**ANALISIS PEMASARAN USAHATANI CABAI MERAH KERITING DI KELURAHAN SEI SELINCAH
KECAMATAN KALIDONI PALEMBANG**

Endah Novitarini^{*)1)}

¹⁾Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sjakhyakirti

^{*)}Penulis untuk korespondensi: endahnovitarini52@gmail.com

ABSTRACT

This research is titled marketing analysis of curly red chili farming in Sei Selincah Subdistrict Kalidoni Palembang as for the purpose of this research is to find out: 1. to edit the marketing channel inKelurahan Sei Selincah District Kalidoni 2. How much is the marketing cost in Sei Selincah Subdistrict Kalidoni 3. Margin Marketing in Sei Selincah Subdistrict kalidoni 4. Farmer's share in farmers

This research was conducted in Sei Selincah SubDistrict, Kalidoni, Palembang, which began in January 2020. The research method used is the survey method of keriring red chili farmers in Kelurahan Sei Selincah District Kalidoni Palembang. The method of withdrawal of examples is done in a *segaja* (purposive) with the number of sample as many as 15 farmers examples, while the method of retrieving marketing institutions using snowball sampling (snowball rolling).

Based on the results of the research is that there are 3 marketing channels of curly red chilies in Sei Selincah Village consisting of three marketing channels, namely a) farmers-merchants village-consumer collectors, b) farmers - large traders - retailers - consumers, c) farmers - big collectors - lemabang markets - retailers - consumers. The marketing cost of channel 1 is Rp.570,00 channel II Rp.740,00 channel III Rp. 733.33, Channel I marketing margin Rp.5000,00, channel II Rp.6.500,00 and channel III Rp. 7.667.00 next farmer share on channel I 85.7 percent followed channel II 71.1 percent and channel III 58.82 percent.

Keywords : marketing channels, marketing costs, marketing margins, curly red chilies

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan untuk: 1. mengidentifikasi saluran pemasaran di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni 2. Berapa besar biaya pemasaran di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni 3. Margin Pemasaran di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan kalidoni 4. *Farmer's share* yang di petani

Penelitian ini lakukan di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang yang dimulai pada bulan Januari 2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei terhadap petani cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang. Metode penarikan contoh dilakukan secara *segaja* (*purposive*) dengan jumlah sample sebanyak 15 petani contoh, sedangkan metode pengambilan lembaga pemasaran menggunakan snowball sampling (bola salju mengelinding).

Berdasarkan hasil penelitian adalah bahwa ada 3 saluran pemasaran cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu a) petani-pedagang pengepul desa-konsumen, b) petani – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, c) petani – pedagang pengepul besar – pasar lemabang – pedagang pengecer – konsumen. Biaya pemasaran saluran 1 adalah Rp.570,00 saluran II Rp.740,00 saluran III Rp. 733,33, Margin pemasaran saluran I Rp.5000,00, saluran II Rp.6.500,00 dan saluran III Rp. 7.667,00 selanjutnya *farmer share* pada saluran I 85,7 persen di ikuti saluran II 71,1 persen dan saluran III 58.82 persen.

Kata kunci : *saluran pemasaran, biaya pemasaran, margin pemasaran, cabai merah keriting*

PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor yang sangat berperan dalam kehidupan manusia. Ketersediaan sumber pangan untuk makhluk hidup ditentukan oleh

adanya kegiatan dibidang pertanian. Masyarakat Indonesia banyak yang bergantungpada pertanian sebagai sumber mata pencaharian untuk memperolehpendapatan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari cabai merupakan salah satu komoditas

hortikultura yang banyak dibutuhkan konsumen di Indonesia, karena merupakan salah satu dari sembilan kebutuhan pokok masyarakat, dengan tingkat konsumsi yang cenderung meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2010 permintaan akan cabai nasional untuk cabai merah mencapai 1.220.088 ton dengan rata rata konsumsi Cabai perkapita mencapai 0,43kg/kapita/bulan, sehingga konsumsi perkapita per tahun penduduk Indonesia mencapai (4–5) kg (Rostini, 2011).

