

ANALISIS PENDAPATAN DAN PEMASARAN USAHATANI PEPAYA MINI (*Carica papaya* L.) DI KELURAHAN TERITIP KECAMATAN BALIKPAPAN TIMUR KOTA BALIKPAPAN

Tuti Susanti¹, Rita Ratini², dan Mariyah³

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman Samarinda 75123, Indonesia.

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman, Indonesia.

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman, Indonesia.

E-mail: ade_mariyah@yahoo.com

ABSTRAK

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. Penelitian ini dilakukan dari bulan April sampai Juni 2013 di distrik kecamatan Balikpapan Timur Kabupaten Balikpapan. Jumlah Responden 37 orang sebagai 15 petani pepaya mini, 8 pedagang grosir dan pengecer 14. Metode sampling yang digunakan purposive sampling dan snowball sampling. The 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%.

Keywords : Pepaya, pemasaran, lembaga petani

ABSTRACT

This research were to know income of the mini papaya, marketing channels, marketing margin, farmers share, the marketing profit of the mini papaya which were earned by distributors and marketing efficiency in the district of East Balikpapan subdistrict of Balikpapan Regency. This research was conducted from April to June 2013 in the district of East Balikpapan subdistrict of Balikpapan Regency. Total Respondents 37 people as 15 farmer of papaya mini, 8 wholesalers and 14 retailers. The sampling method used purposive sampling and snowball sampling. The analyze used income analysis and marketing analysis.

The results of this research that indicated the income amount of papaya mini as Rp 1,182,204,850.00 for scale 0.5 ha and average Rp 78,813,656.67 respondent⁻¹ year⁻¹ or Rp 134,126,685.30 respondent⁻¹ ha⁻¹ year⁻¹. The marketing channels are used in the research locations in two level channels. Total marketing margin of the papaya mini is Rp 4,500.00 kg⁻¹. Farmers share is 43.75%. The marketing profit of the papaya mini for wholesalers with the average of Rp 983.04 kg⁻¹ and for retailers with the average of Rp 2,736.06 kg⁻¹ and marketing efficiency for wholesalers is 10.33% and for retailers is 3.29%.

Keywords : Papaya, marketing, farmers share

1. PENDAHULUAN

Pepaya (*Carica papaya* L.) menurut Sobir (2009) merupakan komoditi buah tropika utama. Sering dinamakan sebagai *the health fruit of the angels*, karena rasanya dikatakan sebagai rasa surga dan sangat bermanfaat untuk

kesehatan. Indonesia termasuk dalam lima besar negara produsen utama buah pepaya di dunia. Besarnya produksi tersebut terutama karena lahan dan iklim tropika yang sangat cocok untuk pepaya tumbuh dan berbuah secara optimal. Areal perkembangan pepaya tersebar di

wilayah tertentu, salah satunya adalah Kota Balikpapan. Produksi pepaya di Kota Balikpapan tahun 2010 sebesar 13.366 ton dan meningkat sebesar 26 % pada tahun 2011 menjadi 18.113 ton (BPS Kalimantan Timur, 2012).

Permintaan buah pepaya meningkat setiap tahun dilihat dari konsumsi perkapita sebesar 3,6 kg dan 3,7 kg pada tahun 2009 dan 2010 (Direktorat Tanaman Buah, 2010). Produksi Pepaya di Kota Balikpapan sebagian besar disumbangkan dari produksi pepaya mini khususnya di Kelurahan Teritip.

