

**ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens* L.) DI DESA SUKA  
MAKMUR KECAMATAN PATILANGGIO KABUPATEN POHUWATO**

*The Marketing Analysis of Cayenne Pepper (*Capsicum frutescens* L.) in Suka Makmur Village  
Patilanggio Subdistrict Pohuwato Regency*

**Irwan Nooyo<sup>1\*</sup> dan Fatmawati<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Program Studi Agroteknologi Fakultas Pertanian dan Ilmu Perikanan Universitas Pohuwato*  
<sup>1\*</sup>*irwan.nooyo87@gmail.com;* <sup>2</sup>*fathyafath.ff@gmail.com*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit, 2) untuk mengetahui margin pemasaran cabai rawit dan 3) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa SukaMakmur Kecamatan Patilanggio. Teknik pengambilan sampel dengan metode sensus. Jumlah sampel sebanyak 26 orang petani dan 4 orang pedagang pengumpul. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis margin pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio memiliki 2 saluran pemasaran. 2) Margin pemasaran pada usahatani cabai rawit di Desa Suka Makmur di Kecamatan Patilanggio tertinggi pada saluran pemasaran satu yaitu sebesar Rp. 7.667/Kg dan 3) Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio sudah efisien diketahui dari nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 0,43% dan pada saluran pemasaran II sebesar 0,15%

**Kata kunci : cabai rawit, pemasaran, margin pemasaran**

**ABSTRACT**

*The objectives of this study are 1) to determine the marketing channels of Cayenne pepper, 2) to determine the marketing margin of Cayenne pepper, and 3) to determine the marketing efficiency of Cayenne pepper in Suka Makmur Village, Patilanggio Subdistrict. The sampling technique used the census method. The number of samples amounts to 26 farmers and 4 traders collectors. The analytical method used in this research was the marketing margin analysis and marketing efficiency analysis. The results on the study indicated that: 1) The marketing channel of Cayenne pepper in Suka Makmur Village, Patilanggio Subdistrict has two marketing channels. 2) The marketing margin on Cayenne pepper farming in Suka Makmur Village, Patilanggio Subdistrict was the highest in marketing channel I, which is IDR 7,667/Kg, and 3) The marketing channel of Cayenne pepper in Suka Makmur Village, Patilanggio Subdistrict is efficient, which is known from the efficiency value of marketing channel I of 0.43% and marketing channel II of 0.15%.*

**Keywords: cayenne pepper, marketing, marketing margin**

**PENDAHULUAN**

Cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.) termasuk salah satu komoditas sayuran yang diusahakan oleh petani karena memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Konsumen akan tetap membutuhkan cabai rawit karena manfaat dan kandungan yang dimilikinya tidak terdapat pada komoditas

lain. Cabai mengandung *capsaisin* yang berkhasiat sebagai stimulan, *dihydrocapsaicin*, Vitamin A dan Vitamin C, zat warna kapsantin, *karoten*, *kapsarubin*, *zeasantin*, *kriptosantin*, *clan lutein*. *Capsaicin* jika dikonsumsi dalam jumlah banyak akan mengakibatkan rasa terbakar di

mulut serta dengan keluarnya air mata. Kalium, fosfor, kalsium, zat besi, dan niasin juga terkandung pada cabai (Priyadi, 2015).

Cabai rawit (*C. frutescens*) diperkirakan telah ada sekitar 20-30 spesies yang tumbuh di Amerika. Tanaman sayuran ini biasa disebut dengan mengkreng/cengis sedangkan dalam Bahasa Inggris disebut dengan *hot papper*. Di antara banyaknya spesies cabai terdapat beberapa yang telah akrab dan dibudidayakan yaitu *C. annum* (*C. annum var, annum*), *c. frutesens*, *C. chinensis*, *C. baccatum* dan *C. Pubescens* (Dirjen Bina Produksi Hortikultura, 2003).

