

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT
DI DESA BUALEMO KECAMATAN KWANDANG
KABUPATEN GORONTALO UTARA**

OLEH
MOHAMAD FAHRI BOBIHOE
P2217066

SKRIPSI



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

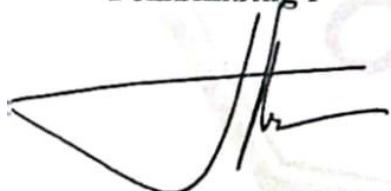
ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BUALEMO KECAMATAN KWANDANG KABUPATEN GORONTALO UTARA

OLEH
MOHAMAD FAHRI BOBIHOE
P2217066

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar sarjana
dan telah disetujui oleh tim pembimbing pada tanggal
....., 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Fardyansjah Hasan SP, M.Si
NIDN : 0929128805

Pembimbing II



Ir.H. Ramlin Tanaivo, M.Si
NIDY : 9925072007

HALAMAN PERSETUJUAN

ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA
BUALEMO KECAMATAN KWANDANG KABUPATEN
GORONTALO UTARA

OLEH

MOHAMAD FAHRI BOBIHOE
P2217066

Diperiksa Oleh Panitia Ujian Starata Satu (SD)

Universitas Ichsan Gorontalo

1. Fardyansjah Hasan SP,M.Si
2. Ir. Ramlin Tanaiyo, M.Si
3. Ulfira Ashari SP, M.Si
4. I Made Sudiarta SP, MP
5. Aidin M. Nusa S.TP, M.Si

(.....)
Fahri
Ulfira
Sudiarta
Aidin

Mengetahui



Dekan Fakultas Pertanian

Dr. Zainal Abidin, SP.,M.Si
NIDN: 0919116403

Ketua Program Studi



Ulfira Ashari, SP, M.Si
NIDN. 0906088901

PERNYATAAN

Dengan ini saya menayatakan bahwa :

1. Karya tulis (Skripsi) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penulisan saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benara dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Gorontalo, Maret 2023

Yang membuat pernyataan



Mohamad Fahri Bobihoe

P2217066

ABSTRACT

Mohamad Fahri Bobihoe. P2217066. Marketing Channel Analysis of Cayenne Pepper in Bualemo Village, Kwandang District, North Gorontalo Regency. Supervised by Fardyansjah Hasan SP, M.Si and Ir. Ramlin Tanaiyo, M.Si

One of the obstacles in reducing the price of cayenne pepper is the marketing process. Cayenne pepper is harvested and marketed in a fresh condition so that the flow of the marketing process is important because the freshness of the fruit can decrease the longer the marketing process is carried out. This study aims to determine the channel and marketing efficiency of cayenne pepper in Bualemo Village. The research was conducted from July to August 2022. The population in this study were cayenne pepper farmers in Bualemo Village and all cayenne pepper traders both as collectors and wholesalers. Based on information from the Bualemo Village Office, there are 20 farmers who are actively cultivating cayenne pepper. Furthermore, there are 2 collectors and 2 wholesalers. Saturated sampling was used in this study by making the entire population a sample. The results of the study are that there are two marketing channels for cayenne pepper in Bualemo Village, Kwandang District, North Gorontalo Regency. The first channel is from farmers directly to consumers then the second marketing channel is from farmers to village collectors, then to wholesalers and to consumers. Marketing channel I is the most efficient channel based on the farmer share value of 100%.

Keywords : Cayenne pepper, Efficiency, Marketing, Channel



ABSTRAK

Mohamad Fahri Bobihoe. P2217066. Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara. Dibawah bimbingan Fardyansjah Hasan SP, M.Si dan Ir. Ramlin Tanaiyo, M.Si

Salah satu kendala dalam penurunan harga cabai rawit yaitu pada proses pemasaran hasil. Cabai rawit dipanen dan dipasarkan dalam kondisi segar sehingga alur dari proses pemasaran menjadi penting disebabkan kesegaran buah dapat turun apabila semakin lama proses pemasaran dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan efisiensi pemasaran cabai rawit rawit di Desa Bualemo. Penelitian telah dilakukan bulan Juli hingga Agustus 2022. Poplusi pada penelitian ini adalah petani cabai rawit di Desa Bualemo dan seluruh pedagang cabai rawit baik sebagai pedagang pengumpul maupun pedagang besar. Berdasarkan informasi dari Kantor Desa Bualemo terdapat 20 petani yang aktif membudidayakan cabai rawit. Selanjutnya terdapat 2 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang besar. Sampling jenuh digunakan dalam penelitian ini dengan menjadikan seluruh populasi menjadi sampel. Hasil penelitian yaitu terdapat dua saluran pemasaran cabai rawit di Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara. Saluran pertama yaitu dari petani langsung ke konsumen kemudian saluran pemasaran kedua yaitu dari petani ke pengumpul desa, kemudian ke pedagang besar dan ke konsumen. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang paling efisien berdasarkan nilai *farmer share* 100 %.

Kata Kunci : Cabai Rawit, Efisiensi, Pemasaran, Saluran



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Tujuan pendidikan itu untuk mempertajam kecerdasan, memperkuuh kemauan serta memperhalus perasaan"

Tan Malaka

PERSEMBAHAN

Skripsi ku persembahkan sebagai wujud terima kasihku kepada keluarga tercinta. Kepada orang tua yang telah memberikan motivasi dan dukungan doa kepada saya. Kepada kakak dan adik yang terus mendukungku. Tidak lupa pula saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing I, Fardyanjah Hasan SP, M.Si, dan pembimbing II Ir. Ramlin Tanaayo, M.Si, yang selama ini telah membantu saya menyelesaikan skripsi ini. Serta semua rekan dan teman sejawat yang telah mensuport saya.

**ALAMAMATERKU TERCINTA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2023**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan maghfirah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang, Kabupaten Gorontalo Utara”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat ujian akhir dan kelulusan pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ketua yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Ichsan Gorontalo Ibu Dr. Juriko Abdussamad, M.Si.
2. Rektor Universitas Ichsan Gorontalo Bapak Dr. H. Abdul Gaffar Latjoke, M.Si.
3. Bapak Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo
4. Ibu Ulfira Ashari, SP., M.Si selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
5. Bapak Fardiansyah Hasan, M.Si selaku Pembimbing I yang telah memotivasi dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak Ir. H. Ramlin Tanaiyo, M.Si selaku Pembimbing II yang telah membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo yang telah membimbing dan mendidik penulis selama satu studi di kampus ini.
8. Kepada kedua orang tua, keluarga yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang, motivasi dan do'a yang tiada hentinya sampai masa studi ini selesai.

Gorontalo, Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	5
2.2 Sistem Pemasaran Cabai Rawit	6
2.3 Saluran Pemasaran Cabai Rawit.....	9
2.4 Kerangka Pikir Penelitian.....	12
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat	14
3.2 Jenis dan Sumber Data	14
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	14
3.4 Metode Pengumpulan Data	15
3.5 Analisis Data	16
3.6 Definisi Operasional.....	17

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	19
4.2 Karakteristik Responden	24
4.3 Hasil dan Pembahasan	28

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	33
5.2 Saran	33

DAFTAR PUSTAKA 34**LAMPIRAN.....** 36

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Uraian	Halaman
1.	Kerangka Pikir Penelitian	12
2.	Karakteristik Responden Menurut Luas Lahan	27
3.	Karakteristik Responden Menurut Kepemilikan Lahan	28
4.	Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bualemo.....	29

DAFTAR TABEL

Nomor	Uraian	Halaman
1.	Batas Wilayah Desa Bualemo	20
2.	Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin	21
3.	Keadaan Penduduk Menurut Umur	21
4.	Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	22
5.	Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian	23
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	24
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	25
8.	Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan	25
9.	Karakteristik Responden Menurut Lama Berusahatani	26
10.	Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bualemo	31

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Uraian	Halaman
1.	Kuesioner	36
2.	Data Hasil Penelitian.....	38
3.	Dokumentasi Penelitian	42
4.	Surat Izin Penelitian	44
5.	Surat Keterangan Dari Lokasi Penelitian.....	45
6.	Surat Keterangan Plagiasi	46
7.	Hasil Uji Turnitin	47
8.	Riwayat Hidup	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Cabai rawit merupakan salah satu bahan baku yang dibutuhkan setiap hari karena menjadi bahan pangan yang dikonsumsi setiap saat. Oleh karena itu kebutuhan cabai rawit terus mengalami peningkatan permintaannya seiring peningkatan jumlah penduduk sehingga berpengaruh terhadap perekonomian nasional. Walaupun cabai rawit bukan merupakan bahan pangan utama bagi masyarakat Indonesia, namun komoditi ini tidak dapat ditinggalkan, harus tersedia setiap hari dan harus dalam bentuk segar.

Harga cabai rawit yang menjajikan dapat memberikan potensi keuntungan yang tinggi petani yang mengusahakan. Keuntungan yang diperoleh dari budidaya cabai rawit umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan budidaya sayuran lain bahkan pada saat stok berkurang harganya bisa melambung tinggi. Salah satu kendala dalam penurunan harga cabai rawit yaitu pada proses pemasaran hasil. Cabai rawit dipanen dan dipasarkan dalam kondisi segar sehingga alur dari proses pemasaran menjadi penting disebabkan kesegaran buah dapat turun apabila semakin lama proses pemasaran dilakukan.

