



**BRANDING KAMPUNG PEPAYA CALIFORNIA DI DESA PONTANG
KECAMATAN AMBULU KABUPATEN JEMBER**

*PONTANG VILLAGE RENEWAL OF THE CALIFORNIA PAPAYA IN
AMBULU, JEMBER*

SKRIPSI

Oleh:

FARID IRHAMSYAH

NIM 130810201160

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**



**BRANDING DESA PONTANG KECAMATAN AMBULU KABUPATEN
JEMBER**

*PONTANG VILLAGE RENEWAL OF THE CALIFORNIA PAPAYA IN
AMBULU, JEMBER*

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh:

FARID IRHAMSYAH

NIM 130810201160

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2018**

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER - FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

SURAT PERNYATAAN

Nama : Farid Irhamsyah
Nim : 130810201160
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : *Branding* Kampung Pepaya California Di Desa Pontang
Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika saya ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar.

Jember,... 2018

Yang menyatakan,

Farid Irhamsyah
NIM.130810201160

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : BRANDING KAMPUNG PEPAYA CALIFORNIA DI
DESA PONTANG KECAMATAN AMBULU
KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : Farid Irhamsyah
NIM : 130810201160
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M

NIP. 19780525 200312 2 002

Drs. Markus Apriono, M.M

NIP. 196404041989021001

Mengetahui,

Ketua Program Studi S-1 Manajemen

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M

NIP. 19780525 200312 2 002

JUDUL SKRIPSI

**BRANDING KAMPUNG PEPAYA CALIFORNIA DI DESA PONTANG
KECAMATAN AMBULU KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Farid Irhamsyah

Nim : 130810201160

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 196103171988021001 : (.....)

Sekretaris : Dr. Imam Suroso, SE., M.Si
NIP. 195910131988021001 : (.....)

Anggota : Ariwan Joko Nusbantoro, S.E., M.M
NIP. 196910071998021008 : (.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA

NIP. 19710727 199512 1 001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggungjawab, bakti, dan ungkapan terimakasih yang tidak terkira kepada :

1. Teristimewa untuk orangtuaku tercinta, Bapak Gundriyadi dan Ibu Dwi Estutik, kupersembahkan sebuah karya kecil ini untuk Bapak dan Ibuku tercinta, yang tiada pernah hentinya selama ini memberiku semangat, doa, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga aku selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepanku. Terimakasih Bapak dan Ibu, terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku atas semua pengorbananmu, dalam hidupmu demi hidupku kalian ikhlas mengorbankan segala perasaan tanpa kenal lelah hingga aku dapat menyelesaikan pendidikanku.
2. Saudara saya, kakakku Alfian Widriansyah dan Omysatya Kirza Aliviona yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'anya untuk keberhasilan ini, cinta kalian memberikan semangat yang menggebu, terimakasih dan sayang ku untuk kalian.
3. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatrit di hati..
4. Sahabat dan temanku tersayang icikiwir family, saparyteam, koped, dan KKN UMD 04, tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah terukir selama ini.
5. Almamater yang saya banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

MOTTO

Qala rabbigfili wahabli mulkan layambaghi liahadin mim ba'di innaka antal
wahhab.

Dia (Sulaiman) berkata, “ya Tuhanku, ampunilah aku dan anugerahkanlah
kepadaku kerajaan yang tidak dimiliki oleh siapapun setelahku”

(QS-Saad 38:35)

Bermimpilah setinggi langit, jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara
bintang-bintang.

(Ir, Soekarno)

Setinggi apapun pangkatmu, kamu tetap seorang karyawan, namun sekecil apapun
usahamu, kamu adalah bosnya.

(Bob Sadino)

Hanya orang gila yang bisa merubah dunia.

(farid Irhamsyah)

RINGKASAN

BRANDING KAMPUNG PEPAYA CALIFORNIA DI DESA PONTANG KECAMATAN AMBULU KABUPATEN JEMBER; Farid Irhamsyah 130810201160; 2018; 83 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Branding Kampung Pepaya California di Desa Pontang merupakan branding yang diberikan kepada desa Pontang karena memiliki keunikan dimana masyarakat desa Pontang banyak yang menanam pepaya California serta memiliki kualitas bagus yang diminati pasar, kuantitas cukup besar mampu memenuhi 5 pasar di Jawa Timur (surabaya, sidoarjo, dan lamongan), Yogyakarta, Semarang dan Jakarta. Permintaan pepaya California yang terus meningkat membuat peluang pasar yang cukup besar, sehingga pertanian pepaya California di Desa pontang terus mengalami perkembangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi dan potensi alam yang dimiliki desa Pontang, menentukan *branding* desa Pontang, mengetahui persepsi masyarakat terhadap produk yang dihasilkan desa Pontang dan mengenalkan potensi yang dimiliki desa Pontang.

Objek pada penelitian ini adalah Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, metode pengumpulan data menggunakan metode triangulasi yaitu dengan melakukan wawancara yang mendalam kepada 5 informan yaitu kepala desa Pontang, ketua kelompok tani, pemilik distributor UD. Bintang Buah, petani pepaya California dan konsumen, pengamatan (*Observasi*) lapangan, serta dengan melakukan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan metode huberman, yaitu dengan melakukan reduksi data, penyajian data, memverifikasi data kemudian mengambil kesimpulan dari data yang telah dianalisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Pontang layak diberikan Branding Kampung Pepaya California, karena memiliki kondisi alam yang sangat mendukung, kuantitas buah pepaya California yang banyak, dan kualitas yang bagus, pepaya California yang dihasilkan dari Desa Pontang memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan pepaya California yang dihasilkan dari daerah lain, seperti daging buah yang padat, manis, memiliki sedikit biji, kulit buah yang halus serta tidak mudah busuk walaupun tidak disimpan di lemari es.

SUMMARY

BRANDING KAMPUNG PAPAYA CALIFORNIA IN THE VILLAGE PONTANG AMBULU DISTRICT JEMBER; Farid Irhamsyah 130810201160; 2018; 101 pages; Department of Management Faculty of Economics and Business Universitas Jember.

Branding Kampung Papaya California in Pontang Village is a branding given to the village of Pontang because it has a uniqueness in which many Pontang villagers who grow papaya California and have good quality of market interest, the quantity is large enough to meet 5 markets in East Java, Yogyakarta, Semarang and Jakarta . California papaya demand continues to increase making a large market opportunity, so that California papaya farm in the village pontang continue to develop. This study aims to determine the condition and natural potential of Pontang village, to determine the branding of Pontang village, to know the public perception of the products produced by Pontang village and to introduce the potential of the village of Pontang.

The object of this research is Pontang Village Ambulu District Jember District, data collection method using triangulation method is by conducting in-depth interview to 5 informant that is village head of Pontang, head of farmer group, owner of distributor of UD. Star Fruit, California papaya farmers and consumers, observation (Observation) field, and by doing documentation. The method of data analysis using huberman method, that is by doing data reduction, data presentation, verifying data and then take a collection of data that have been analyzed.

The results show that Pontang Village deserves to be awarded Branding Kampung Papaya California, because it has a very favorable natural condition, the quantity of California papaya fruit is abundant, and the quality is good, California papaya produced from Pontang Village has many advantages compared to California papaya resulting from Other areas, such as dense, sweet flesh, have little seeds, smooth fruit rinds and are not easily rotten even if they are not stored in the refrigerator.

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Branding* Kampung Pepaya California Di Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember”. Penyusunan skripsi ini digunakan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kemampuan penulis. Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, saya selaku penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Muhammad Miqdad S.E., M.M., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
2. Dr. Handriyono M.Si., selaku ketua Jurusan S-1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
4. Ibu Dr. Ika Barokah Suryaningsih, M.M, selaku Dosen Pembimbing Utama dan bapak Drs.Markus Apriono, M.M selaku Dosen Pembimbing Anggota yang selalu memberikan saran dan motivasi, serta selalu meluangkan waktunya untuk membimbing saya selama proses penyusunan dan penelitian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Si, Dr. Imam Suroso,SE.,M.Si.,dan Ariwan Joko Nusbantoro, S.E.,M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta masukan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan staff administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang telah memberikan ilmu dan bantuannya kepada saya sampai akhirnya dapat menyelesaikan studi ini.

7. Terimakasih untuk Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember yang telah membantu dalam melaksanakan penelitian skripsi ini.
8. Untuk kedua orang tua tercinta Bapak Gundriyadi dan Ibu Dwi Estutik terima kasih atas dukungan moril dan materiil, juga semangat, pengorbanan, doa, nasihat, dan kasih sayang, hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Untuk sahabat seperjuangan selama masa kuliah Ade, Fajar, Azis, terimakasih atas doa, senyuman, semangat, canda tawa, dukungan dan kebersamaannya selama kuliah, dan jangan lupa ngopi.
10. Untuk sahabat tercinta icikiwir family, sapary team, koped (Komplotan Pemuda Edan) terima kasih atas dukungan, semangat, dan doanya serta kebersamaanya selama ini.
11. Keluarga KKN Umd 04 terimakasih atas semangat, dukungan dan kebersamaan selama 45 hari dan semoga kita tetap dapat menjaga tali silaturahmi sampai kapanpun.
12. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2013 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaannya selama kuliah serta semangat dan doa yang senantiasa terlimpahkan untuk saya.
13. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga akhir.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, ... ,..... , 2018

