

**JurnalAgrosilvopasture-Tech**

Journal homepage: <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/agrosilvopasture-tech>

**Analisis Rantai Pasok Buah Pepaya di Pulau Ambon**

*Supply Chain Analysis of Papaya Fruit in Ambon Island*

**Vilia G. Paays<sup>1</sup>, Natelda R. Timisela<sup>2,\*</sup>, Weldemina B. Parera<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Jl. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka 97233, Ambon, Indonesia

<sup>2</sup>Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Pattimura, Jl. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka 97233, Ambon, Indonesia

\*Penulis korespondensi e-mail: [nateldatimisela@yahoo.com](mailto:nateldatimisela@yahoo.com)

**ABSTRACT**

*Keywords:*  
Efficiency;  
Fruit papaya;  
Supply chain

This study aimed to analyze the mechanism and efficiency of the papaya supply chain in Ambon Island. The analytical method uses qualitative and quantitative analysis. The qualitative analysis describes the mechanism of the papaya supply chain flow, while the quantitative analysis analyzes marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency. Based on the results of the analysis, there are 2 supply chain channels for the papaya wulung supply chain in Saniani Maju, the first channel (Producers → Collectors in the mardika market → Consumers), the second channel (Producers → Rujak natsepa traders → Consumers). Papaya bangkok at Gerbang Mas has 1 channel (Farmers → Fris fresh market → Consumers). Analysis of efficiency and farmer share shows that all marketing channels are efficient because they meet the criteria, namely the calculation results of farmer's share  $\geq 40\%$  and marketing efficiency value  $< 50\%$

**ABSTRAK**

*Kata Kunci:*  
Buah pepaya;  
Efisiensi;  
Rantai pasok

Tujuan penelitian untuk menganalisis mekanisme dan efisiensi rantai pasok pepaya di Pulau Ambon. Metode analisis menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif untuk mendeskripsikan mekanisme aliran rantai pasok pepaya, sedangkan analisis kuantitatif untuk menganalisis margin pemasaran, farmer's share dan efisiensi pemasaran. Berdasarkan hasil analisa, terdapat 2 saluran rantai pasok pepaya wulung di Saniani Maju, Saluran pertama (Produsen → Pedagang pengumpul di pasar mardika → Konsumen), Saluran kedua (Produsen → Pedagang rujak natsepa → Konsumen). Pepaya bangkok di Gerbang Mas memiliki 1 saluran (Petani → Fris fresh market → Konsumen). Analisis efisiensi dan farmer share menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran efisien karena memenuhi kriteria yaitu hasil perhitungan farmer's share  $\geq 40\%$  dan nilai efisiensi pemasaran  $< 50\%$ .

**PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris sebagai daerah penghasil tanaman hortikultura yang mampu memberikan kontribusi cukup besar bagi perdagangan Indonesia serta perkembangan nasional. Kuota permintaan yang tinggi terhadap komoditas ini membuat komoditas hortikultura berperan penting dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam hal untuk perekonomian Indonesia (Cahyono, 2015).

Tanaman hortikultura terbagi menjadi beberapa, antara lain tanaman buah-buahan, sayur, biofarma, dan tanaman hias. Tanaman-tanaman tersebut memiliki guna dan keunggulannya sendiri. Khususnya, tanaman buah begitu penting bagi kehidupan yang lebih sehat dari waktu ke waktu. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan dan kesadaran masyarakat untuk konsumsi buah ialah tersedianya produk olahan yang mengandung gizi atau setara dengan kandungan dalam buah-buahan misalnya makanan yang mengandung serat dan vitamin (Raharto *et al.*, 2008). Salah satu komoditas hortikultura yang diproduksi dan terpenting di Maluku adalah pepaya karena memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sepanjang tahun dan memiliki potensi ekspor.

