

## **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.1. Penelitian Yang Terdahulu Yang Sejenis**

Reny (2022) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Permintaan Buah Pepaya California di Kota Mataram” tujuan penelitian untuk mengetahui permintaan buah pepaya California di Kota Mataram, untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah pepaya California di Kota Mataram. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif pada konsumen buah pepaya California di Kota Mataram. Penentuan lokasi penelitian dengan menggunakan *purposive sampling*, yang meliputi Sandubaya, Cakranegara, dan Ampenan. Jumlah responden ditentukan dengan menggunakan sampel kuota. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, dan penjumlahan data adalah data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini disimpulkan dimana Jumlah permintaan buah Pepaya california sebesar 457,65 kg/6bulan dengan Jumlah rumah tangga sebanyak 45 Kartu Keluarga. Permintaan rata-rata buah Pepaya california sebesar 76,27 kg/bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah Pepaya california di Kota Mataram adalah ketersediaan buah Pepaya california itu sendiri dan selera dari Jumlah anggota keluarga yang menyukai dan mengkonsumsi buah Pepaya california.

Miftahuddin (2020) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Rawit Merah (*Capsicum Frutescens L.*) Taraf Rumah Tangga Di Kabupaten Semarang” tujuan penelitian ini untuk melakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai rawit merah dan untuk menganalisis elastisitas permintaan cabai rawit merah di Kabupaten Semarang. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive*. Metode dalam penelitian yaitu survey dan sampel dipilih menggunakan metode *quota sampling*, dimana responden diambil sebanyak 90 orang yang mewakili 3 kecamatan di Kabupaten Semarang, dan pengambilan responden menggunakan *snowball*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda

menunjukkan bahwa variabel independen secara bersamaan memiliki pengaruh nyata terhadap variabel yang digunakan. Secara persial pendapatan konsumen, Jumlah anggota keluarga dan selarah konsumen memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Sedangkan variabel harga pada kedua jenis cabai merah tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Harga pada cabai rawit merah bersifat *inelastic* 0,135 artinya produk normal sedangkan elastisitas keuntungan sebesar 0,317.

Djuwita (2018) dalam penelitiannya berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jeruk Pameleo”, penentuan pada penelitian secara *purposive*, pada penelitian ini menggunakan metode survey dan penentuan sampel adalah *accidental* sampling dengan total sampel 62 konsumen jeruk pameleo. Hasil penelitian secara regresi linier berganda memperoleh hasil variabel X1 (harga jeruk pameleo), X2 (harga buah belimbing), X3 (harga buah manggis), X4 (pendapatan konsumen), X5 (Jumlah anggota keluarga), X6 (selera konsumen) memiliki pengaruh terhadap permintaan jeruk pameleo di Kapupaten Pati. Elastisitas harga bersifat inelestis dengan nilai 1.106,57 pada elastisitas harga terhadap permintaan. Elastisitas pendapatan senilai 243,967,997, elastisitas harga silang buah belimbing 563,84 dan elastisitas harga silang buah manggis 953,12.

Apriyani (2016) dalam penelitian berjudul “Analisis Keuntungan Pedagang Pasar Malam Di Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda”, dengan menggunakan metode kuantitatif. Pembagian kusioner kepada pedagang pasar malam sebanyak 23 orang. Hasil penelitian dilapangan dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh responden menyebutkan jika pekerjaan utama mereka adalah sebagai pedagang di pasar malam untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, beberapa responden menyebutkan memiliki pekerjaan sampingan akan tetapi menjadi pedagang di pasar malam lebih berpengaruh terhadap pendapatan karena memperoleh hasil yang tetap setiap hari.