Kelurahan Teritip merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kota Balikpapan, memiliki luas wilayah 4.951,25 ha dan jumlah penduduk 3.442 jiwa pada tahun 2012 yang sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani (Monografi Kelurahan Teritip, 2012). Luas lahan Kelurahan Teritip menjadi peluang besar sebagai salah satu wilayah potensial pengembangan tanaman pepaya khususnya pepaya mini. Kelurahan Teritip mulai mengembangkan pepaya mini pada tahun 2011. Usahatani pepaya mini merupakan kegiatan yang dilakukan mulai dari input kemudian diproses sehingga menghasilkan output. Input usahatani yang digunakan memerlukan biaya produksi, sedangkan output berupa produksi pepaya mini selanjutnya disalurkan ke konsumen melalui lembaga pemasaran. Proses tersebut mempengaruhi total penerimaan yang menentukan tingkat pendapatan petani. Analisis pemasaran seperti saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran dapat ditentukan melalui aliran pepaya mini dari petani ke konsumen.

Petani dapat mengembangkan usahatani pepaya mini sehingga produksi bertambah dan pendapatan akan meningkat. Pemasaran sangat perlu dilakukan untuk memudahkan

pengembangan usahatani. Masalah yang muncul di daerah ini adalah harga yang kurang stabil meskipun produksi pepaya yang dihasilkan cukup besar tetapi pendapatan yang diperoleh masih rendah sedangkan biaya produksi yang dikeluarkan petani dalam usahatannya semakin besar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : besarnya pendapatan usahatani, saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmers share* dan keuntungan yang diperoleh setiap pelaku pemasaran usahatani, dan nilai efisiensi pemasaran usahatani pepaya mini di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan.

2. METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan sejak bulan April 2013 sampai bulan Juni 2013, terhitung sejak pengambilan data awal lapangan sampai pengolahan data akhir. Lokasi penelitian di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan. Kelurahan Teritip merupakan daerah perkembangan usahatani pepaya mini di Kota Balikpapan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan cara wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuisioner) yang telah disusun sesuai tujuan penelitian kepada responden yaitu petani dan lembaga pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka dan dari instansi-instansi terkait yang dapat menunjang penelitian ini antara lain : Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur, Perpustakaan Daerah Provinsi Kalimantan Timur, Perpustakaan Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Mulawarman, Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Balikpapan Timur, Kantor Kelurahan Teritip.

Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel petani dilakukan dengan cara *purposive sampling* karena berdasarkan pertimbangan-pertimbangan penelitian. Terdapat 5 kelompok tani di Kelurahan Teritip yang menanam pepaya, sedangkan yang khusus menanam pepaya mini ada 15 orang (Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Balikpapan Timur, 2012).

Pengambilan sampel ditingkat lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan Metode *Snow ball Sampling* (Sampel Bola Salju) yang dilakukan secara berantai dengan mencari informasi dari petani pepaya mini sebagai tahap pertama, kemudian diperoleh informasi lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran seperti pedagang pengumpul yang membeli pepaya mini dari petani sebagai tahap kedua. Pemilihan sampel berdasarkan rekomendasi dari responden sebelumnya (Sugiyono, 2009). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 8 pedagang pengumpul dan 14 pedagang pengecer.

Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan digunakan analisis pendapatan (Harahap, 2006) sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = *Income*/Pendapatan (Rp)
TR = *Total Revenue*/Penerimaan Total (Rp)
TC = *Total Cost*/Biaya Total (Rp)

2. Penerimaan digunakan analisis dengan rumus (Samuelson dan Nordhaus, 2003), sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan :

TR = *Total Revenue*/Penerimaan Total (Rp)
P = *Price*/Harga (Rp)
Q = *Quantity*/Jumlah Produksi (kg)

3. Biaya total : menurut Tutut (2005), untuk mengetahui besarnya penerimaan yang diterima petani pepaya mini digunakan rumus sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = *Total Cost*/Biaya Total (Rp)
TFC = *Total Fixed Cost*/Biaya Tetap Total (Rp)
TVC = *Total Variabel Cost*/Biaya Variabel Total (Rp)

2. Pemasaran : untuk mengetahui saluran pemasaran, margin tataniaga, *share*, dan keuntungan yang diperoleh setiap pelaku pemasaran usahatani pepaya mini sebagai berikut :
 - a. Saluran pemasaran usahatani pepaya mini yang terdapat di lokasi penelitian Kelurahan Teritip dianalisis dengan statistik deskriptif.
 - b. Margin pemasaran : menurut Sugiono (2009), untuk menghitung margin pemasaran di masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp)
Hp = Harga Penjualan (Rp)
Hb = Harga Pembelian (Rp)