Di Maluku, Pulau Ambon merupakan salah satu daerah penghasil buah pepaya, beberapa diantaranya ialah Negeri Hutumuri dan Negeri Tial yang sebagian masyarakatnya berprofesi sebagai petani pepaya karena dua negeri tersebut memiliki potensi dalam memproduksi pepaya. Namun, komoditas pepaya harus dibarengi dengan sistem distribusi yang baik, karena permintaan pasar cenderung semakin tinggi dibandingkan dengan produk yang tersedia. Hal ini dikarenakan penduduk yang semakin meningkat, tidak cukupnya ketersediaan pepaya dapat menyebabkan ketidakstabilan sosial, sehingga perlu ada peningkatan produktivitas buah pepaya untuk membangun pertanian.

Penelitian Zuher (2021) menjelaskan bahwa permintaan buah pepaya masih meningkat sedangkan produsen cenderung kesulitan memenuhi kebutuhan konsumen. Keadaan tersebut menunjukkan perlunya penerapan sistem rantai pasokan untuk mencukupkan permintaan konsumen secara efektif dan efisien dari segi biaya, waktu maupun proses. Salah satu yang menjadi permasalahan agribisnis terhadap komoditi buah pepaya adalah manajemen rantai pasok. Rantai pasok cenderung berkaitan dengan aliran informasi, finansial dan produk yang dimulai dari tahap persediaan bahan baku hingga produknya sampai kepada konsumen, penggunaan dari sebuah produk maupun jasa. Tujuan penelitian untuk menganalisis mekanisme dan efisiensi rantai pasok pepaya.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada Kelompok Tani Saniani Maju (Negeri Tial) dan Usahatani Gerbang Mas di Negeri Hutumuri. Pemilihan lokasi secara *purposive sampling* dengan pertimbangan bahwa Kelompok Tani Saniani Maju membudidayakan komoditas pepaya wulung dan Usahatani Gerbang Mas membudidayakan komoditas pepaya bangkok merupakan sentra produksi buah pepaya di Pulau Ambon (Kabupaten Maluku Tengah dan Kota Ambon) serta produknya dipasok ke Pasar Tradisional (Pasar Madika) dan Pasar Modern (*Fris Fresh Market*). Sampel penelitian yaitu petani dan pedagang pengumpul. Pengambilan data penelitian menggunakan metode wawancara dan pengisian kuesioner. Analisis data dilakukan secara kualitatif untuk menganalisis mekanisme aliran informasi, finansial dan produk, sedangkan analisis secara kuantitatif untuk menganalisis margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat pada Kelompok Tani Saniani Maju di Negeri Tial dan Usahatani Gerbang Mas di Negeri Hutumuri. Secara geografis, Negeri Tial sebelah Utara berbatasan dengan Negeri Tulehu, sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Banda, sebelah Timur berbatasan dengan Negeri Tengah-Tengah dan sebelah Barat berbatasan dengan Negeri Suli. Adapun Negeri Hutumuri masuk pada Kecamatan Leitimur Selatan, Kota Ambon, Provinsi Maluku. Secara geografis, Negeri Hutumuri berada di pesisir pantai dengan batasan wilayahnya yakni sebelah Utara berbatasan dengan Negeri Batu Merah dan Halong, sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Banda, sebelah Timur berbatasan dengan Negeri Passo dan sebelah Barat berbatasan dengan Negeri Rutong.

### Karakteristik Sampel Penelitian

#### Jenis Kelamin

Jumlah responden produsen dalam penelitian sebanyak 7 orang, terdiri dari 6 orang petani pepaya wulung di saniani maju dan 1 orang petani pepaya bangkok di gerbang mas. Petani perempuan berjumlah 1 orang untuk pepaya wulung sedangkan 6 orang lainnya berjenis kelamin laki-laki.