Kabupaten Pohuwato merupakan salah satu wilayah yang menjadi sasaran utama dalam pengembangan tanaman hortikultura. Lahan pertanian yang dimiliki cukup luas sebesar 94.449,9 Ha. Lahan kering sebesar 89.567,7 Ha dan lahan basah sebesar 4.882,2 Ha (BPS Pohuwato, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Pohuwato memiliki lahan pertanian yang dapat dimanfaatkan oleh petani untuk meningkatkan pendapatannya. Lahan kering yang dimiliki dimanfaatkan untuk membudidayakan komoditi cabai rawit. Adapun luas panen cabai rawit yang ada di Kabupaten Pohuwato sebesar 725 ha. Kecamatan Patilanggio menjadi salah satu daerah yang memiliki luas panen cukup

besar yaitu 53 ha. Akan tetapi dalam pengembangannya komoditi ini masih memiliki beberapa permasalahan, seperti dalam budidaya, banjir, rendahnya diseminasi teknologi, tingginya biaya transportasi, minimnya infrastruktur, dan belum ada jaminan harga. Oleh karena itu diperlukan strategi khusus untuk pengembangan agribisnis cabai rawit di Kabupaten Pohuwato sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani.

Pemasaran adalah salah satu mata rantai terpenting dan memiliki peranan yang besar terhadap pendapatan petani. Stabilitas ekonomi kerakyatan di berbagai bidang dapat tercapai apabila tercipta kelancaran pedagang serta kelancaran berbagai komoditas khususnya komoditas pokok dan penting. Tersedianya pasar untuk hasil pertanian akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan produksi. Sebab walaupun produksi mengalami peningkatan tetapi tidak dapat dipasarkan maka akan sia-sia upaya untuk meningkatkan produksi tersebut (Sunarto dalam Ningsih, 2012).

Proses aliran barang yang terjadi dalam pasar disebut pemasaran. Proses pengaliran barang dari produsen ke konsumen akhir disertai penambahan guna melalui proses pengolahan, penambahan

guna tempat melalui proses pengangkutan dan penambahan guna waktu melalui proses penyimpanan. Tempat konsumen yang seringkali terpisah jauh dari produsen sehingga produk pertanian harus diangkut dan kemudian disalurkan dari lokasi produsen ke konsumen (Sudiyono, 2002).

Jarak yang dapat diisi antara produsen dan konsumen oleh berbagai perantara dikenal sebagai *trade channels of distribution* yang melakukan berbagai fungsi. Karena adanya jarak tersebut maka fungsi badan perantara sangat diharapkan kehadirannya untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen melalui aktifitas atau kegiatan yang dikenal sebagai perantara. Produsen tidak mungkin melaksanakan sendiri penyaluran hasil produksinya, karena tidak efisien, modal investasi yang besar, pengawasan lebih sulit, banyak prosonil dan sebagainya serta daerah geografis yang luas sulit untuk dijangkau (Kotler dan Amstrong, 2004).

Efisien komoditas pertanian pada suatu sistem pemasaran dikatakan efisien apabila mampu menyalurkan hasil-hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya semurah-murahnya dan mampu membagi adil dari keseluruhan harga yang telah dibayar oleh konsumen kepada semua pihak

yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran. Efisiensi dapat tercipta jika:

- 1) Keuntungan pemasaran lebih tinggi dengan menekan biaya pemasaran.
- 2) Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi.
- 3) Tersedianya fasilitas fisik pemasaran.
- 4) Terdapat kompetisi pasar yang sehat.

Tingginya biaya pemasaran disebabkan karena kurang tepatnya saluran pemasaran. Pemilihan saluran pemasaran merupakan masalah yang sangat penting. Efisiensi pemasaran juga tergantung kepada saluran pemasaran. Pemasaran yang efisien dapat tercipta apabila produsen mampu menyalurkan barang ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya. Selain itu juga mampu membagi dengan adil dari keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen akhir kepada semua yang terlibat pada kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut (Rosmawati, 2011).

Tujuan penelitian yaitu: 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio, 2) Untuk mengetahui margin pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio, dan 3) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran cabai rawit

di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. Penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Juni 2021.