Untuk margin total diperoleh dengan menjumlahkan setiap margin lembaga pemasaran yang terlibat dengan rumus :

$$Mt = M1 + M2 + M3 + \dots + Mn$$

Keterangan :

Mt = Margin Total (Rp)
M1, ... Mn = Margin Pedagang (Rp)

- c. *Farmers Share* : untuk menghitung bagian (*share*) yang diperoleh oleh petani adalah sebagai berikut:

$$LP = Hp/He \times 100 \%$$

Keterangan :

- LP = Bagian yang diterima petani (%)
 Hp = Harga pada petani produsen (Rp)
 He = Harga eceran (Rp)

Menurut Downey dan Erickson (2004) :
 Lp lebih dari 40% dikatakan efisien.

d. Keuntungan (*profit*) : menurut Kotler (2004), keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$= Mp - Bt$$

Keterangan :

- = Keuntungan/*profit* (Rp)
 Mp = Margin Pedagang (Rp)

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Teritip terletak di kawasan Kecamatan Balikpapan Timur yang berjarak sekitar 28 km dari pusat pemerintahan Kota dan 137 km dari Ibukota Provinsi. Mempunyai luas wilayah sebesar 4.951,25 ha.

Secara umum bahwa mata pencaharian penduduk pada umumnya disektor pertanian yaitu sebesar 1.747 jiwa atau sebesar 42,01 % yang

Bt = Biaya Total (Rp)

3. Efisiensi Pemasaran : menurut Soekartawi (2002), nilai efisiensi saluran pemasaran dapat dikuantitatifkan sebagai berikut:

$$Eps = TB/TNP \times 100 \%$$

Keterangan :

- Eps = Efisiensi Pemasaran (%)
 TB = Total Biaya Pemasaran (Rp kg⁻¹)
 TNP = Total Nilai Produk (Rp kg⁻¹)

Menurut Soekartawi (2002) :

- Eps > 50% = Tidak Efisien
- Eps < 50% = Efisien

Penduduk di Kelurahan Teritip pada tahun 2013 sebanyak 12.905 jiwa dengan perincian laki-laki berjumlah 6.712 jiwa dan perempuan berjumlah 6.193 jiwa. Mata pencaharian penduduk di Kelurahan Teritip sangat beragam sesuai dengan profesi dan latar belakang pendidikannya.

merupakan sumber mata pencaharian pokok. Selain itu juga ada pekerjaan sampingan seperti supir, penjahit dan lain-lain.

Tabel 1. Klasifikasi jumlah penduduk berdasarkan jenis pekerjaan di Kelurahan Teritip Tahun 2012.

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Karyawan		
	a. Pegawai Negeri Sipil	147	3,54
	b. TNI	28	0,67
	c. Swasta	1.321	31,76
2	Wiraswasta/Pedagang	251	6,03
3	Petani	1.747	42,01
4	Pertukangan	53	1,27
5	Peternak	221	5,31
6	Nelayan	233	5,61
7	Jasa	158	3,80
Jumlah		4.149	100 %

Sumber : Data Monografi Kelurahan Teritip, 2012.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 37 responden yang terdiri dari 15 petani, 8 pedagang pengumpul dan 14 pedagang pengecer di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan dengan pengamatan langsung di lokasi penelitian maka diperoleh gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

1. Petani

a. Umur responden

Umur responden berkisar 30-52 tahun dan berada pada usia produktif. Tingkat umur mempengaruhi aktifitas kerja dalam mengolah usahatannya. Petani yang umumnya relatif muda tentu akan mempunyai kemampuan yang besar untuk melaksanakan usahatannya dan sebaliknya, petani yang lanjut usia akan kurang produktif karena keterbatasan fisik dan tenaganya.