Pemasaran adalah salah satu subsistem penting dari sistem agribisnis. Kegiatan pemasaran merupakan suatu rangkaian kegiatan yang terjadi dalam proses mengalirkan barang dan jasa dari sentra produksi ke sentra konsumsi guna memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan bagi konsumen serta memberikan keuntungan bagi produsen. Hal tersebut menunjukkan bahwa peranan pemasaran sangat penting dalam rangka meningkatkan nilai guna bentuk, nilai guna waktu, nilai guna tempat dan nilai guna hak milik dari suatu barang dan jasa secara umum

dan juga pada komoditas pertanian. Sistem pemasaran cabai rawit juga sangat berpengaruh terhadap kenaikan ataupun penurunan produktifitas cabai merah di Indonesia.

Gorontalo Utara merupakan salah satu Kabupaten yang terletak di utara Provinsi Gorontalo. Perkembangan pertanian di Kabupaten Gorontalo Utara terutama komoditas hortikultura bertumpu pada budidaya cabai rawit. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Gorontalo Utara (2022), cabai rawit merupakan jenis komoditas hortikultura dengan luas panen terbesar yaitu 455 hektar pada tahun 2021. Harga jual komoditas cabai rawit cukup menjajikan dipasaran sehingga banyak petani yang mengusahakan cabai rawit. Meskipun demikian, petani sering terkendala pada proses pemasaran cabai rawit berkaitan dengan fungsi pemasaran seperti transportasi serta ketidaktahuan terhadap kondisi pasar. Selain itu cabai rawit merupakan produk segar yang akan mengalami penurunan kualitas apabila disimpan terlalu lama sehingga harus cepat dipasarkan.

Desa Bualemo merupakan salah satu Desa di Kecamatan Kwandang, Kabupaten Gorontalo Utara yang diketahui berdasarkan informasi dari Penyuluh Pertanian terdapat pengelolaan usahatani cabai rawit. Selain itu, informasi yang diperoleh dari Info Desa Bualemo (2021) disampaikan bahwa sebanyak 25 % masyarakat Desa merupakan petani yang mengusahakan berbagai komoditi diantarnya cabai rawit. Akses jalan ke Desa Bualemo dapat mencapai 10 km dari jalan utama sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi proses pemasaran cabai rawit. Analisis mengenai saluran pemasaran cabai rawit diperlukan untuk melihat jumlah saluran pemasaran serta efisiensi pemasaran.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas terdapat beberapa permasalahan dalam penelitian sebagai ini;

1. Bagaimana Saluran Pemasaran Cabai rawit Rawit di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara?
2. Bagaimana efisiensi pemasaran Cabai rawit Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Untuk mengetahui saluran pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran cabai rawit di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara
- 2) Untuk mengetahui efisiensi pemasaran cabai rawit pada berbagai saluran pemasaran di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi tentang sistem pemasaran cabai rawit rawit Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara sehingga dapat dijadikan acuan bagi peneliti-peneliti yang berminat pada masalah yang sama.

- 2) Dapat dijadikan salah satu pertimbangan bagi pengambil keputusan dalam menentukan kebijakan yang berhubungan dengan pemasaran cabai rawit rawit khususnya di Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu proses sosial yang digunakan oleh individu, kelompok, maupun organisasi untuk memperoleh kebutuhan dan keinginan dengan cara menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain atau biasa disebut dengan konsumen. Pemasaran yang dilakukan memiliki tujuan tertentu yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari individu maupun organisasi (Mulyadi, 2010). Kebutuhan tersebut dipenuhi dengan cara menciptakan dan mempersatukan produk dan nilai. Pemasaran itu sendiri memiliki prinsip yaitu suatu organisasi atau individu tertentu yang hendak melakukan pemasaran hanya dapat mencapai tujuannya jika sudah memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta mampu memenuhinya dengan cara yang lebih efisien dan lebih efektif dibandingkan pesaing (Thamrin dan Francis, 2012).

Kegiatan Pemasaran merupakan bagian dari tata niaga pertanian yang berbentuk rangkaian kegiatan ekonomi yang terjadi secara kontinyu selama perjalanan komoditas pertanian mulai dari produsen primer hingga ke tangan konsumen. Pemasaran produk pertanian diartikan juga sebagai kegiatan bisnis yang memperjualkan produk berupa komoditas pertanian berdasarkan dengan kebutuhan serta besarnya kebutuhan konsumen, dengan harapan konsumen akan puas dengan mengkonsumsi komoditas tersebut. Pemasaran hasil pertanian dapat mencakup perpindahan barang atau produk pertanian dari produsen kepada konsumen akhir, baik input ataupun produk pertanian itu sendiri. Terdapat empat hal yang

mencangkup pemasaran hasil pertanian yaitu konsep pemasaran, biaya pemasaran, fungsi pemasaranan komponen rencana pemasaran strategis (Sudiyono, 2002).

A) Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran yang sesungguhnya adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan, menetapkan program promosi dan kebijakan harga, serta menerapkan sistem distribusi untuk menyampaikan barang dan atau jasa pelanggan atau konsumen. Setiap program pemasaran harus diawali dengan identifikasi atas kebutuhan konsumen. Pemasaran harus berorientasi pada pelanggan, bukan pada produk. Keberhasilan yang dicapai dalam sebuah agribisnis biasanya dapat dicapai karena agribisnis tersebut mampu mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen yang hanya terpaku untuk menghasilkan produk dan jasa saja dan tidak tanggap terhadap kebutuhan konsumen akan menganggap konsumen hanya sebagai bagan atau garis penghubung dalam rantai produksi-distrisbusi-konsumsi, bukan sebagai tujuan utama pemasaran sehingga produsen akan tersingkirkan dengan cepat oleh para pesaing yang lebih peka terhadap perubahan pasar (Sudiyono, 2002).

B) Biaya Pemasaran

Marjin pemasaran adalah harga yang dibiayai oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Tinggi rendahnya marjin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran. Tingkat harga yang harus dibayarkan oleh konsumen dan yang akan diterima oleh produsen sangat tergantung pada bentuk dan struktur pasar yang berlaku (Kotler dan Amstrong, 2004).

C) Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran tidak perlu diselenggarakan dalam suatu urutan yang tetap dan kaku, tetapi harus dilaksanakan semuanya. Fungsi pemasaran berlangsung secara singkat dengan hanya melibatkan produsen dan konsumen akhir, tetapi ada juga yang melibatkan banyak pelaku yang berbeda dan perlu beberapa bulan untuk menyelesaiakannya. Fungsi pemasaran merupakan proses yang teratur dan berubah sepanjang waktu dalam situasi berubah. Terdapat tiga fungsi pemasaran, yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyediaan sarana (Mulyadi, 2010).

D) Komponen Rencana Pemasaran Strategis

Rencana pemasaran strategis memadukan semua kegiatan dan sumber daya bisnis secara logis guna memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan laba. Rencana pemasaran strategis terdiri dari 5 jenis keputusan pemasaran dan antara satu dengan yang lain harus saling melengkapi. Lima rencana pemasaran strategis mencangkup keputusan pasara yang menyeluruh, keputusan mengenai produk, keputusan mengenai harga, keputusan mengenai promosi, dan keputusan mengenai tempat.

2.2 Sistem Pemasaran Hasil Panen Cabai rawit

Cabai rawit merupakan komoditas agribisnis yang sangat besar pengaruhnya terhadap dinamika perokoniman nasional sehingga dimasukkan dalam jajaran komoditas penyumbang inflasi terbesar yang terjadi setiap tahun. Hal ini karena produk cabai rawit digunakan dalam berbagai produk pangan baik olahan masakan tradisional maupun modern. Petani cabai rawit adalah pelaku usahatani yang rasional karena memperuntukkan produknya untuk pasar dan mendapatkan nilai tambah. Sebagai pelaku agribisnis dituntut memiliki pemahaman terhadap sifat

produk, kemauan calon pengguna maupun kelembagaan agribisnis cabai rawit agar produk yang dihasilkan memperoleh pendapatan usahatani secara layak (Santika, 2008).

a) Pemahaman Terhadap Sifat Produk Yang Dihasilkan

Petani cabai rawit secara umum memasarkan hasil dalam bentuk buah cabai rawit segar. Produk tersebut mempunyai sifat yang mudah rusak akibat dari perlakuan *loading* (bongkatmuat), pengiriman serta penyimpanan. Atas dasar karakteristik tersebut maka produsen harus memiliki perencanaan sejak awal terhadap perlakuan apa saja untuk menyelamatkan produk yang dihasilkan. Tindakan produsen yang dapat memperkecil resiko kerusakan produk cabai rawit menjelang pemasaran antara lain;

- Mengurangi dan mengefisienkan masa pemasaran dari kebun hingga konsumen (maksimal 6 jam setelah petik), contohnya dengan menambah pekerja panen, dapat dengan penyesuaian waktu panen dengan jadwal pasar, dan sebagainya;
- Ukuran kemasan cabai rawit diperkecil (contoh : isi kemasan < 25 kg). Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kenaikan suhu akibat proses respirasi yang terjadi ataupun potensi kerusakan fisik akibat tekanan bobot kemasan;
- Antisipasi juga dapat dilakukan sejak dalam proses budidaya dengan mencari dan menggunakan varietas canai rawit yang memproduksi buah tahan rusak melalui perlakuan pemupukan, pemilihan musim, dan sebagainya (Gitosudarmo, 2008).