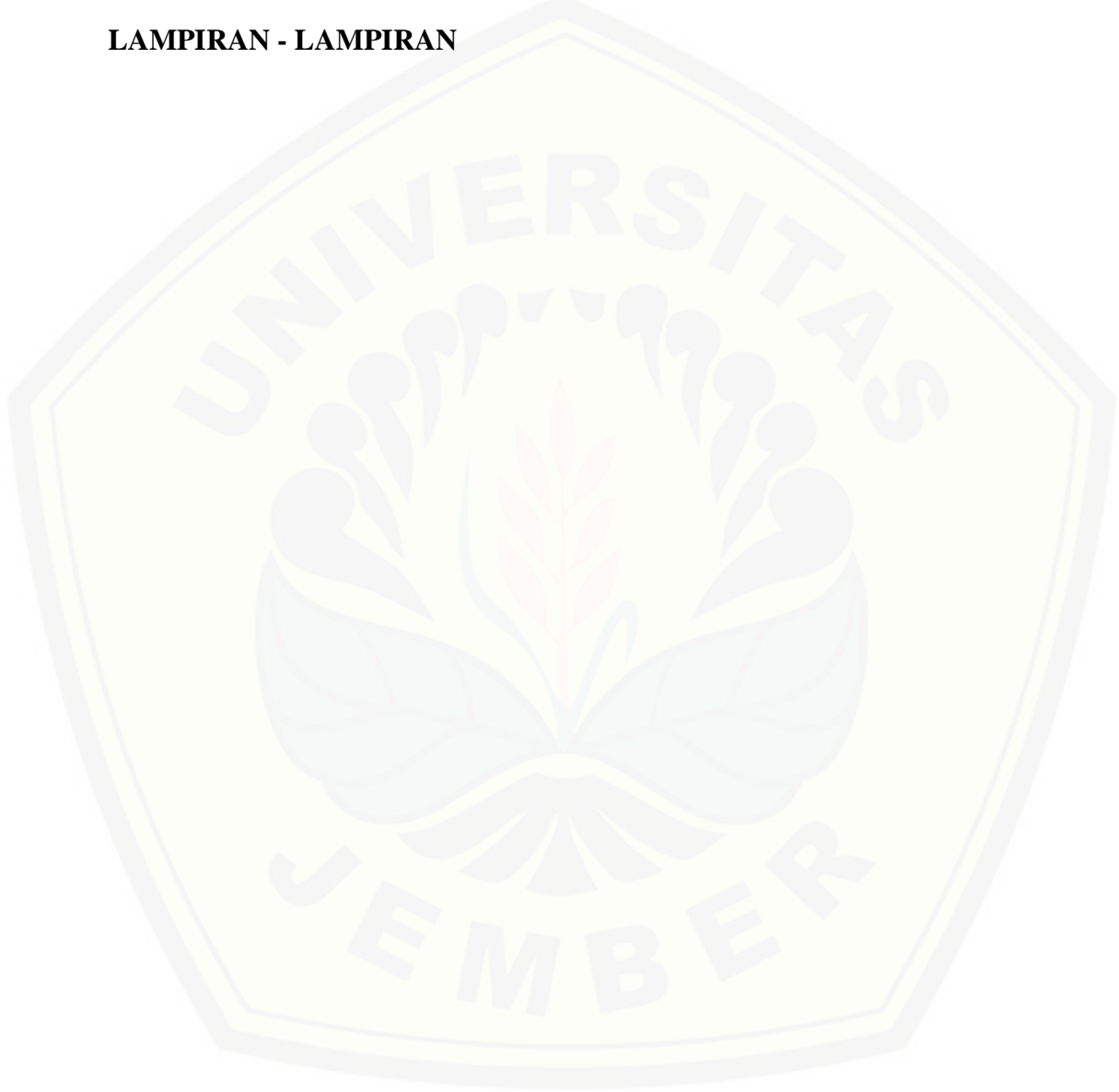
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Focus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
a Pengertian Merek (<i>brand</i>)	6
b Prinsip Dasar <i>Branding</i>	7
c Merek Desa (<i>Village Branding</i>)	7
d Pentingnya Merek Desa (<i>Village Branding</i>)	8
e Manfaat Merek (<i>branding</i>)	8
2.2 Penelitian Terdahulu	9
2.3 Kerangka Berfikir	10

BAB 3. METODE PENELITIAN	12
3.1 Rancangan Penelitian	12
3.2 Langkah Penelitian.....	12
3.3 Informan Penelitian.....	13
3.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data.....	14
a Wawancara	14
b Pengamatan (observasi)	15
c Teknik Dokumentasi	15
d Analisis data.....	15
1 Pengumpulan Data.....	16
2 Reduksi Data.....	16
3 Penyajian Data.....	16
4 Verifikasi dan Kesimpulan	17
3.5 Peran Peneliti	17
3.6 Situasi Sosial	17
3.7 Isu – Isu Etika	18
3.8 Kerangka pemecahan Masalah	19
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Hasil Penelitian	21
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	21
4.2 Branding desa Pontang.....	21
4.3 Hasil Wawancara dan Observasi.....	22
4.4 Kesimpulan Hasil Wawancara dan Observasi	31
4.5 Triangulasi.....	34
4.6 Pembahasan	37
4.6.1 Kondisi dan Potensi Desa Pontang	37
4.6.2 Penentuan <i>Branding</i> Desa Pontang.....	38
4.6.3 Persepsi Konsumen Terhadap Pepaya California Yang Dihasilkan Dari Desa Pontang	39
4.6.4 Upaya Mempromosikan Desa Pontang.....	40
4.7 Keterbatasan Peneliti	41

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN - LAMPIRAN	



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang (Konteks Penelitian)

Indonesia sebagai negara yang berada tepat di garis khatulistiwa memiliki potensi yang sangat baik dalam bidang pertanian, maka dari itu Indonesia disebut sebagai negara agraris karena pada tahun 2014 Indonesia memiliki 8.114.829 Hektar lahan pertanian, serta iklim yang sesuai untuk pertanian. Sektor pertanian Indonesia memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan.

Kabupaten Jember yang sebagian besar wilayahnya adalah lahan pertanian dengan 101.603 hektar menjadikan pertanian sebagai sumber utama penghasilan masyarakat. Kecamatan Ambulu yang merupakan bagian dari wilayah Jember selatan yang berada di dataran rendah memiliki kondisi tanah subur dan gembur.

Desa Pontang merupakan bagian dari Kecamatan Ambulu, Desa Pontang memiliki lahan pertanian produktif seluas 464 ha lahan basah dan 22 ha lahan kering dengan mata pencaharian masyarakat yang utama sebagai petani, mulai dari pertanian padi, jagung, terong, cabe, kubis, namun sebagai petani pepaya California, karena kondisi tanahnya yang sangat mendukung dimana air mudah di dapat serta lahan pertanian yang jarang tergenang banjir sangat cocok untuk pertanian Pepaya California.

Fenomena menarik yang ada di Desa Pontang adalah disaat sebagian besar petani di wilayah sekitarnya menanam padi, jagung, terong, cabe, kubis di Desa Pontang menanam pepaya California yang tergolong baru, lahan pertanian Pepaya California di Desa Pontang seluas 90 hektar dengan jumlah petani pepaya California sebanyak 268 orang, serta pepaya california yang dihasilkan dari Desa Pontang memiliki banyak keunggulan dibanding dari daerah lain, seperti memiliki kulit halus tanpa bercak putih yang biasanya terdapat di pepaya California, rasa yang manis, daging buah padat dan memiliki biji sangat sedikit, sehingga Pepaya California yang dihasilkan dari desa Pontang menjadi produk unggul yang diminati dipasaran. Hasil panen

dari Desa Pontang mampu memenuhi permintaan pasar di tiga kota di Jawa Timur yaitu Sidoarjo (pasar porong dan puspa agro gempol), Surabaya (pasar tanjungsari 1, tanjungsari 2, tanjungsari 3, dan pasar osowilangun), Lamongan, dan Jakarta.

Pemasaran pepaya California UD.Bintang Buah mencakup beberapa daerah seperti Surabaya, Sidoarjo, Lamongan, dan Jakarta. Permintaan pepaya California cukup besar, untuk wilayah Jawa Timur per hari mencapai 17.5 ton, wilayah Jakarta 8 ton setiap dua hari sekali, sehingga total permintaan setiap bulan yang mampu dipenuhi mencapai 516 ton, namun dengan pemenuhan permintaan sebesar itu masih belum mampu memenuhi seluruh permintaan serta untuk beberapa daerah permintaan belum bisa dipenuhi sehingga terbuka peluang yang sangat potensial untuk pertanian pepaya California.

Petani menanam pepaya California mendapat jaminan pemasaran dari UD.Bintang Buah yang berlokasi di Mojosari Puger, juga memberikan pinjaman bibit dan pupuk yang bisa dilunasi pada saat panen yang dilakukan setiap 6 hari sekali yang meringankan beban petani untuk modal awal menanam pepaya California serta masa tanam hingga panen cukup lama yaitu dari masa tanam hingga panen awal dibutuhkan waktu 6 bulan, setelah itu panen dilakukan setiap 6 hari sekali selama 18 bulan kedepan, dengan kuantitas sekali panen untuk setiap 1/4 ha mencapai 1 ton.

Pendapatan petani pepaya California cukup besar, dalam sekali panen untuk 1/4 ha kuantitas mencapai 1 ton dan harga terendah perkilo Rp 1.000,00 maka dalam sekali panen pendapatannya Rp 1.000.000,00, untuk setiap buah pepaya California memiliki bobot rata-rata 1.5 kg. Pendapatan setiap bulan untuk petani yang memiliki lahan 1/4 ha Rp 4.000.000,00. Serta total pendapatan hingga akhir masa panen mencapai $Rp\ 4.000.000 \times 18\ \text{bulan} = Rp\ 72.000.000,00$.

Pepaya California seharusnya bisa dijadikan produk unggulan Kabupaten Jember, serta berkontribusi terhadap pendapatan asli daerah (PAD) belum mendapat perhatian khusus dari kabupaten yang seharusnya menjalankan sesuai dengan peraturan pemerintah mengenai produk unggulan daerah

(OVOP), berdasarkan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2007 Tentang percepatan sektor riil dan pembangunan usaha mikro kecil dan menengah menyebutkan bahwa pengembangan sentra kegiatan industri di suatu daerah bisa dilakukan melalui pendekatan *One Village One Product (OVOP)*. *One Village One Product (OVOP)* merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan nilai tambah produk unggulan daerah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam wadah koperasi atau UKM.

Salah satu upaya dalam memperkenalkan produk unggulan daerah adalah dengan *Branding* (merek), *Brand* merupakan seperangkat asset dan *liability* terkait dengan nama merek dan simbol yang menambahkan atau merupakan turunan dari nilai yang disediakan oleh sebuah produk atau jasa (Aaker,1991). *Brand* merupakan nama yang membedakan suatu produk dengan produk lain, dengan *Branding* terhadap suatu produk akan memiliki nilai tambah dibandingkan dengan produk lain, serta menjadi identitas suatu daerah.