**Umur**

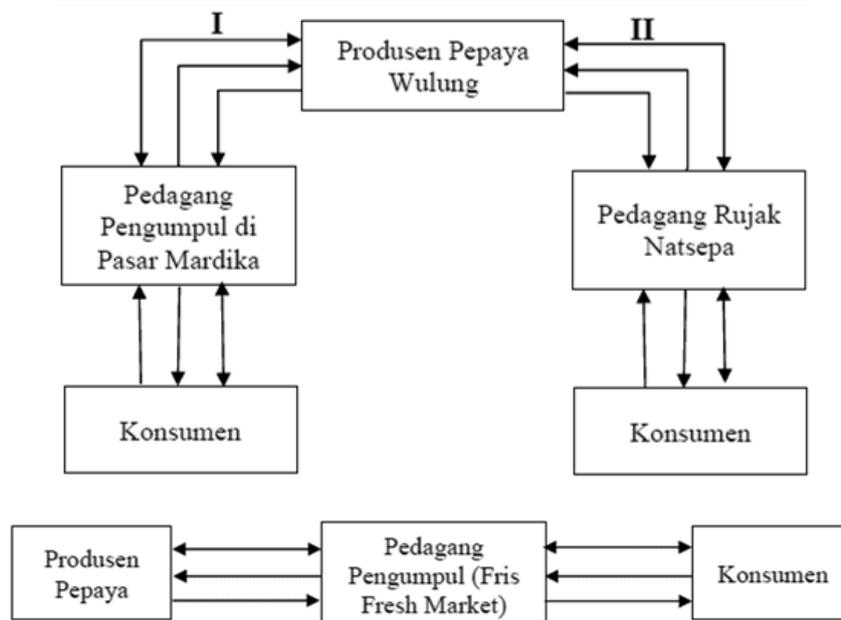
Rata-rata petani saniani maju berada pada rentang kelompok usia 35-64 tahun (kelompok usia produktif). Sedangkan, petani gerbang mas berada pada kelompok usia 55-64 tahun (kelompok usia produktif). Hal ini mengindikasikan bahwa perlunya kelompok petani berumur produktif karena membuat suatu daerah akan lebih berkembang. Selain itu, petani pada usia produktif cenderung lebih gampang menerima informasi, inovasi baru dan cepat membuat keputusan dalam penentuan penggunaan teknologi yang diterapkan dalam usaha pertanian. Oleh karena itu, petani berusia produktif diharapkan mampu membaca kondisi pasar dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan pendapatan usahatani.

**Tingkat Pendidikan**

Presentase tingkat pendidikan petani saniani maju paling besar di tingkat SMA/SMK sebesar 50%, diikuti pada tingkat pendidikan S1 33.3%. Sedangkan pada gerbang mas, satu-satunya pendidikan petani di tingkat SMA/SMK dengan jumlah 100%. Tingkat pendidikan petani responden cukup meningkat karena pendidikan formalnya sampai jenjang SMA/SMK bahkan ada yang sampai jenjang perkuliahan Strata-1. Menurut Padmowihardjo (2002), jenjang pendidikan formal merupakan satu faktor kekuatan petani dalam mengolah usaha pertanian. Hal ini dikarenakan ilmu yang diperoleh selama mengikuti pendidikan akan digunakan untuk meningkatkan pola berpikir maju dan penalaran lebih tajam untuk mengkaji dan berinovasi. Semakin tinggi pendidikan formal petani maka semakin rasional dalam pengelolaan usahatannya.

**Mekanisme Rantai Pasok**

Alur rantai pasok di saniani maju terbagi atas dua saluran pemasaran, sedangkan gerbang mas memiliki satu saluran pemasaran yang sama dengan alur pemasaran pertama dari saniani maju. Alur rantai pasok pepaya wulung dan pepaya bangkok pada kedua lokasi penelitian (Saniani Maju dan Gerbang Mas) secara spesifik dapat dilihat pada Gambar 1.