Siklus kebutuhan cabai di Indonesia meningkat menjelang event tertentu, seperti memasuki bulan puasa dan lebaran, natal dan tahun baru. Pada saat-saat tertentu, permintaan cabai yang tinggi diiringi dengan harga yang melambung, terutama jika event - event tersebut bertepatan dengan musim hujan. Biasanya pada musim hujan petani yang menanam cabai hanya sedikit dan banyak gagal panen akibat serangan hama dan penyakit. Akibatnya, keberadaan cabai di pasaran menjadi langka dan secara otomatis harganya melonjak tinggi. (Wiryanta, 2011).

Jumlah pasokan cabai merah keriting (*Capsicum annum L*) di pasaran yang tidak mampu memenuhi permintaan konsumen mengakibatkan harga melambung tinggi. Hal ini disebabkan cabai merah keriting telah menjadi kebutuhan penting bagi sebagian besar Masyarakat yang belum dapat tergantikan dengan komoditas lain. Selain sebagai komoditi yang mempunyai kapasitas menaikkan taraf pendapatan petani, cabai merah keriting juga mempunyai nilai ekonomis yang tinggi. Cabai merah keriting merupakan tanaman perdu dari family terong-terongan. Cabai berasal dari Benua Amerika tepatnya daerah Peru dan menyebar ke Negara-negara Benua Amerika, Eropa, dan Asia termasuk Indonesia. (Miskun, 2013).

Tanaman cabai merah keriting merupakan jenis komoditi pertanian yang berprospek cerah, karena peminat terhadap komoditi ini cukup tinggi. cabai merah keriting dibutuhkan manusia, karena cabai merah keriting mempunyai kandungan vitamin C (karbohidrat dan mineral pada cabai merah keriting tidak dapat disubstitusikan untuk makanan pokok). Cabai merah keriting adalah komoditi hortikultura penting di Indonesia yang dikonsumsi sebagian besar penduduk tanpa memperhatikan tingkat social. Selain sebagai komoditi yang mempunyai kapasitas menaikkan taraf pendapatan petani, cabai merah keriting juga mempunyai nilai ekonomis yang tinggi (Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian Jakarta, 2015).

Komoditi hortikultura pada umumnya, Hasil hortikultura merupakan barang pasaran sehari-hari, berbeda dengan hasil pertanian yang lain yang merupakan barang timbunan, yang dapat disimpan dalam waktu yang cukup lama, peranan pemasaran pada komoditi tanaman cabai merah keriting memberi kontribusi penting dalam peningkatan kinerja usahatani cabai secara keseluruhan mengingat sifat unik komoditi hortikultura pada umumnya mudah membusuk dan rusak. Sifat-sifat ini menuntut adanya perlakuan yang sangat khusus seperti pengangkutan yang berhati-hati, pengepakan yang baik, penyimpanan dengan suhu yang sesuai dengan metode pengawetan lain sehingga komoditas dimaksud dapat bertahan dalam waktu yang cukup lama. Untuk menyapaikan barang dari produsen ke konsumen melalui saluran pemasaran yaitu melalui suatu badan atau lembaga-lembaga yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran (Saefuddin, 2004).

Menurut Kartasapoetra (2005), bahwa kelembagaan pemasaran yang berperan dalam memasarkan komoditas pertanian hortikultura dapat mencakup petani, pedagang pengumpul, pedagang perantara/grosir dan pedagang pengencer. Kelembagaan pemasaran yang berperan dalam pemasaran komoditi hortikultura adalah berupa pasar Tradisional, pasar modern dan pasar industri.

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung (Suroto, 2000).

Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang merupakan salah satu tempat pertanian yang mempunyai lahan 1200 hektar dan 1 kelompok tani terdiri 15 petani. Berdasarkan hasil pengamatan/survei lapangan di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni permasalahan tanaman Cabai Merah Keriting salah satunya pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* dan kontribusi usahatani terhadap pendapatan keluarga.

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang dijadikan sasaran dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai merah keriting yang terdapat di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang ?

2. Berapa besar biaya pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* yang diterima oleh petani ?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengidentifikasi berbagai macam saluran pemasaran cabai merah keriting Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang.
2. Untuk menganalisis besar nya biaya pemasaran, margin pemasaran dan *farmer's share* yang diterima petani dan lembaga pemasaran dari masing-masing saluran pemasaran.
3. Untuk menghitung besarnya kontribusi pendapatan usahatani cabai merah keriting.

Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pemasaran cabai merah keriting dan kontribusi usahatani terhadap pendapatan keluarga.
2. Sebagai bahan kepustakaan bagi peneliti selanjutnya.

Model Pendekatan

Dalam diagramatik ini petani cabai merah keriting mengelolah kegiatan usahatani cabai merah keriting, usahatani lain dan luar usahatani dari usahatani ini nanti akan diperoleh efisiensi pemasaran pada akhirnya akan mendapatkan kontribusi pendapatan keluarga, lebih jelasnya dapat dilihat Gambar 1 :

Gambar 1. Model pendekatan secara diagramatik hubungan usahatani cabai meah keriting dengan efisiensi dan kontribusi pendapatan keluarga.

Batasan-batasan

- 1) Petani yang diambil sampel adalah petani yang berusaha tani cabai merah keriting Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang.
- 2) Saluran Pemasaran adalah suatu kegiatan penyaluran komoditi cabai merah keriting dari petani produsen ke lembaga pemasaran sehingga sampai ke konsumen.
- 3) Lembaga pemasaran adalah badan atau pihak-pihak yang memasarkan komoditi Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah .sampai ke konsumen yaitu pedagang pengumpul desa, pedagang besar, pasar lelabang, dan pedagang pengecer.
- 4) *Farmer's share* adalah harga yang diterima petani Cabai Merah Keriting dibagi dengan harga ditingkat konsumen dan dinyatakan dalam persen.
- 5) Biaya Pemasaran adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam memasarkan Cabai Merah Keriting dari Kelurahan Sei Selincah sampai ke konsumen (Rp/Kg).
- 6) Margin pemasaran adalah selisih harga jual dengan harga beli komoditi cabai merah keriting pada masing-masing lembaga pemasaran, terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan (Rp/Kg).
- 7) Keuntungan adalah balas jasa yang diperoleh masing-masing lembaga pemasaran dan dihitung dari selisih antara margin pemasaran dan biaya
- 8) Harga ditingkat konsumen adalah harga jual pedagang pengecer atau harga beli konsumen dan berlaku pada saat penelitian (Rp/Kg).
- 9) Harga cabai merah keriting yang dihitung adalah harga rata-rata yang berlaku pada saat penelitian (Rp/Kg).
- 10) Pendapatan keluarga adalah pendapatan usahatani cabai merah keriting ditambah pendapatan usahatani lain, ditambah pendapatan luar usahatani.
- 11) Kontribusi pendapatan cabai merah keriting adalah pendapatan usahatani cabai merah keriting dibagi dengan Total pendapatan keluarga dikali (100%)

PELAKSANAAN PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang, penentuan lokasi secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kelurahan Sei Selincah adalah salah satu tempat Petani cabai merah keriting. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari 2020 sampai Februari 2020.

Metode Penelitian Dan Penarikan Contoh

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. metode penarikan contoh dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan jumlah sample sebanyak 15 petani contoh, sedangkan metode pengambilan lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* (bola salju mengelinding) (Silalahi, 2009) Untuk mengidentifikasi lembaga yang terkait dalam pemasaran Cabai Merah Keriting harus ditelusuri terlebih dahulu saluran pemasarannya. Lembaga pemasaran terlibat itu adalah pedagang pengumpul desa, pedagang besar, pasar lelabang dan pedagang pengecer.

Dari berbagai lembaga yang terlibat dalam pemasaran Cabai Merah Keriting ini diambil contoh sebagai berikut :

1. Pedagang pengumpul desa sebanyak 1 orang
2. Pedagang pengumpul besar sebanyak 1 orang
3. Pedagang pasar sebanyak 1 orang
4. Pedagang pengecer sebanyak 2 orang

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dengan petani contoh dan pedagang dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu (Singaribum dan Effendi, 2009). Sedangkan data sekunder diperoleh dari dinas instansi yang terkait dalam penelitian .

