

**EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI
KECAMATAN BOLAANG UKI KABUPATEN
BOLAANG MONGONDOW SELATAN**

OLEH

TIARA ANINDA DJAFAR

P2216012

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian skripsi
Guna memperoleh gelar sarjana**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN
BOLAANG UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW
SELATAN

OLEH

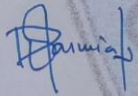
TIARA ANINDA DJAFAR
P2216012

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
memperoleh gelar sarjana dan
telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada tanggal

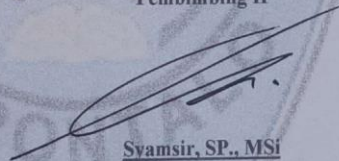
NOVEMBER 2020

Pembimbing I



Darmiati Dahar, SP., MSi
NIDN : 0918088601

Pembimbing II





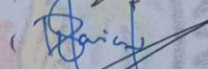


Svamsir, SP., MSi
NIDN : 9916099101

HALAMAN PERSETUJUAN

EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN BOLAANG UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN

Oleh
TIARA ANINDA DJAFAR
P2216012

Diperiksa oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si ()
2. Zulham, S.TP., M.Od, Ph.D ()
3. M. Darmawan, S.P., M.Si ()
4. Darmiati Dahar, S.P., M.Si ()
5. Syamsir, S.P., M.Si ()

Mengetahui :

Dekan Fakultas Pertanian
Universitas Ichsan Gorontalo



Dr. Zainal Abidin, S.P., M.Si
NIDN. 0906088901

Ketua Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian



Darmiati Dahar, S.P., M.Si
NIDN. 0918088601

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya (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 penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran 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 di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, November 2020
Yang Membuat Pernyataan



TIARA ANINDA DJAFAR

ABSTRAK

TIARA ANINDA DJAFAR P2216012. Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Dibimbing oleh Darmiati Dahar dan Syamsir.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit, untuk mengetahui besar margin pemasaran dari setiap lembaga pemasaran dan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan. Metode yang digunakan yaitu saluran pemasaran. Dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian di peroleh saluran pemasaran yaitu (1)petani-pedagang pengecer-konsumen,(2) petani-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen,(3) petani-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen. Margin pemasaran cabai ditingkat pedagang besar dan pedagang pengumpul sebesar Rp 10.000 sementara yang tertinggi pada tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 15.000. masing-masing lembaga pemasaran cabai rawit baik pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer efisien dalam pemasaran cabai rawit dengan kriteria 0,81% pada tingkat pedagang besar, 0,30% di tingkat pedagang pengumpul dan 0,64% pada tingkat pedagang pengecer.

Kata Kunci : Efisiensi, Margin, Saluran Pemasaran.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Jangan pernah puas dengan apa yang telah kita raih, karena kepuasan
akan membuat kemunduran dalam suatu pencapaian

Semangatlah dalam meraih cita-cita untuk mendapatkan keinginan yang
sudah kita impikan

Kegagalan bukan berarti kehancuran, tetapi sebagai batu loncatan
menuju sukses

(Phytagoras)

Skripsi ini kupersembahkan kepada

Orang Tuaku tercinta Ayah (Masri Djafar) dan ibu tercinta (Arini Umar) memberikan dukungan serta doa yang tak ada hentinya untuk saya. Serta kedua adik saya (Sarah Aulia Djafar) dan (Muzdalifah Djafar) yang selalu memberikan motivasi. Serta keluarga yang selalu mensupport dan mendoakan saya. dan teman yang sudah seperti saudara saya (Vazlan Dalumi, Novita Mohammad, Mutia Mangose, Siti Hardiyanti Usman dan Fatmawati Puwa) selalu memberikan dukungan serta canda dan tawa susah dan senang selalu dilewati bersama-sama selama masa perkuliah sampai di titik sekarang. Dan yang terakhir untuk sepupu saya (Sri Milanti Dama) yang telah setia menemani selama pembuatan skripsi ini.

ALMAMATER TERCINTA

UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki”** skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk melakukan penelitian pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Moh. Ichsan Gafar. SEAK, M.Sk Selaku Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Universitas Ichsan Gorontalo
2. Dr. H. Abdul Gaffar Latjoke, M.Si Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
3. Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Darmiati Dahar, SP., M.Si Selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo sekaligus Pembimbing I yang telah memotivasi dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.

5. Syamsir SP., M.Si Selaku Pembimbing II yang telah mengarahkan memberikan motivasi, serta membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
 6. Seluruh Dosen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo Yang telah membimbing serta Mendidik penulis selama satu studi dikampus ini.
 7. Kepada kedua orang tua serta kedua adik-adikku yang telah memberikan motivasi, dukungan serta doa yang tiada hentinya.
 8. Teman-teman Kost WISMA AMAL 2, Cindy, Silva, Dea, Ayu, Indah, Lala, Geby, Nadia, terimakasih atas kebersamaan suka dan duka selama di tanah rantau.
 9. Teman jalan terimakasih untuk kesabaran dan kebersamaan selama 4 tahun kuliah untuk suka dan dukanya.
 10. Teman-teman Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo
- Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan, semoga skripsi ini dapat membeikan maanfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya. Oleh karena itu, saran dan kritikan sangat penulis harapkan guna perbaikan agar lebih baik.

Gorontalo, November 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERSETUJUAN.....	III
PERNYATAAN.....	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	V
ABSTRAK	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XII
DAFTAR GAMBAR.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Cabai Rawit	5
2.2 Efisiensi Pemasaran.....	5
2.3 Pemasaran	6
2.4 Fungsi Pemasaran.....	8
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
2.6 Kerangka Pemikiran.....	11

BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	12
3.2 Jenis dan Sumber Data	12
3.3 Populasi dan Sampel	13
3.4 Teknik Pengumpulan Data	14
3.5 Metode Analisis Data	14
3.6 Definisi Operasional	15
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	17
4.1.1 Letak dan Keadaan Umum Geografis	17
4.1.2 Identitas Responden.....	17
4.1.3 Umur	18
4.1.4 Pendidikan	19
4.1.5 Jumlah Tanggungan Keluarga.....	21
4.1.6 Luas Lahan	21
4.1.7 Pengalaman Berusaha Tani	22
4.2 Saluran Pemasaran Cabai Rawit.....	23
4.3 Marjin Pemasaran Cabai Rawit	25
4.4 Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	31

5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN.....	35

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Umur Petani Responden Di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020	18
2.	Umur Pedagang Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020.....	19
3.	Tingkat Pendidikan Petani Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020	20
4.	Tingkat Pendidikan Pedagang Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020	20
5.	Jumlah Tanggungan Keluarga Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020	21
6.	Luas Lahan Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020.....	22
7.	Pengalaman Berusahatani Responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020	23
8.	Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020.....	26
9.	Efisiensi Pemasaran cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan 2020.....	29

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran.....	11
2.	Saluran Pemasaran Pertama	24
3.	Saluran Pemasaran Kedua.....	24
4.	Saluran Pemasaran Ketiga.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	37
2.	Identitas Petani Responden	43
3.	Identitas Lembaga Pemasaran	45
4.	Biaya Pemasaran Lembaga Pemasaran	46
5.	Harga Beli, Harga Jual, dan Efisiensi Pemasaran	47
6.	Dokumentasi.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian sampai era reformasi sekarang, masih merupakan hal penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Ini disebabkan karena Indonesia merupakan salah satu negara agraris, dimana sebagian besar masyarakat menandalkan kebutuhan hidupnya dari hasil pertanian. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup atau bekerja pada sektor pertanian.

Subsektor hortikultura merupakan komponen penting dalam pembangunan pertanian yang terus bertumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu. Pasar produk komoditas tersebut bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri saja, melainkan juga sebagai komoditas ekspor yang dapat menghasilkan devisa untuk negara. Dilain pihak, konsumen semakin menyadari arti penting produk hortikultura yang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pangan semata, tetapi juga mempunyai manfaat untuk kesehatan, estetika dan menjaga lingkungan hidup (Widiastoety, 2015).

Perkembangan komoditas hortikultura, terutama sayur-sayuran, baik sayuran daun maupun buah, cukup potensial dan prospektif, karena didukung oleh potensi sumber daya alam, sumber daya manusia, ketersediaan teknologi, dan potensi serapan pasar di dalam negeri maupun pasar internasional yang terus meningkat. Ada beberapa tanaman sayuran yang banyak di konsumsi oleh masyarakat salah satunya yaitu tanaman cabai rawit.

Cabai rawit merupakan salah satu jenis tanaman sayuran yang dapat dibudidayakan secara komersial di daerah tropis. Pada umumnya cabai digunakan sebagai bumbu masakan, bahan industri, obat-obatan, dan pewarna. Sadar akan peningkatan permintaan tersebut cabai, maka semakin banyak petani yang membudidayakannya.

Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan merupakan salah satu kabupaten yang menyimpan potensi hortikultura sayuran dan buah yang sangat potensial untuk dikembangkan para petani. Jenis – jenis buah yang saat ini banyak dikembangkan oleh para petani di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan diantaranya adalah cabai rawit. Berdasarkan hasil data diketahui bahwa komoditas cabai rawit memiliki luas lahan yaitu 693Ha dan tingkat produksi sebesar 3574 ton (sumber BPS Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan). Tanaman cabai diusahakan dalam 7 kecamatan di Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yaitu pada Kecamatan Bolaang Uki, Helumo, Tomini, Posigadan, Pinolosian, Pinolosian Tengah, dan Pinolisian Timur.

Kecamatan Bolaang Uki merupakan salah satu daerah kecamatan yang sebagian besar penduduk desanya berprofesi sebagai petani cabai secara turun menurun dan sebagai salah satu komoditi andalan. Di Kecamatan Bolaang Uki terdapat beberapa desa yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani cabai rawit diantaranya Desa Toluaya, Desa Soguo dan Desa Salongo yang memiliki kondisi geografis

yang sangat mendukung untuk budidaya tanaman cabai rawit (sumber BPS tahun 2019 Kecamatan Bolaang Uki).

Pemasaran sendiri merupakan salah satu aspek yang penting dalam menentukan harga cabai rawit ditingkat petani hingga konsumen. Jika pemasaran yang ada sudah berjalan dengan efisien maka bisa meningkatkan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat baik lembaga pemasaran maupun petani sebagai produsen. Bagi petani, peningkatan produktifitas akan diikuti peningkatan pendapatan apabila cabai rawit memiliki pasar yang bagus serta harga yang cenderung stabil maka harga di tingkat petani bisa tinggi. Sedangkan bagi lembaga pemasaran, peningkatan pendapatan bisa dicapai apabila lembaga pemasaran cabai rawit melakukan fungsi pemasaran dengan efisien dan biaya yang lebih rendah. Apabila harga cabai rawit bisa bersaing dipasar maka hal ini bisa berimbas pada peningkatan kesejahteraan pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran. Hal tersebut di atas membuat efisiensi pemasaran cabai rawit penting untuk di teliti.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan”**.

1.1 Rumusan Masalah

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow selatan?
2. Berapa besar margin pemasaran di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan?
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan?

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.
2. Untuk mengetahui besar marjin pemasaran dari setiap lembaga pemasaran di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.
3. Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

1.3 Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan informasi bagi petani cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan
2. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya berkaitan dengan pemasaran cabai rawit.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Cabai Rawit

Cabai rawit adalah tanaman sayuran yang bisa ditanam secara komersial di daerah tropis. Secara umum, cabai digunakan sebagai bumbu dalam memasak, bahan industri, obat-obatan, dan pewarna. Dengan keragaman tumbuh penggunaan cabai, dalam permintaan cabai di pasar domestik meningkat dari waktu ke waktu. Sadar meningkatkan permintaan semakin banyak petani yang membudidayakannya.

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) mempunyai ukuran buah yang kecil dengan rasa pedas dari pada cabai besar. Tanaman cabai dikenal sebagai yang sangat mudah beradaptasi dengan lingkungan pertumbuhan dan tanaman fleksibel. Daerah tanam yang bagus yaitu dataran dengan ketinggian 0-500 meter diatas permukaan laut (Asmayanti, 2012).

2.2 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran pertanian adalah rasio yang mengukur output dari sistem/produksi produk pertanian atau proses untuk setiap unit masukan untuk membandingkan sumberdaya yang digunakan untuk output yang dihasilkan selama proses tersebut. Efisiensi pemasaran disebut sebagai peningkatan hubungan output-input dapat dicapai sebagai berikut: pertama, output dipertahankan konstan sementara input dikurangi; kedua, peningkatan produksi sementara input dipertahankan konstan; ketiga, peningkatan produksi pada tingkat yang lebih tinggi dari peningkatan masukan; dan

keempat, tingkat produksi yang lebih rendah dari input yang berkurang (Rahim & Hastuti, 2007).

Efisiensi pemasaran didapat dari efisiensi operasional dan efektifitas harga. Efisiensi operasional dianalisis menggunakan pendekatan dan margin pemasaran untuk efektifitas harga saham petani saat menggunakan pendekatan integrasi pasar dan elastisitas transmisi harga. Analisa efektifitas dalam pendekatan ini untuk efisiensi penelitian digunakan saat pemasaran akan efektifitas jika memiliki biaya pemasaran masing-masing tidak dirugikan keuntungan layak (Rahim & Hastuti, 2007).

2.3 Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial dengan individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas bertukar produk dan jasa kepada orang lain. Kegiatan seleksi dan pemasaran melaksanakan yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan dan adaptasi terhadap lingkungan yang tujuan dari direktur pemasaran (Kotler, 2007).

Saluran pemasaran yaitu beberapa organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses bekerja produk atau layanan yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran pemasaran terbentuk karena properti tidak menjual langsung ke pengguna akhir, yang membutuhkan perantara untuk menutupi kesenjangan (Kotler, 2005).

Kotler (2005) mendefinisikan beberapa istilah penyaluran lembaga yang terlibat dalam barang dari produsen ke konsumen akhir sebagai berikut :

1. Pedagang, adalah perantara yang membeli sendiri dan menjual produk. Lembaga yang termasuk dalam pedagang yaitu pedagang besar dan pengecer.
2. Agen, yaitu mencari klien dan dapat bernegosiasi atas nama produsen tetapi memiliki barang. Contohnya adalah pialang, perwakilan produsen dan agen penjualan.
3. Fasilitator yaitu lembaga yang membantu dalam proses distribusi, tetapi tidak memiliki barangnya dan juga tidak melakukan negosiasi pembelian atau penjualan. Contohnya seperti perusahaan angkutan, pergudangan independen, bank dan agen iklan.

Panjang pendeknya saluran pemasaran melalui hasil produk hortikultura tergantung pada beberapa faktor, termasuk: pertama, jarak antara produsen dan konsumen. Saluran pemasaran akan semakin panjang dengan semakin jauhnya jarak antara produsen dan konsumen. Kedua, cepat atau lambat produk rusak. Barang yang mudah rusak harus diterima oleh konsumen, sehingga saluran yang pendek. Ketiga, skala produksi. Ketika produksi skala kecil tidak menguntungkan bagi produsen untuk menjual langsung ke pasar. Keempat, situasi keuangan pengusaha. Pedagang yang memiliki modal yang kuat dapat melaksanakan fungsi-fungsi manajemen perusahaan lebih pedagang yang memiliki modal kecil,

sehingga cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran (Rahim, 2007)

2.4 Fungsi pemasaran

Fungsi pemasaran proses pengiriman barang produsen di tingkat konsumen membutuhkan kegiatan yang berbeda atau stok uang untuk mempercepat produk proses atau jasa penyampaian yang bersangkutan dan aktivitas ini disebut fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran yaitu kegiatan utama yang khusus dilaksanakan untuk menyelesaikan proses pemasaran. Fungsi-fungsi tersebut dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Fungsi pertukaran, merupakan kegiatan yang terlibat dalam pemindahan hak milik dari barang dan jasa dipasarkan. Fungsi pertukaran terdapat dua fungsi, yaitu :
 - a. Fungsi pembelian, meliputi kegiatan mencari barang dari sumber asal produksi, pengumpulan barang dan kegiatan yang berkaitan dengan pembelian, dan
 - b. Fungsi penjualan, meliputi berbagai kegiatan yang menyangkut penjualan seperti promosi, pemasaran iklan dan berbagai kegiatan menciptakan permintaan.
2. Fungsi fisik, yaitu semua tindakan yang berkaitan langsung dengan melibatkan penanganan, pemindahan dan perubahan fisik dari suatu produk. Fungsi ini melibatkan kapan, apa dan dimana dalam proses pemasaran yang dapat dikategorikan.

2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Menurut Prayitno (2011) dengan judul efisiensi pemasaran cabai merah, berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran cabai merah di kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu provinsi Lampung sudah efisien terlihat dari pangsa produsen ($PS > 70\%$), walaupun struktur pasar yang terjadi adalah pasar tidak bersaing sempurna (oligopsoni). Perilaku pasar menunjukkan bahwa harga lebih banyak ditentukan oleh pedagang. Keragaan pasar menunjukkan terdapat tiga saluran pemasaran dengan penyebaran margin dan Rasio Profit Margin yang tidak merata antara lembaga, korelasi harga relative sedang ($r = 0,728$), dan nilai elastisitas transmisi harga lebih besar dari satu ($Et > 1$)