Merk (*Branding*) yang biasanya hanya diberikan untuk suatu produk atau jasa saja kini berkembang untuk wilayah atau daerah, seperti Lumajang “*kampung pisang*” , solo “*kampung Batik*”, dengan pemberian brand terhadap suatu daerah bisa menambah nilai dari daerah tersebut, serta menjadi bentuk identitas dari daerah tersebut, yang dikenal sebagai *Regional Branding*.

Pemberian *Branding* kawasan terhadap Desa Pontang membutuhkan kerja keras dan kerja sama berbagai pihak terkait, terutama pemerintah kabupaten untuk memberikan perhatian khusus guna menjadi *icon* dari Kabupaten Jember. Berdasarkan Kotler(1999:19) pemasaran daerah sebagai upaya sistematis dalam meningkatkan daya tarik dan keunggulan daerah.

Fenomena ini akan lebih menarik apabila kita ulas lebih mendalam melalui penelitian yang berjudul “**BRANDING DESA PONTANG KECAMATAN AMBULU KABUPATEN JEMBER**”

1.2 Fokus Penelitian (Permasalahan)

Berdasarkan fenomena yang ada di Desa Potang yang menjadi focus penelitian adalah:

- a. Kondisi dan potensi yang dimiliki Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember
- b. Menentukan *Branding* Desa Pontang
- c. Persepsi masyarakat terhadap produk yang dihasilkan dari Desa Pontang
- d. Mempromosikan Desa Pontang

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Fokus Penelitian yang ada, maka Tujuan Penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui Kondisi dan potensi yang dimiliki Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.
- b. Untuk penentuan *Branding* Desa Pontang
- c. Untuk mengetahui Persepsi masyarakat terhadap produk yang dihasilkan dari Desa Pontang.
- d. Untuk memperkenalkan potensi Desa Pontang

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan adalah:

- a. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber rujukan/referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, secara khusus untuk pengembangan *Branding* terhadap suatu daerah yang memiliki identitas khusus seperti keunggulan dan produk tertentu yang tidak dimiliki daerah lain, serta bermanfaat bagi mahasiswa dan penelitian secara umum lainnya.
- b. Bagi Akademisi
Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dan pengetahuan mengenai pemasaran daerah melalui *Branding* terhadap suatu daerah (*village branding*).

c. Bagi Pemerintah Daerah

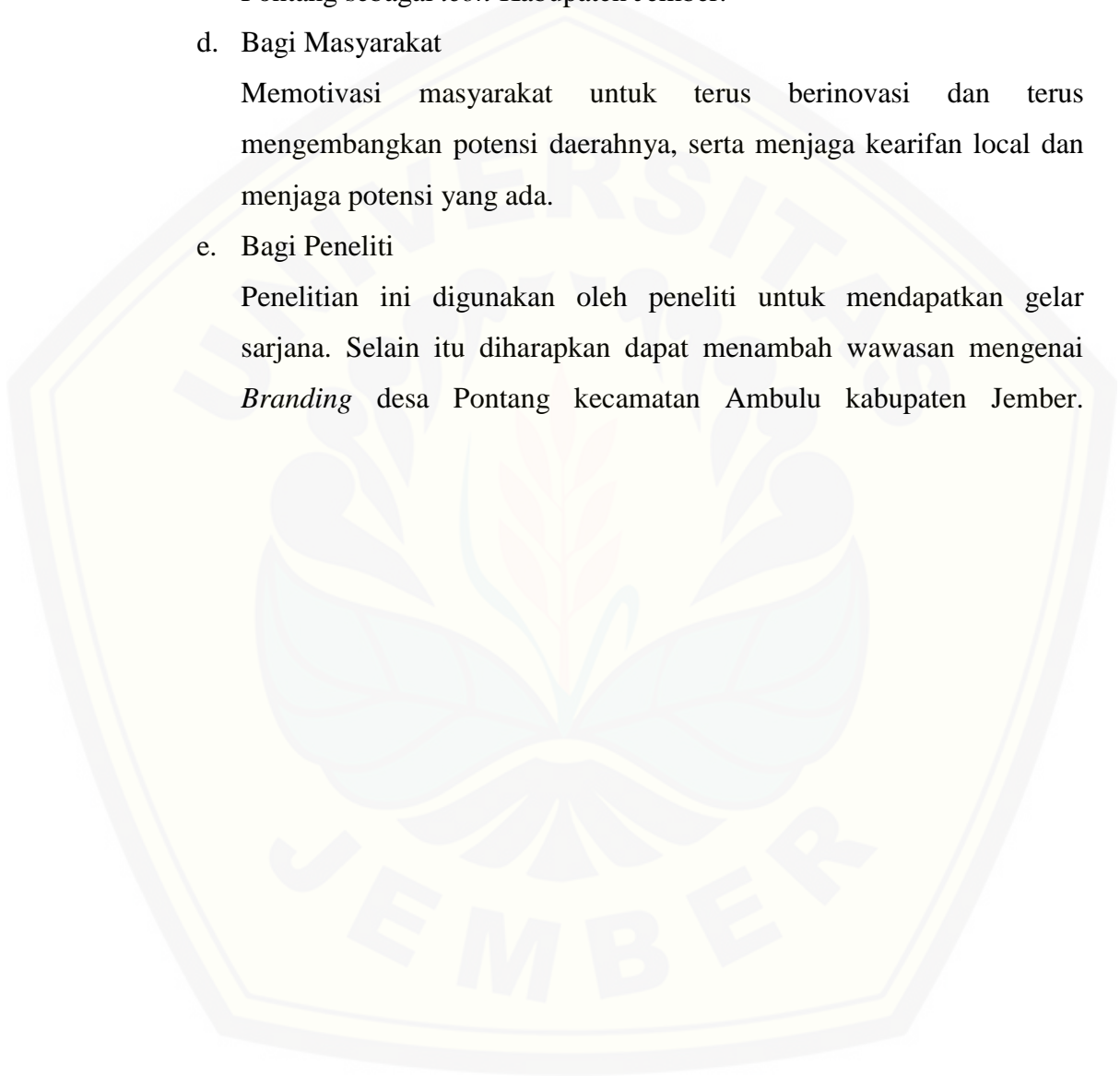
Hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan untuk mengembangkan *One Village One Product* (OVOP), serta untuk menentukan kebijakan yang tepat guna menjadikan *Branding* Desa Pontang sebagai *icon* Kabupaten Jember.

d. Bagi Masyarakat

Memotivasi masyarakat untuk terus berinovasi dan terus mengembangkan potensi daerahnya, serta menjaga kearifan local dan menjaga potensi yang ada.

e. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan gelar sarjana. Selain itu diharapkan dapat menambah wawasan mengenai *Branding* desa Pontang kecamatan Ambulu kabupaten Jember.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

a. Pengertian Merek (*brand*)

Menurut Keller dalam Tjiptono (2005:19), “Merek adalah produk yang mampu memberikan dimensi tambahan yang secara unik membedakannya dari produk-produk lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan serupa” Perbedaan tersebut bisa bersifat rasional dan tangible (terkait dengan kinerja produk dari merek bersangkutan) maupun simbolik, emosional dan *intangible* (berkenaan dengan representasi merek)

Merek (*brand*) adalah elemen krusial yang berkontribusi terhadap kesuksesan organisasi pemasaran, baik bisnis maupun nirlaba, manufaktur maupun penyedia jasa, organisasi lokal, regional, maupun global. Merek (*Brand*) merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran karena kegiatan memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasa tidak terlepas dari merek yang bisa diandalkan, Surjaatmaja (2008:1)

Menurut Aaker, (1996) merek (*brand*) merupakan seperangkat asset (*liability*) terkait dengan nama merek dan symbol yang menambahkan atau merupakan turunan dari nilai yang disediakan oleh sebuah produk atau jasa.

Brand adalah ide, kata, desain grafis dan suara/bunyi yang mensymbolisasikan produk, jasa dan perusahaan yang memproduksi produk dan jasa, (Janita, 2005:15)

Merek menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah tanda yang dikenakan oleh pengusaha pada barang-barang yang dihasilkan sebagai tanda pengenal. Terjemahan kata “*brand*” dalam bahasa Indonesia

adalah “merek.” Kata “*branding*” yang mengacu pada proses penciptaan suatu brand diterjemahkan menjadi “proses penciptaan merek.” (Ike Janita Dewi, Ph.D, 2009: 1).

Brand yang kuat lahir dari persepsi konsumen atas produk yang mempunyai keunggulan fungsi (*functional brand*), menimbulkan asosiasi dan citra yang diinginkan konsumen (*image brand*) dan membangkitkan pengalaman tertentu saat konsumen berinteraksi dengannya (*experiential brand*). (Ike Janita Dewi, Ph.D, 2009: 3)

b. Prinsip Dasar *Branding*

Pada dasarnya *branding* adalah penciptaan nilai tambah atas suatu produk. Nilai tambah baik yang berupa keunggulan fungsional maupun citra dan makna simbolis pada prinsipnya diciptakan dengan mencocokkan suatu produk dengan hal-hal yang dianggap paling menarik dan relevan bagi konsumen sasaran. (Ike Janita Dewi, Ph.D, 2009: 10)

Persepsi konsumen terhadap suatu produk dapat meningkatkan nilai tambah dari suatu produk yang memiliki *brand*. Nilai tambah dari suatu *brand* bukan sekedar kualitas dari suatu produk, tetapi fungsi, dan citra produk.

c. Merek Desa (*Village branding*)

Village branding dapat dikatakan sebagai strategi dari suatu negara atau daerah untuk positioning yang kuat didalam benak target pasar mereka, seperti layaknya positioning sebuah produk atau jasa, sehingga negara dan daerah tersebut dapat dikenal secara luas diseluruh dunia, menurut Harahap (dalam Gustiawan, 2011).