Metode pengolahan data

Data yang diperoleh dari lapangan diolah secara tabulasi kemudian dilanjutkan dengan analisis biaya-biaya pemasaran, margin pemasaran dan bagian harga yang diterima petani, *Farmer's share* (Asmarataka 2012) yang diuraikan secara diskriptif.

Untuk menghitung Margin Pemasaran dari harga yang dibayar konsumen pada berbagai saluran pemasaran :

$$MP = H_j - H_b$$

Untuk menghitung keuntungan lembaga pemasaran (Share) dari harga yang di bayar konsumen menggunakan rumus :

$$KP = H_j - (BP + H_b)$$

Untuk menghitung bagian harga yang diterima petani dari harga yang dibayar konsumen (Farmer's share) digunakan rumus sebagai berikut :

$$FS = \frac{H_jP}{H_jA} \times 100 \%$$

Keterangan:

FS = Farmer's Share (%)

H_jP = Harga jual Petani (Rp/Kg)

H_jA = Harga Jual Akhir (Rp/Kg)

MP = Margin Pemasaran (%)

H_j = Harga jual (Rp/Kg)

H_b = Harga beli (Rp/Kg)

KP = Keuntungan lembaga Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas Petani sampel merupakan latar belakang untuk mengetahui kondisi petani dalam penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah petani cabai merah keriting. Adapun yang termasuk identitas responden tersebut adalah nama, umur, tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga dan lama berusahatani.

1. Umur Responden

Faktor umur dapat mempengaruhi kemampuan seseorang, baik kemampuan fisik maupun kemampuan mental. Kemampuan fisik disini menyangkut seseorang dalam bekerja, sedangkan untuk kemampuan mental menyangkut bagaimana cara seseorang berfikir dan menentukan keputusan yang akan diambil. Untuk lebih jelasnya distribusi umur petani sampel ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Umur Responden Contoh Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang, 2020.

No.	Umur (Tahun)	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
1.	25-45	15	66,67
2.	46-65	3	20,00
3.	>65	2	13,33
	Jumlah	20	100

Tabel 1 menjelaskan bahwa mayoritas petani yang berusahatani cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah merupakan petani yang berada pada usia produktif, usia produktif berada pada usia (25-65) tahun. Dengan kondisi petani yang rata-rata berumur produktif maka diharapkan mampu mengelola usahatani secara maksimal guna meningkatkan produksi.

2. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian, petani contoh pada tempat penelitian memiliki tingkat pendidikan

yang bervariasi pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa pendidikan petani contoh di Kelurahan Sei Selincah yang terbanyak adalah SD sebesar 8 dengan persentase (53,3 persen) orang. berdasarkan pada tingkat pendidikan formal, rata-rata petani menempuh pendidikan SD, hal ini disebabkan petani di daerah penelitian kurang mementingkan pendidikan, mereka mengandalkan kemampuan mereka sendiri dalam berusahatani yang sudah dilakukan dari keluarganya yang turun temurun.

Tabel 2. Tingkat Pendidikan Formal Responden Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Kota Palembang, 2020.

No.	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	SD	8	53,3
2.	SMP	5	33,3
3.	SMA	7	13,3
	Jumlah	20	100

Pendidikan merupakan salah satu sarana yang penting dalam usaha meningkatkan produksi. Selain pendidikan formal, pengetahuan mengenai pertanian juga dapat diperoleh dari pendidikan non formal seperti penyuluhan dari balai penyuluhan dan adanya demonstrasi tentang penggunaan alat-alat pertanian yang baru.

B. Saluran Pemasaran Cabai Merah Keriting

Proses pemasaran cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah terdiri dari tiga saluran pemasaran: saluran pemasaran I petani

memasarkan melalui pedagang pengumpul desa, hal ini dikarenakan petani sudah terikat untuk menjual ke pengumpul desa dan pengumpul desa juga langsung jual ke konsumen, saluran yang II petani memasarkan pedagang pengumpul besar kemudian ke pedagang pengecer, terakhir ke konsumen, Saluran III petani memasarkan pedagang pengumpul besar, kemudian ke pasar lembang, lalu pedagang pengecer dan terakhir ke konsumen, untuk melihat lebih jelasnya pendapatan ditampilkan pada Gambar 2 :

Gambar 2, Berdasarkan Saluran pemasaran cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah.