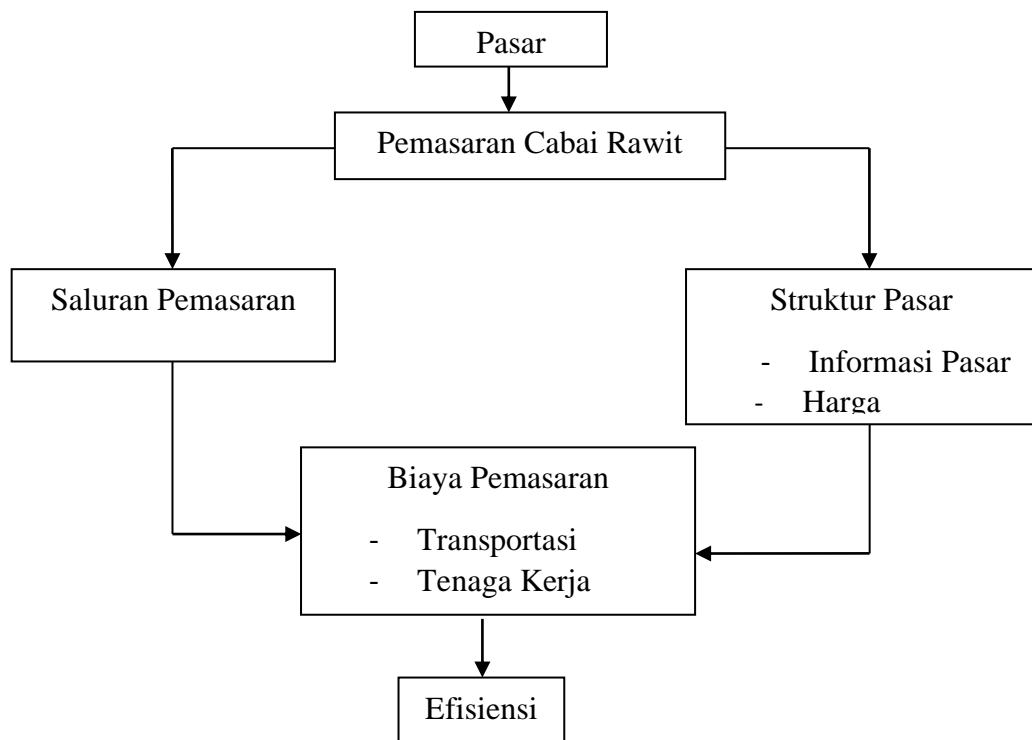
Menurut Khotimah, Supardi, & Rahayu (2017) dengan judul analisis efisiensi pemasaran cabai rawit, berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran cabai rawit di Desa Pagerjuran Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali. Dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan dan pendapatan usahatani cabai rawit, pola saluran pemasaran cabai rawit, biaya, keuntungan dan margin pemasaran cabai rawit serta mengkaji saluran pemasaran yang paling efisien di Kabupaten Boyolali. Dengan menggunakan metode penelitian yaitu deskriptif analitik untuk menggambarkan dan menjelaskan situasi sekarang. Metode ini

mengungkapkan situasi saat ini dengan mengaitkan topik tertentu, kemudian data yang sudah terkumpul disusun dan dianalisis.

Menurut Istiyanti (2010) dengan judul efisiensi pemasara cabai merah keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. Dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran, dan efisiensi pemasaran. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif analisis yaitu metode penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah yang ada pada masa sekarang (aktual). Pada saluran I, margin pemasaran pedagang pengecer yang menjual cabai merah keriting ke pasar Beringharjo lebih besar dari pada menjual ke pasar Pakem. Margin pemasaran saluran II lebih besar dari pada margin pemasaran III. Pada saluran I, bagian harga yang diperoleh petani dari pedagang pengecer yang menjual cabai merah keriting ke pasar Pakem lebih besar dari pada yang diperoleh petani dari pedagang pengecer yang menjual ke pasar Beringharjo. Secara ekonomis, saluran I yang pedagang pengecer yang menjual ke pasar Beringharjo. Secara teknis saluran I yang pedagang pengecer yang menjual cabai merah keriting ke pasar Beringharjo lebih efisien dibandingkan pada pedagang pengecer yang menjual ke pasar Pakem.

2.6 Kerangka Pemikiran

Pemasaran cabai rawit melibatkan lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Dalam penyaluran cabai rawit dari petani sampai ke konsumen, lembaga pemasaran mengeluarkan biaya untuk pemasaran. Biaya pemasaran ini adalah biaya untuk agen pemasaran terbebani mutlak untuk distribusi pedagang sebagai penjemput bola. Ini berarti bahwa untuk mendapatkan cabai pedagang harus mendatangi petani di rumah maupun di lahan. Biaya pemasaran merupakan faktor penentu bagi pedagang untuk memperoleh keuntungan dalam distribusi cabai rawit. Karena meningkatnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh penjualan pedagang cabai yang berdampak terhadap efisien atau tidaknya pemasaran cabai tersebut.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat

Penelitian ini berlangsung kurang lebih selama tiga bulan yaitu dari bulan Februari sampai bulan April 2020 di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang dikumpulkan dalam penelitian dapat di golongkan menjadi dua antara lain:

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber asli atau pertama. Cara memperoleh data primer dengan melakukan wawancara kepada responden yaitu petani cabai rawit melalui kuisisioner ini dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan informasi secara lengkap dan tepat dari wawancara dengan responden tersebut.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, antara lain sebagai meja atau diagram atau segala informasi yang berasal dari literatur yang berhubungan dengan teori-teori mengenai topik. Data sekunder diperoleh dari data-data yang dikumpulkan dari instansi pemerintah, Dinas Pertanian dan Perkebunan, Kantor Kecamatan Bolaang Uki.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari subyek dan obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan dalam peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian bisa ditarik kesimpulan tertentu. Jadi, populasi bukan hanya orang-orang akan tetapi suatu dan benda-benda alam. Sedangkan sampel yaitu semua jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Petani Cabai Rawit berjumlah 60 orang responden dan penelitian ini menggunakan metode wawancara, dimana semua petani cabai rawit dijadikan sebagai responden, pemilihan responden berdasarkan jumlah populasi dari 150 orang sehingga penelitian memungkinkan untuk bisa mewawancarai semua petani cabai rawit.

Cara pengambilan sampel dapat menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n : Jumlah Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Tingkat kesalahan

Jumlah sampel dalam penelitian ini 90 orang yang terdiri dari 60 orang petani cabai rawit, 9 orang pedagang pengumpul, 15 orang pedagang pengecer dan 6 orang grosir.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai langsung petani cabai rawit dengan daftar pertanyaan yang telah disediakan dan menggunakan kuisioner penelitian

2. Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung di lokasi penelitian dengan tujuan merasakan dan memahami pengetahuan tentang fenomena ini didasarkan pada pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya.

3.5 Metode Analisis Data

Rantai saluran pemasaran merupakan suatu organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau di konsumsi oleh konsumen.

Margin pemasaran yaitu selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Secara matematis, perhitungan margin pemasaran dapat di tulis sebagai berikut (Sudiyono, 2004) .

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan

Mp = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat petani

Untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus :

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

Dimana :

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya Pemasaran

TNP = Total Nilai Produk

Dengan kaidah Keputusan :

- a. 0 – 33 % = Efisien
- b. 34 – 67 % = kurang Efisien
- c. 68 – 100 % = Tidak Efisien

3.6 Definisi Operasional

1. Pemasaran adalah suatu proses penyaluran barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen.

2. Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam pemasaran cabai rawit dari produsen sampai ke konsumen
3. Fungsi pemasaran proses penyampaian barang dari tingkat produsen ke konsumen.
4. Efisiensi pemasaran adalah untuk melihat mana saluran yang baik diantara lembaga pemasaran terlibat dalam pemasaran cabai rawit
5. Saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi.
6. Pedagang pengecer yaitu orang yang menyediakan barang dalam bentuk, waktu dan tempat tertentu sesuai dengan keinginan konsumen.
7. Pedagang pengumpul yaitu orang atau kelompok yang mengumpulkan hasil pertanian langsung dari desa,
8. Cabai rawit merupakan buah yang memiliki ukuran kecil dengan rasa yang pedas bila dibandingkan dengan jenis cabai lainnya.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Letak dan Keadaan Geografis

Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memiliki 7 Kecamatan, salah satunya Kecamatan Bolaang Uki. Kecamatan Bolaang Uki merupakan salah satu kecamatan yang sebagian besar penduduknya berprofesi sebagai petani. Batas wilayah Kecamatan Bolaang Uki yaitu :

- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Helumo
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Pinolosian
- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Dumoga Utara
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Teluk Tomini

Kecamatan Bolaang Uki mempunyai 17 Desa yang berada di tengah-tengah Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan diantaranya Desa Toluaya, Desa Soguo dan Desa Salongo yang menjadi lokasi tempat penelitian.

4.1.2 Identitas Responden

Petani yaitu orang yang menguasai tanaman atau hewan untuk memperoleh keuntungan dari hasil mengelola tanaman dan hewan tersebut. Dalam mengelola usahatani, petani menentukan alat atau kebutuhan yang alternatif untuk di kerjakan dalam sebidang tanah. Akan tetapi, seorang petani tidak lepas dari faktor internal dalam menjalankan usahatannya. Faktor yang dimaksud yaitu

umur, pendidikan, pengalaman berusahatani, jumlah tanggungan keluarga dan luas lahan.