### **Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari:

1. Data primer bersumber dari wawancara langsung kepada responden dan metode observasi (pengamatan) ke tempat penelitian di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato.
2. Data sekunder bersumber dari BPS Pohuwato, Dinas Pertanian Kabupaten Pohuwato, BPPPK Kecamatan Patilanggio, Kantor Desa Suka Makmur, buku dan jurnal yang mendukung penelitian ini.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah petani dan pedagang cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato yang berjumlah 26 petani cabai, 4 orang pedagang pengumpul dan 6 orang pedagang pengecer.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampling jenuh digunakan pada penarikan sampel ini yaitu dengan menjadikan seluruh populasi menjadi sampel. Jadi yang dijadikan sampel yaitu seluruh petani dan pedagang cabai rawit yang ada di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato yang berjumlah 36. Petani cabai rawit berjumlah 26 orang dan pedagang pengumpul 4 orang dan pedagang pengecer 6 orang.

### **Teknik Pengambilan Data**

#### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari:

- a) Margin pemasaran. Margin pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran (Rp)

Hp = Harga Penjualan (Rp)

Hb = Harga Pembelian (Rp)

Untuk menghitung total margin digunakan rumus sebagai berikut:

$$MT = M1 + M2 + M3 \dots Mn$$

Keterangan :

MT = Margin total Tataniaga (Rp)

M1 = Lembaga Pemasaran 1 (Rp)

M2 = Lembaga Pemasaran 2 (Rp)

M3 = Lembaga Pemasaran 3 (Rp)

Mn = Marjin pemasaran lainnya (Rp)

- b) Efisiensi tataniaga pemasaran diukur berdasarkan pada perbandingan dua harga dalam persamaan sebagai berikut:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

TB = Total biaya pemasaran

TPN = Total nilai produk

EP = Efisiensi pemasaran

Kriteria efisiensi pemasaran yaitu:

- 0 - 33% = sudah efisiensi
- 34 - 67% = kurang efisiensi
- 68 - 100% = tidak efisiensi

## HASIL PENELITIAN

### Umur responden

Umur responden disajikan pada tabel 1. Tabel 1 menunjukkan bahwa petani yang melakukan kegiatan usahatani cabai rawit didominasi oleh kelompok umur 41-49 tahun sebanyak 10 orang responden (38,15%) dan terendah kelompok umur 23-31 tahun sebanyak 3 responden (11,85%).

**Tabel 1.** Kelompok umur responden di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato, 2021

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	23-31	3	11,85
2	32-40	7	26,31
3	41-49	10	38,15
4	50-58	6	23,69
Jumlah		26	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021

Petani yang melakukan kegiatan usahatani cabai rawit masih tergolong dalam usia produktif. Umur merupakan salah satu faktor yang berkaitan dengan kemampuan petani dalam melakukan kegiatan usahatani cabai rawit.

## 2. Pendidikan Responden

Jenis pendidikan yang dimaksud adalah pendidikan formal yang diselesaikan

oleh petani. Namun tidak menutup kemungkinan pendidikan non formal seperti pelatihan atau penyuluhan turut berpengaruh terhadap kemampuan petani dalam melakukan kegiatan usahatani cabai rawit. Untuk lebih jelasnya tingkat pendidikan responden dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Pendidikan responden

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	13	50,00
2	SMP	4	15,40
3	SMA	9	34,60
	Jumlah	26	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 2 terlihat bahwa pendidikan responden pada tingkat SD berjumlah 13 orang (50%), pada tingkat SMP berjumlah 4 orang (15,4%), dan pada tingkat SMA berjumlah 9 orang (34,6%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan formal petani cabai rawit cukup tinggi,

sehingga petani di Desa Suka Makmur mampu untuk mengelola usahatannya dengan cukup baik.