b. Tingkat pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi cara petani dalam mengolah usahatani padi sawahnya. Tinggi pendidikan akan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 2.

berpengaruh pada kemampuan petani dalam menyerap informasi baru dalam bidang pertanian dan membantu petani dalam mengambil keputusan serta masalah yang dihadapi dalam bidang pertanian. Tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini bahwa sebesar 40% tamat SD dan SMA/SLTA, 20% tamat SMP/SLTP.

c. Jumlah tanggungan keluarga

Jumlah tanggungan keluarga terdiri dari istri, anak serta keluarga responden yang menjadi tanggungannya. Jumlah tanggungan terbesar yaitu 5 orang. Petani yang mempunyai tanggungan keluarga banyak akan mempunyai beban yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan hidup keluarga dibandingkan yang mempunyai tanggungan yang sedikit.

d. Jarak tanam

Jarak tanam yang digunakan oleh 15 petani bervariasi. Jarak tanaman mempengaruhi besarnya produksi dan pendapatan petani. Jarak tanam pepaya mini responden

Tabel 2. Karakteristik responden petani berdasarkan jarak tanaman pepaya mini di Kelurahan Teritip Tahun 2013.

No.	Jarak tanam (meter)	Jumlah responden (jiwa)	Persentase %
1	1 x 2	1	6,66
2	2 x 2,5	2	13,33
3	2 x 3	1	6,67
4	2 x 3,5	1	6,67
5	2,5 x 2,5	7	46,67
6	3 x 2,5	3	20
Jumlah		15	100 %

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

e. Umur Tanaman

Petani pepaya mini di Kelurahan Teritip tidak menanam

Tabel 3. Karakteristik responden petani berdasarkan umur tanaman pepaya mini di Kelurahan Teritip Tahun 2013.

No.	Umur tanaman (Bulan)	Jumlah responden (jiwa)	Persentase %
1.	07 – 12	6	40
2.	13 – 24	6	40
3.	25 – 36	3	30
Jumlah		15	100%

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Tabel 3 menunjukkan bahwa rata-rata produksi menurut umur tanaman responden terbanyak pada umur 07 – 12 bulan dan 13 - 26 bulan sebesar 40%.

2. Pedagang Pengumpul

Umur responden berkisar antara 30 - 56 tahun, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif dan sebagian besar tidak produktif. Tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh responden bervariasi

Tabel 4. Klasifikasi responden petani berdasarkan luas tanam pepaya mini Kelurahan Teritip tahun 2013.

No.	Luas tanam (ha)	Jumlah responden	Presentase (%)
1.	0,25	5	33,33
2.	0,50	5	33,33
3.	0,75	3	20
4.	1,00	2	13,34
Jumlah		15	100%

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Kegiatan usahatani pepaya mini di lingkungan Kelurahan Teritip secara umum melakukan pengolahan lahan, penanaman, pengairan, penyiangan, pengendalian hama dan penyakit dan panen.

disaat bersamaan. Umur tanaman responden pepaya mini secara rinci dapat dilihat pada Tabel 3. mulai dari tingkat SD sampai dengan tingkat S1.

3. Pedagang Pengecer

Umur responden berkisar 30-53 tahun. Tingkat umur mempengaruhi aktifitas kerja dalam menyalurkan pepaya mini ke konsumen. Tingkat pendidikan formal yang ditempuh oleh responden bervariasi mulai dari tingkat SD sampai dengan tingkat SLTA.

Keadaan Umum Usahatani Pepaya Mini

Luas lahan yang dimiliki oleh 15 petani yaitu antara 0,25 – 1,00 ha dengan rata-rata luas lahan 0,5 ha. Seluruh petani berencana akan menambah luas lahan untuk memperbanyak tanaman pepaya mini berisar antara 0,5 – 1,00 ha. Keadaan luas lahan yang diusahakan oleh responden petani pepaya mini di Kelurahan Teritip ditunjukkan pada Tabel 4.