Desa dengan brand yang dimiliki mampu mengenalkan suatu desa lebih luas untuk keuntungan dalam penjualan komoditi yang dihasilkan dari desa tersebut.

d. Pentingnya Merek Desa (*Village branding*)

Alasan logis melakukan *Village branding* menurut Handito, (dalam Sugiwarsono, 2009):

- 1) Memperkenalkan kota/ daerah lebih dalam
- 2) Memperbaiki citra
- 3) Menarik wisatawan asing dan domestic
- 4) Menarik minat investor untuk berinvestasi
- 5) Meningkatkan perdagangan dan perekonomian

e. Manfaat Merek (*Branding*)

Menurut Keller dalam Tjiptono (2005), Merek bermanfaat bagi produsen, sebagai:

- 1) Sarana identifikasi untuk memudahkan proses penanganan atau pelacakan produk bagi perusahaan, terutama dalam pengorganisasian sediaan dan pencatatan akuntansi.
- 2) Bentuk proteksi terhadap fitur atau aspek produk yang unik.
- 3) Signal tingkat kualitas bagi para pelanggan yang puas, sehingga mereka bisa dengan mudah memilih dan membelinya lagi di lain waktu.
- 4) Sarana menciptakan asosiasi dan makna unik yang membedakan produk dari para pesaing.

- 5) Sumber keunggulan kompetitif, terutama melalui perlindungan hukum, loyalitas pelanggan, dan citra unik yang terbentuk dalam benak konsumen.
- 6) Sumber financial returns, terutama menyangkut pendapatan masa mendatang.

2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu di dukung dengan variable-variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat dijadikan referensi seperti yang disajikan berikut ini:

Penelitian dari Yuslinda Dwi Handini pada tahun (2010). Judul penelitian “Batik Gedog Tuban Mempertahankan Warisan Budaya Melalui Penciptaan Pengetahuan Dan Pengembangan Desa Wisata”. Lokasi penelitian di kecamatan Kerek, Semanding dan Tuban. Metode pengumpulan data menggunakan pengamatan, wawancara atau interview dan dokumentasi. Tuban sebagai daerah penghasil batik batik pesisiran memiliki keunikan yaitu batik Gedog yang ciri khas batik kota di pesisir Jawa Timur. Rekomendasi untuk mengembangkan wisata batik Gedog Tuban sebagai salah satu cara untuk mempertahankan warisan budaya khas dan asli Tuban, meningkatnya daya tarik generasi muda belajar membatik, sekaligus sebagai wisatawan. Keterlibatan instansi pemerintah daerah dan perusahaan lokal atau nasional guna meningkatkan kepedulian dalam melestarikan batik melalui fasilitasi pelatihan membatik, menyelenggarakan atau mengikuti pameran-pameran baik nasional maupun internasional, serta memfasilitasi pengembangan desa wisata.

Penelitian dari Syafrizal Helmi, tahun 2007, judul penelitian “Destination branding : Membangun Keunggulan Bersaing Daerah”. Jenis penelitian kualitatif, Hasil dan kesimpulan penelitian adalah marketing daerah (visi, misi, marketing mix, diferensiasi, STP, dan value)

dioptimalkan potensi penggunaannya. Sebuah daerah tidak bisa mengandalkan penerimaan APBD dari negara guna membangun daerahnya. Diperlukan upaya kreatif dan inovatif dalam memenuhi peluang bisnis. Mengukur peluang bisnis di suatu daerah di masa sekarang tidak cukup hanya mengandalkan besarnya potensi kekayaan sumber daerah alam atau tingkat pertumbuhan ekonomi.

Penelitian oleh Diana Elma Widyaningrum, pada tahun 2012. Judul penelitian “Strategi pemasaran kampung Batik Laweyan Solo”. Jenis penelitian kualitatif, model eksploratory research, teknik pengumpulan data dari sumber data internal dan eksternal, melalui kegiatan experience survey yaitu: wawancara dan observasi. Hasil penelitian berkaitan dengan promosi yang belum maksimal, hasil produksi jangkauan pemasarannya terbatas, ketergantungan pembatik terhadap penyalur bahan baku. Kesimpulan hasil penelitian adalah promosi yang menarik dan kontinyu membantu produk dikenal oleh masyarakat secara luas. Kerja sama dengan pelaku usaha mutlak dilakukan sehingga pengembangan usaha lebih luas. Upaya meminimalisir keterbatasan bahan baku ditanggulangi dengan melakukan inovasi menciptakan bahan baku sendiri, tidak bergantung secara penuh kepada penyalur bahan baku batik.

2.3 Kerangka Berfikir

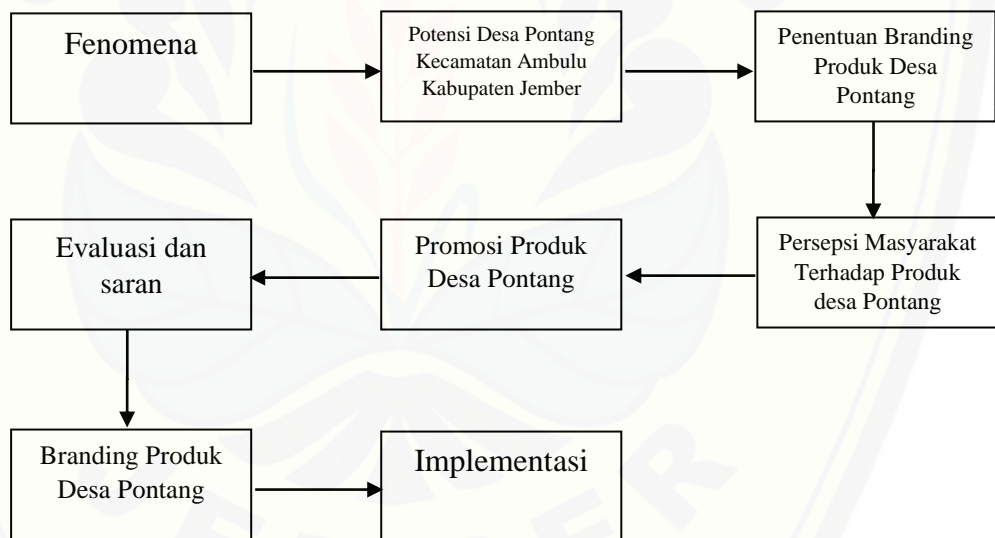
Kerangka berfikir Fenomena unik yang terjadi karena adanya fenomena unik di Desa Pontang dengan *Branding* Desa Pontang, menjadi ketertarikan untuk menjadi potensi desa agar bermanfaat dan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui merek (branding).

Pelaksanaa Branding Desa Pontang bisa terlaksana melalui dukungan berbagai pihak dan melalui konsep agropolitan yang dikembangkan oleh pemerintah daerah yang didukung oleh kebijakan pemerintah melalui *OVOP*, menjadi produk unggulan daerah untuk

memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat yang mayoritas bermata pencaharian sebagai petani.

Bidang potensial dari penelitian ini adalah buah pepaya yang diminati dan memiliki prospek perkembangan kedepannya, terutama pepaya California yang sangat diminati konsumen dan memiliki nilai jual tinggi dibandingkan pepaya Thailand yang banyak di Jawa Timur.

Kerangka berfikir dari penelitian ini bertujuan untuk keberhasilan Branding Desa Pontang, serta membantu peneliti untuk menjelaskan kegiatan penelitian yang dilakukan, bentuk kerangka berfikir dari penelitian ini seperti pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 kerangka berfikir

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berdasarkan pendekatan fenomenologi, terhadap fenomena unik yang terdapat di desa Pontang, serta dengan memahami inti dan pengalaman individu atau kelompok terhadap fenomena yang ada yaitu pertanian pepaya California di desa Pontang yang mencapai luas 90 hektar, melebihi luas pertanian tanaman lain di Desa Pontang.

Fenomenologi adalah merupakan salah satu model penelitian kualitatif yang berusaha untuk mengungkap dan mempelajari serta memahami suatu fenomena beserta konteksnya yang khas dan unik yang dialami oleh individu hingga tataran “keyakinan” individu yang bersangkutan. Menurut Herdiansyah (2009:64)

3.2 Langkah penelitian

Langkah dalam melakukan penelitian desa pontang sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data mengenai potensi desa pontang melalui wawancara kepada subjek penelitian, observasi lapangan secara langsung, dan melalui dokumentasi yang diambil dilapangan sebagai dasar untuk menentukan potensi desa pontang yang akan diangkat dalam penelitian lebih mendalam.
- b. Menganalisis data yang telah diperoleh dilapangan dengan metode triangulasi yaitu dengan mereduksi data yang sesuai dengan tema penelitian yang sudah dipilih untuk penyajian data yang telah sesuai dengan tema penelian serta melakukan

- c. verifikasi data guna mengetahui kesesuaian data dengan kondisi yang ada dilapangan kemudian ditarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis untuk penentuan *Branding Desa Pontang*.
- d. Kesesuaian data yang telah diperoleh kemudian ditentukan *Branding Desa Pontang* untuk kemudian melakukan promosi.

3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi situasi, kondisi penelitian yang dapat dipercaya, informan merupakan partisipan penelitian yang dikategorikan special karena pengetahuan dan keahlian yang dimiliki. Informan penelitian adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Moleong 2000 : 97)

Informan kunci dari penelitian ini antara lain:

a. Kepala Desa Pontang

Karena yang lebih mengetahui tentang kondisi geografis, topografi desa, dan pemegang kekuasaan tertinggi.

b. Ketua Kelompok Tani Desa Pontang

Karena kelompok tani tersebut sukses dalam mengembangkan pertanian pepaya California, dan mengetahui cara budidaya dan pengembangan pepaya California.

c. Pemilik Distributor UD Bintang Buah Mojosari Puger

Karena pihak yang mengetahui dengan spesifik mengenai perdagangan pepaya California, serta permintaan pepaya California.

d. Pak Sunyono selaku Petani Pepaya California

Karena yang menjadi pelaku dalam pembudidayaan pepaya California, serta sebagai penyedia dari permintaan pepaya California.

e. Yudi selaku Konsumen Pepaya California

Karena konsumen faktor penting dalam suatu bisnis, konsumen membeli suatu produk berdasarkan persepsi yang dimiliki terhadap suatu produk, fungsi yang dimiliki dan nilai produk,

3.4 Metode Pengumpulan Data dan Analisis Data

Pengumpulan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi untuk mendapatkan jawaban dan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan. Metode pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode triangulasi sebagai berikut:

a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2011:137) wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara dilakukan secara langsung dan mendalam pada saat sebelum penelitian dan sesudah penelitian dilakukan langsung dilapangan, dengan melakukan wawancara informan, kepala Desa Pontang, ketua kelompok tani Pontang, distributor, investor, dan petani.

b. Pengamatan (Observasi)

Observasi menurut Sugiyono (2011:145) adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu wawancara dan kuisioner.