Keterangan :

- PPD : Pedagang Pengumpul desa
- PB : Pedagang Pengumpul Besar
- PL : Pasar Lembang
- PP : Pedagang Pengecer

C. Farmer's Share Cabai Merah Keriting

Farmer's share adalah bagian harga yang di terima dibagi harga jual konsumen. *Farmer's share* dalam suatu kegiatan pemasaran dapat dijadikan dasar atau tolak ukur efisiensi pemasaran. Semakin tinggi tingkat pemasaran *farmer's share* yang di terima, maka dikatakan semakin efisien

kegiatan pemasarann yang dilakukan dan sebaliknya semakin rendah *farmer's share* yang diterima, maka akan semakin rendah pula tingkat efisiensi dari suatu pemasaran. *Farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah dapat ditampilkan tabel 3.

Tabel 3. *Farmer's share* yang diterima petani dalam pemasaran Cabai Merah Keriting masing-masing Saluran di Kelurahan Sei Selincah, 2020.

Komponen	Harga jual Petani (Rp/Kg)	Harga beli Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
Saluran I	30.000,00	35.000,00	85,71
Saluran II	32.000,00	45.000,00	71,11
Saluran III	32.000,00	55.000,00	58,18

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa secara keseluruhan baik saluran pemasaran I *farmers's Share* nya mencapai 85,7 persen dan saluran pemasaran II mencapai 71,1 persen dan di bagian saluran pemasaran III *farmers's share* nya lebih rendah dari II mencapai 58,8 yang artinya saluran pemasaran I yang lebih tinggi dari saluran pemasaran II.

D. Margin dan Biaya Pemasaran Cabai Merah Keriting

Selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran atau selisih harga yang dibayarkan ditingkat pengecer dengan harga yang diterima oleh produsen (petani). Dengan kata lain, margin pemasaran menunjukkan perbedaan harga diantara tingkat lembaga dalam sistem pemasaran.

Tabel 4. Margin dan Biaya Pemasaran pada Usahatani cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah sampai kekonsumen akhir pada saluran I, 2020.

No	Uraian	Keterangan	
		Harga (Rp/Kg)	Share (%)
I. Petani			
	Harga jual	30.000,00	85,71
II. Pedagang pengumpul desa			
	Harga beli	30.000,00	85,71
	Biaya pemasaran	570,00	1,63
	Harga jual	35.000,00	100
	Keuntungan	4.430,00	12,66
	Margin	5.000,00	14,29
III. Konsumen			
	Harga akhir	35.000,00	100,00

Hal tersebut juga dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara apa yang dibayar oleh konsumen dan apa yang diterima oleh produsen dan apa yang diterima oleh produsen untuk produk pertaniannya. Margin pemasaran terdiri dari biaya Pemasaran dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang memasarkan cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni. Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan bahwa petani jual cabai merah keriting kepada pedagang pengumpul desa dengan harga Rp.30.000,00/Kg dengan Share 85,71 persen.

Pedagang pengumpul membeli dengan harga Rp.30.000,00/Kg dengan mengeluarkan biaya pemasaran sebesar Rp.570,00/Kg terdiri biaya angkut, biaya transportasi, penyusutan cabai merah keriting dan retribusi, penyusutan karung dengan share 1,63 persen. Margin pemasaran pada pedagang pengumpul desa Rp.5.000,00/Kg dengan share 14,29 persen dengan harga jual besar Rp.35.000,00/Kg dan keuntungan yang diterima pedagang pengumpul desa adalah sebesar 4.430,00/Kg dengan share mencapai 12,66 persen.