Jarak tanam pepaya di Teritip bervariasi namun rata-rata petani pepaya mini menggunakan jarak tanam 2,5 m x 2,5 m. Gambaran secara rinci jarak tanaman pepaya mini responden dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rata-rata produksi responden⁻¹ minggu⁻¹ menurut jarak tanaman pepaya mini di Kelurahan Teritip Tahun 2013.

No.	Jarak tanam (meter)	Rata-rata produksi (kg)
1	1 x 2	500
2	2 x 2,5	630
3	2 x 3	200
4	2 x 3,5	600
5	2,5 x 2,5	807
6	3 x 2,5	177
Jumlah		2.914

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Panen dilakukan petani pepaya mini saat tanaman berumur \pm 7-9 bulan. Pemanenan pertama cukup mudah dilakukan karena pohon-pohon masih rendah. Pemetik hanya menggunakan tangan atau pisau untuk memanen buah. Pada panen berikutnya pohon sudah mulai meninggi sehingga pemetik memerlukan alat bantu untuk memanen, seperti tangga atau galah. Pemanenan dilakukan setiap seminggu sekali dengan masa panen sepanjang tahun bahkan bisa mencapai 4 - 5 tahun bila dirawat dengan baik. Buah pepaya yang masak ditandai dengan kulit dan daging buahnya berwarna cerah dan rasanya manis.

Cuaca menjadi salah satu faktor penentu panen buah pepaya mini. Jika hujan terus-menerus maka buah pepaya

mini akan cepat masak sedangkan jika cuaca panas buah pepaya mini lambat masak sehingga panen buah dapat dikontrol. Fluktuasi harga pepaya mini di Kelurahan Teritip berbeda ditiap minggu. Harga terendah yang pernah diperoleh petani yaitu Rp. 2.500,00 kg⁻¹ sedangkan harga tertinggi bisa mencapai Rp. 6.000,00 kg⁻¹.

Produksi pepaya mini dipengaruhi oleh umur tanaman. Rata-rata produksi 15 petani di Kelurahan Teritip sebesar 51.360 kg tahun⁻¹. Produksi pertama pepaya mini berkisar 30 – 60 kg ha⁻¹ dan bertambah disetiap minggunya. Gambaran secara rinci umur tanaman pepaya mini responden dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rata-rata produksi responden⁻¹ minggu⁻¹ menurut umur tanaman pepaya mini responden di Kelurahan Teritip Tahun 2013.

No.	Umur tanaman (Bulan)	Rata-rata produksi (kg)
1.	07 – 12	268
2.	13 – 24	742
3.	25 – 36	833
Jumlah		1.843

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Produksi petani pepaya mini di Kelurahan Teritip sebagian besar belum mencapai potensi produksi yang seharusnya yaitu 2.000 kg ha⁻¹ karena

tanaman pepaya mini sebagian masih berumur dibawah 2 tahun dengan produksi yang belum maksimal dan jarak tanam pepaya mini yang cukup lebar.

Usaha peningkatan produksi pepaya mini dilakukan petani di Kelurahan Teritip dengan cara ekstensifikasi pertanian yaitu perluasan areal pertanian. Seluruh petani pepaya mini di lokasi penelitian Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur berencana menambah luas lahan mereka untuk tanaman pepaya mini seluas 0,5 – 1,00 ha.