Observasi lapangan dilakukan langsung dengan melihat kondisi dilapangan yaitu di desa Pontang kecamatan Ambulu, melihat langsung pertanian pepaya California , serta pencocokan dengan data wawancara yang dilakukan kepada masyarakat.

c. Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang terbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang (Gunawan,2014:176).

Pada penelitian ini teknik dokumentasi dengan cara studi pustaka, voice record menggunakan *tape recording*, dokumentasi foto serta dokumen pribadi yang diperoleh dari informan.

Mendokumentasikan wawancara yang dilakukan dengan foto dan merekam wawancara yang dilakukan untuk bukti bahwa wawancara dilakukan, mendokumentasikan kondisi lapangan dengan foto serta video potensi desa pontang, dan informasi langsung dari informan.

d. Analisis Data

Setelah data hasil penelitian selama di lapangan terkumpul untuk mendukung pembahasan mengenai tulisan ini, peneliti mengkaji dan menganalisis data-data yang telah diterima dengan metode triangulasi.

Data mengenai Branding serta beberapa aspek yang penulis lihat dan catat pada saat melihat dan terjun langsung dalam pertanian pepaya California yang ada di Pontang, peneliti kumpulkan dan simpan untuk dijadikan sebagai pedoman melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Setelah itu peneliti melakukan wawancara terhadap kepala Desa Pontang ,kelompok tani Desa Pontang, distributor UD Bintang Buah Mojosari Puger, petani pepaya California, dan masyarakat untuk menerima beberapa asumsi yang kuat untuk mempermudah penulis melanjutkan penelitian. Setelah data terkumpul dari hasil observasi dan wawancara peneliti mengkaji beberapa sumber lain dari buku serta artikel yang digunakan oleh penulis sebagai landasan untuk memperkuat beberapa pernyataan yang didapatkan dan kemudian peneliti kembangkan sebagai pembahasan dalam penulisan. Tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menganalisis data secara kualitatif diadaptasi dari model Huberman (dalam Sugiono 2013:hal 87:116) yaitu sebagai berikut:

1) Pengumpulan Data

Pengumpulan data lapangan dilakukan dengan menggunakan tiga teknik yakni pertama dengan melakukan wawancara secara langsung kepada subjek yang bersangkutan dan informan, kedua melakukan pengamatan (Observasi) langsung dilapangan guna mendapatkan data yang sesuai, ketiga dengan teknik Dokumentasi kondisi dilapangan.

2) Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

3) Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan

informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

4) Verifikasi dan kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman langkah ketiga dari kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau belum terlihat.

3.5 Peran Peneliti

Peran kunci dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Peneliti langsung terjun ke lapangan untuk melakukan pengumpulan data. Hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang didapatkan di lapangan selanjutnya di proses sesuai dengan prosedur yang ada untuk mendapatkan hasil yang relevan dan kredibel untuk keberhasilan dari penelitian yang dilakukan.

3.6 Situasi Sosial

Lokasi dari penelitian ini terdapat di Desa Pontang Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember, yang mengambil objek Branding Desa Pontang karena memiliki potensi pertanian pepaya yang banyak dan potensial untuk pengembangan wisata dan ikon kabupaten Jember.

3.7 Isu – isu Etika

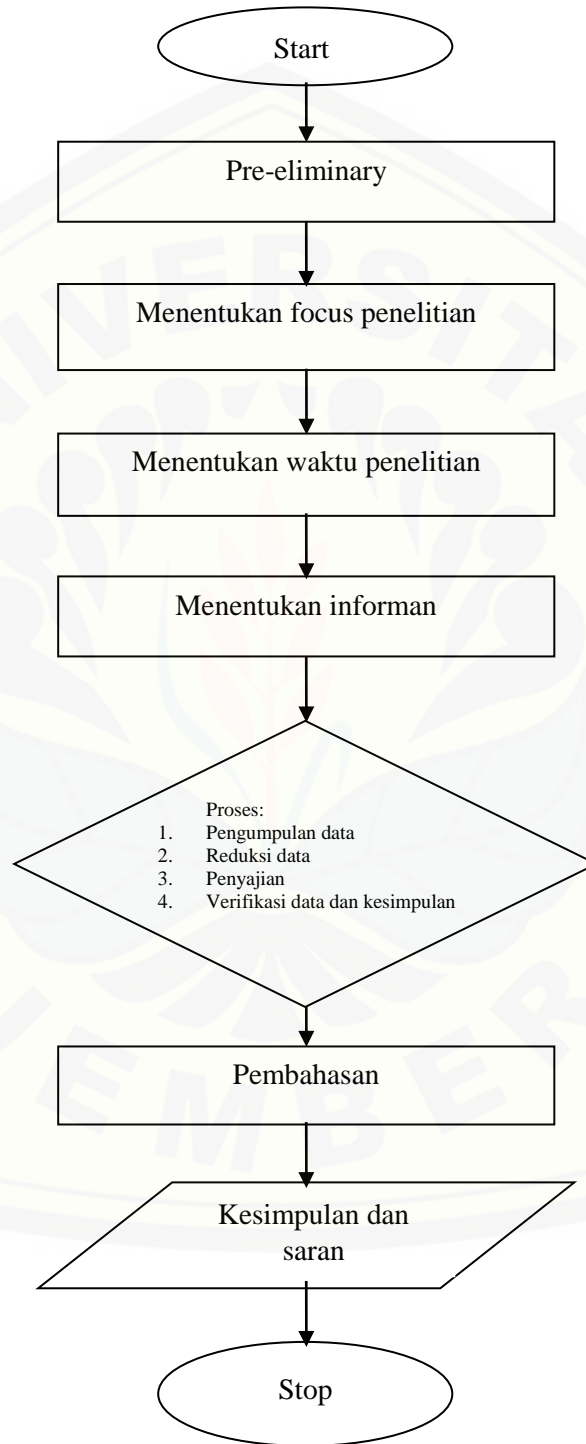
Guna menanggulangi permasalahan etika yang mungkin muncul penelitian harus sesuai dengan pokok pokok penelitian, sehingga tidak terjadi masalah etika yang mungkin muncul.

Pokok-pokok penting terkait dengan etika penelitian :

- a. Tindakan penyelewengan ilmiah (Scientific Misconduct)
- b. Cara memperlakukan Subjek Penelitian (Informed Consent)
- c. Kerahasiaan dan Anonimitas
- d. Konsekuensi dan manfaat penelitian
- e. Independensi Peneliti
- f. Batasan-batasan mengenai apa yang diteliti

3.8 Kerangka Pemecahan Masalah

Untuk mengetahui alur pemecahan masalah dalam penelitian ini, dapat dilihat pada Gambar 3.1 berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Keterangan:

- a. Start, langkah awal dalam mempersiapkan untuk pencarian data.
- b. Pre-eliminary, langkah kedua pencarian fakta terhadap fenomena yang terjadi dan untuk mempersiapkan wawancara.
- c. Menentukan focus penelitian, langkah ketiga untuk menentukan batasan agar data yang diperoleh tidak keluar jalur dan pencarian data dilapangan yang diperoleh sesuai dengan yang dibutuhkan.
- d. Menentukan pertanyaan penelitian, pertanyaan penelitian perlu disusun untuk pedoman dalam wawancara yang dilakukan, dan pertanyaan dapat berkembang saat wawancara dilakukan secara langsung.
- e. Penentuan informan, informan ditentukan untuk mendapatkan informasi yang valid, dan informan yang dipilih harus benar terlibat langsung.
- f. Proses, yaitu untuk pengumpulan data yang diperlukan, kemudian dilakukan reduksi data untuk memilih data yang benar dibutuhkan dengan data yang kurang sesuai, kemudian dilakukan penyajian data yang telah direduksi, selanjutnya dilakukan verifikasi data dan penarikan kesimpulan.
- g. Pembahasan, tahap mendeskripsikan hasil dari proses yang telah dilakukan dari wawancara informan, observasi lapangan, dan dokumentasi yang dilakukan untuk menemukan garis besar dari hasil penelitian yang dilakukan.
- h. Kesimpulan dan saran, menarik kesimpulan dari hasil pembahasan yang dilakukan dan memberikan saran yang relevan.
- i. Stop, penyelesaian dan berakhirnya penelitian

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Kondisi dan potensi Desa Pontang sangat mendukung untuk dilakukan *Branding* desa Pontang sebagai penghasil pepaya California, selain kondisi alam yang mendukung pepaya California di desa Pontang memiliki kuantitas yang besar dan kualitas yang bagus.
 - 1) Permasalahan yang ditemukan dilapangan adalah ketersediaan bibit yang kurang karena bibit hanya mengandalkan suplai dari distributor serta belum adanya inisiatif masyarakat untuk mengembangkan bibit secara mandiri untuk mengatasi kekurangan bibit dan terus mengembangkan pertanian pepaya California, kurangnya kepedulian masyarakat terhadap kearifan local yaitu masih banyak menggunakan pupuk kimia yang sebenarnya bisa merusak kondisi tanah dan menyebabkan penyakit di tanaman dan buah pepaya California karena terlalu banyak pupuk kimia.
 - 2) Minimnya inisiatif masyarakat untuk mengembangkan produk olahan pepaya California dikarenakan tidak adanya dukungan pemerintah melalui pelatihan dan bimbingan untuk industry kreatif rumah tangga, yang bisa meningkatkan nilai jual dari pepaya California.
- b. Persepsi konsumen terhadap pepaya California dari Desa Pontang sangat bagus, terbukti dengan permintaan yang besar dan terus berkembangnya wilayah pemasaran.
 - a. Keunggulan pepaya California yang dihasilkan dari Desa Pontang sangat banyak seperti, memiliki buah yang manis dibandingkan dengan daerah lain, bentuk yang mungil dan kulit yang halus tanpa bercak seperti yang terdapat di buah pepaya California dari daerah lain,

tidak mudah busuk karena tidak menggunakan pestisida kimia, walaupun masih menggunakan pupuk kimia, bermanfaat bagi kesehatan, serta apabila dijual kembali memiliki nilai ekonomis yang tinggi karena permintaan yang besar dan nilai jualnya mahal.