b) Pemahaman Terhadap Kemauan Calon Pembeli/Konsumen

Santika (2008) menjelaskan bahwa produk akan diterima pembeli apabila sesuai dengan kemauan pembeli atau konsumen. Cabai rawit di pasaran berasal dari berbagai produsen yang berbeda cara budidaya, jenis, lokasi yang tentu saja menghasilkan jenis, ukuran dan mutu yang berbeda pula. Demikian pula tanggapan pasar yang ditawarkan tentu saja konsumen akan mengapresiasi harga berdasarkan jenis, ukuran dan mutu yang ditawarkan. Produsen yang menginginkan nilai tambah yang besar tentunya harus merencanakan sejak awal produk seperti apa yang ingin dicapai, antara lain;

- Menetapkan target pasar yang akan dipilih (misalnya pasar setempat, pasar antar pulau, pasar eceran modern, dan sebagainya);
- Menetapkan jenis produk yang dihasilkan (misalnya cabai rawit besar untuk bahan baku industri, cabai rawit keriting untuk ekspor, cabai rawit bebas cemaran pestisida, dan sebagainya);
- Mendapatkan beberapa calon relasi dari produk yang akan dipasarkan, syarat mutu yang dikehendaki, kelayakan harga, volume dan waktu yang diminta;
- Mampu menetapkan harga pokok penjualan di bawah produsen lain agar harga layak yang ditawarkan mampu bersaing. (harga layak = harga pokok ditambah 30 %, dimana 10 % sebagai imbalan petani dan 20 % sebagai ganjaran resiko).

2.3 Saluran Pemasaran Hasil Panen Cabai rawit

Saluran pemasaran merupakan seperangkat organisasi yang saling berhubungan satu sama lain yang terlibat dalam proses produksi atau pembuatan

suatu produk baik berupa barang atau jasa yang bermanfaat untuk dikonsumsi. Menurut Angraini (2014), saluran pemasaran merupakan kegiatan dalam pemasaran, yaitu menyalurkan barang hasil produksi dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran harus bersifat efisien sehingga produk yang dipasarkan kepada konsumen dapat tersalurkan dengan baik. Saluran pemasaran dapat berbentuk sederhana atau berbentuk kompleks bergantung pada macam lembaga pemasaran dan sistem pasar. Asriani (2014) memaparkan bahwa saluran pemasaran yang disebut juga sebagai saluran distribusi merupakan rute dan status kepemilikan yang ditempuh oleh suatu produk baik barang maupun jasa ketika produk tersebut mengalir dari produsen ke tangan konsumen akhir, dimana di dalamnya terdapat berbagai lembaga yang memasarkan produk-produk tersebut.

Kotler dalam Angraini (2014) menyebutkan terdapat dua jenis saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran konsumen dan saluran pemasaran industri. Saluran pemasaran industri umumnya melibatkan peran pedagang makelar, agen distributor wilayah, agen distributor area, serta adanya pedagang grosir pada masing-masing area sehingga saluran yang terbentuk panjang dan kompleks. Bentuk saluran pemasaran berpengaruh terhadap terhadap harga barang di tangan petani dan konsumen. Semakin pendek saluran pemasaran, semakin tinggi harga produk di tangan petani dan semakin rendah harga suatu produk di tangan konsumen akhir, sebaliknya semakin panjang saluran pemasaran, semakin rendah harga produk di tangan petani dan semakin tinggi harga produk yang dibebankan kepada konsumen akhir (Asriani, 2014).

Pemasaran cabai rawit di tingkat nasional melalui berbagai bentuk saluran pemasaran. Sebagian besar cabai rawit yang dipasarkan merupakan produk mentah.

Menurut Angraini (2014) terdapat lembaga-lembaga pemasaran yang sering terlibat dalam pemasaran cabai rawit sederhana, yaitu sebagai berikut;

1. Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang mengambil cabai rawit secara langsung kepada petani. pedagang pengumpul terbagi kembali ke dalam beberapa jenis menurut tempat dan cakupan pasokan komoditi yang dipasarkan, yaitu pedagang pengumpul tingkat desa, pedangang pengumpul tingkat kecamatan, pedangang pengumpul tingkat kabupaten, dan pedagang pengumpul tingkat provinsi.

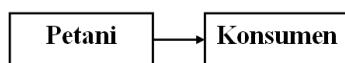
2. Pedagang pengecer

Pedangang pengecer merupakan pedagang yang membeli cabai rawit dari pedangang pengumpul. Keuntungan dari pedagang pengecer adalah tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk pengangkutan cabai rawit, sementara kekurangannya adalah harga cabai rawit yang dibeli dari pedagang pengumpul lebih besar dibandingkan cabai rawit yang dibeli langsung dari petani.

Berdasarkan lembaga-lembaga yang terlibat di dalamnya, dapat dibuat jenis-jenis saluran pemasaran yang mungkin dalam pemasaran cabai rawit, sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran I

Pada saluran pemasaran I cabai rawit yang bersal dari petani langsung dibeli oleh konsumen tingkat akhir, digambarkan dengan skema berikut:



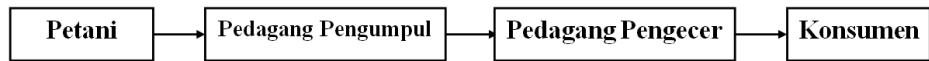
2. Saluran pemasaran II

Pada saluran pemasaran II cabai rawit dari petani dibeli langsung oleh pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjualnya kepada konsumen, digambarkan dengan skema berikut:



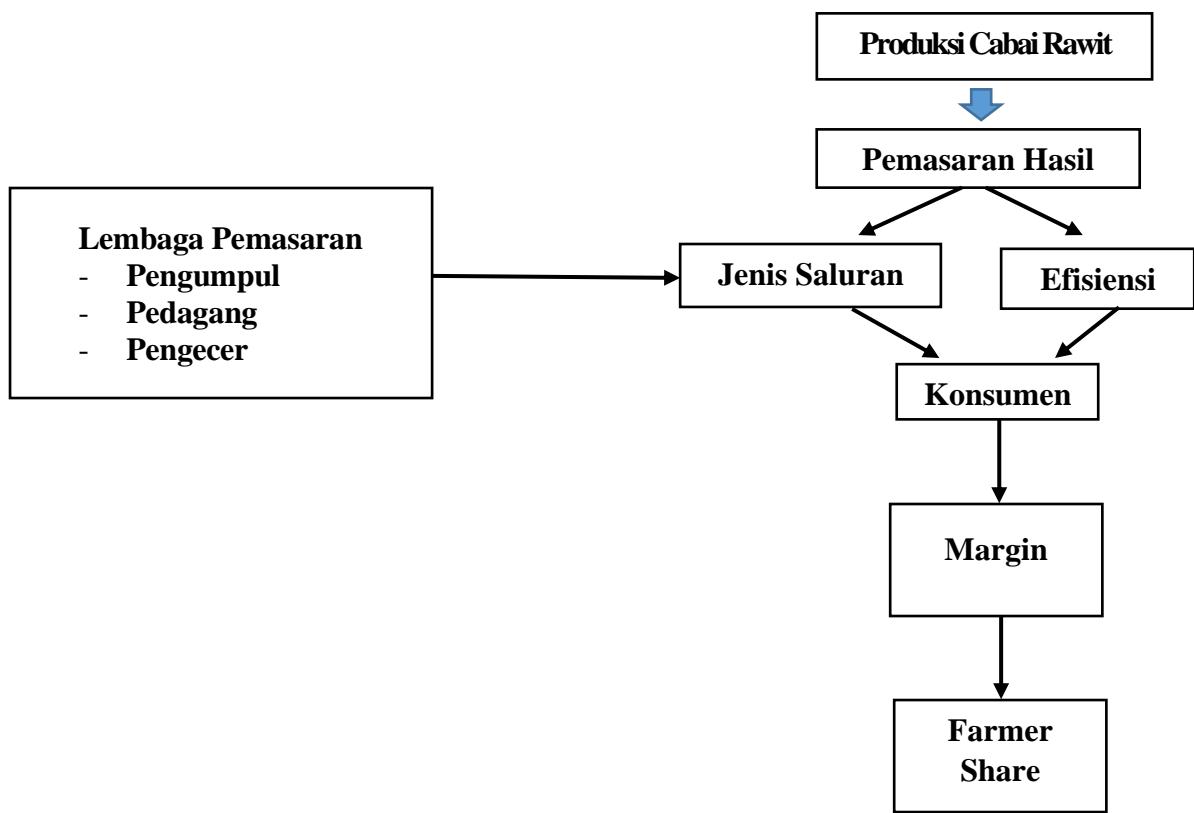
3. Saluran pemasaran III

Pada saluran pemasaran III cabai rawit dari petani dibeli oleh pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul dibeli oleh pedagang pengecer, dan oleh pedagang pengecer dijual kepada konsumen, digambarkan dengan skema



2.5 Kerangka Berpikir

Cabai rawit adalah buah dan tumbuhan anggota genus *Capsicum*. Selain di Indonesia, ia juga tumbuh dan populer sebagai bumbu masakan di negara-negara Asia Tenggara lainnya. Cabai rawit besar (*Capsicum annuum* L.) merupakan salah satu jenis sayuran yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Oleh karena itu cabai rawit merupakan bidang usaha yang digeluti oleh banyak masyarakat Indonesia di berbagai daerah. Cabai rawit juga merupakan bidang usaha yang pada pemasarannya dapat ditempuh dengan beberapa cara agar dapat memberikan dampak yang seimbang antara petani dan penjual. Penjual dalam hal ini pun ada penjual pengumpul dan ada penjual pengecer. Penjualan cabai rawit juga ada yang secara langsung kepada konsumen ataupun melalui perantara pengumpul dan pengecer.