Pemanenan buah pepaya mini dilakukan pada sore hari agar dekat dengan waktu pemasaran dan dipilih langsung oleh petani. Petani hanya memilih pepaya mini yang baik dan menggabungkannya dalam satu keranjang tanpa di kelompokkan berdasarkan kualitas standar mutu kelas buah yang dapat masuk dalam pasar supermarmet. Setelah panen buah pepaya dimasukkan kedalam peti kayu atau keranjang rotan yang dilapisi koran agar menjaga dari kerusakan fisik buah. Peti atau keranjang tersebut telah disediakan oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul membeli hasil panen sebagian besar di kebun pepaya mini dan tinggal mengambil buah pepaya mini di malam hari yang langsung dipasarkan ke berbagai pasar di Kota Balikpapan terutama di Pasar Pandan Sari dan Pasar Butun. Hambatan yang dihadapi petani dalam memasarkan adalah jarak yang cukup jauh dari pasar sehingga memerlukan waktu yang cukup lama, selain itu jarak kebun ke jalan besar cukup jauh dengan kondisi jalan yang rusak dan becek jika terjadi hujan.

Pendapatan Pepaya Mini

1. Penerimaan

Produksi pepaya mini dilihat dari umur tanaman dan jarak tanaman yang digunakan oleh 15 responden petani pada saat diwawancara. Produksi adalah jumlah hasil yang diperoleh dalam satu tahun. Produksi dikalikan dengan harga jual kg^{-1} , maka diperoleh penerimaan. Jumlah produksi yang diperoleh dari 15 responden adalah sebesar 410.880 kg dengan rata-rata $51.360 \text{ kg responden}^{-1} \text{ th}^{-1}$. Harga jual pepaya mini Rp 3.500,00 kg^{-1} . Hasil penjualan produksi akan diperoleh penerimaan sebesar RP 1.438.80.000,00 untuk skala 0,5 ha dengan rata-rata Rp 95.872000,00 $\text{responden}^{-1} \text{ th}^{-1}$ atau Rp. 170.592.800,00 $\text{responden}^{-1} \text{ ha}^{-1} \text{ th}^{-1}$.

2. Biaya Total

Biaya total yang perhitungkan merupakan biaya produksi meliputi biaya tetap total (biaya penyusutan alat) dan biaya variabel total (biaya bibit, biaya pupuk, biaya pestisida, dan biaya tenaga kerja).

Jumlah biaya total yang dikeluarkan 15 responden adalah Rp. 255.875.150,00 untuk skala 0,5 ha dengan rata-rata Rp. 17.058.343,33 $\text{responden}^{-1} \text{ th}^{-1}$ atau Rp. 36.466.114,72 $\text{responden}^{-1} \text{ ha}^{-1} \text{ th}^{-1}$. Jumlah pendapatan yang diperoleh oleh 15 responden adalah Rp. 1.182.204.850,00 untuk skala 0,5 ha dengan rata-rata Rp 78.813.656,67 $\text{responden}^{-1} \text{ th}^{-1}$ atau Rp. 134.126.685,30 $\text{responden}^{-1} \text{ ha}^{-1} \text{ th}^{-1}$.

Secara garis besar, penerimaan, biaya produksi dan pendapatan pepaya mini di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rekapitulasi rata-rata penerimaan, biaya produksi dan pendapatan pepaya mini di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur.

No.	Uraian	Jumlah(Rp th ⁻¹)	Jumlah (Rp th ⁻¹ ha ⁻¹)
1	Penerimaan	95.872.000,00	170.592.800,00
2	Biaya Produksi	17.058.343,33	36.466.114,72
3.	Pendapatan	78.813.656,67	134.126.685,30

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

3. Pemasaran Pepaya Mini

a. Saluran pemasaran pepaya mini

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran pepaya mini di lokasi penelitian adalah pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Penyaluran pepaya mini dari 15 petani responden yaitu 8 orang pedagang

pengumpul dan 14 pedagang pengecer. Berdasarkan data dari responden diperoleh bahwa saluran pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Saluran pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan.