### 3. Tanggungan Keluarga Responden

Jumlah tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3.** Tanggungan keluarga

No	Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0	2	7,7
2	1-2	16	61,5
3	3-4	8	30,8
	Jumlah	26	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 3 menunjukkan bahwa tanggungan keluarga responden terbanyak yaitu 1-2 jiwa sebesar 16 orang (61,5%) dan terendah adalah responden yang tidak memiliki tanggungan keluarga (2 responden; 7,7%). Besarnya beban tanggungan keluarga menjadi motivasi dalam hal ini selaku kepala keluarga untuk lebih berusaha meningkatkan pendapatan usahanya agar kebutuhan keseluruhan anggota keluarga dapat terpenuhi. Apabila kebutuhan keluarga sudah terpenuhi maka dapat dikatakan kesejahteraan petani semakin meningkat.

### 4. Pengalaman Responden

Pengalaman melakukan kegiatan usahatani cabai rawit mempengaruhi perilaku petani dalam mengelola usahanya. Bagi petani yang memiliki pengalaman berusahatani lebih lama atau banyak, cenderung memiliki banyak pengetahuan dibandingkan dengan yang tidak, sehingga mereka lebih berhati-hati untuk mengambil keputusan. Lama berusahatani responden dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** Pengalaman responden

No	Pengalaman Responden (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0-5	5	19,2
2	6-10	13	50,0
3	10-16	8	30,8
	Jumlah	26	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan pengalaman responden dalam melakukan usahatani cabai rawit tertinggi adalah lebih dari 6-10 tahun sebanyak 13 responden (50%) dan terendah responden yang memiliki pengalaman 0-5 tahun sebanyak 5 responden (19,2%).

**Tabel 5.** Luas lahan petani responden

No	Luas Lahan (Ha)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	0,25 - 0,75	16	61,50
2	1 – 3	10	38,50
	Jumlah	26	100

Sumber : Data primer setelah diolah, 2021

Tabel 5 menunjukkan bahwa luas lahan responden didominasi oleh petani yang memiliki lahan 0,25 – 0,75 Ha sebanyak 16 responden (61,5%) sedangkan yang terendah adalah petani yang memiliki luas lahan 1 – 3

**Tabel 6.** Umur pedagang responden.

Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah(Orang)	Persentase (%)
39 – 43	3	75
>43	1	25
Jumlah	4	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa kelompok umur pedagang responden didominasi oleh kelompok umur 39 - 43 tahun sebanyak 3

## 5. Luas Lahan Responden

Petani cabai rawit di Desa Suka Makmur mempunyai luas lahan antara 0,5 sampai 1 ha. Luas lahan petani cabai rawit dapat dilihat pada tabel 5.

Ha sebanyak 10 orang (38,5%) dari total responden.

## Karakteristik Pedagang Responden

### Umur Pedagang Responden

Umur pedagang berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel 6.

orang (75%) dan terendah kelompok umur di atas 43 tahun sebanyak 1 responden (25%).

## 2. Pendidikan Pedagang Responden

Pendidikan pedagang responden keseluruhannya memiliki pendidikan setara SMA. Pendidikan merupakan salah satu indikator penting dalam melakukan kegiatan usaha dagang, karena dengan pendidikan yang tinggi pedagang dapat mengatur dengan baik manajemen usaha dagangannya.

**Tabel 7.** Lama berusaha pedagang responden

Lama Berusaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
3-10	3	75
>10	1	25
Jumlah	4	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 7 menunjukkan bahwa lama responden menjadi pedagang didominasi oleh lama berusaha 3-10 tahun sebanyak 3 responden (75%) dan terendah responden yang memiliki lama berusaha lebih dari 10 tahun sebanyak 1 responden (25%).

**Tabel 8.** Tanggungan keluarga pedagang responden

Tanggungan Keluarga (Jiwa)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
2-3	3	75
>3	1	25
Jumlah	4	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

Tabel 8 menunjukkan tanggungan keluarga pedagang tertinggi 2-3 jiwa sebanyak 3 responden (75%) dan terendah responden yang memiliki tanggungan keluarga di atas 3 jiwa sebanyak 1 responden (25%).