Selanjutnya margin dan biaya pemasaran serta keuntungan pemasaran cabai merah keriting di

Kelurahan Sei Selincah untuk saluran pemasaran II, ditampilkan pada Tabel 5, petani menjual cabai merah keriting dengan pedagang pengumpul besar harga Rp.32.000,00/Kg dengan share 71,11 persen, dan mengeluarkan biaya pemasaran seperti biaya angkut, biaya transportasi, penyusutan cabai dan retribusi lalu penyusutan karung dengan total biaya Rp.700,00/Kg dengan share 1,58 persen. Margin pemasaran pedagang pengumpul besar Rp.8000,00/Kg dengan share 17,78 persen dan mendapatkan keuntungan sebesar Rp.7.300,00/Kg share mencapai 16,22 persen, lalu di beli pedagang pengecer dengan harga Rp.40.000,00/Kg dan mengeluarkan biaya pemasaran Rp.780,00/Kg meliputi biaya angkut, biaya transportasi retribusi dan penyusutan karung dengan share mencapai 1,73 persen. Margin pemasaran pedagang pengencer Rp.5.000,00/Kg share 11,11 persen, keuntungan pedagang pengecer mencapai Rp.4220,00/Kg dengan share 9,38 persen pengecer pun menjualnya langsung ke konsumen akhir dengan harga Rp.45.000,00/Kg artinya Margin yang lebih besar di terima oleh pedagang pengumpul besar adalah Rp.8.000,00/kg.

Tabel 5. Margin dan Biaya Pemasaran pada Usahatani Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah sampai kekonsumen akhir pada saluran II, 2020.

No	Uraian	Keterangan	
		Harga (Rp/Kg)	Share (%)
I. Petani			
	Harga jual	32.000,00	71,11
II. Pedagang pengumpul besar			
	Harga beli	32.000,00	71,11
	Biaya pemasaran	700,00	1,56
	Harga jual	40.000,00	88,89
	Keuntungan	7.300,00	16,22
	Margin	8.000,00	17,78
III. Pedagang pengecer			
	Harga beli	40.000,00	88,89
	Biaya pemasaran	780,00	1,73
	Harga jual	45.000,00	100,00
	Keuntungan	4.220,00	9,38
	Margin	5.000,00	11,11
IV. Konsumen			
	Harga akhir	45.000,00	100,00

Selanjutnya untuk margin dan biaya cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincah untuk pemasaran serta keuntungan lembaga pemasaran saluran pemasaran III. ditampilkan pada tabel 6.

Tabel 6. Margin dan Biaya Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah sampai kekonsumen akhir pada saluran III .

No	Uraian	Keterangan	
		Harga (Rp/Kg)	Share (%)
I. Petani			
	Harga jual	32.000,00	58,18
II. Pedagang pengumpul besar			
	Harga beli	32.000,00	58,18
	Biaya pemasaran	880,00	1,60
	Harga jual	42.000,00	76,36
	Keuntungan	9.120,00	16,58
	Margin	10.000,00	18,18
III. Pasar lemabang			
	Harga beli	42.000,00	76,36
	Biaya pemasaran	550,00	1,00
	Harga jual	50.000,00	81,82
	Keuntungan	7.450,00	13,55
	Margin	8.000,00	14,55
IV. Padagang pengecer			
	Harga beli	50.000,00	90,91
	Biaya pemasaran	770,00	7,69
	Harga jual	55.000,00	100,00
	Keuntungan	4.230,00	7,67
	Margin pemasaran	5.000,00	9,09
V. Konsumen			
	Harga akhir	55.000,00	100,00

Berdasarkan Tabel 6 bahwa di jelaskan pada saluran III ini, petani di Sei Selincih menjual cabai merah keriting dengan harga Rp.32.000,00/Kg dan pedagang pengumpul besar membeli dengan harga Rp.32.000,00/Kg dengan share 58,18 mengeluarkan biaya angkut, biaya transportasi dan penyusutan cabai, retribusi penyusutan karung dengan total biaya Rp.880,00/Kg share 1,60 persen.

Margin pemasaran yang diterima pedagang besar Rp.10.000,00/Kg Share 18,18 persen dan keuntungan yang diterima Rp.9.120,00/Kg dengan harga jual Rp.42.000,00/Kg, Selanjutnya Pedagang besar menjual kepasar lelabang dengan harga Rp.42.000,00/Kg dengan share 76,36 persen, dengan mengeluarkan biaya Rp.550,00/Kg meliputi biaya angkut, biaya transportasi dan penyusutan cabai, retribusi dan penyusutan karung. Margin pemasaran yang diterima sebesar Rp.8.000,00/Kg atau share 14,55 persen dan keuntungan lembaga yang diterima sebesar Rp.7.450,00/Kg dan share 13,55 persen harga jual pedagang pasar lelabang dengan harga Rp.50.000,00/Kg dengan share 90,91 persen.