- b. Permasalahan yang kerap dijumpai adalah susahnya menemukan buah pepaya California di swalayan serta di pasar tradisional di Kabupaten Jember, terkadang stoknya ada namun buahnya tidak segar dan tidak menarik lagi untuk pembeli. Harusnya perluasan pasar yang terus dilakukan berimbang, antara pasar tradisional dan swalayan terutama di kabupaten Jember sendiri sebagai tuan rumah.

5.2 Saran

- a. Bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Branding Desa Pontang sebagai penghasil pepaya California merupakan salah satu contoh ilmu pemasaran melalui merek (*Branding*) yang diberikan kepada suatu daerah, brand yang lekat dengan gambaran suatu produk

- b. Bagi Akademisi

Turut serta dalam mengembangkan *branding* desa, bukan sekadar sebatas ilmu pengetahuan namun merealisasikan *branding* desa untuk kemajuan desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menjadikan kebanggaan bersama dan sebagai bentuk pengabdian terhadap masyarakat, bangsa dan negara.

c. Bagi Pemerintah

- 1) Pepaya California sebagai produk unggulan desa Pontang memerlukan dukungan dan perhatian pemerintah agar keberadaannya bisa tetap dilestarikan untuk menjadi icon Kabupaten Jember.
- 2) Diperlukan sosialisasi program pemerintah terkait pemberdayaan masyarakat pedesaan untuk mengembangkan ekonomi masyarakat dengan tetap menjaga kearifan local.
- 3) Diperlukan kerjasama pemerintah dengan pengusaha local untuk mengembangkan pengolahan pepaya California menjadi produk olahan untuk meningkatkan nilai ekonomis.

d. Bagi Masyarakat

Pepaya California adalah identitas, ciri khas, dan icon asli daerah yang menjadi kebanggaan bersama, masyarakat yang ketergantungan terhadap buah import bisa merubah pola pikir untuk mencintai buah local untuk terus melestarikan keberadaannya.

e. Bagi Peneliti

Skripsi ini bukan hanya sebagai sarana untuk meraih gelar sarjana dan ilmu pengetahuan semata, namun menjadi acuan untuk ikut serta mengembangkan dan melestarikan keberadaan pepaya California, baik dengan cara ikut dalam kegiatan pertanian, pengembangan *branding* desa, ataupun ikut serta mengembangkan kegiatan pemasaran pepaya California menembus pasar global yang masih sangat terbuka peluangnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. David A. (1991). *Managing brand equity, Capitalizing on the value of Brand name*. The free press. New York
- Gunawan Iman, 2014, *Metode Penelitian Kualitatif teori dan praktik*, Jakarta : Bumi Aksara
- Herdiansyah, Haris, (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: Salemba humanika.
- Handini, Dwi Yuslika dkk (2013) Batik Gedog Tuban Mempertahankan Warisan Budaya Melalui penciptaan Pengetahuan dan Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal ilmiah pariwisata. ISSN 1441-1527. hal. 74-89*
- Kotler, Philip. Haider, D; Rein, I. (1993). *Marketing Place. Attracting invesment industry and tourism to cities, state and nations*. Maxwell. Macmillan Int., New York
- Kotler, Philip & Asplund, C & Rein , L & Heider , D. (1999). *Marketing Place Europe*. Pearson Education. Ltd. London
- Miles Matthew B, Huberman Michael A, (1984) *Qualitative Data Analysis A Sourccebook of New Methods*, Sage Publications, Beverly Hills, London
- Sugiyono, 2014, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*. Yogyakarta. Andi Offset Yogyakarta

LAMPIRAN 1**HASIL TRANSKRIP WAWANCARA**

Nama : **Sudjono**
Informan
Jabatan : Kepala Desa Pontang Kecamatan
Ambulu Kabupaten Jember
Lokasi : Ruang kerja Kepala Desa Pontang
wawancara
Hari : Senin
Tanggal : 10 januari 2018
Waktu : 09.00 s/d 11.00 WIB
Pewawancara : Farid Irhamsyah



Keterangan:

A: Peneliti

B: Informan

Kegiatan wawancara dengan bapak Kepala Desa Sudjono dilakukan di ruang kerja Kepala Desa Pontang. Pada saat saya menemui beliau baru saja selesai rapat dengan perangkat desa Pontang.

A: Menurut bapak potensi alam apa yang menonjol di desa Pontang?

B: potensi paling dominan di desa Pontang ya dari hasil pertanian mas, disini tanahnya subur mas, karena desa Pontang kan termasuk dataran rendah, banyak perbukitan dan dekat pantai juga, jadi cocok untuk pertanian mas.

A: menurut bapak selama ini hasil pertanian apa yang paling besar?

B: hasil pertanian terbesar selama ini padi sama syuran mas, tapi beberapa tahun terakhir papaya California mulai muncul menjadi salah satu komoditi terbesar di desa Pontang.

A: Berapa luas lahan pertanian di desa pontang?

B: luas lahan pertanian aktif dan produktif 464 ha lahan basah dan 22 ha lahan kering.

A: Untuk luas pertanian papaya berapa luasnya pak?

B: lahan pertanian papaya akhir akhir ini terus bertambah, langsung Tanya ke kelompok taninya saja. Karena setiap 2 tahun pohon papaya diganti, maka nanti akan dijelaskan langsung dikelompok tani.

A: Sejak tahun berapa pak masuknya papaya California ke desa pontang, apakah termasuk baru atau sudah lama?

B: Sejak 5 tahun yang lalu sudah ada petani papaya, ada Thailand dan California, tapi dulunya kan sangat sulit mencari bibitnya.

A: Apa potensi terbesar hasil pertanian Desa Pontang?

B: padi dan jagung yang terbesar kalau palawija ada tapi tidak banyak, karna wilayah yang ditanami pangan lebih luas dari pada yang ditanami buah (horti).

A: Apakah Pepaya disini mudah terserang penyakit?

B: Terkena tapi gak secara total sampek rusak, karena sudah bisa teratasi, itu bedanya karena kita punya petugas pph dan jalan semua. Silahkan di cek meskipun baru tanam, jadi ditanam bunga bunga di sawah, itu untuk sarang muuh alami hama tanaman, mas lihat di bawah papaya itu banyak tanaman bunga untuk rumah musuh alami hama. Sehingga selain menjadi hiasan juga berfungsi sebagai sarang musuh alami hama papaya.

A: Apakah ada kelompok tani khusus untuk petani papaya?

B: ada namanya kelompok tani lestari, selain kelompok tani pangan dia juga kelompok tani yang menaungi buah termasuk papaya California, bias memanyau keberadaan buah di desa pontang.

Nama : **Pak Mukiyar**
Informan
Jabatan : ketua kelompok tani Petani Pepaya
California Desa Pontang Kecamatan
Ambulu Kabupaten Jember
Lokasi : Lahan Pertanian Pepaya California
wawancara
Hari : Senin
Tanggal : 10 januari 2018
Waktu : 01.00 s/d 02.00 WIB
Pewawancara : Farid Irhamsyah



Keterangan:

A: Peneliti

B: Informan

Wawancara ini dilakukan pada saat pak mukiyar selaku ketua kelompok tani dan penanggung jawab terhadap panen papaya California melakukan panen papaya California di lahan milik petani.

A: menurut bapak bagaimana kondisi alam di desa Pontang?

B: menurut saya disini kondisi alamnya sangat bagus, disini kan dataran rendah yang dekat sama pantai, tapi juga banyak perbukitan yang menjadikan tanah disini subur dan tidak mudah banjir mas.

A: berapa pak luas lahan milik bapak pribadi?

B: milik saya sendiri seluas 2 hektar,

A: Kalau luas lahan pertanian milik petani disini pak?

B: kalau lahan milik petani di bawah kelompok tani ada 90 hektar dengan jumlah petani 268 orang dan semakin bertambah tiap tahunnya.

A: Kapan bapak mulai menanam papaya California?

B: sejak tahun 2013 saya nanam California dan Thailand sejak tahun 2010.

A: apakah ada pelatihan dari kelompok tani, distributor atau dari pemerintah untuk pembibitan, dan perawatan papaya pak?

B: untuk sementara pelatihan sebatas apabila da petani yang bertanya mas, itupun dari kelompok tani yang bekerja sama dengan distributor, dari pemerintah belum ada perhatian secara langsung mas.

A: menurut bapak, papaya apakah termasuk tanaman yang mudah terserang penyakit?

B: selama ini mas penyakit papaya itu ringan saja mas, itupun mudah pengobatannya, gak sampek parah mas, dan kebal sama penyakit yang biasanya dialami petani yang sampek gagal panen gitu.

A: menurut bapak apa bisa papaya California ini menjadi komoditi terbesar dan menjadi unggulan desa pontang?

B: bisa banget mas, jumlah petaninya saja semakin bertambah terus mas, dan luas pertanian papaya di Pontang sampai hari ini sudah 4 kali lipat dari tahun kemaren mas, bisa mas untuk menjadi produk unggulan Desa Pontang apabila ada perhatian lebih dari pemerintah.

A: menurut bapak, apa ada ide untuk kedepannya pepaya California bukan saja dijual bentuk buah, tapi dalam bentuk produk olahan yang nilainya bisa lebih?

B: kalau untuk idenya sudah ada mas, tapi sebagian besar masyarakat lebih memilih dijual buah saja, kan gak ribet itu mas.

A: berapa tahun pak usia produktif papaya California?

B: usia produktifnya itu 2 tahun mas mulai tanam, tapi kalau perawatannya bagus bisa sampek 3 tahun itu buahnya masih bagus mas.

A: menurut bapak apa keunggulan papaya California dari desa Pontang dan apa keuntungan bagi petani?

B: Banyak mas, keunggulan buahnya lebat, padat, manis, kulit buahnya halus tidak ada bercak, ukurannya juga tidak terlalu kecil dan terlalu besar, dan yang paling penting disini ketersediannya sangat banyak mas dibanding daerah lain. Keuntungan bagi petani harganya stabil mas, tidak mudah anjlok, dan jaminan pengambilan.

A: menurut bapak apa hasil dari papaya California bisa mensejahterakan petani?

