

RINGKASAN

Pepaya merupakan jenis buah yang mudah beradaptasi di berbagai lingkungan, maka pepaya kini sudah tersebar di seluruh Indonesia dan merupakan salah satu komoditi buah yang disukai masyarakat. Meningkatnya permintaan pasar akan buah pepaya California menjadi daya tarik tersendiri bagi para petani untuk melakukan usahatani pepaya California dan pedagang buah untuk memasarkan buah pepaya California. Sehingga disini penilaian aspek pemasaran diperlukan untuk melihat kondisi pemasaran papaya California. Penelitian ini bertujuan untuk 1) menganalisis efisiensi pemasaran papaya California di Kabupaten Banyumas 2) mengetahui saluran pemasaran yang lebih efisien atau menguntungkan bagi petani. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2017 di Kecamatan Karanglewas dan Kecamatan Sumbang, Kabupaten Banyumas dengan metode survei dengan jumlah sampel sebanyak 20 petani dan 23 pedagang. Analisis data yang digunakan adalah analisis margin pemasaran, analisis biaya dan keuntungan, *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: terdapat tiga saluran pemasaran papaya California di Kabupaten Banyumas, lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, sedangkan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran tersebut adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yaitu saluran I sebesar Rp2.000,00 per kg, saluran II sebesar Rp5.000,00 per kg dan saluran III sebesar Rp4.500,00 per kg. Total biaya pemasaran papaya California terkecil terdapat pada saluran I sebesar Rp487,87 per kg dan terbesar terdapat pada saluran II sebesar Rp1.146,82 per kg. Total keuntungan terkecil terdapat pada saluran I sebesar Rp1.512,13 per kg dan terbesar terdapat pada saluran II sebesar Rp3.853,18 per kg. *Farmer's share* terbesar terdapat pada saluran I sebesar 69,23 persen dan terkecil terdapat pada saluran II sebesar 33,33 persen. Efisiensi pemasaran di Kabupaten Banyumas dilihat dari nilai margin pemasaran, *farmer's share* dan persentase biaya dan keuntungan dapat disimpulkan belum efisien. Jika dilihat dari margin dan *farmer's share* yang efisien untuk petani yaitu saluran I tetapi untuk lembaga pemasaran belum efisien. Namun jika dilihat dari keuntungan maka yang lebih besar mendapatkan keuntungan adalah saluran III.

SUMMARY

Papaya is a type of fruit that is adaptable in various environments, the papaya is now scattered throughout Indonesia and is one of the commodities preferred community. The increasing market demand for papaya California will be the attraction for the farmers to do the farming business papaya California and a fruit trader to market papaya California. So this research explain more about marketing aspect as it needed to see how Californian papaya's market condition. The purpose of this research is 1) knowing the Californian papaya's marketing efficiency in Banyumas district 2) Analyze the most efficient and profitable of marketing channel. The research held on April 2017 at sub-district Karangas and Sumbang, Banyumas regency with survey method, including 20 farmers and 23 sellers. Data analysis used in this research is marketing margin analysis, farmer's share. The results of this research shows that there three Californian papaya's marketing channels in Banyumas Regency. Market society that involved in marketing is farmers, distributor, wholesale, retailer, and consumer. And then, we can see that those societies has several function such as exchange function, physical function and facility function. The margins of each marketing channels is channel I for Rp2.000,00 per kilos, channel II for Rp5.000,00 per kilos, and channel III for Rp4.500,00 per kilos. The total cost of marketing papaya's California smallest there are of marketing channel I for Rp487,87 per kilos and largest there are of marketing channel II for Rp1.146,82 per kilos. The profit is the smallest there are of marketing channel I for Rp1.512,13 per kilos and largest is the marketing channel II for Rp3.853,18 per kilos. The biggest farmer's share is channel I for 69,23 percent and the smallest one is channel II for 33,33 percent. Marketing's efficiency in Banyumas Regency from marketing's margin value, farmer's share, cost and profit value's point of view, we can say that it's not efficient yet. . If we look at the efficient margin and farmer's share that is channel, but channel I doesn't have the efficient marketing's society. But if we look from profit percentage, the biggest profit is channel III.