Gambar 1: Kerangka Pikir Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan tempat Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Juli sampai Agustus 2022 di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara. Pemilihan lokasi dilakukan berdasarkan informasi dari Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Kwandang serta pertimbangan pada akses lokasi.

3.2 Sumber Data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer yaitu data yang diperoleh dari petani sebagai produsen, pedagang yang terlibat dan konsumen dengan wawancara berdasarkan daftar pertanyaan yang disiapkan. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari institusi yang berhubungan dengan penelitian ini (Kantor Pertanian Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara)

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah petani cabai rawit di Desa Bualemo dan seluruh pedagang cabai rawit baik sebagai pedagang pengumpul maupun pedagang besar. Berdasarkan informasi dari Kantor Desa Bualemo terdapat 20 petani yang aktif membudidayakan cabai rawit. Selanjutnya terdapat 2 orang pedagang pengumpul dan 2 orang pedagang besar yang berada dipusat kecamatan. Sampling jenuh digunakan dalam penelitian ini dengan menjadikan seluruh populasi menjadi sampel.

3.4 Metode Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, adalah sebagai berikut;

1. Observasi/pengamatan langsung

Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung dan mencatat hal-hal yang berlangsung sesuai fakta di lokasi penelitian, yaitu seluruh petani dan pengumpul di Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang, Kabupaten Gorontalo Utara.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung (*open-Minded*) dengan petani dan pedagang cabai rawit di Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara.

3. Dokumentasi

Dokumentasi yang berupa bentuk gambar, foto, dokumen profil dan lain-lain yang merupakan data pendukung dan dianggap perlu di lokasi penelitian.

3.5 Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik yaitu suatu metode yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang ada pada waktu sekarang dengan cara mengumpulkan data, menyusun, mengelola, menganalisa, mendeskripsikan dan menarik kesimpulan (Surakhmad, 1990).

Adapun analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Analisis saluran pemasaran

Untuk mengetahui gambaran mengenai saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara yaitu dengan menelusuri

lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditi cabai rawit mulai dari tingkat petani produsen sampai pada konsumen akhir.

2. Analisis Efisiensi Pemasaran

Untuk mengukur efisiensi pemasaran cabai rawit pada beberapa saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara digunakan dua indikator yaitu : margin pemasaran dan share petani (keuntungan) kedua indikator tersebut dapat diukur dengan rumus sebagai berikut :

3. Margin pemasaran adalah merupakan selisih harga jual ditingkat produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Untuk menghitung besarnya margin pemasaran cabai rawit rawit di Kecamatan Taliwang, digunakan rumus sebagai berikut (Azzaino, 1981) :

a. $M_p = P_r - P_f$ atau $M_p = \sum c_i + \sum \pi_i$

Keterangan :

MP = margin pemasaran

Pr = harga ditingkat konsumen

Pf = harga ditingkat petani

C = biaya

π = keuntungan

Jika semakin kecil margin pemasaran, maka saluran pemasaran dikatakan efisien.

b. Besarnya margin pemasaran, dihitung dengan menggunakan rumus yang mengacu pada (Arinong dan Kadir, 2008) sebagai berikut :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

Hp = Harga Penjualan

Hb = Harga Pembelian

Sobirin (2009) merumuskan bahwa untuk menghitung margin total pemasaran (MT) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Cabai rawit Keriting, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut : $MT = M1 + M2 + M3 \dots Mn$

Keterangan :

MT = Margin total Tataniaga

$M1$ = Lembaga Pemasaran 1

$M2$ = Lembaga Pemasaran 2

$M3$ = Lembaga Pemasaran 3

Mn = Marjin pemasaran lainnya

Menurut Sisfahyuni dkk (2008) bahwa *farmer share* pemasaran diukur berdasarkan pada perbandingan dua harga dalam persamaan sebagai berikut :

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Farmer's share

Pf = Harga ditingkat Pengrajin

Pr = Harga ditingkat retail (konsumen akhir)

3.6 Definisi Operasional

1. Efisiensi adalah suatu indikator yang digunakan untuk mengetahui kinerja dari suatu proses usahatani.
2. Pemasaran adalah kegiatan yang mempunyai tujuan untuk melancarkan aktivitas arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara efisien.
3. Cabai rawit adalah tumbuhan yang berasal dari genus Capsicum yang buahnya digunakan sebagai bahan baku berbagai olahan makanan
4. Margin adalah selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga ditingkat produsen.
5. *Farmer share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir
6. Petani cabai rawit adalah orang yang membudidayakan tanaman cabai rawit di Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang
7. Pengumpul desa adalah orang yang datang ke lokasi petani cabai rawit untuk membeli langsung hasil panen cabai rawit.
8. Pedangan besar adalah ialah seseorang yang membeli dan menampung cabai rawit dalam jumlah besar kemudian memasarkan kembali ke luar wilayah.
9. Konsumen adalah orang yang menjadi rantai terakhir dalam sistem pemasaran yang membeli cabai rawit untuk dikonsumsi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Dari segi Topografi, Desa Bualemo secara umum letaknya berada pada posisi datar didominasi oleh kemiringan antara 0-40 %. Kondisi ini menyebabkan Desa Bualemo merupakan wilayah yang rawan dari bahaya terjadinya erosi aliran air permukaan. Namun demikian bila dikaitkan dengan arahan pengembangan kawasan, khusus berkaitan dengan pengembangan kegiatan budi daya, kemiringan kawasan yang berkisar 0 - 40 % ini sebenarnya dapat merupakan potensi sekaligus masalah bagi pengembangan kegiatan. Potensi dan masalah tersebut diantaranya :

- a. Potensi bagi pengembangan budidaya, seperti kegiatan pertanian, kondisi Topografi 0 – 40 % sangat merugikan karena dalam kemiringan tersebut aliran air permukaan menjadi cepat sehingga erosi yang menyebabkan menipisnya unsur hara pada lapisan tanah atas akan terjadi. Dari segi lingkungan khususnya kehutanan profil kondisi ini membuat daerah hutan rawan dari gangguan erosi. Bagi kegiatan pengembangan pemukiman, industri dan kegiatan budidaya lainnya, kondisi ini juga akan menproses penghambatan pembangunan kontruksi, karena sangat dibutuhkan upaya yang berlebihan sehingga biaya kontruksi menjadi lebih tinggi.
- b. Masalah pengembangan, kondisi topografi yang berkisar 0-40 % akan menyulitkan pengaturan drainase kawasan karena kecepatan aliran air permukaan yang relatif cepat. Sedangkan disektor pertanian khususnya lahan kering yang menuntut prasarana irigasi, kemiringan antara 0-60 % juga

menyebabkan lebih mahalnya pembangunan irigasi karena membutuhkan pengaturan kemiringan guna menciptakan kecepatan aliran air permukaan yang memadai.

4.1.1 Letak dan Keadaan Geografis

Desa Bualemo merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Kwandang. Secara Administrasi Desa Bualemo Berbatasan Dengan :

Tabel 1. Batas Wilayah Desa Bualemo

No	Letak batas	Desa/ Kelurahan	Keterangan
1	Sebelah utara	Desa Titidu dan Desa Ipolo	Kec. Kwandang Kec. Gentuma Raya
2	Sebelah Timur	Desa Mongiilo	Kecamatan Tapa
3	Sebelah Selatan	Desa Daenaa	Kecamatan Limboto Barat
4	Sebelah Barat	Desa Posso dan Desa Leboto	Kecamatan Kwandang

Sumber: Kantor Desa Bualemo, 2022

4.1.2. Keadaan Demografis

Keadaan penduduk Desa Bualemo berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Desa Bualemo disajikan pada Tabel 2. Diketahui bahwa penduduk yang berjenis kelamin laki-laki sejumlah 1.009 jiwa dengan persentase 51,35 %. sedangkan penduduk yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 956 orang dengan persentase 48,65 %.