### 5. Pemasaran Cabai Rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio

### 3. Lama Berdagang

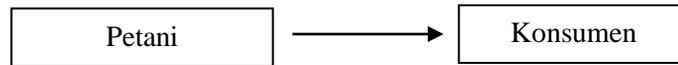
Lama berusaha jual beli cabai rawit pedagang antara 5 – 8 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang telah memiliki pengalaman yang cukup dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Lama berusaha dagang dapat dilihat pada tabel 7.

### 4. Tanggungan Keluarga Pedagang

Semakin besar jumlah tanggungannya, semakin besar pula pengaruhnya terhadap pendapatan yang diterima pedagang tersebut. Tanggungan keluarga pedagang dapat dilihat pada tabel 8.

Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I mulai dari produsen langsung menjual kepada konsumen. Selanjutnya untuk saluran pemasaran II petani menjual kepedagang pengumpul, kemudian ke pedagang pengecer dan terakhir konsumen.

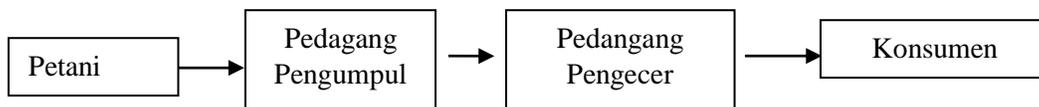
Skema saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.** Skema saluran pemasaran I

Pada skema saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani langsung ke konsumen. Petani menjual hasil panen cabai rawit langsung kepada konsumen. Saluran pemasaran disebut dengan saluran pemasaran langsung. Cara penjualannya yaitu dengan cara

dipajang di depan rumah petani itu sendiri yang diisi dalam kemasan plastik kecil dengan harga jual sebesar Rp. 10.000-15.000 per satu kemasan plastik kecil. Konsumen adalah masyarakat yang ada di sekitar Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio.



**Gambar 2.** Skema saluran pemasaran II

Pada skema saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani- pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Petani menjual hasil panen cabai rawit kepada pedagang pengumpul dengan harga rata-rata sebesar Rp. 64.667 kemudian pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang pengecer sebesar Rp. 72.333 dan pedagang pengecer menjual kembali cabai rawit tersebut kepada konsumen sebesar Rp. 75.000 sampai Rp. 80.000.

### **Margin Pemasaran**

Margin pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato dapat dilihat pada tabel 9.

Berdasarkan Tabel 9, pada saluran pemasaran I tidak terdapat margin pemasaran karena petani langsung menjual kepada konsumen, dengan harga cabai rawit Rp. 80.000/Kg. Cara penjualannya dengan dipajang di depan rumah, dan dikemas dalam kantong plastik. Untuk ukuran 1 kg cabai rawit diecer menjadi 5 kantong plastik yang masing-masing berisi 200 gram/kantong plastik.

**Tabel 9.** Distribusi margin pemasaran cabai rawit pada lembaga pemasaran di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato

No.	Lembaga Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
1	Petani	75.000	-	-
	Konsumen	-	75.000	-
2	Petani	64.750	-	-
	Pedagang Pengumpul	72.500	64.750	7.750
	Pedagang Pengecer	80.000	72.500	7.500
	Konsumen	-	80.000	-

Sumber : Data Primer Setelah diolah 2021

Saluran pemasaran II, terdapat margin pemasaran yakni pada tingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul dengan lembaga pemasaran pedagang pengecer marginnya sebesar Rp7.750/kg, sedangkan pada lembaga pemasaran pedagang pengecer dengan konsumen marginnya sebesar Rp 7.500/kg.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah biaya angkutan dan biaya kemasan dengan rata-rata isi setiap kemasan yang digunakan sebanyak 50 kg. Berikut biaya yang dikeluarkan oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dalam proses penjualan.