Keterangan:

- ↔ Aliran Informasi
- ← Aliran Finansial
- Aliran Produk

Gambar 1. Alur rantai pasok pepaya wulung dan pepaya bangkok

Produsen buah pepaya merupakan lembaga rantai pasok paling utama. Produsen yang dimaksud ialah petani yang memproduksi buah pepaya. Para petani berperan penting dalam budidaya pepaya, karena produksi pepaya dan kelanjutannya akan di jual. Produsen terbagi menjadi dua yaitu petani pada Kelompok Tani Saniani Maju di Negeri Tial yang memproduksi pepaya wulung dan Usahatani Gerbang Mas di Negeri Hutumuri yang memproduksi pepaya bangkok. Petani pepaya wulung di Saniani Maju menjual buah pepaya kepada pedagang pengumpul kemudian para agen akan menjual pepaya kepada konsumen akhir. Petani pepaya bangkok di Gerbang Mas menjual pepaya kepada fris fresh market dan fris fresh market menjualnya kepada konsumen. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai sehingga aliran finansial akan mengalir dari konsumen kepada pedagang pengumpul hingga produsen pepaya.

Pedagang pengumpul merupakan agen yang memiliki modal finansial dan sarana prasarana penyimpanan buah pepaya serta melakukan pembelian pepaya kepada petani dalam jumlah besar. Pedagang pengumpul yang bermitra dengan Kelompok Tani Saniani Maju terbagi menjadi dua agen yakni pedagang di pasar tradisional (mardika) dan pedagang kuliner rujak natsepa yang membeli pepaya untuk diolah lebih lanjut menjadi rujak sebagai bahan jadi lainnya untuk dijual kepada konsumen akhir. Sedangkan pedagang pengumpul yang bermitra dengan Usahatani Gerbang Mas yaitu fris fresh market yang merupakan salah satu pasar modern di Kota Ambon. Proses pemesanan dilakukan saat pedagang pengumpul menghubungi produsen melalui telepon seluler sesuai kebutuhan stok pepaya yang dibutuhkan. Setelah mendapatkan kepastian tentang banyaknya permintaan, para produsen akan mempersiapkan produk dan siap dikemas untuk diantarkan.

Konsumen adalah lembaga pada rantai pemasaran yang ada dalam *supply chain* atau sebagai pengguna terakhir yang memasarkan produknya langsung kepada masyarakat, pembeli atau para pengguna (Maulina, 2021). Dalam alur pemasaran ini, konsumen akhir pepaya wulung di negeri Tial terbagi menjadi dua yakni masyarakat yang membeli buah pepaya di pasar mardika dan masyarakat yang membeli produk olahan rujak di pasar kuliner rujak natsepa. Sedangkan, masyarakat yang membeli pepaya bangkok pada fris fresh market merupakan konsumen akhir dari rantai pepaya bangkok yang di budidayakan oleh Gerbang Mas.

## Analisis Pemasaran Rantai Pasok

### Margin Pemasaran

Berdasarkan hasil perhitungan terhadap pepaya wulung Saniani Maju dapat dilihat bahwa saluran rantai pasok I memiliki nilai margin terkecil sebesar Rp.5.000/kg. Sedangkan untuk saluran rantai pasok II memiliki nilai margin lebih besar yakni Rp.10.000. Total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pelaku rantai pada Saluran I dalam sekali produksi 25 kg adalah Rp.1.618 dan Saluran II mengeluarkan biaya lebih kecil untuk sekali produksi 25 kg adalah Rp.835. Biaya pemasaran tertinggi berada pada Saluran I karena biaya yang dikeluarkan diantaranya biaya pengemasan dan transportasi dari masing-masing produsen dan pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku rantai pada Saluran II. Total keuntungan yang lebih besar pun berada pada Saluran II sebesar Rp. 9.223/kg dibandingkan Saluran I sebesar Rp. 4.640/kg. Saluran pemasaran pepaya bangkok Gerbang Mas didapat total margin sebesar Rp. 3.000/kg, total biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam sekali produksi 120 kg adalah Rp. 1.243/kg dan total keuntungannya ialah Rp.2.658/kg.