Saluran pemasaran di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan adalah saluran dwi tingkat atau dua tingkat yaitu dari petani produsen ke pedagang pengumpul dan disalurkan kepada pedagang pengecer di seluruh pasar di Kota Balikpapan dan akhirnya dikonsumsi oleh masyarakat.

b. Margin Pemasaran

Saluran pemasaran di Kelurahan Teritip yaitu saluran dwi atau dua tingkat. Pepaya mini diproduksi oleh petani kemudian disalurkan ke konsumen melalui lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul kemudian ke pedagang pengecer. Pedagang pengumpul memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 1.500,00 kg⁻¹, sedangkan pedagang pengecer

memperoleh margin pemasaran sebesar Rp 3.000,00 kg⁻¹. Total margin pemasaran adalah Rp Rp 4.500,00 kg⁻¹.

c. Farmers Share

Farmers share diperoleh dari perbandingan harga ditingkat petani dan pedagang pengecer dengan satuan persen. Hal ini berguna untuk mengetahui porsi harga yang berlaku di tingkat konsumen dinikmati oleh petani. *Farmers share* yang diterima responden rata-rata 43,75 %. Menurut Downey dan Erickson (2004) bagian harga yang diterima oleh petani produsen efisien karena harga jual petani lebih dari 40% dari harga tingkat konsumen.

d. Keuntungan (*profit*) Pemasaran

Keuntungan pemasaran diperoleh dari penerimaan dikurangi dengan biaya-biaya pemasaran. Biaya pemasaran pepaya mini adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses penyaluran pepaya mini. Berdasarkan hasil penelitian di Kelurahan Teritip Kecamatan Balikpapan Timur Kota Balikpapan biaya pemasaran meliputi biaya transportasi, biaya pengemasan buah pepaya mini dan biaya sewa tempat atau kios penjualan pepaya mini.

(1). Biaya Pemasaran

a. Biaya pemasaran pedagang pengumpul

Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan dari 8 pedagang pengumpul meliputi biaya transportasi dan biaya pengemasan. Pengemasan masih kurang baik karena yang dilakukan hanya menggunakan keranjang yang di lapi karung sehingga kulit buah mudah tergesek dan luka. Biaya transportasi pada pedagang pengumpul sebesar Rp. 710.000,00 dengan rata-rata Rp. 88.750,00 . Biaya pengemasan yang dikeluarkan sebesar Rp. 3.750.000,00 dengan rata-rata Rp. 468.750,00 . Total jumlah biaya pemasaran pepaya mini sebesar Rp. 4.460.000,00 dengan rata-rata Rp. 557.500,00 . Secara rinci jumlah biaya pemasaran pepaya pada pedagang

pengumpul dapat dilihat pada Lampiran 19.

b. Biaya Pemasaran Pedagang Pengecer

Besarnya biaya pemasaran yang dikeluarkan dari 14 pedagang pengecer meliputi biaya pengemasan dan biaya sewa tempat. Pengemasan ditingkat pedagang pengecer hanya menggunakan kantong plastik saat konsumen membeli. Biaya pengemasan pedagang pengecer sebesar Rp. 700.000,00 dengan rata-rata Rp. 50.000,00 . Biaya sewa tempat yang dikeluarkan sebesar Rp. 1.455.000,00 dengan rata-rata Rp. 103.928,57 . Total jumlah biaya pemasaran pepaya mini sebesar Rp. 1.420.000,00 dengan rata-rata Rp. 101.428,57 .

Keuntungan (*profit*) pemasaran didapatkan dari penerimaan dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran pepaya mini. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul rata-rata sebesar Rp. 983.04 kg⁻¹ responden⁻¹ dan pedagang pengecer sebesar Rp 2.736,06 kg⁻¹ responden⁻¹.

Secara garis besar, rata-rata margin, *farmers share*, biaya pemasaran dan keuntungan (*profit*) pemasaran pepaya mini secara rinci dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Rekapitulasi rata-rata margin, *farmers share*, biaya dan keuntungan (*profit*) pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip Balikpapan Timur.