Tabel 10 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I petani melakukan penjualan cabai rawit langsung ke konsumen dengan harga jual rata-rata sebesar Rp.75.000 dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 2.767/Kg cabai rawit sehingga keuntungan yang diperoleh

petani adalah sebesar Rp 72.233. Pada saluran pemasaran II menunjukkan bahwa biaya pemasaran cabai rawit yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 390/kg. Harga jual yang diperoleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 72.500/kg dengan pembelian kepada produsen sebesar Rp. 64.750/kg. Harga penjualan ditingkat pengecer sebesar Rp. 80.000 dengan total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 79/Kg cabai rawit Sehingga margin pemasaran cabai rawit adalah sebesar Rp. 7.921/kg cabai rawit.

#### **Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Rawit.**

Efisiensi pemasaran cabai rawit akan terjadi bila biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan yang diperoleh dapat lebih tinggi. Nilai efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio dapat dilihat pada tabel 11.

**Tabel 10.** Biaya pemasaran dan keuntungan

Uraian	Volume (Kg)	Jumlah (Rp/Kg)
Saluran I		
Harga Cabai	9	75.000
Biaya Pemasaran		
Kemasan		2.767
Keuntungan		72.233
Saluran Pemasaran II		
Petani	98.88	
Harga Jual		63.133
Pedagang pengumpul		
Angkutan	593	210
Kemasan		80
Tenaga Kerja		100
Biaya Pemasaran		390
Harga Pembelian		64.750
Harga Jual		72.500
Pedagang Pengecer		
Retribusi		12
Kemasan		67
Biaya Pemasaran		79
Harga Pembelian		72.000
Harga Jual		80.000
Margin pemasaran		7.921

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2021

**Tabel 11.** Nilai efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio

No	Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi (%)
1	I	2.767	225.000	0,43
2	II	169.500	7.700.438	0,15

Sumber: Data Primer setelah diolah 2021

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio pada saluran pemasaran I sebesar 0,43% dan pada saluran pemasaran II sebesar 0,15%. Hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur sudah Efisien hal ini karena pemasaran cabai rawit hanya melibatkan 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang

pengecer. Selain itu biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang tergolong kecil yaitu sebesar Rp. 2.767 untuk saluran pemasaran I dan Rp. 169.500 untuk saluran pemasaran II.

Efisiensi merupakan suatu ukuran keberhasilan yang dinilai dari segi besarnya sumber/biaya untuk mencapai hasil kegiatan dari yang dijalankan. Efisiensi pemasaran akan terjadi jika biaya pemasaran dapat

ditekan sehingga keuntungan dapat lebih tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran, kompetisi pasar yang sehat serta margin pemasaran rendah (Junaedi, 2020).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio memiliki 2 saluran pemasaran.
2. Margin pemasaran pada usahatani cabai rawit di Desa Suka Makmur di Kecamatan Patilanggio tertinggi pada saluran pemasaran dua yaitu sebesar Rp. 7.360/Kg
3. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio sudah efisien diketahui dari nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 0,43% dan pada saluran pemasaran II sebesar 0,15%.

### Saran

Kepada petani untuk dapat lebih meningkatkan produksi cabai rawit sehingga petani dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

Adhawiyah, dkk. Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Kabupaten Boalemo. *Agrinesia*

Vol 2 No 3.

Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. 2003. *Pedoman Umum Budidaya Cabai Merah*. Direktorat Jendral Tanaman Sayuran, Hias dan Aneka Tanaman.

Junaedi. 2020. *Pola Distribusi dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Pacing Kecamatan Patimpeng Kabupaten Bone*. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.

Kotler, P dan Armstrong, G. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid ke- 2 edisi ke- 9. PT: Indeks. Jakarta.

Ningsih, K. 2012. Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Petani Jambu Air Camplong (*Syzygium aqueum*). *Jurnal Agromix*, Volume 1 No. 1.

Priyadi, I. 2015. *Kandungan dan Manfaat Cabai Merah untuk Kesehatan*. <http://cybex.pertanian.go.id/materipenyuluhan/cetak/10071>. Diakses tanggal 20 Februari 2021.

Rosmawati, H. 2011. Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal AgronobiS*, Vol. 3, No. 5.

Sudiyono, 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.