4.1.3 Klasifikasi Umur Responden

Umur petani sangat mempengaruhi kemampuan fisik bekerja dan berfikir. Pada umumnya petani yang masih berumur lebih muda itu mempunyai kemampuan fisik yang lebih kuat dan juga dapat menerima informasi baru yang diberikan dengan dibandingkan dengan petani yang berumur lebih tua. Petani muda lebih berani mengambil resiko, dibandingkan dengan petani yang berumur lebih tua karena mereka hanya memiliki tenaga yang terbatas dan lebih berhati-hati dalam menerima informasi baru dan agak lambat dalam mengambil keputusan karena mereka lebih mengutamakan yang sudah mereka lakukan atau berdasarkan pengalaman. Umur petani responden dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1. Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020

Umur Responden	Frekuensi	Persentase (%)
21-27	4	6.67
28-34	9	15
35-41	14	23.33
42-48	13	21.67
49-55	9	15
56-62	8	13.33
63-69	3	5
Total	60	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 1 menunjukkan bahwa petani responden di Kecamatan Bolaang Uki sebagian besar tergolong dalam usia produktif yaitu 14 orang petani yang memiliki umur antara 35-41 tahun dengan persentase 23,33 %, 13 orang petani

yang memiliki umur antara 42-48 dengan persentase 21,67% dan 9 orang berumur antara 49-55 atau 15%, kemudian 9 orang petani responden yang memiliki umur 28-34 atau 15%, dan yang terakhir 4 orang petani responden memiliki umur antara 21-27 atau 6,67 %.

Tabel 2. Identitas Pedagang Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020.

Umur Responden	Frekuensi	Persentase
22-28	4	13.33
29-35	3	10
36-42	12	40
43-49	4	13.33
50-56	6	20
57- 63	0	0
64-70	1	3.33
Total	30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 2 menunjukkan bahwa pedagang responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yang tergolong dalam usia produksi yaitu 12 orang pedagang yang memiliki umur 36-42 tahun dengan persentase 40%, 6 orang pedagang responden memiliki umur 50-56 atau 20%, dan di atas 64 tahun hanya ada 1 orang atau 3,33 %.

4.1.4 Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan sangat mempengaruhi cara berfikir petani, pada umumnya petani yang mempunyai tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung lebih cepat menerima informasi baru sedangkan petani yang pendidikannya lebih rendah hanya mengandalkan pengalaman saja. Tingkat pendidikan yaitu tingkat

pendidikan formal yang pernah diikuti oleh para petani responden. Tingkat pendidikan responden dapat di lihat pada tabel 3 berikut :

Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Petani Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Tidak Tamat SD	4	6,67
2.	Sekolah Dasar (SD)	27	45
3.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	13	21,67
4.	Sekolah Menengah Atas (SMA)	15	25
5.	Strata 1 (S1)	1	1,67
Jumlah		60	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 4. Identitas Pedagang Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Pedagang Responden (orang)	Persentase (%)
1.	Tidak Tamat SD	1	3,3
2.	Sekolah Dasar (SD)	11	36,67
3.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	7	23,3
4.	Sekolah Menengah Atas (SMA)	11	36,67
Jumlah		30	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 3 dan 4 diatas terlihat dimana tingkat pendidikan formal petani dan pedagang responden di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan tergolong tinggi karena sebagian besar responden lulus dari sekolah dasar bahkan sampai ke tingkat Menengah Atas.

4.1.5 Jumlah Tanggungan Keluarga

Besar kecilnya tanggungan keluarga sangat mempengaruhi perilaku petani dalam usahatani. Semakin besar jumlah tanggungan, maka semakin semangat petani dalam menjalankan usahatani karena petani tersebut didorong oleh tanggung jawab yang besar terhadap keluarganya. Tanggungan keluarga responden dapat dilihat pada Tabel 5 berikut :

Tabel 5. Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020.

Jumlah tanggungan	Frekuensi	Persentase (%)
2 – 3	27	45
4 – 5	26	43.33
6 – 7	6	10
8 – 9	1	1.67
Total	60	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Dari tabel 5 di atas, terlihat jumlah responden memiliki jumlah tanggungan keluarga paling banyak yaitu 2-3 orang sebanyak 27 responden atau 45 %, responden memiliki jumlah tanggungan keluarga 4-5 orang sebanyak 26 responden atau 43,33 %, sedangkan paling sedikit itu 8- 9 orang hanya 1 responden saja atau 1,67 %.

4.1.6 Luas Lahan

Lahan merupakan faktor produksi yang sangat berpengaruh dalam memproduksi cabai rawit, hal ini di gunakan karena daeran prduksi lebih besar maka semakin besar juga produksi dan pendapatan yang akan diperoleh petani

dalam usahatani cabai rawit ini. Luas lahan usahatani cabai rawit diusahakan responden dapat dilihat pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Luas lahan petani responden Cabai Rawit di Kecamatan Bolaag Uki, Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020

No	Luas Lahan (ha)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
1	0,25	13	21,7
2	0,5	29	48,3
3	0,7	1	1,7
4	1	16	26,7
5	1,5	1	1,7
Jumlah		60	100%

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 6 menunjukkan bahwa rata-rata responden memiliki 0,5 Ha berjumlah 29 responden atau 48,3% dan responden yang memiliki luas lahan 1 Ha berjumlah 16 responden atau 26,7. Luas lahan dalam usaha sangat berdampak terhadap produksi yang akan dihasilkan, jika luas lahan kecil maka produksi sedikit akan tetapi jika luas lahan besar/luas maka produks yang dihasilkan akan besar pula.

4.1.7 Pengalaman Berusahatani

Pengalaman usahatani terlihat dari lamanya seorang petani melaksanakan pekerjaan pada jenis komoditi yang diusahakan. Lebih lama petani bekerja pada kegiatan tersebut, maka semakin banyak pengalaman yang diperoleh petani tersebut. Selain itu petani hanya mengandalkan pengalaman dengan tidak mengikuti perubahan teknologi, sulit bagi petani untuk berkembang seperti petani-petani yang pengalamannya masih muda. Berikut ini tingkat pengalaman usahatani responden disajikan pada tabel 7.

Tabel 7. Identitas Responden berdasarkan Pengalaman berusahatani di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020.

Pengalaman	Frekuensi	Persentase (%)
1 – 3	34	56.67
4 – 6	19	31.67
7 – 9	4	6.67
10 – 12	1	1.67
13 – 15	2	3.33
Total	60	100

Sumber: Data Primer Setelah Diolah, 2020.

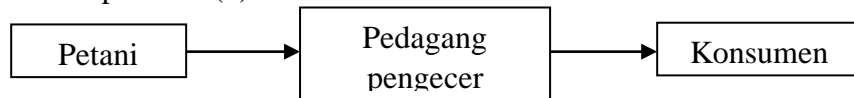
Pada tabel 7 terlihat jumlah responden terbanyak pada pengalaman berusahatani 1-3 tahun sebanyak 34 orang atau 56,67%, sedangkan jumlah responden terendah sebanyak 1 orang dengan pengalaman berusahatani sebesar 1,67%.

4.2 Saluran Pemasaran Cabai Rawit

Rantai saluran pemasaran cabai tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran produsen ke konsumen. Perbedaan harga antara harga yang dibayar oleh konsumen untuk harga yang di terima petani akan lebih baik jika saluran pemasaran yang terlalu panjang. Berdasarkan saluran pemasaran yang dapat di ketahui pada posisi tawar petani, yang dipandang oleh jumlah sumbangan atau bagian harga yang dibayarkan kepada petani untuk harga konsumen. Ketika saluran pemasaran kemudian bagian dari harga petani menerima lebih minim, dan sebaliknya. Apabila bagian yang diterima petani cukup besar, maka produsen pertanian yang mencari cabai akan lebih mengintensifkan pertanian.

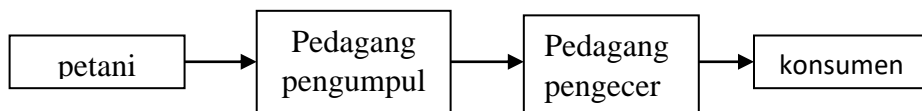
Berdasarkan hasil penelitian mengenai saluran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan memiliki tiga saluran pemasaran yaitu:

a. Saluran pertama (1)



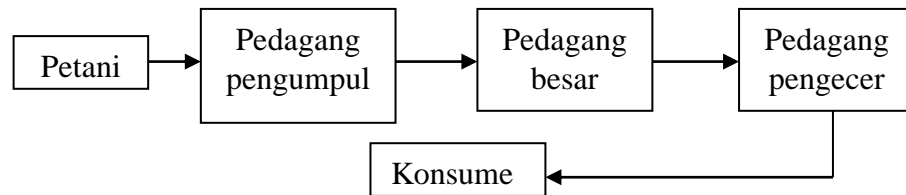
Pada saluran pemasaran pertama petani menjual langsung cabainya kepada pedagang pengecer di pasar terdekat yang ada di kecamatan Bolaang Uki dan sebagian pedagang pengecer ada yang langsung menunggu di rumah petani bahkan ada juga yang menunggu langsung di kebun, kemudian pedagang pengecer menjual cabainya kepada konsumen.

b. Saluran Kedua (II)



Pada saluran pemasaran kedua petani menjual cabainya kepada pedagang pengumpul karena ada pedagang yang memberikan modal kepada petani, kemudian pedagang pengumpul membawa cabainya ke pasar terdekat yang ada di Kecamatan Bolaang Uki untuk di jual ke pedagang pengecer. Dan pedagang pengecer menjual cabainya kepada konsumen dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan harga yang di berikan petani kepada pedagang pengumpul.

c. Saluran Ketiga (III)



Terakhir saluran pemasaran ketiga Petani menjual cabainya kepada pedagang pengumpul yang sudah memberikan modal atau menunggu hasil panen di ladang, setelah itu pedagang pengumpul menjual cabainya kepada pedagang besar. Kemudian Pedagang besar membawa cabainya ke luar daerah untuk di jual ke pedang pengecer di pasar atau di toko bahan baku dan yang terakhir pedagang pengecer menjual cabainya kepada konsumen dengan harga yang relatif beda dengan harga yang di beli langsung ke petani.