B: bisa sekali mas, sekarang ya mas panen seminggu sekali dan untuk ¼ Ha saja kuantitasnya bisa 1 ton dan harga sekarang saja 2.500 /kg itu saja sudah 2.5 juta mas, seminggu sekali lo itu, kalo sebulan apa gak 10 juta itu mas, dan hanya

kepotong buat pupuk sebulan 2 kali Cuma 1.5 juta cukup mas. Jauh lebih besar ini mas dari pada tanam jagung kan, dan ini bisa tumpangsari kan mas, sama cabai, kubis, terong, kan double mas hasilnya.



Nama Informan : **Pak Sunyono**

Jabatan : Petani Pepaya California Desa
Pontang Kecamatan Ambulu
Kabupaten Jember

Lokasi : Lahan Pertanian Pepaya California
wawancara

Hari : Senin

Tanggal : 10 Januari 2018

Waktu : 11.00 s/d 01.00 WIB

Pewawancara : Farid Irhamsyah



Keterangan:

A: Peneliti

B: Informan

Wawancara dengan Pak Sunyono ini dilakukan di lahan pertanian pepaya California milik Pak Sunyono, beliau pada saat wawancara baru saja selesai merawat pepaya California.

A: berapa banyak pohon dan luas lahan pertanian pepaya bapak?

B: lumayan mas, saya setengah hektar dengan jumlah pohon pepayanya 800 pohon.

A: Apa keunggulan pepaya California di desa pontang dibandingkan dengan daerah lain pak?

B: buahnya lebat, tahan terhadap penyakit, tahan terhadap layu, dan buahnya lebih manis dan padat.

A: hasil buah pepaya California disini apa diolah menjadi produk olahan atau hanya buah saja?

B: hasil buah pepaya California disini hanya dijual dalam bentuk buah, namun kedepannya ingin diolah menjadi produk olahan yang lebih menguntungkan.

A: bagaimana bapak menjual hasil dari pepaya California?

B: melalui distributor karena ada jaminan penjualan.

A: Untuk bibit dan pupuk dari distributor atau beli sendiri pak?

B: untuk bibit dapat pinjaman dari distributor yang bisa dibayar pada saat panen dilakukan dan jumlahnya terserah petani untuk nyicil dan tanpa bunga. Dan untuk pupuk juga bisa kalau minta nanti dipinjami dari distributor.

A: Apakah petani papaya California di desa pontang terus berkembang atau semakin berkurang?

B: terus berkembang mas, walau awalnya petani ragu siapa yang mau membeli, tapi kalau belum ditanam mana ada yang membeli lha gak ada barangnya, setelah ditanam ada yang membeli.

A: Menurut bapak apakah papaya California tergolong tanaman yang mudah terserang penyakit?

B: Jarang sekali mas terserang penyakit, kalaupun terserang penyakit itu penyakit yang umum seperti tanaman lain dan mudah pengobatannya, biasanya penyakit yang menyerang karena bersebelahan dengan tanaman yang mudah terserang penyakit dan banyak menggunakan obat kimia, jadi penyakitnya pindah ke papaya.

A: Apakah ada pelatihan dari distributor/ kelompok tani untuk menanam dan pembibitan papaya California?

B: tidak ada pelatihan khusus dari distributor/kelompok tani, tapi kalau mau bertanya nanti dari distributor/kelompok tani di beri pelatihan, jadi tunggu petaninya mau diberi pelatihan tidak.

A: Pepaya sampai usia berapa pak buahnya bisa terus produktif?

B: produktif sampai usia 2 tahun mas mulai tanam, sekarang punya saya sudah usia 2 tahun dan masih produktif, tapi dibawahnya sudah saya tanami lagi, jadi kalau yang besar sudah habis bisa langsung ganti yang baru.

A: tanaman papaya apa bisa digunakan metode tumpang sari?

B: bisa mas, biasanya di sela papaya ditanami cabai, kenikir, kubis, terong dll, tapi bukan seperti padi dan jagung, karena kalau tumpangsari dengan padi pepayanya bisa mati kebanyakan air, dan kalau jagung pohon pepayanya rusak kena daunnya jagung. Jadi kalau menanam papaya gak rugi mas, bisa panen buah dan sayuran juga, hasilnya double jadi menguntungkan.

A: apakah papaya California bisa menjadi komoditi utama di desa pontang pak?

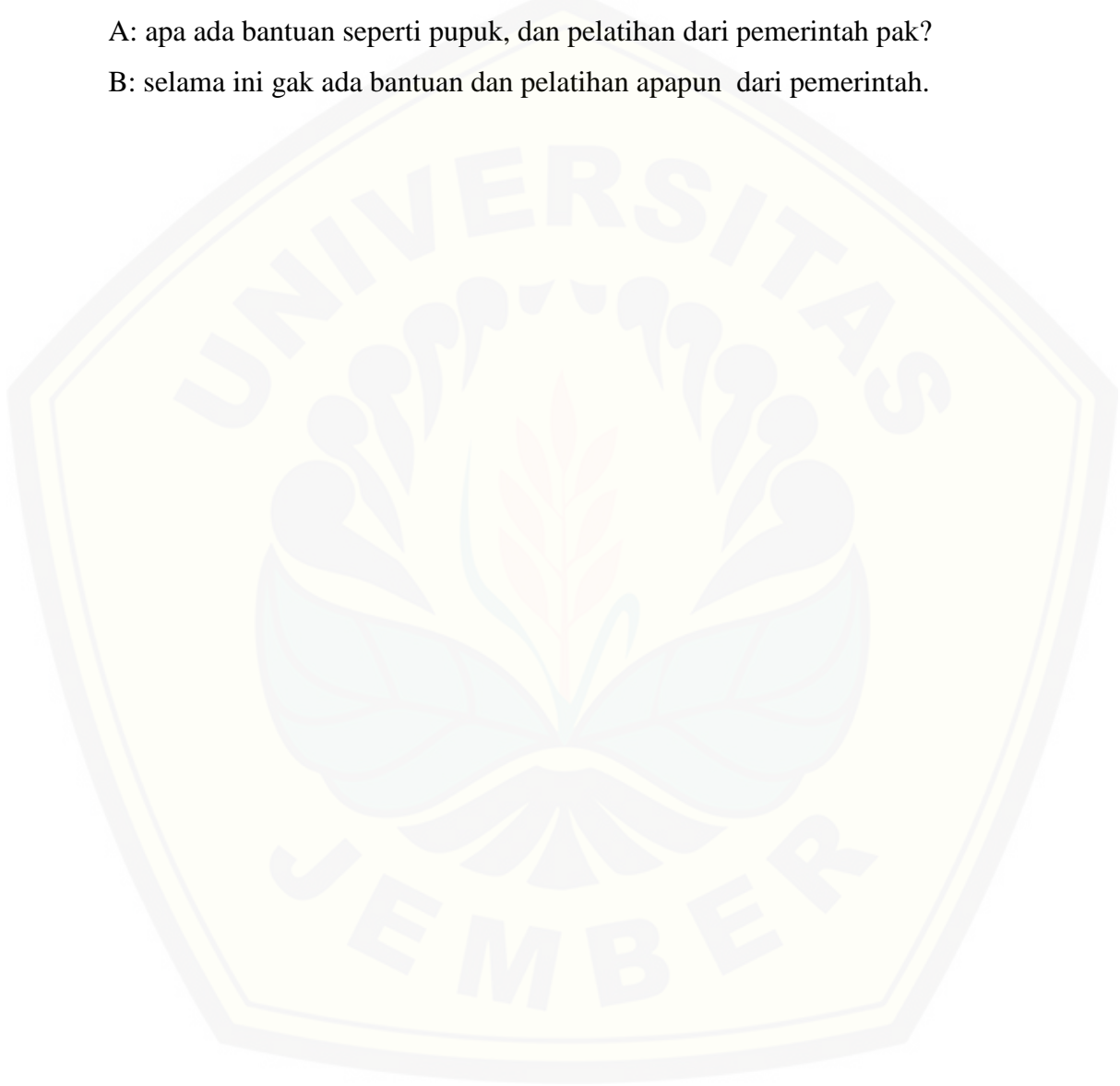
B: sekarang belum mas, tapi sedang menuju kesana soale petani papaya California terus berkembang.

A: apakah hasil dari papaya California bisa mensejahterakan petani pak?

B: bisa mas, soalnya kan panennya seminggu sekali, sekali panen bisa sampek 1 juta kalau sebulan kan ya besar mas, belum dari tanaman lain kan ini menggunakan metode tumpang sari dengan tanaman lain.

A: apa ada bantuan seperti pupuk, dan pelatihan dari pemerintah pak?

B: selama ini gak ada bantuan dan pelatihan apapun dari pemerintah.



Nama : **Pak Sholihin**
Informan
Jabatan : Pemilik UD. Bintang Buah
selaku distributor papaya
California
Lokasi : Di rumah bapak Solihin
wawancara
Hari : Rabu
Tanggal : 12 januari 2018
Waktu : 18.00 s/d 20.00 WIB
Pewawancara : Farid Irhamsyah



Keterangan:

A: Peneliti

B: Informan

Wawancara kepada Bapak Sholihin selaku pemilik distributor dilakukan pada saat beliau berada di rumahnya mengawasi pengangkutan papaya California untuk persiapan diberangkatkan ke Surabaya dan Jakarta.

A: Menurut bapak jenis papaya apa yang laku dipasaran?

B: Jenis papaya yang paling laku dan diminati pasar itu papaya California, papaya Thailand permintaannya terus merosot karena kurang diminati pasar dan konsumen.

A: Menurut bapak apakah menguntungkan usaha di bidang papaya California?

B: sangat menguntungkan mas, karena permintaannya terus meningkat dan harganya cenderung stabil disbanding jenis papaya Thailand dan lainnya.

A: Berapa kali dalam 1 bulan panen dilakukan?

B: panen dalam sebulan itu dilakukan 4 kali, yang berarti seminggu sekali di panen mas.

A: Berapa kali pengiriman dilakukan dalam satu minggu?

B: pengiriman papaya California dalam seminggu untuk Surabaya sebanyak 6 kali karena hari jumat libur mas, untuk Jakarta dilakukan 2 hari sekali berarti seminggu 3 kali pengiriman.

A: Berapa ton setiap pengiriman untuk semua wilayah pak yang mampu dipenuhi dari desa Pontang?