Tabel 2. Keadaan Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

Jenis Kelamin (orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	1.011	51,19
Perempuan	964	48,81
Total	1.975	100

Sumber: Kantor Desa Bualemo, 2022

4.1.3 Keadaan Penduduk Menurut Umur

Penduduk Desa Bualemo berdasarkan umur tersebar mulai umur nol hingga umur Sembilan puluh tahun. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kantor Desa Bualemo jumlah penduduk terbanyak berada pada rentang umur 11 hingga 30 tahun. Adapun data keadaan penduduk menurut umur disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Keadaan Penduduk Menurut Umur di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

No	Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (Orang)
1	0 – 5	95	76	171
2	6 – 15	164	165	331
3	16 – 25	279	270	366
4	26 – 35	160	155	315
5	36 – 45	165	148	313
6	46 – 55	123	111	234
7	56 – 65	72	67	139
8	66 – 75	37	49	86
9	76 – 85	9	8	17
10	86 – 90	0	3	3
Jumlah		1011	964	1975

Sumber: Kantor Desa Bualemo, 2022

4.1.4 Keadaan Penduduk Menurut Pendidikan

Keadaan penduduk Desa Bualemo berdasarkan tingkat pendidikan ditampilkan pada Tabel 4. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Desa diketahui bahwa sebanyak 944 jiwa atau sebesar 47,8 % penduduk merupakan tamatan Sekolah Dasar (SD). Sedangkan yang menyelesaikan pendidikan hingga Sekolah Menengah Atas (SLTA) sebanyak 194 orang atau sebesar 9.8 %. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan penduduk di Desa Bualemo masih tergolong rendah. Tingkat pendidikan akan berhubungan erat dengan penguasaan teknologi dan penyerapan informasi.

Tabel 4. Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	Belum Sekolah	98	5.0%
2	PAUD/TK	92	4.7%
3	Sedang SD	218	11.0%
4	Tamat SD	944	47.8%
5	Tidak Tamat SD	49	2.5%
6	Sedang SLTP	84	4.3%
7	Tamat SLTP	81	4.1%
8	Sedang SLTA	105	5.3%
9	Tamat SLTA	194	9.8%
10	Sedang S1	40	2.0%
11	Tamat S1	68	3.4%
12	Tamat S2	2	0.1%
Jumlah		1975	100.0%

Sumber: Kantor Desa Bualemo, 2022

4.1.5 Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Penduduk Desa Bualemo mempunyai beragam mata pencaharian. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kantor Desa Bualemo jumlah penduduk yang menjadi petani sebanyak 485 orang atau sebesar 24,6 %. Petani merupakan mata pencaharian pokok dari sebagian penduduk Desa Bualemo, hal ini karena sebagian lainnya penduduk mengurus rumah tangga (25,5 %) dan pelajar (25,8 %).

Tabel 5. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	belum/tidak bekerja	105	5.3%
2.	petani	485	24.6%
3.	buruh tani	31	1.6%
4.	nelayan	8	0.4%
5.	mengurus rumah tangga	503	25.5%
6.	pelajar / mahasiswa	509	25.8%
7.	guru	31	1.6%
8.	honorer	27	1.4%
9.	polri	1	0.1%
10.	tni	5	0.3%
11.	pedagang	4	0.2%
12.	wiraswasta	70	3.5%
13.	pensiunan	2	0.1%
14.	pegawai negeri sipil	19	1.0%
15.	tukang kayu	17	0.9%
16.	tukang batu	17	0.9%
17.	tukang jahit	9	0.5%
18.	lain-lain	132	6.7%
Jumlah		1.975	100 %

Sumber: Kantor Desa Bualemo, 2022

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Tingkat Umur Responden

Umur merupakan salah satu kriteria penting bagi seorang petani. Hal ini berhubungan dengan pengalaman dan produktivitas dalam pekerjaan. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data umur petani berada pada rentang umur 29 hingga > 54 tahun. Samun, dkk (2011) menjelaskan bahwa umur petani antara 30 hingga 59 tahun memiliki fisik yang prima untuk mendukung kegiatan usahatani, kreatif, dan cepat dalam menerima inovasi teknologi baru. Selanjutnya Sunar (2012) menambahkan bahwa petani berumur lebih dari 59 tahun mempunyai kelebihan hubungannya dengan pengalaman. Kekurangan dari petani dengan umur lebih dari 59 tahun adalah sering dianggap kurang luwes dan menolak teknologi baru.

Tabel 6. Karakteristik Responden Menurut Umur di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

Umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Percentase (%)
29 - 33	3	15
34 - 38	3	15
39 - 43	8	40
44 - 48	3	15
49 - 53	2	10
≥ 54	1	5
Total	20	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

4.2.2 Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, sebagian besar atau 80 % petani mempunyai tingkat pendidikan Sekolah Dasar. Selanjutnya yang selesai Sekolah Menengah Pertama sebanyak 2 orang atau 10 % serta yang lulus SMA hanya 5 %. Pendidikan memengaruhi petani melalui penyerapan informasi inovasi

yang bermanfaat bagi peningkatan hasil produksi tanaman cabai rawit (Thamrin *et al.*, 2012)

Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SD	17	85
SMP	2	10
SMA	1	5
Total	20	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

4.2.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga merupakan Jumlah anak dan anggota keluarga lain yang seluruh biaya hidupnya menjadi tanggung jawab responden yang diukur dengan satuan jumlah orang. Berdasarkan data pada Tabel 8 diketahui bahwa semua responden mempunyai tanggungan dalam keluarga. Persentase jumlah tanggungan terbesar sebesar 55 % yaitu petani dengan jumlah tanggungan sebanyak 4 orang.

Tabel 8. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

Tanggungan (orang)	Keluarga	Jumlah (orang)	Persentase (%)
2		1	5
3		4	20
4		11	55
5		2	10
6		1	5
≥ 7		1	5
Total		20	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Awal (2018) menjelaskan bahwa semakin banyak anggota keluarga berarti relatif semakin banyak pula jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi sehingga cenderung lebih mendorong untuk bekerja guna memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya.

4.2.4 Lama Berusahatani Responden

Lama berusahatani adalah lamanya waktu seorang petani bekerja terutama dalam memproduksi cabai rawit. Berdasarkan informasi dari responden bahwa seluruh petani responden telah berusahatani cabai rawit lebih dari 5 tahun.

Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Lama Berusahatani di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara, Tahun 2022

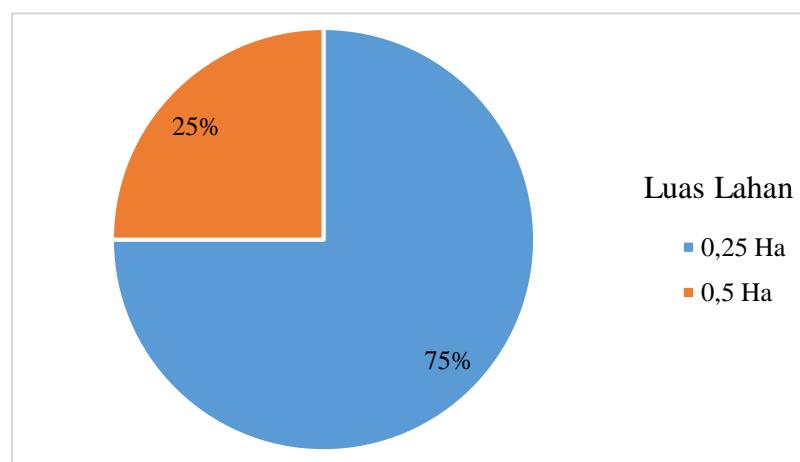
Lama Usahatani (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
5-6	3	15
7-8	7	35
9-10	3	15
11-12	6	30
≥ 13	1	5
Total	20	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

4.2.5 Luas Lahan

Luas lahan ialah salah satu faktor produksi yang dapat memengaruhi hasil produksi tanaman budidaya dalam hal ini cabai rawit. Lahan yang terlalu luas tidak berarti dapat memberikan hasil produksi tinggi, tetapi lahan yang terlalu sempit juga tidak efisien dalam pengelolaan lahan (Sinaga, 2015). Luas lahan yang dimiliki petani cabai rawit responden di Desa Bualemo kurang dari 1 hektar yakni sebanyak 75 % petani mempunyai luas tanam 0,25 hektar dan 25 % mempunyai lahan seluas

0,25 hektar (Gambar 2). Hasil ini sesuai dengan penelitian Nooyo dan Fatmawati (2021) yang melaporkan bahwa sebanyak 61,5 % petani cabai rawit mempunyai lahan antara 0,25-0,75 Ha.

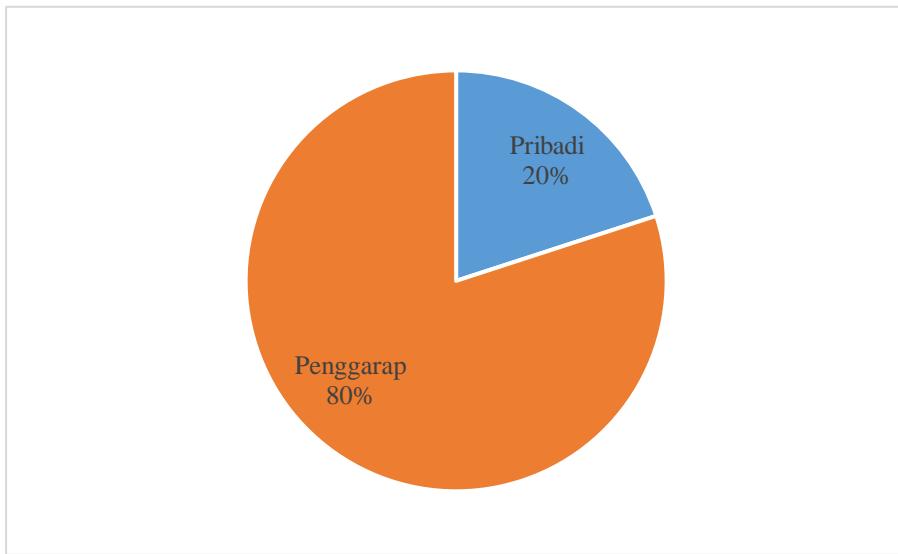


Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Gambar 2. Karakteristik Responden Menurut Luas Lahan di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara

4.2.6 Kepemilikan Lahan

Kepemilikan lahan adalah status penguasaan lahan pertanian yang dikelola oleh petani. Petani cabai rawit di Desa Bualemo mempunyai dua status kepemilikan yaitu milik sendiri dan lahan garapan. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa sebagian besar responden yakni 80% (16 orang) berusahatani dilahan milik orang lain atau berstatus sebagai penggarap.



Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Gambar 3. Karakteristik Responden Menurut Kepemilikan Lahan di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara

4.3 Hasil dan Pembahasan

4.3.1 Saluran Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu mata rantai utama dan memiliki peranan yang besar terhadap pendapatan petani. Kestabilan perekonomian pertanian di berbagai bidang dapat tercapai apabila tercipta kelancaran pedagang serta kelancaran berbagai komoditas khususnya komoditas pokok dan penting seperti cabai rawit. Tersedianya pasar untuk hasil pertanian akan sangat berpengaruh terhadap peningkatan produksi. Oleh karenanya walaupun produksi mengalami peningkatan tetapi tidak dapat dipasarkan maka akan sia-sia upaya untuk meningkatkan produksi tersebut (Ningsih, 2012). Saluran atau rantai pemasaran cabai rawit tergantung pada jumlah Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dari petani produsen ke konsumennya. Adapun saluran pemasaran cabai rawit di Desa Bualemo Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara adalah sebagai beikut:

Saluran I



Saluran II



Gambar 4. Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bualemo

Berdasarkan Gambar 4 diketahui bahwa terdapat dua saluran pemasaran cabai rawit di Desa Balemo. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang menghubungkan petani langsung kepada konsumen. Saluran pemasaran langsung seperti ini yaitu konsumen langsung datang membeli ke rumah petani cabai rawit. Umumnya konsumen yang datang merupakan masyarakat lokal yang tinggal di sekitaran Desa Bualemo. Cabai rawit yang dibeli oleh konsumen dijadikan sebagai olahan makanan untuk kebutuhan sehari-hari. Harga beli konsumen langsung ke petani yaitu Rp 45.000 – Rp 50.000 per kilogramnya bergantung pada kualitas dari cabai rawit.

Pada skema saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang terdiri atas petani – pedagang pengumpul desa – pedagang besar – konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan petani diketahui bahwa semua responden menjual hasil panennya kepada pengumpul desa. Hal tersebut dilakukan karena petani ingin cepat mendapatkan uang dari hasil panen cabai rawit. Rata-rata harga jual petani ke pengumpul desa yakni Rp 43.750,-. Pedagang pengumpul di Desa Bualemo diketahui hanya ada dua orang dan keduanya memasarkan kembali cabai rawit kepada pedagang besar yang melakukan pengambilan cabai rawit dalam jumlah

besar. Adapun pedagang besar yang menjadi tempat penjualan berjumlah dua orang dan keduanya merupakan pedagang yang memasarkan cabai rawit ke wilayah Sulawesi Utara. Rata-rata harga penjualan cabai rawit dari pedagang pengumpul desa ke pedagang besar yakni Rp 47.250,- per kg. Pedagang besar menjual cabai rawit hingga ke Sulawesi Utara karena tingkat permintaannya cukup tinggi dan terus menerus. Rata-rata harga penjualan hingga ke konsumen di Sulawesi Utara yakni Rp 51.500,- per kg.

Hasil ini sesuai dengan penelitian Syam (2018) tentang analisis pemasaran cabai di Kabupaten Jeneponto yang melaporkan bahwa terdapat peran pedagang pengumpul lokal dan pedagang besar dalam saluran pemasaran cabai.

4.3.2 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan 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). Pemasaran cabai rawit yang efisien diukur berdasarkan nilai dari margin dan *farmer's share* yang disajikan pada Tabel 10 berikut.

Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran langsung dari petani ke konsumen. Konsumen yang datang langsung untuk membeli cabai rawit berasal dari sekitaran Desa Bualemo dan berdasarkan informasi dari responden bahwa konsumen yang membeli dalam jumlah yang tidak banyak berkisar 1-2 kg. Konsumen tersebut merupakan pedagang makanan yang menggunakan cabai rawit sebagai bumbu sambal.

Tabel 10. Analisis Efisiensi pemasaran Cabai Rawit di Desa Boalemo Kecamatan Kwandang

No	Uraian (Rp/Kg)	Saluran Pemasaran	
		1	2
1 Petani			
Biaya pemasaran		440	
*Biaya pengemasan		49	
*Biaya transportasi		391	
Harga Jual	48.750	43.750	
2 Pengumpul Desa (n=2)			
a. Harga Beli		43.750	
b. Biaya pemasaran		354	
*Biaya transportasi		354	
c. Harga Jual		47.250	
d. Keuntungan		3.146	
e. Margin		3.500	
2 Pengumpul Besar (n=2)			
a. Harga Beli		47.250	
b. Biaya pemasaran		700	
*Biaya sortasi		214	
*Biaya pengemasan		121	
*Biaya transportasi		364	
c. Harga Jual		51.500	
d. Keuntungan		3.550	
e. Margin		4.250	
3 Konsumen			
Harga Beli	48.750	51.500	
Total Biaya pemasaran	0	1.054	
Total Keuntungan	0	6.696	
Total Margin	0	7.750	
Farmer Share	100,00 %	84,95 %	

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 10, diketahui bahwa Saluran I merupakan saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien dengan nilai *farmer share* sebesar 100%.

Sebaliknya untuk saluran II nilai *farmer share* sebesar 84,95% dengan nilai margin Rp 7.750,-/kg. Efisiensi pemasaran diperoleh ketika nilai margin semakin kecil dan pangsa pasar yang diterima petani (*farmer share*) semakin tinggi. Sesuai dengan penelitian Nooyo dan Fatmawati (2021) yang melaporkan bahwa saluran pemasaran cabai rawit dari petani langsung kepada konsumen merupakan saluran pemasaran paling efisien karena margin atau selisih sangat kecil.

Besarnya nilai margin dipengaruhi oleh perbedaan biaya pemasaran serta keuntungan tiap lembaga yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit karena penerapan fungsi-fungsi pemasaran berikut:

1. Sortasi

Kegiatan sortasi dilakukan untuk memilah cabai rawit yang telah busuk maupun rusak untuk menjaga kualitas dari cabai rawit. Cabai rawit yang telah busuk dapat mempengaruhi kualitas dari cabai rawit dan dapat menurunkan masa simpan dari cabai rawit tersebut.

2. Pengemasan

Pengemasan dilakukan untuk mempermudah proses transportasi. Pengemasan cabai rawit menggunakan karung, selanjutnya khusus untuk pemasaran yang dilakukan oleh pedagang besar, pengemasan dilakukan menggunakan karung berukuran 50 kg.

3. Pengangkutan/transportasi

Kegiatan pengangkutan cabai rawit dari pengumpul desa dilakukan menggunakan sepeda motor karena jarak dari pengumpul ke pedagang besar tidak terlalu jauh sekitar 5 km. Sedangkan untuk transportasi dari pedagang besar ke pasar di Sulawesi Utara menggunakan trasnportasi truk.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat dua saluran pemasaran cabai rawit di Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara. Saluran pertama yaitu dari petani langsung ke konsumen kemudian saluran pemasaran kedua yaitu dari petani ke pengumpul desa, kemudian ke pedagang besar dan ke konsumen.
2. Saluran pemasaran I merupakan saluran yang paling efisien berdasarkan nilai *farmer share* 100 %.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dapat disarankan kepada:

1. Pemerintah Desa untuk dapat membuat lembaga pemasaran hasil pertanian untuk dapat meningkatkan nilai jual produk hasil panen petani khususnya cabai rawit
2. Kepada peneliti selanjutnya dapat melihat lebih jauh saluran pemasaran ditingkatkan pedagang besar untuk mengetahui proses pemasaran ke luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, A. 2014. *Analisis Pemasaran Cabai rawit Keriting Di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi*. Agrotekbis, 2(6): 667-675.
- Asriani, E. 2014. *Analisis Pemasaran Usahatani Cabai rawit Keriting Di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi*. Agrotekbis, 2(6): 660-666.
- Awal, A. 2018. *Pengaruh pendapatan dan jumlah tanggungan Keluarga petani padi terhadap tingkat Pendidikan anak di desa pattallassang kecamatan pattallassang kabupaten Gowa*. Skripsi. Jurusan Ilmu Ekonomi. UIN Alauddin. Makassar.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 2004. *Dasar- dasar Pemasaran*. Jilid ke- 2 edisi ke- 9. PT: Indeks. Jakarta.
- Mulyadi, 2010. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga Press. Jakarta.
- Ningsih, K. 2012. *Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Petani Jambu Air Camplong (Syzygium aqueum)*. Jurnal Agromix, Volume 1 No. 1.
- Nooyo I., Fatmawati. 2021. *Analisis Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum frutescens L.) Di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato*. Jurnal Pertanian Berkelanjutan. Vol 9, No. 3, 169-178
- Samun S., Rukmana D. & Syam S. 2011. *Partisipasi petani dalam penerapan teknologi pertanian organik pada tanaman stroberi di Kabupaten Bantaeng*. Tesis. Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
- Santika, A. 2008. *Agribisnis Cabai*. Penebar Swadaya. Jakarta