Fajrina (2021) dalam penelitiannya berjudul "Analisis Pemasaran Pepaya California (Studi Kasus Pemasaran Pepaya California di Desa Sirnagalih, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya)" Pendekatan yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian ini memiliki 3 tujuan yaitu :1) Untuk mengetahui fungsi dan saluran pemasaran pepaya California di Desa Sirnagalih, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya; 2) Untuk melihat margin pemasaran dan *farmer's share* saluran pepaya California di Desa Sirnagalih, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya; 3) Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran pepaya California di Desa Sirnagalih, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya. Hasil dari penelitian yang dilihat berdasarkan 3 tahap sub terminal agribisnis dan bukan sub terminal agribisnis menunjukkan bahwa saluran pemasaran I mencakup Produsen – STA – PT. Panen Raya – Supermarket, pada saluran pemasaran II mencakup Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer. Pada saluran I memperoleh margin Rp. 5.095 dengan biaya pemasaran Rp. 1.466,5/Kg, keuntungan Rp. 3.628,5/Kg dan *farmer's share* 49,5% sedangkan margin pada Rp. 4.172/Kg dan nilai *farmer's share* 37,5%. Pada Saluran II dengan perbedaan biaya dan nilai produk memiliki taraf efisien baik, sedangkan taraf saluran paling efisien secara teknis adalah saluran I dan saluran II paling efisien secara ekonomis.

Tabel 2. Hasil Penelitian Terdahulu Yang Sejenis

ITEM	PENELITI I	PENELITI II	PENELITI III	PENELITI IV	PENELITI V
<b>Nama Peneliti</b>	Pusoita Dewi Reny	Lea Miftahuddin	Djuwita Rahmawati	Apriyani	Dania Nur Fajrina
<b>Tahun Peneliti</b>	2022	2020	2018	2016	2021
<b>Judul Peneliti</b>	Analisis Permintaan Buah Pepaya California Di Kota Mataram	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Cabai Rawit Merah ( <i>Capsicum Frutescens</i> L.) Taraf Rumah Tangga Di Kabupaten Semarang	Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jeruk Pamelو	Analisis Keuntungan Pedanga Pasar Malam Di Kecamatan Sungai Kunjang Kota Samarinda	Analisis Pemasaran Pepaya California (Studi Kasus Pada Pemasaran Pepaya California Di Kelurahan Sirnagalih, Kecamatan Indihiang, Kota Tasikmalaya)
<b>Metode Peneliti</b>	Deskriptif	Survey	Survey	Kuantitatif	Studi Kasus
<b>Hasil Peneliti</b>	Hasil penelitian ini disimpulkan dimana Jumlah permintaan buah Pepaya california	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel-	Hasil penelitian secara regresi linier berganda memperoleh hasil variabel X1 (harga	Hasil penelitian dilapangan dapat dijelaskan bahwa hampir seluruh responden	Hasil dari penelitian yang dilihat berdasarkan 3 tahap sub terminal agribisnis

<p>sebesar 457,65 kg/6bulan dengan Jumlah rumah tangga sebanyak 45 KK. Sehingga rata-rata permintaan buah Pepaya california sebesar 76,27 kg/bulan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan buah Pepaya california di Kota Mataram adalah ketersediaan buah Pepaya california itu sendiri dan selera dari Jumlah anggota keluarga yang menyukai dan mengkonsumsi buah Pepaya california.</p>	<p>variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh nyata terhadap variabel yang digunakan. Secarah persial pendapatan konsumen, Jumlah anggota keluarga dan selarah konsumen memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Sedangkan varibael harga pada kedua jenis cabai merah tidak memiliki pengaruh terhadap permintaan cabai rawit merah. Harga pada cabai rawit merah bersifat <i>inelastic</i> 0,135 artinya</p>	<p>jeruk pameleo), X2 (harga buah belimbing), X3 (harga buah manggis), X4 (pendapatan konsumen), X5 (Jumlah anggota keluarga), X6 (selera konsumen) memiliki pengaruh terhadap permintaan jeruk pameleo di Kapupaten Pati. Elastisitas harga bersifat inelestis dengan nilai 1.106,57 pada elastisitas harga terhadap permintaan. Elastisitas pendapatan senilai 243,967,997, elastisitas harga silang buah</p>	<p>menyebutkan jika pekerjaan utama mereka adalah sebagai pedagang di pasar malam untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, beberapa responden menyebutkan memiliki pekerjaan sampingan namun menjadi pedagang di pasar malam lebih berpengaruh terhadap pendapatan karena memperoleh hasil yang tetap setiap hari.</p>	<p>dan bukan sub terminal agribisnis menunjukkan bahwa saluran pemasaran I mencakup Produsen – STA – PT. Panen Raya – Supermarket, pada saluran pemasaran II mencakup Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer. Pada saluran I memperoleh margin Rp. 5.095 dengan biaya pemasaran Rp. 1.466,5/Kg, keuntungan Rp. 3.628,5/Kg dan nilai <i>farmer's share</i> 49,5% sedangkan margin pada Rp.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