4.3 Marjin Pemasaran Cabai Rawit

Marjin pemasaran adalah perbedaan harga untuk petani menentukan harga yang dibayar oleh konsumen. Harga sebuah barang pada pelaku tataniaga yang satu dengan yang lain berbeda. Harga yang berbeda diindikasikan sebagai perbedaan dalam biaya dan manfaat yang diambil oleh pedagang. Seperti harga yang berlaku di tingkat produsen dengan harga saat ini pada tingkat pedagang pengecer. Saat ini harga produsen ditaraf dipahami oleh proto yang terjadi selama produksi dan manfaat yang diinginkan, laba tadi umunya tidak terlalu besar karena produsen menetapkan keuntungan mereka dengan cara “by felling” namun para pedagang umumnya berorientasi keuntungan cenderung untuk mengambil keuntungan sebanyak mungkin dengan perbedaan harga di

tingkat produsen besar dan pedagang pengecer tersebut besar (Sihombing, 2011).

Margin dipakai pada analisis saluran pemasaran menjadi indikator menurut efisiensi operasional yang mengukur produktivitas kegiatan pemasaran atau fungsi pemasaran yang dijalankan masing-masing pedagang. Selanjutnya margin adalah penerimaan kotor dari setiap kegiatan pemasaran dimana didalamnya masih ada komponen biaya pemasaran (margin biaya total) dan keuntungan pemasaran (margin laba). Demikian nilai margin yang besar pada saluran pemasaran belum bisa mendeskripsikan laba yang besar bagi setiap lembaga pemasaran yang terlibat. Dalam pembahasan ini diuraikan margin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul kecamatan sampai ke konsumen dalam setiap saluran pemasaran. Adapun margin pemasaran pada setiap saluran disajikan pada Tabel 8 .

Tabel 8. Margin pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Uraian	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga jual (Rp/Kg)	Margin
1.	Pedagang Besar	40.000,00	51.667,00	11.667,00
2.	Pedagang Pengumpul	30.625,00	41.250,00	10.625,00
3.	Pedagang Pengecer	55.263,00	66.053	11.316,00

Sumber: Data Primer Setelah Diolah 2020

Dari tabel 8 diketahui bahwa setiap lembaga pemasaran memiliki harga yang berbeda. Harga ditingkat pedagang besar dan pedagang pengumpul sama dengan harga yang ditawarkan oleh petani yakni Rp 40.000,00- per kilogram, kemudian harga meningkat menjadi Rp 51.667,00- per kilogram ketika dijual

ke pedagang pengecer. Peningkatan harga tersebut disebabkan pedagang pengumpul menghendaki keuntungan dalam penjualan cabai tersebut dengan menghitung biaya-biaya yang dikeluarkan saat membeli cabai rawit dari petani (produsen). Selanjutnya pedagang pengecer menjual cabai rawit yang diperoleh dari pedagang pengumpul ke konsumen dengan harga Rp 66.053,00- per kilogram, harga jual pedagang pengecer ke konsumen lebih tinggi jika dibandingkan harga jual yang diperoleh pedagang pengumpul dan pedagang besar. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer lebih banyak mengeluarkan biaya selama proses penjualan cabai rawit yang meliputi biaya transportasi, tenaga kerja, pengangkutan, dan biaya retribusi.

Berdasarkan penelitian Asmayanti (2012) sistem pemasaran cabai rawit merah (*Capsicum frutescens*) di Desa Cigedung Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut hasil margin yang didapat perantara, margin pemasaran yang pada saluran III untuk 77,50 persen dari harga penjualan pedagang pengecer. Besarnya margin adalah karena saluran III melibatkan dua pedagang besar transaksi penjualan grosir cabe rawit merah, cabe rawit merah yang tidak laku terjual di Pasar Induk Cikajang dan Pasar Caringin itu akan didistribusikan ke Pasar Induk Kramat Jati Jakarta, sehingga saluran pemasaran III adalah salah satu saluran pemasaran terpanjang. Setelah itu diikuti oleh saluran IV yaitu sebesar 76,50 persen dimana kondisi ini mirip dengan saluran III bahwa transaksi antara dua pedagang besar di Pasar Induk Caringin dan Pasar Induk Kramat Jati.

4.4 Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit

Pemasaran yang efisien merupakan tujuan akhir dalam sistem pemasaran. Efisiensi pemasaran akan tercapai jika sistem tersebut mampu memenuhi pihak yang terlibat dalam pemasaran, yaitu produsen, konsumen akhir dan lembaga pemasaran (Anita & dkk, 2012).

Menurut Rahim dan Hastuti (2007) Efisiensi pemasaran adalah ukuran produktivitas dari proses pemasaran yang digunakan untuk membandingkan asal energi yang digunakan output yang dihasilkan selama proses pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat terjadi, yaitu *pertama*, jika pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, *kedua*, persentase perbedaan harga yang akan dibayar konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi *ketiga*, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan *keempat* adanya kompetisi pasar sehat. Efisiensi pemasaran memaparkan dimana tingkat produktivitas sistem pemasaran dapat ditentukan oleh tingkat efisiensi dan efektifitas seluruh kegiatan fungsional sistem pemasaran tersebut yang selanjutnya menentukan kinerja operasional dan proses sistem. Efisiensi harga yaitu menyangkut harga komoditi cabai rawit dari petani sampai ke konsumen akhir pada setiap saluran pemasaran. Untuk lebih jelasnya efisiensi pemasaran cabai rawit dapat dilihat pada tabel 9 berikut.

Tabel 9. Efisiensi pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan, 2020

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp)	Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi (%)
1.	Petani			
	Harga Jual	-	-	-
2.	Pedagang Besar			
	Biaya Transportasi	266.667,00-	95.000.000,00-	0,81
	Biaya Tenaga Kerja	300.000,00-		
	Biaya Retribusi	5.000,00-		
	Biaya Pengangkutan	200.000,00-		
	Jumlah	771.667,00-		
3.	Pedagang Pengumpul			
	Biaya Pengangkutan	13.333,00-	9.225.000,00-	0,30
	Biaya Transportasi	14.375,00-		
	Jumlah	27.708,00-		
4.	Pedagang Pengecer			
	Biaya Pengangkutan	22.778,00-	6.809.211,00-	0,64
	Biaya Transportasi	18.158,00-		
	Biaya Retribusi	3.000,00-		
	Jumlah	43.936,00		

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 9 menunjukkan bahwa biaya pemasaran pada pedagang besar sebesar Rp 771.667,00 yaaitu biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya pengangkutan dan biaya retribusi. Nilai penjualan pedagang besar sebesar Rp 95.000.000,00 dengan tingkat efisien 0,81% berdasarkan criteria bahwa 0-33% tergolong efisien maka pemasaran cabai rawit di tingkat pedagang besar efisien. Pada tingkat pedagang pengumpul biaya pemasaran sebesar Rp 27.708,00 yang terdiri dari biaya pengangkutan dan biaya transportasi. Dengan nilai penjualan sebesar Rp 9.225.000,00 dengan tingkat efisien 0,30% berdasarkan kriteria bahwa 0-33% tergolong efisien maka pemasaran cabai rawit di tingkat pedagang pengumpul efisien. Dan yang terakhir pada tingkat pedagang pengecer,

pemasaran cabai rawit masih tergolong efisien dengan jumlah biaya pemasara Rp 43.936,00 dan nilai penjualan cabai rawit sebesar Rp 6.809.211,00.

Menurut pendapat Martodisero (2002) Pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien jika pedagang mampu menyajikan hasil dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah mungkin dan mampu mempertahankan bagian yang adil dari total harga yang dibayar oleh konsumen akhir dari semua pihak yang terlibat dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tiga saluran pemasaran cabai rawit di kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan yng terdiri dari
 - Petani menjual cabainya kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual cabainya kepada konsumen.
 - Petani menjual cabainya kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengecer. Dan pedagang pengecer menjual cabainya kepada konsumen.
 - Petani menjual cabainya kepada petani pengumpul, kemudian petani pengumpul menjual cabainya kepada pedagang besar. Pedagang besar menjual cabainya kepada pedagang pengecer dan yang terakhir petani pengecer menjual cabainya kepada konsumen.
2. Marjin pemasaran cabai rawit pada tingkat pedagang besar dan pedagang pengumpul sebesar Rp 10.000,00 sementara yang tertinggi pada tingkat pedagang pengecer sebesar Rp 15.000,00.
3. Masing-masing lembaga pemasaran cabai rawit baik pedagang besar, pedang pengumpul dan pedang pengecer efisien dalam pemasaran cabai rawit dengan kriteria 0,81 % pada tingkat pedagang besar, 0,30 % di tingkat pedagang pengumpul dan 0,64 % pada tingkat pedagang pengecer.