### Farmer's Share

Nilai analisis farmer's share pada saluran I dan II masing-masing sebesar 66,7% dan 50%. Nilai farmer's share yang tertinggi terdapat di Saluran I yang artinya bahwa bagian yang diterima pengumpul dan pemasok adalah 66,7% dari harga yang harus dibayarkan oleh konsumen akhir. Nilai farmer's share saluran II sebesar 50% yang berarti bahwa bagian yang diterima pengumpul dan pemasok sebesar 50% dari harga yang harus dibayarkan konsumen akhir. Adapun nilai farmer's share pepaya bangkok Gerbang Mas di dapat dengan nilai sebesar 80%. Berdasarkan kaidah keputusan, jika nilai farmer's share  $\geq 40\%$  maka aktivitas saluran pemasaran dikatakan efisien. Oleh karena itu, terlihat bahwa seluruh saluran pemasaran pepaya wulung dan pepaya bangkok efisien.

### Efisiensi Pemasaran

Menurut kriteria pengambilan keputusan, kalau nilai efisiensi pemasaran suatu saluran pemasaran bernilai  $< 50\%$  maka saluran pemasaran tersebut berpotensi memiliki efisiensi pemasaran yang lebih baik dari saluran pemasaran yang bernilai  $> 50\%$ . Oleh karena itu berdasarkan perhitungan efisiensi pemasaran saluran I dan Saluran II Pepaya Wulung Saniani Maju serta Pepaya Bangkok Gerbang Mas, hal ini terlihat bahwa tiga

saluran pemasaran efisiensi karena nilai efisiensi pemasaran Saluran I mencapai 10,79%, Saluran II sebesar 4,18% dan Pepaya Bangkok 8,23%.

### KESIMPULAN

Pepaya wulung Saniani Maju memiliki dua saluran pemasaran yakni Saluran pertama (Petani → Pedagang di pasar mardika → Konsumen). Saluran kedua (Petani → Pedagang rujak natsepa → Konsumen). Sedangkan usahatani pepaya Bangkok Gerbang Mas, Negeri Hutumuri hanya memiliki 1 saluran pemasaran yaitu (Petani → Fris fresh market → Konsumen). Hasil analisis menunjukkan rantai pasok buah pepaya di Pulau Ambon dikatakan efisien untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan setiap saluran pemasaran memenuhi kriteria yang ditentukan, dimana hasil perhitungan menunjukkan nilai farmer's share  $\geq 40\%$  dan nilai efisiensi pemasaran  $< 50\%$ .

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T., Suyudi, S., & Nuryaman, H. (2019). Kinerja kelembagaan agribisnis pepaya California. *Agristan*, 1(2), 106–116. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/agristan/article/view/1378>
- Apriani, I. (2022). Analisis Rantai Pasok Semangka di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. Skripsi. Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau.
- Cahyono, H. (2015). Analisis Perwilayahan Komoditas Cabai Rawit Di Kabupaten Bondowoso. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Maulina. (2021). Analisis Rantai Pasok Komoditas Rumput Laut di desa Ujung Baji Kecamatan Sanrobone Kabupaten Takalar. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Prihatiningtyas, R., S, A. S., & Wijaya, N. H. (2016). Analisis peningkatan kualitas pada rantai pasok buah pepaya calina. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 6(3), 206. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i3.12609>
- Raharto, A., Noveria, M. & Fitranita, N.F.N. (2008). Konsumsi sayur dan buah di masyarakat dalam konteks pemenuhan gizi seimbang. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 3(2), 97–119.
- Sembiring, P. L. (2019). Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Lidi Kelapa Sawit Di Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sinaga, R., & Nurcahyaningtyas. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi produksi bawang merah: Studi kasus pada usahatani di Desa Srigading, Kecamatan Sanden, Kabupaten Bantul, DIY Tahun 2013. Artikel Ilmiah Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Zuher, V. M., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2021). Analisis *structure, conduct, performance* (SCP) dan risiko rantai pasok buah pepaya California (*Carica papaya* L.) di pasar tradisional Kota Bogor. *Jurnal AgribiSains*, 7(2), 51-58.