<p>produk normal sedangkan elastisitas keuntungan sebesar 0,317.</p>	<p>belimbing 563,84 dan elastisitas harga silang buah manggis 953,12.</p>	<p>4.172/Kg dan nilai <i>farmer's share</i> 37,5%. Pada Saluran II dengan perbedaan biaya dan nilai produk memiliki taraf efisien baik, sedangkan taraf saluran paling efisien secara teknis adalah saluran I dan saluran II paling efisien secara ekonomis.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

---

## 2.1 Landasan Teori

### 2.1.1 Gambaran Umum Tanaman Pepaya California

Tanaman yang dikenal sebagai *Carica papaya* L., atau *Caricaceae*, tanaman yang berasal dari Meksiko bagian selatan dan Amerika Tengah. Di Indonesia dikenal sebagai pepaya California, *papaw* di Australia, dan *mamao* di Brazil. Tanaman ini merupakan tanaman tropis dan subtropis.

Pepaya California merupakan tanaman berkayu yang besar dan tumbuh cepat, yang tingginya mencapai 10 hingga 12 meter. Tanaman ini memiliki masa hidup yang terbatas. Jika batang tanaman ini terluka, maka tanaman dapat bercabang. Tanaman ini memiliki getah di setiap bagiannya. Tanaman ini memiliki batang berongga, dalam, berwarna ungu kehijauan dengan diameter sekitar dua hingga tiga inci.

Devisi	: <i>Spermatophyte</i>
Kelas	: <i>Angiospermae</i>
Subkelas	: <i>Dicotyledonae</i>
Orde	: <i>Caricales</i>
Family	: <i>Caricaceae</i>
Genus	: <i>Ccarica</i>
Spesies	: <i>Carica papaya</i> L.

Dua mineral yang paling banyak ditemukan dalam buah pepaya California adalah beta karoten dan vitamin A. Selain lemak, protein, dan zat kimia serta enzim lainnya yang sangat baik untuk tubuh. Beta karoten berfungsi sebagai antioksidan, dan vitamin A menjaga kesehatan mata. Selain sebagai tanaman buah, tanaman pepaya California memiliki manfaat medis.

Tanaman pepaya California memiliki kelebihan di hampir setiap area tanaman. Karena kualitas antibakterinya, pepaya California dapat membantu mencegah pembentukan kuman berbahaya di usus. Pepaya California membantu memulihkan keseimbangan pH usus, yang pada gilirannya memulihkan kesehatan usus normal. Selain manfaat kesehatannya, tanaman.

Buah Pepaya california yang saat ini termasuk buah unggulan dipasar adalah pepaya california kalifornia. Pepaya california kalifornia merupakan komoditi yang bernilai jual tinggi dari jenis pepaya california lain yang ada dipasaran. Khususnya di *food market modern* (supermarket). Pepaya california kalifornia memiliki kelebihan khusus dibandingkan jenis buah Pepaya california jenis lain. Berikut beberapa kelebihan karakteristik dari Pepaya california yaitu rasa buah yang manis, daya simpan yang lama, umur panen yang singkat. Pepaya california kalifornia atau (IPB-9) adalah hasil Pemuliaan pepaya california oleh Pusat kajian buah-buahan Tropika (PKBT) IPB. Ciri-ciri pepaya jenis ini memiliki pohon lebih pendek kurang lebih 2 meter, jari pada daun banyak dan permukaan pangkal daun mempunyai kuncung (Prayoga, 2011).

Buah pepaya California adalah jenis tanaman herba dari *family Carecaceae* dan tumbuh di Amerika Tengah, Meksiko bagian selatan, daerah tropis serta subtropis di sekitarnya. Buah satu ini sudah sejak lama digemari oleh orang Amerika Latin. Bangsa Spanyol dan Portugis memperkenalkan pepaya California ke daerah subtropis lainnya, termasuk India, Filipina, dan Afrika.