B: Setiap pengiriman yang mampu dipenuhi dari desa Pontang besar mas, untuk Surabaya saja setiap pengiriman 2,5 ton dikalikan 5 pasar, Jakarta setiap pengiriman sebanyak 6 ton, untuk setiap pengiriman saja totalnya bisa mencapai 18.5 ton mas. Dan dalam satu minggu mencapai 93 ton mas.

A: Menurut bapak apa kelebihan papaya California dari Desa Pontang sehingga diminati dipasaran?

B: banyak mas kelebihanannya, yang pertama daging buahnya padat, bentuknya kecil sehingga pas untuk sekali makan gak berlebih dan gak kurang, tahan lama dibanding papaya Thailand yang hanya dalam 2 hari bisa busuk, rasanya juga lebih manis mas dibanding papaya lainnya.

A: Menurut bapak mengapa petani membeli bibit dan menanam papaya California?

B: yak karena prospek penjualannya itu mas, kan bagus prospek kedepane, soal harga juga kan bagus, perawatannya juga mudah, disela sela papaya juga bisa ditanami sayuran hasilnya jadi double kan mas.

A: Menurut bapak bagaimana tindakan agar papaya California di pontang ketersediaannya terus tersedia dan menjadi komoditi unggulan?

B: tindakan yang kami lakukan yang utama ya itu mas, pinjaman pupuk, dan mengajarkan cara mengobati papaya California yang terserang penyakit serta memberi jaminan pengambilan buah dan kelancaran pembayaran tentunya.

A: Menurut bapak apa kendala dalam memperluas pertanian papaya?

B: kendalanya banyak daerah baru yang takut untuk menanam papaya California karena takut tidak diambil, yang kedua banyak areal persawahan yang tergenang air dan lama surut sehingga apabila ditanami papaya akan mati.

A: Menurut bapak bagaimana grade papaya California dipasaran?

B: grade papaya California dibedakan 3 mas, grade A bentuknya lonjong ukurannya besar dan kulit buah halus, grade B ukuran lebih kecil dari grade A, grade C itu papaya California yang buahnya bulat mas, harganya bisa anjlok.

A: Selama ini pihak distributor lebih sering memenuhi target pasar yang mana diantara ke 3 pasar tersebut ?

B: semua target dipenuhi mas, biasanya grade A untuk swalayan seperti Indomaret dan Alfamart, grade B pasar tradisional, dan grade C biasanya untuk bahan baku saos, sabun dan kosmetik.

A: Apakah pemasaran papaya California terus mengalami perkembangan atau penurunan?

B: Alhamdulillah mas, selama ini terus terjadi perkembangan, baru baru ini kami masuk pasar di kota Semarang dan Yogyakarta.

A: Apakah persediaan papaya California di ambulu dapat memenuhi permintaan pasar keseluruhan?

B: belum mampu mas, kami kewalahan untuk pemenuhan permintaan pasar, bahkan seperti sekarang musim penghujan papaya lebih lama matang sehingga mengurangi kuantitas saat panen.

Nama : **Yudi**
Informan
Jabatan : konsumen dan penjual olahan
papaya
Lokasi : Pasar Osowilangun
wawancara
Hari : Sabtu
Tanggal : 15 januari 2018
Waktu : 21.00 s/d 24.00 WIB
Pewawancara : Farid Irhamsyah



Keterangan:

A: Peneliti

B: Informan

Wawancara kepada mas Yudi selaku konsumen papaya California, dilakukan di pasar Osowilangun Surabaya pada saat mas yudi menunggu bongkar papaya California sembari memilih papaya yang akan dibeli.

A: Menurut mas apa yang menjadi daya tarik papaya California hingga memilih membelinya?

B: papaya California manis mas, porsinya juga pas buat keluarga, tidak mudah busuk jadi enak kalau beli dalam jumlah banyak gak khawatir busuk mas, baik buat kesehatan mas, harganya terjangkau dan saya juga saya olah untuk dijual menjadi jus, keripik, dan abon, banyak yang suka mas.

A: Apa perbedaan papaya California dan papaya lainnya?

B: perbedaan paling utama dari ukuran sama rasa mas, ukurannya mungil pas porsinya, sama rasanya sangat manis mas, disbanding lainnya yang bentuknya besar jadi banyak sisa dan terbuang percuma kan, rasa lainnya juga kadang gak manis mas gak enak makannya.

A: Seberapa sering mas mengkonsumsi papaya California?

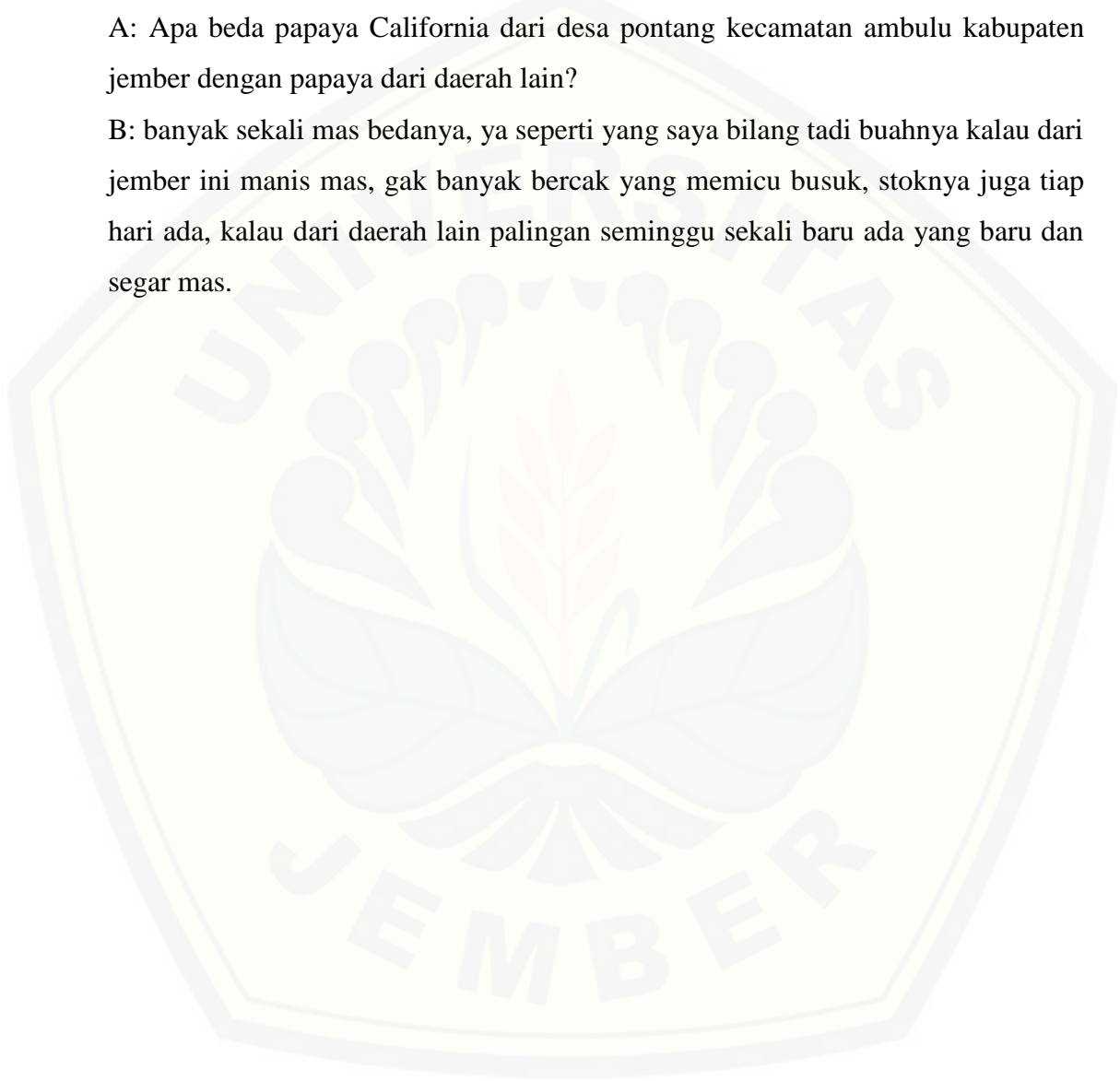
B: saya tiap hari mas, karna saya sendiri sering ada gangguan pencernaan dan papaya ini nyaman buat pencernaan, tak perlu lagi lah beli obat kimia mas.

A: Biasanya mas membeli pepaya California dimana?

B: saya ya selalu beli disini mas, di pasar wilangun ini, kan buahnya asli dari jember ini mas, saya pernah beli buah di pasar lain buahnya dari luar jawa rasanya gak manis dan banyak yang mudah busuk mas.

A: Apa beda papaya California dari desa pontang kecamatan ambulu kabupaten jember dengan papaya dari daerah lain?

B: banyak sekali mas bedanya, ya seperti yang saya bilang tadi buahnya kalau dari jember ini manis mas, gak banyak bercak yang memicu busuk, stoknya juga tiap hari ada, kalau dari daerah lain palingan seminggu sekali baru ada yang baru dan segar mas.



LAMPIRAN 2**Dokumentasi foto penelitian**

Gambar 1: Memperlihatkan jalan menuju Desa Pontang di sepanjang jalan di tanami pepaya California.



Gambar 2: Terlihat petani sedang melakukan pengairan terhadap tanaman pepaya California di Desa Pontang menggunakan mesin pompa air.



Gambar 3: Tanaman papaya California yang telah berusia 9 bulan sudah siap di panen.

JEMBER



Gambar 4: Pertanian papaya California di Desa Pontang menggunakan metode tumpang sari dengan tanaman kacang tanah.



Gambar 5: Proses panen papaya California di Desa Pontang yang sedang dikemas dan dinaikkan ke atas pick up.



Gambar 6: Proses penimbangan papaya California.



Gambar 7: Wawancara peneliti dengan Kepala Desa Pontang



Gambar 8: Wawancara peneliti dengan ketua kelompok tani papaya California Desa Pontang.



Gambar 9: Wawancara peneliti dengan petani papaya Desa pontang.



Gambar 10: Wawancara peneliti dengan pemilik UD. Bintang Buah yang tempat di Desa Puger.