- Sunar. 2012. *Pengaruh faktor biografis (usia, masa kerja, dan gender) terhadap produktivitas karyawan (studi kasus PT Bank X).* Forum Ilmiah, 9(1): 167–177
- Syam, S. 2018. *Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.* Skripsi. Program Studi Agribisnis. Universitas Muhamadiyah Makassar.
- Thamrin dan , Francis. 2012. *Manajemen Pemasaran.* Grafindo Persada. Jakarta.
- Thamrin M., Herman S. & Hanafi F. 2012. *Pengaruh faktor sosial ekonomi terhadap pendapatan petani pinang.* Agrium, 17(2): 134-144.
- Sisfahyuni, Ludin, Yantu. M. R, 2008. *Efisiensi Tataniaga Komoditi Kakao Biji Asal Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tegah.* Jurnal Agrisains 9 (3):150-159. Desember 2008. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu, ISSN : 1412-3657.
- Sudiyono. 2002 .*Pemasaran Pertanian.* Universitas Muhammadiyah Malang. Malang: UMM Press.

Lampiran: 1 Kuesioner Penelitian**No Responden:**

**ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BUALEMO
KECAMATAN KWANDANG KABUPATEN GORONTALO UTARA
OLEH;
MOH FAHRI BOBIHOE**

➤ Petunjuk;

1. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi pada Universitas Ichsan Gorontalo
2. Untuk kelancaran penelitian ini, diharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) untuk memberikan jawaban dari daftar pertanyaan (Angket) yang disediakan dengan memberikan tanda cek (✓) pada jawaban yang dianggap tepat/sesuai dengan kenyataan.
3. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr (i) berikan akan dijamin kerahasiaannya berdasarkan kode etik penelitian
4. Isian kuesioner ini hanya ditunjukkan untuk penelitian ilmiah semata
5. Atas kesediaan, dukungan, kerja sama, dan partisipasi Bapak/Ibu/Sdr (i) disampaikan banyak terima kasih.

A. Identitas Responden;

Nama	:			
Alamat	:			
Jenis kelamin	:	Laki-laki	perempuan	
Umur	:			
Pendidikan	:			
Status	:	Petani/Pengumpul/Pedagang/Lainnya		
Jumlah Tanggungan	:			
Luas Lahan	:			

B. Daftar Pertanyaan Untuk Petani Responden

1. Berapa Kg hasil panen cabai rawit setiap musim ?

Jawab :

2. Berapa kisaran harga cabai rawit yang Bapak/Ibu jual ?

Jawab :

3. Kemana cabai rawit dipasarkan ?

Jawab :

4. Apakah Bapak/Ibu mendapatkan keuntungan dari cabai rawit yang dipasarkan ke pengumpul/pedagang besar/konsumen?

Jawab :

5. Biaya apa saja yang dikeluarkan saat menjual hasil cabai rawit?

Pengemasan/penyortiran/transportasi

Jawab :

C. Daftar Pertanyaan Untuk Responden Pengumpul/Pedagang

1. Berapa harga beli cabai rawit (Rp/Kg)?

Jawab :

2. Berapa banyak cabai rawit yang dijual dalam sekali proses pemasaran?

Jawab :

3. Berapa harga jual cabai rawit (Rp/Kg)?

Jawab :

4. Dari mana saja cabai rawit dibeli?

Jawab :

5. Biaya dalam proses pemasaran

No	Uraian	Biaya	
1	Pengemasan		
2	Sortir		
3	Transportasi		
4	Lainnya		

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

1. Identitas Responden Petani Cabai Rawit

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Jumlah Tanggungan (orang)	Lama Berusahatani (Tahun)	Luas Lahan (Ha)	Status Kepemilikan Lahan
1	Yusuf Hadiku	PRIA	38	SD	2	5	0,5 HA	PRIBADI
2	Suryadi Hadiku	PRIA	40	SD	4	5	0,5 HA	PRIBADI
3	Kude Samu	PRIA	43	SD	3	8	0,5 HA	PRIBADI
4	Yoyan Idrus	PRIA	50	SD	5	6	0,5 HA	PRIBADI
5	Riko Putih	PRIA	39	SMA	3	7	0,5 HA	PRIBADI
6	Yahya Yusuf	PRIA	53	SMP	4	7	0,25 HA	PRIBADI
7	Anis Jawe	PRIA	47	SD	4	7	0,25 HA	PRIBADI
8	Tune Rahim	PRIA	45	SD	6	7	0,25 HA	PRIBADI
9	Yusuf Karim	PRIA	40	SD	5	11	0,25 HA	PENGGARAP
10	Saripati Yusuf	PRIA	40	SD	4	12	0,25 HA	PENGGARAP
11	Rahmad djieuwa	PRIA	35	SMP	4	10	0,25 HA	PENGGARAP
12	Tambrin uloli	PRIA	42	SD	4	7	0,25 HA	PENGGARAP
13	Rahim adam	PRIA	39	SD	4	10	0,25 HA	PRIBADI
14	Jon mahmud	PRIA	40	SD	8	11	0,25 HA	PRIBADI
15	Arman ali	PRIA	46	SD	3	11	0,25 HA	PRIBADI
16	Ririn badu	PRIA	29	SD	3	11	0,25 HA	PRIBADI
17	Sutrisno rahim	PRIA	30	SD	4	7	0,25 HA	PRIBADI
18	Andi mohamad	PRIA	35	SD	4	12	0,25 HA	PRIBADI
19	Sardi olii	PRIA	33	SD	4	10	0,25 HA	PRIBADI
20	Rahmad adam	PRIA	54	SD	4	15	0,25 HA	PRIBADI

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

2. Produksi Cabai Rawit Petani Responden

No	Nama Responden	Cabai terjual (kg/MT)				Harga Jual (Rp/kg)			
		Pengumpul Desa	Pedagang Besar	Pengecer	Konsumen	Pengumpul Desa	Pedagang Besar	Pengecer	Konsumen
1	Yusuf Hadiku	600			30	Rp 40,000			Rp 45,000
2	Suryadi Hadiku	750			38	Rp 40,000			Rp 45,000
3	Kude Samu	700			35	Rp 40,000			Rp 45,000
4	Yoyan Idrus	500			25	Rp 40,000			Rp 45,000
5	Riko Putih	750			38	Rp 45,000			Rp 50,000
6	Yahya Yusuf	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
7	Anis Jawe	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
8	Tune Rahim	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
9	Yusuf Karim	350			18	Rp 45,000			Rp 50,000
10	Saripati Yusuf	300			15	Rp 45,000			Rp 50,000
11	Rahmad djiuwa	350			18	Rp 40,000			Rp 45,000
12	Tambrin uloli	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
13	Rahim adam	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
14	Jon mahmud	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
15	Arman ali	450			23	Rp 45,000			Rp 50,000
16	Ririn badu	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
17	Sutrisno rahim	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
18	Andi mohamad	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
19	Sardi olii	400			20	Rp 45,000			Rp 50,000
20	Rahmad adam	350			18	Rp 45,000			Rp 50,000
Rata-rata		455			23	Rp 43,750			Rp 48,750

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

3. Pemasaran Cabai Rawit Petani Responden

No	Nama Responden	Nama Pengumpul Desa tempat menjual cabai	Pengemasan			Transportasi		Total Biaya Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/kg)
			Harga karung	Jumlah karung	Biaya karung	Biaya satuan (Rp/karung)	Total biaya		
1	Yusuf Hadiku	MAMAN MAHMUD	2500	10	25000	20,000	200,000	225,000	375
2	Suryadi Hadiku	MAMAN MAHMUD	2500	14	35000	20,000	280,000	315,000	420
3	Kude Samu	AWAN PANDJU	2500	12	30000	20,000	240,000	270,000	385.71
4	Yoyan Idrus	MAMAN MAHMUD	2500	10	25000	20,000	200,000	225,000	450
5	Riko Putih	AWAN PANDJU	2500	14	35000	20,000	280,000	315,000	420
6	Yahya Yusuf	AWAN PANDJU	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
7	Anis Jawe	MAMAN MAHMUD	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
8	Tune Rahim	AWAN PANDJU	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
9	Yusuf Karim	MAMAN MAHMUD	2500	7	17500	20,000	140,000	157,500	450
10	Saripati Yusuf	AWAN PANDJU	2500	6	15000	20,000	120,000	135,000	450
11	Rahmad djiuwa	AWAN PANDJU	2500	7	17500	20,000	140,000	157,500	450
12	Tambrin uloli	MAMAN MAHMUD	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
13	Rahim adam	AWAN PANDJU	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
14	Jon mahmud	MAMAN MAHMUD	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
15	Arman ali	AWAN PANDJU	2500	9	22500	20,000	180,000	202,500	450
16	Ririn badu	MAMAN MAHMUD	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
17	Sutrisno rahim	AWAN PANDJU	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
18	Andi mohamad	AWAN PANDJU	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
19	Sardi olii	MAMAN MAHMUD	2500	8	20000	20,000	160,000	180,000	450
20	Rahmad adam	AWAN PANDJU	2500	7	17500	20,000	140,000	157,500	450