Buah pepaya California diklasifikasikan menjadi empat genus: *carica*, *jarilla*, *jacaranta*, dan *cylicomorph*. Tiga genus pertama merupakan tanaman endemik Amerika tropis, sedangkan genus keempat merupakan tanaman dari Afrika. Nama pepaya California dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa Belanda, *papaja*, dan kemudian diadopsi dari bahasa Arawak, pepaya California, namun dalam bahasa Jawa dikenal sebagai pepaya California atau *kate*. Pohon pepaya California biasanya tidak mempunyai cabang, tingginya mencapai 10-12 meter dan memiliki daun berbentuk spiral di bagian atas pohon. Daunnya menyirip, panjangnya lima taraf, dan bagian tengah berongga, bentuknya bisa berkanopi atau tidak.



Pepaya California termasuk *monodiecius* (keluarga tunggal, *dioecious*) dan memiliki tiga jenis kelamin yaitu jantan, betina, dan hermafrodit. Saat muda, buahnya berwarna hijau tua, tetapi saat matang, warnanya berubah menjadi hijau muda sampai kuning (Bonanditya, 2014). Buah Pepaya California memiliki varietas yang beraneka ragam diantaranya adalah:

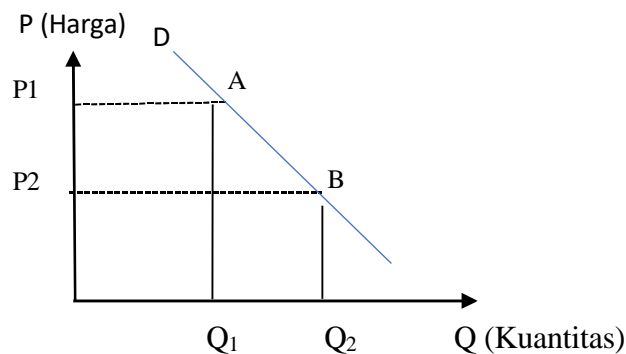
- a. Pepaya California Bangkok, Pepaya California yang diintroduksi dari Thailand, dengan permukaan tidak rata dan kulit yang relatif tipis.
- b. Pepaya California solo Kultivar unggul pepaya California F1 dari Hawaii, buahnya kecil dan disukai konsumen barat.
- c. Pepaya California Callina, Pepaya California ini merupakan jenis varietas pepaya California hasil pemugaran tim pusat kajian hortikultura Institut Bogor. Namun, di pasaran dikenal dengan nama Pepaya California sehingga banyak orang mengira pepaya California ini merupakan buah impor.
- d. Pepaya California Hias, warna dan batangnya ungu, pepaya California ini lebih banyak ditanam untuk memperindah tanaman.
- e. Pepaya California Pegunungan dikenal di Jawa Tengah berkulit hijau tua dan berubah menjadi kuning jika sudah matang, dagingnya keras dan berwarna kuning jingga, rasanya agak asam tetapi beraroma harum.

### **2.1.2 Konsepsi Permintaan**

Sukirno (2012) berpendapat Hukum permintaan (*The Law of Demand*) adalah kuantitas barang yang diminta untuk suatu barang berhubungan terbalik dengan harga barang tersebut, ceteris paribus. Maka semakin rendah harga suatu barang atau jasa, akan semakin tinggi tingkat permintaan akan barang atau jasa tersebut. Sebaliknya apabila harga atau jasa tersebut semakin tinggi, tingkat permintaan akan barang atau jasa tersebut akan semakin rendah..

