

## **I. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara tropis memiliki potensi yang besar dalam menghasilkan produksi pertanian. Tanaman hortikultura merupakan salah satu sub-sektor pertanian yang mampu meningkatkan pendapatan petani di Indonesia. Wilayah yang cukup luas dan dengan variasi agroklimat yang tinggi membuat Indonesia menjadi daerah yang potensial bagi pengembangan tanaman hortikultura baik untuk tanaman dataran rendah maupun dataran tinggi. Variasi agroklimat ini juga menguntungkan bagi Indonesia, karena musim buah, sayur dan bunga dapat berlangsung sepanjang tahun (Prestiani, 2008). Potensi agroklimat ini akan lebih bermakna jika disertai dengan penanganan di bidang pasca panen, termasuk pemasaran hasilnya. Hal ini sesuai dengan pendapat Sobirin (2009), sasaran pembangunan pertanian sekarang tidak hanya dititik beratkan pada peningkatan produksi, namun juga mengarah pada peningkatan pendapatan masyarakat, perluasan tenaga kerja, peningkatan taraf hidup petani dan perluasan pasar produk pertanian, baik di dalam maupun di luar negeri. Salah satu faktor penting dalam pengembangan hasil-hasil pertanian, khususnya bersumber dari hasil kebun adalah pemasaran. Pembangunan pertanian awalnya berorientasi produksi, namun sekarang pembangunan pertanian dituntut untuk berorientasi agribisnis, yaitu tidak hanya berorientasi produksi namun juga berorientasi pasar. Salah satu program pembangunan berbasis agribisnis adalah pembangunan komoditas hortikultura.

Buah-buahan sebagai salah satu sub komoditas hortikultura turut dikembangkan dalam rangka diversifikasi tanaman, pengembangan buah-buahan

perlu dilakukan secara intensif dan komersil dalam skala agribisnis serta dikelola secara profesional guna membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis, dan menambah penerimaan daerah serta devisa negara ( Irwan 2008).

Indonesia termasuk dalam lima besar negara produsen utama buah pepaya callina 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 Kabupaten Tasikmalaya. Hal tersebut dapat dilihat pada (Tabel 1) produksi buah pepaya menurut kabupaten di Provinsi Jawa Barat.

Tabel 1. Produksi Buah Pepaya Menurut Kabupaten di Provinsi Jawa Barat Tahun 2016

No	Kabupaten/Kota	Produksi pepaya (kg)
1	Bogor	5.968,10
2	Sukabumi	22.507,50
3	Cianjur	2.006,10
4	Bandung	485,30
5	Garut	2.608,90
<b>6</b>	<b>Tasikmalaya</b>	<b>5.559,30</b>
7	Ciamis	9.133,70
8	Kuningan	1.152,50
9	Cirebon	1.942,80
10	Karawang	5.518,10
11	Purwakarta	1.767,60
12	Subang	1.773,50
13	Indramayu	830,30
14	Majalengka	1.666,20
15	Sumedang	5.968,10

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2017

Berdasarkan data di atas daerah penghasil buah pepaya tersebar di Kabupaten Tasikmalaya di tiap Kecamatan-Kecamatan produksi buah pepaya yang dapat dilihat dalam tabel di bawah ini

Tabel 2. Produksi Buah Pepaya di Kabupaten Tasikmalaya Tahun 2016

No	Kecamatan	Produksi pepaya (kg)
1	Cineam	45.029
2	Gunung Tanjung	10.949
3	Karang Jaya	59.626
<b>4</b>	<b>Manonjaya</b>	<b>64.712</b>
5	Salopa	6.796

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Tasikmalaya, 2017

Manonjaya menjadi peranan terbanyak dalam memproduksi buah pepaya banyaknya desa yang terdapat di Kecamatan Manonjaya salah satu desa yang memiliki potensi produksi buah pepaya tinggi yaitu Desa Pasirbatang, Desa Pasirbatang merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya, memiliki luas wilayah 560 ha dan jumlah penduduk 5.772 jiwa pada tahun 2018 yang sebagian besar bermata pencaharian petani (Monografi Desa Pasirbatang 2018)

Luas lahan Desa Pasirbatang menjadi peluang besar sebagai salah satu wilayah potensial pengembangan tanaman pepaya khususnya pepaya callina. Perkembangan petani pepaya callina di Desa Pasirbatang hingga saat ini dipengaruhi sistem manajemen pemasaran. Suatu usaha pertanian dapat berkembang jika setiap petani mengetahui dan dapat mengaplikasikan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Melalui pemasaran, para petani dapat memperoleh laba usaha dan memperluas jaringan penjualan hasil panennya kepada konsumen. Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk memenuhi keperluan dan memuaskan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen akan mempengaruhi jumlah pembelian-pembelian buah pepaya sehingga berpengaruh juga terhadap keuntungan yang akan didapatkan oleh petani.

Pemasaran sangat perlu dilakukan untuk memudahkan pengembangan usahatani tanaman pepaya callina. Masalah yang muncul didaerah 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 usahatannya semakin besar.

Bertolak dari uraian di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai efisiensi pemasaran buah pepaya callina di Kecamatan Manonjaya Kabupaten Tasikmalaya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang diatas, maka masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana saluran pemasaran buah pepaya callina ?
- 2) Berapa besarnya margin pemasaran buah pepaya callina ?
- 3) Berapa besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) dari harga yang di bayar konsumen ?
- 4) Bagaimana efisiensi pemasaran buah pepaya callina ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui saluran pemasaran buah pepaya callina.
- 2) Menganalisis besarnya margin pemasaran buah pepaya callina.

- 3) Menganalisis besarnya bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*), persentase biaya dan persentase keuntungan pemasaran buah pepaya.
- 4) Mengetahui Efisiensi pemasaran buah pepaya callina.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- 1) Pengusaha, sebagai bahan untuk menambah pengetahuan mengenai pemasaran buah pepaya callina.
- 2) Petani, sebagai masukan dalam melakukan perubahan sistem pemasaran sehingga yang menjadi tujuan dapat tercapai.
- 3) Peneliti, untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan khususnya tentang pemasaran buah pepaya callina.