Lampiran 2. Data Hasil Penelitian

4. Karakteristik Responden Pedagang

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur (Tahun)	Pendidikan	Lama Berdagang (tahun)	Jenis Pedagang	Jumlah Rica dalam sekali pengangkutan (Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	IBRAHIM SALEH	LAKI-LAKI	49	SMP	15	PEDAGANG BESAR	5000	Rp 51,000
2	PARIS MAHAJANI	LAKI-LAKI	43	SMP	12	PEDAGANG BESAR	3500	Rp 52,000
Rata-rata							4250	Rp 51,500
1	MAMAN MAHMUD	LAKI-LAKI	46	SD	12	PENGUMPUL DESA	750	Rp 47,000
2	AWAN PANDJU	LAKI-LAKI	52	SD	13	PENGUMPUL DESA	800	Rp 47,500
Rata-rata							775	Rp 47,250

5. Biaya Pemasaran Responden Pedagang

No	Nama	Dijual Ke-	Biaya Sortasi		Biaya Pengemasan (Rp/Kg)		Biaya Transport	
			Total (Rp)	Total (Rp/kg)	Biaya Pengemasan (Rp/Kg)	Biaya Pengemasan (Rp/Kg)	Jumlah (Rp)	Jumlah (Rp/kg)
1	IBRAHIM SALEH	MANADO	Rp 1,000,000	Rp 200	Rp 500,000	Rp 100	Rp 1,500,000	Rp 300
2	PARIS MAHAJANI	MANADO	Rp 800,000	Rp 229	Rp 500,000	Rp 143	Rp 1,500,000	Rp 429
Rata-rata			Rp 900,000	Rp 214	Rp 500,000	Rp 121	Rp 1,500,000	Rp 364
1	MAMAN MAHMUD	PEDAGANG BESAR 1					Rp 250,000	Rp 333
2	AWAN PANDJU	PEDAGANG BESAR 2					Rp 300,000	Rp 375
Rata-rata							Rp 275,000	Rp 354

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara Dengan Responden Petani

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Gambar 2. Wawancara dengan Pengumpul Desa

Lampiran 3. Dokumentasi Penelitian



Gambar 3. Wawancara dengan Pedagang Besar

Lampiran 4. Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
LEMBAGA PENELITIAN (LEMLIT)
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**

Jl. Kaden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (08724466; 039973; Fax: (0433) 029976;
E-mail: lembaga.penelitian@unisang.ac.id

Nomor : 1152/PIP/LEMLIT-UNISANG/GTO/III/2021
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulham, Ph.D
NIDN : 0911108104
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediaannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan

Proposal /Skripsi, kepada :

Nama Mahasiswa : Mohamad Fahri Bobihoe
NIM : P2217066
Fakultas : Fakultas Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Lokasi Penelitian : Desa Bualemo, Kecamatan Kwandang

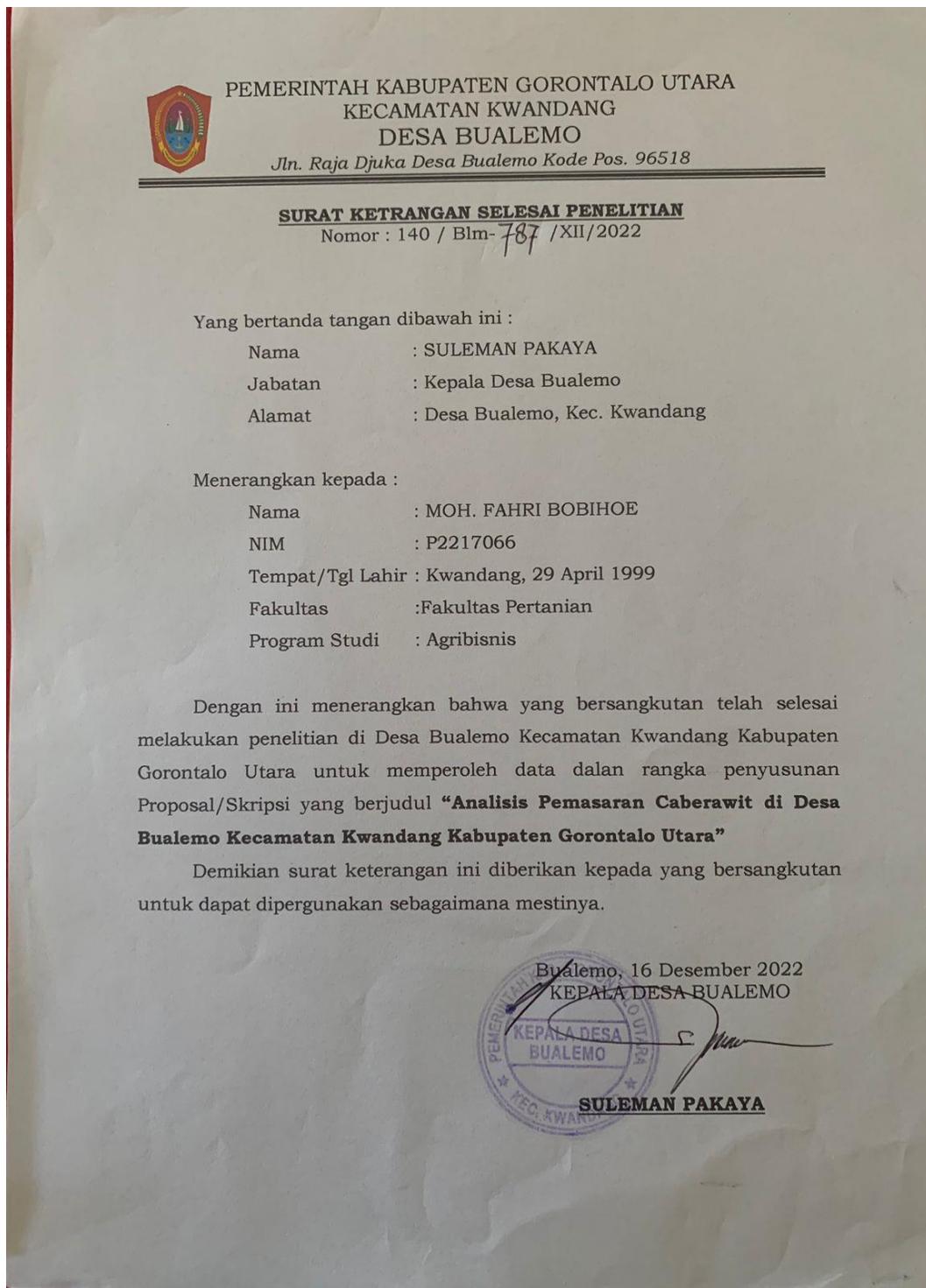
Judul Penelitian : ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BUALEMO,
KECAMATAN KWANDANG, GORONTALO UTARA.

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih

Untuk jago, 23 Maret 2021

Zulham, Ph.D
0911108104

Lampiran 5. Surat Rekomendasi Lokasi Penelitian



Lampiran 6. Hasil Turnitin

 **turnitin** Similarity Report ID: oid:25211:29039960

● **28% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

• 28% Internet database	• 4% Publications database
• Crossref database	• Crossref Posted Content database
• 1% Submitted Works database	

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	scribd.com	7%
	Internet	
2	media.neliti.com	3%
	Internet	
3	jateng.litbang.pertanian.go.id	3%
	Internet	
4	slideshare.net	2%
	Internet	
5	docobook.com	2%
	Internet	
6	digilibadmin.unismuh.ac.id	2%
	Internet	
7	journal.uncp.ac.id	1%
	Internet	
8	ojs.unpatti.ac.id	1%
	Internet	

Lampiran 7. Surat Rekomendasi Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Tlp/Fax.0435.829975-0435.829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No: 614/FP-UIG/XII/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Zainal Abidin,S.P., M.Si
NIDN/NS : 0919116403/15109103309475
Jabatan : Dekan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Mohamad Fahri Bobihoe
NIM : P2217066
Program Studi : Agroteknologi
Fakultas : Pertanian
Judul Skripsi : Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Bualemo
Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 28%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujangkan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui

Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si
NIDN/NS: 0919116403/15109103309475
Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin

Gorontalo, 26 Desember 2022
Tim Verifikasi,



Fardiinssyah Hasan, SP., M.Si
NIDN : 09 291288 05

Lampiran 8. Riwayat Hidup



Muhamad Fahri Bobihoe lahir di Kwandang, 04 Desember 1995 merupakan anak ke dua dari empat bersaudara dari Bapak Anton Bobihoe dan Ibu Ratna Yusuf. Penulis menamatkan Sekolah Dasar di SD N 1 Pontolo tahun 2011. Selanjutnya melanjutkan studi ke SMP Negeri 2 Kwandang dan lulusa tahun 2014. Penulis menamatkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 5 Gorontalo Utara. Penulis masuk Program Studi Agribisnis tahun 2017.