Menurut Danniell (2002), permintaan (*demand*) merupakan Jumlah dari produk yang dibutuhkan konsumen kepada pasar. Sementara, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi antara produsen dan konsumen suatu produk ekonomi. Beberapa ahli mengemukakan definisi permintaan adalah Jumlah produk yang mampu dibeli setiap konsumen pada suatu tempat dan waktu tertentu dengan penetapan harga yang sedang berlaku saat itu. Adapun bentuk kurva permintaan sebagai berikut:

P (Harga)



Gambar 2. Kurva Permintaan

Dimana

P : Harga (price)

Q : Jumlah produk yang diminta (Quantity)

D : Permintaan (demand)

A : Merupakan permintaan yang terbentuk dari pertemuan P1 dan Q1

B : Merupakan permintaan yang terbentuk dari pertemuan P2 dan Q2

Menurut konvensi internasional, alur dari kurva permintaan menurun dari kiri atas ke kanan bawah, dengan harga dicatat pada sumbu vertikal P dan Jumlah diukur pada sumbu horizontal Q. Kurva permintaan pasar dihitung dengan menjumlahkan jenis komoditas yang dibeli oleh setiap konsumen pada harga yang telah ditentukan.

Antonius (2013) mendefinisikan permintaan sebagai Jumlah produk yang akan dibeli atau diminta pada taraf harga khusus dan jangka waktu yang ditentukan.

Konsumen membeli produk atau jasa yang mereka butuhkan di pasar. Adanya berbagai harga pasar menyiratkan adanya faktor yang memengaruhi permintaan, seperti "permintaan akan meningkat jika harga turun dan permintaan menurun jika harga naik". Ketika mempelajari permintaan, penting untuk membedakan antara permintaan dan Jumlah produk yang diinginkan. Para ekonomo mendefinisikan permintaan sebagai keadaan hubungan menyeluruh antara harga dan Jumlah produk yang diminta. Sementara total produk yang diinginkan merujuk pada Jumlah produk pada taraf harga. Jadi permintaan adalah keinginan pelanggan untuk membeli suatu produk pada taraf harga selama periode waktu tertentu (Firdaus, 2009).

Hysocc (2013) mengemukakan permintaan ialah Jumlah produk yang dibeli atau diminta pada suatu produk dan waktu khusus. Permintaan benar-benar terkait dengan permintaan pelanggan terhadap produk dan jasa yang perlu dipenuhi. Tren permintaan konsumen terhadap produk dan jasa tidak terbatas.

### **2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan**

Temik (2009) mengemukakan permintaan (*demand*) menjadi kepentingan masyarakat/individu terhadap jenis produk tergantung pada faktor-faktor berikut ini:

a. Harga produk itu sendiri

Jika harga suatu produk naik, pembeli akan mencari alternatif. Sebaliknya, jika harga produk turun, pembeli akan meningkatkan pembeliannya.

b. Harga produk lain

Hubungan antara suatu produk dengan produk lainnya diklasifikasikan menjadi tiga klasifikasi :

1. Produk pengganti/produk substitusi suatu produk yang dapat menggantikan fungsi sebagai produk lain.
2. Produk pelengkap/*complementer* suatu produk yang digunakan secara bersama.

c. Pendapatan konsumen

Pendapatan konsumen berbanding lurus dengan daya beli konsumen. Pendapatan tinggi atau rendah akan memengaruhi kualitas dan Jumlah permintaan.

Pendapatan pelanggan akan mendorong perubahan permintaan untuk berbagai klasifikasi produk, seperti produk-produk biasa, yang permintaannya akan meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan konsumen.

d. Jumlah tanggungan

Jumlah tanggungan memengaruhi tingkat permintaan terhadap suatu produk. Permintaan akan meningkat seiring dengan bertambahnya Jumlah tanggungan. Hal ini terkait dengan upaya untuk mencukupi kepentingan setiap individu di suatu tempat (Pracoyo, 2006).

e. Selera Konsumen

Selera konsumen adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi permintaan barang atau jasa. Semakin tinggi selera konsumen terhadap suatu barang, maka semakin tinggi pula permintaan terhadap barang tersebut. Misalnya, jika seorang konsumen sangat menyukai suatu barang, walaupun harga barang tersebut mahal, maka pembeli tidak menghiraukan adanya kenaikan harga. Sebaliknya, jika selera masyarakat terhadap barang tersebut rendah, maka permintaan barang tersebut juga rendah.

