

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN  
CABAI RAWIT DI DESA LAHUMBO  
KECAMATAN TILAMUTA  
KABUPATEN BOALEMO**

**Oleh  
PEMI A MONOARFA  
P2219029**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO  
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

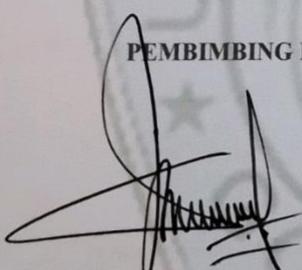
EFISIENSI SALURAN PEMASARAN  
CABAI RAWIT DI DESA LAHUMBO  
KECAMATAN TILAMUTA  
KABUPATEN BOALEMO

Oleh

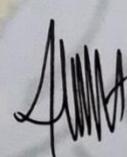
PEMI A MONOARFA  
P2219029

SKRIPSI

PEMBIMBING I

  
ISRAN JAFAR, SP, M.Si  
NIND.1611039001

PEMBIMBING II

  
ASRIANI L. LABOKO, S.TP, M.Si  
NIND. 0914128803

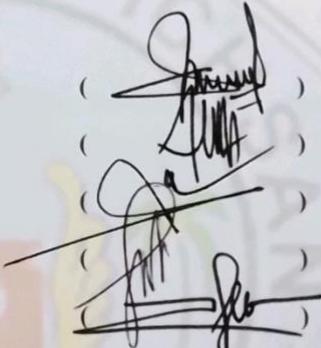
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN  
CABAI RAWIT DI DESA LAHUMBO  
KECAMATAN TILAMUTA  
KABUPATEN BOALEMO**

**PEMI A MONOARFA**

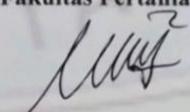
Diperiksa Oleh Panitia Ujian Strata Satu (S1)  
Universitas Ichsan Gorontalo

1. Isran Jafar, SP, M.Si
2. Asriani I. Laboko, S.TP, M.Si
3. Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si
4. Syamsir, SP., M.Si
5. I Made Sudiarta, SP.,MP



**Mengetahui :**

**Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Ichsan Gorontalo**  
  
**Dr. Zainal Abidin, SP., M.Si**  
**NIDN: 0919116403**

**Ketua Program Studi Agribisnis  
Fakultas Pertanian**  
  
**Ulfira Ashari, SP., M.Si**  
**NIDN: 0906088901**

## **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 di publikasikan 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 di kemudian 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, 14 Oktober 2023

**Yang membuat pernyataan**



## **ABSTRAK**

### **PEMI A MONOARFA. P2219029. EFISIENSI SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA LAHUMBO KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO.**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran dan marjin pemasaran di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo. Metode Penelitian menggunakan analisis kualitatif dengan penentuan responden penelitian yaitu petani/produsen dan Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dan Pengambilan responden dan dilakukan dengan metode bola salju (*snow ball sampling*) Hasil penelitian menjelaskan Saluran Pemasaran Cabai Rawit yang ada di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo terdiri dari 3 (tiga) tipe saluran yaitu, Saluran 1 : Produsen, Pedagang pengumpul, Konsumen. Saluran 2 : Produsen, Pedagang pengumpul, Pedagang pengecer, Konsumen. Saluran 3 : Produsen, Pedagang pengecer, Konsumen. Margin pemasaran disimpulkan bahwa saluran 1 merupakan saluran pemasaran Cabai Rawit yang paling efisien di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yakni sebesar Rp.10.000/Kg dengan nilai *farmer's share* 81.8%.

**Kata Kunci :** Cabai Rawit, Saluran, Marjin, Efisiensi.

## ABSTRACT

### **PEMI A MONOARF A. P2219029. EFFICIENCY OF MARKETING CHANNEL FOR CAYENNE PEPPER IN LAHUMBO VILLAGE, TILAMUTA DISTRICT, BOALEMO DISTRICT.**

This research aims to determine the efficiency of marketing channels and marketing margins in Lahumbo Village, Tilamuta District, and Boalemo Regency. The research method uses qualitative analysis by determining research respondents, namely farmers/producers and marketing institutions involved in marketing and collecting respondents, which is carried out using the snowball method (*snow ball sampling*). The results of the research explain that the Cayenne Pepper Marketing Channel in Lahumbo Village, Tilamuta District, Boalemo Regency consists of three types of channels, namely, Channel 1: Producer, Trader, Collector, Consumer, Channel 2: Producer, Trader, Collector, Retailer, Consumer, and Channel 3: Producer, Trader, Consumer retailers. The marketing margin indicates that channel 1 is the most efficient marketing channel for cayenne pepper in Lahumbo Village, Tilamuta District, Boalemo Regency, namely IDR 10,000/kg with a value farmer's share of 81.8%.