Melalui pasar lelabang, pedagang pengecer membeli cabai merah keriting dengan harga Rp.50.000,00/Kg dengan share 90,91 persen, dengan biaya pemasaran sebesar Rp.770,00/Kg. Adapun margin yang diterima oleh lembaga pemasaran Rp.5.000,00/Kg atau share 9,09 persen. Keuntungan yang diterima pedagang pengecer Rp.4.230,00/Kg dan share 7,69 persen dengan harga jual cabai merah keriting kekonsumen akhir sebesar Rp.55.000,00/Kg atau share 100 persen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian adalah bahwa ada 3 saluran pemasaran cabai merah keriting di Kelurahan Sei Selincih terdiri dari tiga saluran pemasaran yaitu a) petani-pedagang pengepul desa-konsumen, b) petani – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen, c) petani – pedagang pengepul besar – pasar lelabang – pedagang pengecer – konsumen.
2. Biaya pemasaran saluran 1 adalah Rp.570,00 saluran II Rp.740,00 saluran III Rp. 733,33, Margin pemasaran saluran I Rp.5000,00, saluran II Rp.6.500,00 dan saluran III Rp. 7.667,00

selanjutnya *farmer share* pada saluran I 85,7 di ikuti saluran II 71,1 dan saluran III 58.82.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd, Rahim dan Diah Retno Dwi Hastuti. 2007. *Ekonomika Pertanian, Pengantar Teori dan Kasus*, Penebar Swadaya. Jakarta.
- Asmarantaka, Ratna W. 2012 *Pemasaran Agribisnis*. IPB-Press. Bogor
- Assuari, 2008. *Manajemen Pemasaran Pasar Konsep Strategi*. Rajawali Press. Jakarta.
- Balai Penelitian dan Pengembangan Pertanian. [www. Litbang.Pertanian.go.id](http://www.Litbang.Pertanian.go.id) 2015.Jakarta.
- Dirjen Bina Produksi hortikultura, Dapertemen Pertanian. 2003. Jakarta.
- Kartasapoetra, 2005.*Marketing Produk Pertanian dan Industri*.Rinerka Cipta. Jakarta.
- Kotler. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali press. Jakarta.
- Kotler, Susanto, 2000. *Manajemen Pemasaran Pertanian di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nazarudin. 2005. *Budidaya Pegaturan Panen Sayuran Dataran Rendah*. Penebar Swidaya. Jakarta.
- Nafarin, M. 2009. *Penganggaran Perusahaan*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Muhammad Firdaus, 2009. *Manajemen Agribisnis*. Penerbit : PT. Bumi Aksara : Jakarta.
- Mulyadi. 2007. *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat, dan Rekayasa*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Mosher. AT, 2002. *Menggerakan dan Membangun Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Miskun A.R. 2013. *Ketahanan Kultivar Cabai Merah (Capsicum Annul L) Terhadap Jamur Colletotrichum Capsici (Syd.) Butler & Bisby Penyebab Penyakit Antraknosa*. Lampung (skripsi tidak dipublikasikan)
- Nasution, A.H. danBarizi. 2004. *MetodeStatistik*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Rostini, N. 2011. *Enam Jurus Bertanaman Cabai Bebas Hama danPenyakit*. Agro media. Jakarta.
- Santika dan Adhi, 2016. *Agribisnis Cabai*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Saefuddin. 2004. *Pamasaran Industri Pertanian* Bogor. Pustaka Pelajar. Bogor.
- Soekartawi. 2002. *Pembangunan Pertanian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

- Singarimbun.M dan S. Effendi. 2009. Metode Penelitian Survei, LP3ES. Jakarta.
- Silalah, Ulber. 2009. Metode Penelitian Sosial. PT. Refika Aditama. Bandung.
- Suharjono, 2016. Akuntansi Perbankan. Edisi I. Salemba Empat. Jakarta.
- Suroto. 2000. Strategi Pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja. Gadjah Mada Universitas. Yogyakarta.
- Wiryanta, W. T. 2011. Panduan Lengkap Budidaya dan Bisnis Cabai. PT.Agromedia. Jakarta.