Adapun beberapa faktor yang diteliti dalam penelitian ini untuk mengetahui permintaan buah pepaya California menggunakan 4 faktor berikut:

a. Harga buah pepaya california

Harga Pepaya california California itu rata-rata berkisaran di harga 6000/Kg-7000/Kg dan pada saat saya melaukan penelitian di bulan ini mengalami kenaikan harga menjadi 7000/Kg - 8000/Kg. yang mana pada saat ini Jumlah permintaan buah Pepaya california mengalami penurunan yang mana biasanya dalam perminggu itu mencapai 300-350 Kg menjadi 200-250k dalam per minggu. Yang mana terjadi sesuai degan hukum permintaan apabila harga produk mengalami kenaikan maka Jumlah permintaan menurun begitu pula sebaliknya apabila harga produk turun maka Jumlah permintaan mengalami kenaikan.

b. Harga buah semangka

Buah semangka adalah buah yang sering dibeli juga dari konsumen maka dari itu buah semangka saya pilih sebagai buah perbandingan, pada saat saya penelitian yang mana konsumen memilih buah semangka sebagai buah untuk di konsumsi walaupun harganya lebih mahal dibandingkan harga buah Pepaya california tetapi konsumen lebih memilih membeli buah semangka pada saat buah Pepaya california mengalami kenaikan harga. Dengan alasan buah semangka adalah buah yang lebih banyak disukai pada saat bulan puasa.

c. Pendapatan konsumen

Jumlah pendapatan juga memengaruhi besarnya daya beli konsumen. Semakin besar pendapatan seseorang, semakin baik pula kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tertentu, begitu pula sebaliknya.

d. Jumlah keluarga

Lingkungan keluarga juga mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli buah Pepaya california California yang mana ketika konsumen mempunyai keluarga yang banyak maka Jumlah yang di beli juga lebih banyak dibandingkan konsumen yang mempunyai keluarga sedikit.

#### 2.1.4 Konsepsi Keuntungan Pedagang Pengecer

Keuntungan adalah selisih total pendapatan dan total biaya. Untuk menghitung pendapatan bisnis, diperlukan dua informasi penting yaitu status pengeluaran di seluruh operasi perusahaan selama periode waktu tertentu dan total penerimaan. Keuntungan atau laba diklasifikasikan laba usaha dan laba ekonomi. Laba usaha adalah sisa pendapatan dimana hasil penjualan dikurangi dengan biaya-biaya sedangkan laba ekonomi adalah pendapatan setelah dikurangi biaya-biaya uang (nominal) atau biaya-biaya implisit atau bisa disebut laba usaha dikurangi (manajemen atau tenaga kerja yang tidak dibayar), (samulues, 1992).

Keuntungan atau laba merupakan parameter pengambilan modal. Perolehan laba dari selisih antara total penerimaan yang diterima perusahaan dikurangi biaya yang dikeluarkan. Dapat dihitung dengan rumus berikut (Nikholson, 2002).

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

$\pi$  : Keuntungan

TR : Penerimaan Total (total

revenue) TC : Biaya Total

(total cost)

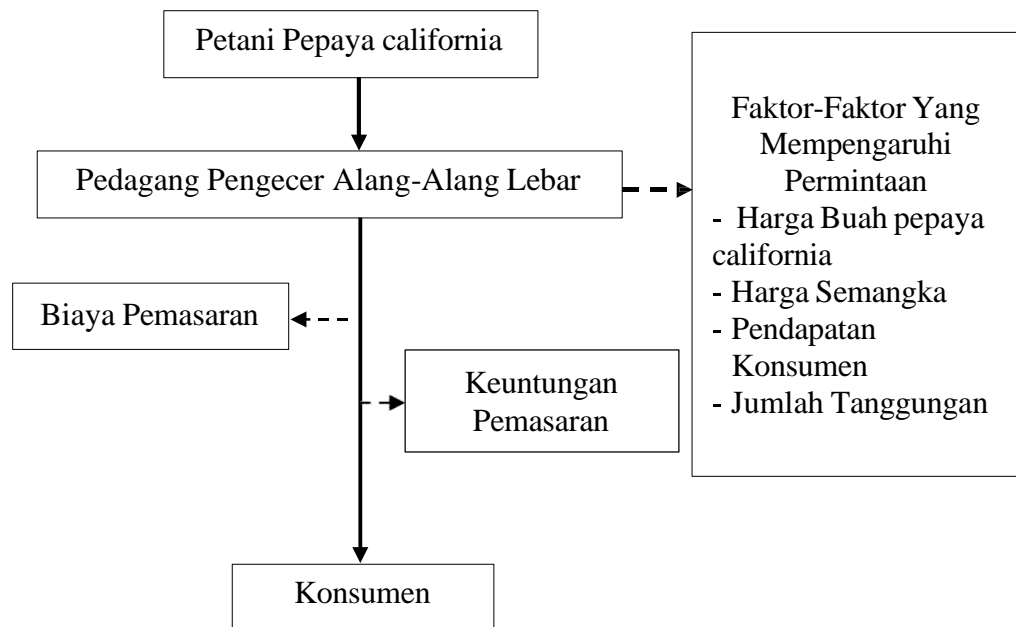
Untuk mencari biaya pemasaran dapat dijelaskan sebagai berikut :