5.2 Saran

Hasil dari penelitian mengenai efisiensi pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Uki, maka penulis menyampaikan beberapa saran diantaranya adalah :

1. Dengan adanya saluran-saluran pemasaran dalam memasarkan cabai rawitnya, petani dituntut untuk mempelajari secara aktif informasi pasar sehingga dapat dipilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan.
2. Sebaiknya petani menjual cabai rawit pada pedagang pengecer, karena harga pembelian pedagang pengecer lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul dan pedagang besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, & dkk. (2012). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas. *Jurnal. vol 1, no 1, desember 2012* , hal 22-31.
- Asmayanti. (2012). sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah (*capsicum Fretescens*). *Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor* , 10.
- Asmayanti. (2012). Sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah (*Capsicum Frutescens*) di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut.
- Daniel, M. (2001). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Aneka Ilmu.
- Istiyanti, E. (2010). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting . *Jurnal Pertanian MAPETA: 1411-2817, Vol. XII. No. 2. April 2010 : 72-144* , 2-3.
- Kartika, E., Gani, Z., & Kurniawan, D. (2013). Tanggapan Tanaman Tomat (*lycopersicum esculentum*. Mill). *Fakultas Pertanian Universitas Jambi* , Vol 2 No. 3.
- Khotimah, Y. k., Supardi, S., & Rahayu, d. W. (2017). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit . *Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta* , 239-241.
- Koestiono. (2010). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Manis. *Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Brawijaya* , 26-27.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran (edisi sebelas) Jilid I*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Intan Sejati.

- Martodisero, S., & Suryanto, A. (2002). *Agribisnis Kemitraan* . Yogyakarta: Usaha Bersama.
- MS, D. I. (2011). Jadikan Lemon Cui Sebagai Tanaman Maskot Kota Manado. *Membangun Sulut dengan Iman Budaya dan Iptek* , 1.
- Prayitno, A. B. (2011). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah . *Universitas Lampung* , 59.
- Rahim. (2007). *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian* . Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahim, A., & Hastuti, d. D. (2007). *Prinsip Dasar EKonomi Pertanian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rahim, A., & Hastuti, D. (2007). *Ekonomi Pertanian* . Jakarta: Penebar Swadaya.
- Rahim, A., & Hastuti, D. R. (2007). *Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Penerbaya Swadaya.
- Sihombing. (2011). *Tata Niaga Hasil Pertanian*. Medan: USU Press.
- Sudiyono. (2004). Pemasaran Pertanian. Malang.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* . Bandung : Alfabet.
- Surtinah. (2007). Kajian Tentang Hubungan Pertumbuhan Vegetatif Dengan Produksi Tanaman Tomat (*Lcopersicum esculentum*, Mill). *PS. Agronomi, Staf Pengajar Fakultas Pertanian Universitas Lancang Kuning* , Vol. 4 No 1.
- Suyatno, A. (2012). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam . *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian* , 22.

Widiastoety, D. (2015). Inovasi Hortukultura Pengungkit Penngkatan Pendapatan

Rakyat. *Agro Inovasi* , 1.

Yuzami. (2005). Ensiklopedia Flora. *PT Kharisma Ilmu* , 104.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner penelitian

**EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN BOLAANG
UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN**

KUISIONER UNTUK PETANI

I. Identitas Petani

1. NamaPetani :
2. Jeniskelamin :
3. Umur :Tahun
4. Pendidikan :
5. Tanggungan :

II. KegiatanUsahatani

6. Sudah berapa lama anda melakukan kegiatan usahatani cabai rawit?
.....
7. Apa alasan anda melakukan kegiatan usahatani cabai rawit?
 - a. Harga bagus
 - b. Pemasaran Terjamin
 - c. Ketersediaan kredit
 - d. Mendapatkan bantuan pemerintah
 - e. Lainnya
8. Apakah usahatani cabai rawit merupakan mata pencaharian utama ?
(Ya/Tidak)
9. Luas lahan yang diusahakan/dimiliki =ha
10. Luas lahan yang diusahakan untuk usahatani cabai rawit =ha
11. Berapa jumlah hasil produksi/panen yang terakhir anda hasilkan?
.....

12. Kesulitan apa yang anda alami dalam usahatani cabai rawit sampai saat ini?.....

III. Kegiatan Pasca Panen

13. Apakah anda melakukan penyimpanan cabai rawit?

IV. SistemPemasaran

14. Berapa harga cabai rawit saat anda menjualnya?

15. Kemana biasanya anda menjual hasil panen?

Lembaga Pemasaran	Hargajual (Rp/Kg)	Jumlah Penjualan (kg)	Sistem pembayaran	Pasaran yang dituju
Pedagang pengumpul				
Grosir				
Pedagang pengecer				
Konsumen akhir				
Lainnya...				

16. Bagaimana cara menentukan harga jual?

17. Apakah lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pengecer, tengkulak), mempunyai standar tertentu dalam melakukan pembelian cabai rawit?

18. Apakah anda melakukan kerjasama atau kontrak tertentu dalam memasarkan cabai rawit?(misalnya dengan sesame petani, lembaga pemasaran)?

.....
.....
19. Dari mana anda memperoleh informasi pasar?

.....
20. Berapa jumlah biaya pemasaran yang anda keluarkan setiap kali menjual
cabai rawit?

- a. Biaya pengangkutan : Rp.
- b. Biaya pengepakan : Rp.
- c. Biaya transportasi : Rp.
- d. Biaya lain-lain :Rp.

**EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN BOLAANG
UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN**

KUISONER UNTUK LEMBAGA PEMASARAN

1. Nama lengkap :
2. Jenis Kelamin :
3. Alamat :
4. Umur : Tahun
5. Pendidikan :
 - a. Tidak sekolah
 - b. SD
 - c. SMP
 - d. SMA/SMK
 - e. Sarjana (S1/S2/S3)
 - f. Lainnya.....
6. Klasifikasi pedagang :
 - a. Pedagang Besar
 - b. Pedagang Pengumpul Kecamatan
 - c. Pedagang Pengumpul Desa
 - d. Pedagang Pengecer
7. Tahun mulai beroperasi :
8. Pekerjaan utama :
9. Pekerjaan sampingan :
10. Apakah anda melakukan kerjasama? (Ya/Tidak)
11. Bagaimana bentuk kerjasama yang anda lakukan?

.....
.....

I. Sistem Pembelian

12. Apakah anda menerapkan suatu standar mutu, dan apakah ada system kontrak tertentu dalam pembelian cabai rawit?(Ya/Tidak)

13. Apabila diterapkan suatu standar mutu dan melakukan penyortiran, apakah ada perbedaan harga berdasarkan mutu? (Ya/Tidak)

14. Jika ada perbedaan harga, berapa selisih harga tersebut?

.....
15. Perkembangan volume pembelian dan harga beberapa minggu terakhir.

Bulan	Minggu	Volume (Kg)	Harga (Rp)

16. Perkembangan volume penjualan dan harga beberapa minggu terakhir.

Bulan	Minggu	Volume (Kg)	Harga (Rp)

17. Kesulitan apa yang anda alami dalam proses pembelian cabai rawit sampai saat ini?

..... **II. Sistem Penjualan**

18. Biaya dari kegiatan pemasaran yang ditanggung, baik dari proses pembelian dan proses penjualan.

No.	Jenis Kegiatan	Biaya (Rp)
1.	Pengangkutan	
2.	Pengemasan	
3.	Retribusi	
4.	Transportasi	
5.	Lainnya	

19. Berapa harga yang anda berikan kepada konsumen per Kg?

.....
20. Kesulitan apa yang anda alami dalam proses pemasaran cabai rawit sampai saat ini?

.....
21. Harapan anda mengenai pemasaran cabai rawit?
.....
.....
.....

Toluaya, November 2020

Responden

(.....)