No.	Uraian	Jumlah (Rp kg ⁻¹)	Distribusi Margin	Share %
1	Petani			
	Harga jual	3.500		43,75
2	Pedagang Penggumpul			
	a. Harga beli	3.500		
	b. Biaya			
	- Transportasi	84	0,02	
	- Pengemasan	433	0,09	
	c. Keuntungan	983	0,22	62,50
	d. Harga jual	5.000		
	e. Margin pemasaran	1.500		
3	Pedagang Pengecer			
	a. Harga beli	5.000		
	b. Biaya			
	- Pengemasan	86	0,02	
	- Sewa tempat	178	0,04	
	c. Keuntungan	2.736	0,61	100,00
	d. Harga jual	8.000		
	e. Margin pemasaran	3.000		
4	Margin Total	4.500		

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Besarnya margin pemasaran diakibatkan oleh lembaga pemasaran yang lebih dari satu dan masing-masing lembaga pemasaran mengambil keuntungan yang lebih besar dari pada biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasarannya. Dilihat dari rekapitulasi di atas pedagang pengecer memperoleh keuntungan yang paling besar, sedangkan

petani hanya mendapatkan 43,75% dari harga yang konsumen bayarkan.

(2). Efisiensi Pemasaran

Efisiensi saluran pemasaran dapat dilihat dari perbandingan antara biaya pemasaran dengan produk yang dijual dan dinyatakan dalam persen. Secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9. Perincian efisiensi Pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip.

No.	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp kg ⁻¹)	Harga Jual (Rp kg ⁻¹)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	Pedagang penggumpul	516,97	5.000,00	10,33
2	Pedagang pengecer	263,94	8.000,00	3,29

Sumber: Data Primer (diolah), 2013.

Menurut Soekartawi (2002), jika nilai efisiensi lebih besar dari 50% maka tidak efisien dan jika nilai efisiensi lebih kecil dari 50% maka efisien. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh besar nilai efisiensi pedagang pengumpul sebesar 10,33% dan nilai efisiensi pedagang pengecer sebesar 3,29% artinya terlihat jelas bahwa nilai efisiensi pedagang pengumpul dan pedagang pengecer lebih besar dari 50% sehingga efisien untuk masing-masing pedagang.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pendapatan yang diperoleh oleh petani pepaya mini di Kelurahan Teritip adalah Rp. 1.182.204.850,00 untuk skala 0,5 ha dengan rata-rata Rp.78.813.656,67 responden⁻¹th⁻¹ atau Rp.134.126.685,30 responden⁻¹ha⁻¹th⁻¹.
2. Saluran pemasaran dari usahatani pepaya mini di Kelurahan Teritip adalah saluran dua tingkat. Margin pemasaran total sebesar Rp. 4.500 . *Farmers share* yang diterima petani sebesar 43,75%. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul rata-rata Rp. 983,04 responden⁻¹ dan pedagang pengecer rata-rata Rp. 2.736,06 responden⁻¹.
3. Nilai efisiensi pemasaran pepaya mini di Kelurahan Teritip dengan saluran dua tingkat untuk pedagang pengumpul 10,33% dan pedagang pengecer 3,29%.

DAFTAR PUSAKA

- [1] Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur. 2012. Kecamatan Balikpapan Timur Dalam Angka. BPS, Samarinda.
- [2] Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur. 2012. Statistik Ekspor Kalimantan Timur 2012. BPS, Samarinda.
- [3] Downey, W.D. & Erickson, S.P. 2004. Manajemen Agibisnis. Erlangga, Jakarta.
- [4] Harahap, S.S. 2010. Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan. Raja Grafindo, Jakarta.
- [5] Kotler. 2004. Dasar-Dasar Pemasaran. Indeks. Jakarta.
- [6] Samuelson, P.A., dan Nordhaus W. D. 2003. Pengantar Ekonomi Mikro, Erlangga. Jakarta.
- [7] Sobir. 2009. Sukses Bertanam Pepaya Unggul Kualitas Supermarket, Agromedia Pustaka. Jakarta.
- [8] Soekartawi. 2002. Pembangunan Pertanian. Grafindo Persada, Jakarta.
- [9] Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang, Malang.
- [10] Sugiono. 2009. Statistik Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.