Biaya pemasaran adalah total biaya produk setelah diproduksi dan disimpan ke gudang hingga produk berubah kembali dalam bentuk uang tunai (Mulyadi, 1991). Ada dua klasifikasi biaya pemasaran secara umum, yaitu :

- a. Biaya yang diperlukan untuk memperoleh pesanan (*order-getting costs*), yaitu biaya yang dikeluarkan dalam upaya memperoleh pesanan.
- b. Biaya yang diperlukan dalam pemenuhan pesanan (*order-filling costs*), yaitu total biaya yang dikeluarkan untuk memastikan produk sampai ke tangan pelanggan dan biaya untuk menagih piutang kepada pelanggan.

## 2.2 Model Pendekatan

Pada penelitian peneliti menggunakan model pendekatan secara diagramatik.



Gambar 3. Diagramatik Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Pepaya California Pada Pedagang Pengecer Di Pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang.

## 2.1 Batasan Penelitian Dan Operasional Variabel

Batasan penelitian dan operasional variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Responden dalam penelitian ini merupakan pedagang buah pepaya california di Pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang dan konsumen buah pepaya california di Pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang.
2. Pedagang pengecer adalah penghubung dalam system saluran pemasaran, pengecer memperoleh produk dari produsen atau dari pedagang besar yang kemudian menjualnya ke konsumen akhir.
3. Konsumen adalah orang yang membeli buah pepaya California dari pedagang pengecer di Pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan mencakup harga buah pepaya california, harga buah semangka, pendapatan konsumen, Jumlah tanggungan.(Rp/Kg)
5. Harga adalah nilai beli atau nilai jual dari buah pepaya california yang dijual pedagang pengecer dan nilai beli atau nilai jual dari buah semangka sebagai perbandingan permintaan buah pepaya california.(Rp)
6. Pendapatan konsumen adalah pendapatan keluarga perbulan yang diterima oleh konsumen buah pepaya california.(Rp/bln)
7. Jumlah tanggungan adalah jumlah anggota keluarga yang menjadi tanggungan konsumen buah pepaya california.(Orang).
8. Biaya penjualan adalah biaya yang digunakan untuk penjualan buah pepaya california dari pedagang pengecer sampai dibeli oleh konsumen. (Rp/Bulan)
9. Biaya tetap adalah jenis biaya yang tidak berubah (statis). Biaya ini akan selalu dikeluarkan meskipun tidak melakukan kegiatan. Contohnya biaya retribusi, biaya pajak (Rp/Bulan).
10. Biaya variabel adalah biaya yang berubah mengikuti penjualan, besarnya biaya variabel tergantung pada kapasitas operasional. Contoh biaya tenaga kerja, biaya bahan bakar minyak(BBM), biaya transportasi, biaya sewa lapak. (Rp/Bulan)



11. Biaya Pembelian yang dimaksud dalam penelitian ini sejumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh pedagang untuk memperoleh buah pepaya california.
12. Penerimaan adalah hasil yang diterima oleh pedagang pengecer dari penjualan buah pepaya california di pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang. (Rp/Bulan)
13. Keuntungan adalah selisih dari penerimaan yang didapatkan pedagang pengecer dan total biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer dalam aktivitas penjualan buah pepaya california di Pasar Alang-Alang Lebar Kota Palembang. (Rp/Bulan)