

**EFISIENSI PEMASARAN PEPAYA CALIFORNIA
(*Carica papaya L*) DI KECAMATAN SUMBEREJO
KABUPATEN TANGGAMUS**

Oleh

Fidya Chaesar Ramadhanty

RINGKASAN

Buah-buahan merupakan salah satu produk hortikultura yang banyak digemari masyarakat dan memberikan peranan dalam memenuhi gizi masyarakat. Tanaman pepaya merupakan tanaman yang banyak digemari masyarakat dan para petani untuk dikembangkan menjadi usaha karena keuntungannya yang cukup besar. Varietas pepaya yang banyak dikembangkan petani adalah jenis varietas pepaya California. Pepaya California merupakan salah satu tanaman buah yang banyak dikembangkan di Indonesia dan mempunyai peluang untuk dijadikan usaha agribisnis. Banyaknya petani yang beralih untuk mengembangkan pepaya California menyebabkan hasil panen yang dihasilkan melimpah. Tujuan penelitian adalah menganalisis saluran pemasaran pepaya California, menganalisis besarnya margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio profit margin disetiap saluran pemasaran pepaya California, dan menganalisis efisiensi saluran pemasaran pepaya California di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus. Pengambilan sampel petani menggunakan metode *proportional stratified random sampling* sehingga diperoleh sampel petani sebanyak 16 orang. Pengambilan sampel pedagang menggunakan metode *snowball sampling* sehingga diperoleh pedagang pengepul tingkat desa sebanyak 4 orang, pedagang pengepul tingkat kecamatan sebanyak 2 orang dan pedagang besar sebanyak 1 orang. Analisis data yang digunakan yaitu kualitatif untuk menganalisis saluran pemasaran dan kuantitatif untuk menganalisis margin pemasaran, *farmer share's*, rasio profit margin. Hasil penelitian menunjukkan saluran pemasaran yang terbentuk dalam sistem pemasaran pepaya California ada tiga saluran. Saluran pemasaran I yaitu petani – konsumen. Saluran pemasaran II petani – pedagang pengepul desa – pedagang pengepul provinsi – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran III petani – pedagang pengepul desa – pedagang pengecer – konsumen. Saluran pemasaran I memperoleh margin pemasaran sebesar Rp 3.500, *farmer's share* sebesar 53,33% dan nilai rasio profit margin sebesar 2,89. Saluran pemasaran II memperoleh nilai margin sebesar Rp 5.000, *farmer's share* 44,44% dan nilai profit margin sebesar 1,24. Saluran pemasaran III memperoleh Rp 4.000 dengan nilai *farmer's share* 46,67% dan nilai profit margin sebesar 1,56. Efisiensi pemasaran tercapai pada saluran I karena memiliki margin terkecil yaitu Rp 3.500, dan *farmer's share* terbesar yaitu 53,33% dan nilai rasio profit margin sebesar 2,89. Petani pepaya California lebih banyak memilih saluran pemasaran III karena adanya hubungan sosial.