Lampiran 2. Identitas petani cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Jumlah Tanggungan	Pengalaman	Luas Lahan (Ha)	Produksi (Kg)
1	A1	Laki-laki	49	SD	3	3	0,5	65
2	A2	Laki-laki	45	SD	4	5	0,5	70
3	A3	Laki-laki	41	SMP	4	8	1	95
4	A4	Laki-laki	40	SD	6	5	0,25	30
5	A5	Laki-laki	47	SMA	9	7	0,5	50
6	A6	Laki-laki	30	SD	2	5	0,5	80
7	A7	Laki-laki	47	SD	5	10	1	100
8	A8	Laki-laki	48	SD	5	7	0,5	65
9	A9	Laki-laki	40	SMP	4	5	0,5	85
10	A10	Laki-laki	36	SD	4	2	1	125
11	A11	Laki-laki	35	SMA	3	3	0,5	50
12	A12	Laki-laki	30	TIDAK TAMAT SD	3	4	0,5	65
13	A13	Laki-laki	40	SMP	4	2	0,5	50
14	A14	Laki-laki	43	SMP	5	5	0,5	60
15	A15	Laki-laki	67	TIDAK TAMAT SD	2	4	1	100
16	A16	Laki-laki	52	SD	5	1	0,5	25
17	A17	Perempuan	55	SMA	3	1	0,25	10
18	A18	Laki-laki	32	SD	4	4	1	90
19	A19	Laki-laki	38	SMA	4	2	0,5	40
20	A20	Laki-laki	59	SD	3	3	0,25	20
21	A21	Laki-laki	38	SD	3	2	0,5	60
22	A22	Laki-laki	60	SD	3	5	1	100
23	A23	Laki-laki	50	SD	3	4	0,5	80
24	A24	Laki-laki	65	SMA	6	5	1	150
25	A25	Laki-laki	54	SD	4	3	0,25	45
26	A26	Laki-laki	28	SMA	6	1	0,5	70
27	A27	Laki-laki	27	SMA	3	1	0,25	50
28	A28	Laki-laki	29	SMA	2	1	0,25	30
29	A29	Laki-laki	32	SMP	3	5	1	150
30	A30	Laki-laki	45	SMP	6	5	0,5	80
31	A31	Laki-laki	25	SMA	3	2	1	125
32	A32	Laki-laki	54	SD	5	1	0,25	60

33	A33	Laki-laki	21	S1	3	1	0,5	50
34	A34	Laki-laki	29	SMA	2	1	0,25	40
35	A35	Perempuan	45	SD	4	15	1,5	200
36	A36	Laki-laki	61	SD	5	14	0,7	80
37	A37	Perempuan	50	SMP	3	2	0,25	45
38	A38	Laki-laki	43	SMP	2	4	1	150
39	A39	Perempuan	48	SD	2	1	0,5	65
40	A40	Laki-laki	46	TIDAK TAMAT SD	7	7	1	95
41	A41	Perempuan	60	SD	2	2	0,25	40
42	A42	Laki-laki	53	SMP	4	3	0,5	75
43	A43	Laki-laki	69	TIDAK TAMAT SD	2	4	1	120
44	A44	Perempuan	48	SMP	5	3	0,5	70
45	A45	Laki-laki	41	SD	5	3	0,5	85
46	A46	Laki-laki	62	SD	3	4	1	100
47	A47	Laki-laki	36	SD	4	3	0,5	70
48	A48	Laki-laki	60	SD	4	5	0,5	65
49	A49	Laki-laki	48	SD	5	2	0,25	55
50	A50	Laki-laki	37	SMA	3	2	0,5	60
51	A51	Perempuan	45	SD	6	5	1	95
52	A52	Laki-laki	35	SMP	4	3	1	110
53	A53	Perempuan	54	SMP	2	2	0,25	45
54	A54	Laki-laki	40	SMA	4	3	0,5	75
55	A55	Laki-laki	26	SMA	3	2	0,5	85
56	A56	Laki-laki	56	SMA	4	2	0,5	85
57	A57	Laki-laki	36	SD	5	2	0,25	60
58	A58	Laki-laki	30	SMP	3	3	1	100
59	A59	Laki-laki	29	SMA	3	4	0,5	85
60	A60	Laki-laki	57	SD	4	3	0,5	80

Lampiran 3. Identitas lembaga pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Nama	Umur	Pendidikan	Klasifikasi Usaha	Mulai Beroperasi (Tahun)
1	T1	49	SMA	Pedagang Besar	2010
2	T2	40	Tidak Sekolah	Pedagang Besar	1990
3	T3	38	SMA	Pedagang Besar	2014
4	T4	45	SMP	Pedagang Pengumpul Desa	2017
5	T5	55	SD	Pedagang Pengumpul Desa	2016
6	T6	30	SMA	Pedagang Pengumpul Desa	2015
7	T7	38	SMA	Pedagang Pengumpul Desa	2015
8	T8	40	SMA	Pedagang Pengumpul Desa	2014
9	T9	35	SMP	Pedagang Pengumpul Desa	2016
10	T10	45	SMP	Pedagang Pengumpul Desa	2008
11	T11	42	SMP	Pedagang Pengumpul Desa	2010
12	T12	38	SMP	Pedagang Pengecer	2013
13	T13	27	SD	Pedagang Pengecer	2005
14	T14	55	SMP	Pedagang Pengecer	2018
15	T15	45	SD	Pedagang Pengecer	2015
16	T16	27	SMA	Pedagang Pengecer	2018
17	T17	42	SMA	Pedagang Pengecer	2013
18	T18	38	SMA	Pedagang Pengecer	2017
19	T19	50	SMP	Pedagang Pengecer	2016
20	T20	67	SD	Pedagang Pengecer	2017
21	T21	35	SD	Pedagang Pengecer	2016
22	T22	22	SMA	Pedagang Pengecer	2019
23	T23	24	SMA	Pedagang Pengecer	2018
24	T24	40	SMP	Pedagang Pengecer	2018
25	T25	51	SMP	Pedagang Pengecer	2010
26	T26	55	SD	Pedagang Pengecer	2011
27	T27	39	SMP	Pedagang Pengecer	2008
28	T28	53	SD	Pedagang Pengecer	2007
29	T29	42	SMP	Pedagang Pengecer	2011
30	T30	39	SMA	Pedagang Pengecer	2018

Lampiran 4. Biaya pemasaran lembaga pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Nama					Jumlah Biaya Pemasran
		Transportasi (Rp)	Tenaga Kerja (Rp)	Pengangkutan (Rp)	Retribusi (Rp)	
1	T1	200,000	100,000		5,000	305,000
2	T2	200,000	500,000		5,000	705,000
3	T3	400,000		200,000	5,000	605,000
	Jumlah	800,000	600,000	200000	15,000	1,615,000
	Rata-rata	266,667	300,000	200000	5,000	538,333
1	T4	10,000		10,000		20,000
2	T5	10,000		15,000		25,000
3	T6	20,000				20,000
4	T7	10,000				10,000
5	T8	20,000				20,000
6	T9	15,000				15,000
7	T10	20,000				20,000
8	T11	10,000		15,000		25,000
	Jumlah	115,000		40,000		155,000
	Rata-rata	14,375		13,333		19,375
1	T12	20,000			3,000	23,000
2	T13	20,000		30,000	3,000	53,000
3	T14	20,000		20,000	3,000	43,000
4	T15	10,000		15,000	3,000	28,000
5	T16	10,000		10,000	3,000	23,000
6	T17	20,000		30,000	3,000	53,000
7	T18	15,000		20,000	3,000	38,000
8	T19	20,000		20,000	3,000	43,000
9	T20	20,000		15,000	3,000	38,000
10	T21	15,000		20,000	3,000	38,000
11	T22	10,000		10,000	3,000	23,000
12	T23	10,000		10,000	3,000	23,000
13	T24	20,000		30,000	3,000	53,000
14	T25	20,000		30,000	3,000	53,000
15	T26	30,000		50,000	3,000	83,000
16	T27	20,000		30,000	3,000	53,000
17	T28	20,000		20,000	3,000	43,000
18	T29	15,000		20,000	3,000	38,000
19	T30	20,000		30,000	3,000	53,000
	Jumlah	335,000		410000	57,000	802,000
	Rata-rata	17,632		22777.77778	3,000	42,211

Lampiran 5. Harga beli, harga jual dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

No	Nama	Harga Beli (RP)	Harga Jual (RP)	Margin	Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi
1	T1	20,000	30,000	10,000	60,000,000	0,50
2	T2	60,000	70,000	10,000	105,000,000	0,67
3	T3	40,000	55,000	15,000	120,000,000	0,50
	Jumlah	120,000	155,000	35,000	285,000,000	0,7
	Rata-rata	40,000	51,667	11,667	95,000,000	0,7

1	T4	40,000	50,000	10,000	5,000,000	0,4
2	T5	40,000	50,000	10,000	8,500,000	0,29
3	T6	50,000	60,000	10,000	4,800,000	0,41
4	T7	20,000	30,000	10,000	7,500,000	0,13
5	T8	20,000	30,000	10,000	6,000,000	0,33
6	T9	25,000	40,000	15,000	18,000,000	0,083
7	T10	30,000	40,000	10,000	12,000,000	0,16
8	T11	20,000	30,000	10,000	12,000,000	0,20
	Jumlah	245,000	330,000	85,000	73,800,000	0,21
	Rata-rata	30,625	41,250	10,625	9,225,000	0,21

