1), 97-103.
- Siregar, R. S., Siregar, A. F., Manik, J. R., & Lubis, R. F. (2017). Factors Affecting Demand Requests Of Beef Cuts In The Market Sibuhuan. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *20*(3).
- Siregar, S., & Supriana, T. (2018). Socio-Economic Characteristics That Affect The Income Of Corn Farmers In Simalungun District. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, *1*(2), 82-89.
- Soekartawi (2001). *Agribisnis. Teori dan Aplikasinya*. Jakarta : Rajawali Pers Universitas Brawijaya.
- Suarti, B., & Budijanto, S. (2021). Bio-active compounds, their antioxidant activities, and the physicochemical and pasting properties of both pigmented and non-pigmented fermented de-husked rice flour. *AIMS Agriculture and Food*, *6*(1), 49-64.
- SUSANTI, R., HANIF, A., & KABEAKAN, N. M. (2018). Determination Concentrations Of Tuba Root Extract (*Derris Eliptica* (Roxb.) Benth) To Control Pest *Lamprosema indicata* F At Soybean *Glycine Max* (L.) Merrill. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM 2018)* (Vol. 2, No. 01).
- Susanti, R., Hanif, A., & Lisdayani, L. (2018). Analisa Kadar Kualitatif Senyawa Lutein dari Tanaman Kenikir (*Tagetes erecta* L) Sebagai Mikrohabitat Dari Musuh Alami Hama. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *21*(3), 230-233.
- Syofia, I., & Indrian, H. (2015). Uji EFEKTIFITAS BEBERAPA WARNA PERANGKAP BASAH UNTUK MENGENDALIKAN HAMA LALAT BUAH (*Bactrocera* sp) PADA TANAMAN BELIMBING. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *17*(3).
- TANJUNG, A. F., ISKANDARINI, I., & LUBIS, S. N. (2020, January). Analysis Of Rice Farmer's Income In District Labuhan Batu. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Tarigan, D. M., & Harifah, F. (2018). Peranan Limbah Biogas Cair Kelapa Sawit dan Limbah Kulit Buah Kakao Pada Kedelai Hitam (*Glycine soja*). *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *21*(3), 218-222.
- Thamrin, M., & Ardilla, D. (2016). Analysis Of Production Efficiency Factor Rice Rainfed Through Ptt Approach. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *20*(2).
- Thamrin, M., & Mardhiyah, A. (2017). IbM Padi Hazton Dalam meningkatkan produksi padi sawah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2).
- Utami, S., Marbun, R. P., & Suryawaty, S. (2019). Pertumbuhan dan Hasil Bawang Sabrang (*Eleutherine americana* Merr.) akibat Aplikasi Pupuk Kandang Ayam dan KCL. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *22*(1), 52-55.
- Utami, S., Panjaitan, S. B., & Musthofah, Y. (2020). Pematihan Dormansi Biji Sirsak dengan Berbagai Konsentrasi Asam Sulfat dan Lama Perendaman Giberelin. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, *23*(1), 42-45.