1	T12	50,000	60,000	10,000	6,000,000	0,38
2	T13	80,000	90,000	10,000	7,650,000	0,69
3	T14	65,000	75,000	10,000	9,000,000	0,47
4	T15	70,000	80,000	10,000	12,000,000	0,23
5	T16	70,000	85,000	15,000	8,500,000	0,27
6	T17	70,000	80,000	10,000	5,600,000	0,94
7	T18	70,000	80,000	10,000	6,800,000	0,55
8	T19	60,000	70,000	10,000	6,650,000	0,64
9	T20	20,000	30,000	10,000	4,500,000	0,84
10	T21	50,000	65,000	15,000	6,500,000	0,58
11	T22	50,000	60,000	10,000	9,000,000	0,26
12	T23	55,000	65,000	10,000	5,200,000	0,44
13	T24	20,000	30,000	10,000	3,000,000	1,76
14	T25	25,000	30,000	15,000	2,700,000	1,96
15	T26	40,000	50,000	10,000	7,500,000	1,11
16	T27	30,000	45,000	15,000	6,750,000	0,78
17	T28	80,000	90,000	10,000	6,300,000	0,84
18	T29	75,000	85,000	10,000	7,650,000	0,49
19	T30	70,000	85,000	15,000	8,075,000	0,65
	Jumlah	1,050,000	1,255,000	215,000	129,375,000	0,62
	Rata-rata	55,263	66,053	11,316	6,809,211	0,62

Gambar 1. Wawancara petani cabai rawit



Gambar 2. Wawancara dengan pedagang pengumpul dan pedagang besar



Gambar 3. Wawancara pedagang pengecer cabai rawit





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

Jl. Raden Saleh No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975; Fax: (0435) 82997;
E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 2066/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/I/2020

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Camat Bolaang uki

di,-

Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

Yang bertanda tangan di bawah ini :

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

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Tiara Aninda Djafar
NIM : P2216012
Fakultas : Fakultas Pertanian
Program Studi : Agribisnis
Lokasi Penelitian : KECAMATAN BOLAANG UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN
Judul Penelitian : EFESIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN BOLAANG UKI KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 27 Januari 2020

Ketua


Zulham, Ph.D
NIDN 0911108104

+



PEMERINTAH KABUPATEN BOLAANG MONGONDOW SELATAN
KANTOR KECAMATAN BOLAANG UKI

Alamat : Jl. Trans Sulawesi Lingkar Selatan, Molibagu Kode Pos 95774

SURAT KETERANGAN

Nomor : 100/71.11.01/100 /IX/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Camat Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Provinsi Sulawesi Utara dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : Tiara Aninda Djafar
N I M : P2216012
Fakultas / Jurusan : Pertanian / Agribisnis
Universitas : Ichsan Gorontalo

Berdasarkan Surat Keterangan Sangadi Soguo Nomor : 145/401/SK/01.20/580/IX/2020, Surat Keterangan Sangadi Toluaya Nomor : 447/1459/2006/IX/2020 dan Surat Keterangan Sangadi Salongo Nomor : 630/71.11.01.2005/IX/2020. Bahwa benar yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di di Desa Soguo, Desa Toluaya dan Desa Salongo Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan Provinsi Sulawesi Utara.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana perlunya.

Dikeluarkan di : Bolaang Uki
Tanggal : 25 September 2020

CAMAT BOLAANG UKI

NURHAEDA YASIN, SE

NIP. 19690430 200701 2 007



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS ICHSAN
(UNISAN) GORONTALO

SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
Jl. Achmad Nadjamuddin No. 17 Telp (0435) 829975 Fax (0435) 829976 Gorontalo

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI

No. 0609/UNISAN-G/S-BP/IV/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sunarto Taliki, M.Kom
NIDN : 0906058301
Unit Kerja : Pustikom, Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan ini Menyatakan bahwa :

Nama Mahasisw : TIARA ANINDA DJAFAR
NIM : P2216012
Program Studi : Agribisnis (S1)
Fakultas : Fakultas Pertanian
Judul Skripsi : Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan

Sesuai dengan hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 35%, berdasarkan SK Rektor No. 237/UNISAN-G/SK/IX/2019 tentang Panduan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiarisme, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 35% dan sesuai dengan Surat Pernyataan dari kedua Pembimbing yang bersangkutan menyatakan bahwa isi softcopy skripsi yang diolah di Turnitin SAMA ISINYA dengan Skripsi Aslinya serta format penulisannya sudah sesuai dengan Buku Panduan Penulisan Skripsi, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan BEBAS PLAGIASI dan layak untuk diujikan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 02 November 2020

Tim Verifikasi,



Sunarto Taliki, M.Kom

NIDN. 0906058301

Tembusan :

1. Dekan
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing I dan Pembimbing II
4. Yang bersangkutan
5. Arsip

perbaikan_turnitin_skripsi_tiara_aninda_djafar[1].docx
Oct 24, 2020
5593 words / 35234 characters

P2216012

skripsi_tiara_aninda_djafar[1].docx

Sources Overview

35%

OVERALL SIMILARITY

1	media.neliti.com INTERNET	4%
2	digilib.unila.ac.id INTERNET	2%
3	eprints.umm.ac.id INTERNET	2%
4	ejournal.unisbabitar.ac.id INTERNET	2%
5	id.123dok.com INTERNET	2%
6	www.scribd.com INTERNET	2%
7	pt.scribd.com INTERNET	1%
8	repositori.umsu.ac.id INTERNET	1%
9	eprints.ung.ac.id INTERNET	1%
10	docplayer.info INTERNET	1%
11	es.scribd.com INTERNET	<1%
12	fr.scribd.com INTERNET	<1%
13	text-id.123dok.com INTERNET	<1%
14	core.ac.uk INTERNET	<1%
15	eprints.undip.ac.id INTERNET	<1%
16	anzdoc.com INTERNET	<1%
17	eprints.uns.ac.id INTERNET	<1%
18	eprints.umml.ac.id INTERNET	<1%

<https://idk19-concorium1.turnitin.com/viewer/submissions/oid.25211.3060207/print?locale=en>

1/43

10/04/2020	skripsi_sara_arinda_djafar[1].docx - P2216012	
19	id.scribd.com INTERNET	<1%
20	jurnal.unigal.ac.id INTERNET	<1%
21	repository.uin-suska.ac.id INTERNET	<1%
22	repository.radenintan.ac.id INTERNET	<1%
23	edoc.pub INTERNET	<1%
24	jurnal.untad.ac.id INTERNET	<1%
25	skripsi-konsultasi.blogspot.ca INTERNET	<1%
26	ejournal.unsrat.ac.id INTERNET	<1%
27	fandynaser87.blogspot.com INTERNET	<1%
28	Jumadi Awal, Fendria Sativa, Tri Suratno. "ADOPSI INOVASI TEKNOLOGI PANCA USAHATANI PADI SAWAH OLEH PETANI DI KECAMA...	<1%
29	publikasi.unitri.ac.id INTERNET	<1%
30	repository.utu.ac.id INTERNET	<1%
31	scholar.unand.ac.id INTERNET	<1%
32	digilibadmin.unismuh.ac.id INTERNET	<1%
33	123dok.com INTERNET	<1%
34	mafiadoc.com INTERNET	<1%
35	Juneke Marisa Sambuaga, Rine Kaunang, Kaunang, Grace A. J. Rumagit A.J. Rumagit. "ANALISIS PEMASARAN BUAH PEPAYA DI DE...	<1%
36	jimfeb.ub.ac.id INTERNET	<1%
37	Juanda Ramadhika, Ratna Santi, Rion Apriyadi. "Pemanfaatan Colopogonium mucunoides sebagai Pupuk Hijau terhadap Pertumbuha...	<1%
38	de.scribd.com INTERNET	<1%
39	repository.upy.ac.id INTERNET	<1%
40	David Harksel Andre Ratulangli, Theodora Maulina Katiandagho, Benny Adrian Berthy Sagay. "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARU...	<1%
41	repository.unhas.ac.id INTERNET	<1%
42	digilib.uns.ac.id INTERNET	<1%
https://idk89-consortium1.turnitin.com/Viewer/submissions/oid:252113080207/print?locale=en		2/43

43	repository.ipb.ac.id	INTERNET	<1%
44	4m3one.wordpress.com	INTERNET	<1%
45	docobook.com	INTERNET	<1%
46	ejournal-fip-ung.ac.id	INTERNET	<1%
47	qdoc.tips	INTERNET	<1%
48	www.jlsuboptimal.unsri.ac.id	INTERNET	<1%

Excluded search repositories:

- None

Excluded from Similarity Report:

- Bibliography
- Quotes
- Small Matches (less than 10 words).

Excluded sources:

- None

RIWAYAT HIDUP



Penulis ini bernama Tiara Aninda Djafar dilahirkan di Desa Toluaya Kecamatan Bolaang Uki, pada tanggal 22 Juli 1998 dari ayah yang bernama Masri Djafar dan ibu bernama Arini Umar. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN Impres Toluaya pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP N 1 Bolaang Uki pada tahun 2013. Penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 1 Bolaang Uki pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan studi di Universitas Ichsan Gorontalo, Program Studi Agribisnis tahun 2016. Pada bulan Januari penulis juga menyelesaikan Kuliah Kerja Lapangan Pengabdian (KKLP) di Desa Suka Maju Kecamatan Mootilango. Selanjutnya penulis melaksanakan Praktek Lapang/Magang tepatnya di Kantor Dinas Pertanian Provinsi Gorontalo.