**Keywords :** Cayenne pepper, channels, margins, efficiency.

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

*"Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri"*

*(QS Ar Ra'd : 11)*

*"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar"*

*(Al-Baqarah : 153)*

*"Barang siapa yang mempelajari ilmu pengetahuan yang seharusnya yang ditunjukan untuk mencari ridho Allah bahkan hanya untuk mendapatkan kedudukan/kekayaan dunia ini maka ia tidak akan mendapatkan baunya surge nanti pada hari kiamat (riwayat Abu Hurairah Radhiyallahu anhu)"*

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada Allah SWT, Karena kepadanya lah kami menyembah dan hanya kepadanya lah kami memohon pertolongan sekaligus sebagai ungkapan dan dedikasikan kepada orang tua tercinta, Ayahanda dan Ibunda, ketulusannya dari hati atas doa yang tak terputus, semangat yang tak ternilai. Serta untuk orang-orang terdekatku yang tersayang, dan untuk Almamater Kebangganku.

## KATA PENGANTAR

*AssalamuAlaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas kasih dan segalanya anugrah-Nya, sehingga penelitian yang berjudul Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo ini dapat di selesaikan dengan baik, untuk memenuhi salah satu syarat penyusunan penelitian pada Program Study Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Ichsan Gorontalo.

Terima kasih penulis berikan kepada **Bapak Isran Jafar SP, M.Si** selaku Pembimbing I dan **Ibu Asriani I.Laboko, S.TP, M.Si** selaku Pembimbing II yang telah membantu penulis menyelesaikan penelitian. Serta ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Juriko Abdussamad, M. Si selaku ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo.
2. Bapak Dr, Abdul Gaffar La Tjoke, M.Si, Selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.
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 Study Agribisnis Universitas Ichsan Gorontalo.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah mendidik dan membimbing penulis dalam mengerjakan penelitian ini.

6. Teman-teman Pertanian yang Telah memberikan saran, dorongan dan semangat selama mengerjakan penelitian ini.

Segala hormat dan terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Ayahanda dan Ibunda Ku tercinta atas kasih sayang, dorongan moral maupun materi dan doa, juga keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi beserta dorongan, teman dekat yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

Sebagai manusia yang tak luput dari salah dan khilaf maka saran dan kritik, penulis harapkan dari dewan penguji dan semua pihak untuk menyempurnakan penulisan penelitian lebih lanjut. Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi yang berkepentingan.

***WassalamuAllaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.***

Gorontalo, Oktober 2023

Pemi A Monoarfa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO DAN PESEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1 Usaha Tani .....	5
2.2 Tanaman Cabai Rawit.....	5
2.3 Pemasaran .....	6
2.4 Lembaga Pemasaran .....	6
2.5 Saluran Pemasaran .....	7
2.6 Margin Pemasaran.....	9
2.7 Efisiensi Pemasaran .....	9
2.8 Produktivitas Cabai .....	10
2.9 Penelitian Terdahulu .....	10
2.10 Kerangka Pikir .....	13
2.11 Hipotesis.....	14

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	15
3.2 Jenis Data dan Sumber Data .....	15
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.4 Teknik Penentuan Sampel.....	16
3.5 Analisis Data .....	16
3.6 Definisi Operasional .....	18
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>20</b>
4.1 Keadaan Umum Wilayah Penelitian .....	20
4.2 Keadaan Umum.....	20
4.3 Hasil Analisis Margin dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit .....	25
<b>BAB V KSEIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>34</b>
5.1 Kesimpulan .....	34
5.2 Saran.....	34
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>35</b>

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Data Produksi Cabai Rawit Kecamatan Tilamuta.....	2
2.	Jumlah Penduduk Menurut Umur di Desa Lahumbo.....	20
3.	Mata Pencaharian Penduduk Desa Lahumbo.....	21
4.	Jumlah Penduduk Desa Lahumbo.....	22
5.	Klasifikasi Umur Responden Produsen Cabai Rawit .....	23
6.	Tingkat Pendidikan Responden Produsen Cabai Rawit.....	24
7.	Pengalaman Berusaha Responden Produsen di Desa Lahumbo .....	25
8.	Persentase Petani Cabai Rawit di Desa Lahumbo.....	28
9.	Harga pada 3 Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo.....	29
10.	Marjin Pemasaran dan <i>Farmer's Share</i> dari 3 Tipe Saluran Pemasaran Cabai Rawit.....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuisisioner Penelitian .....	38
2.	Hasil Analisis Data.....	42
3.	Dokumentasi Penelitian .....	46

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Nomor</b>	<b>Teks</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kerangka pikir.....	13
2.	Saluran Pemasaran Cabai Rawit Tipe 1 .....	26
3.	Saluran Pemasaran Cabai Rawit Tipe 2 .....	27

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pembangunan pertanian merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari pembangunan nasional, yang memiliki warna sentral karena berperan dalam meletakkan dasar yang kokoh bagi perekonomian negara. Hal ini ditunjukkan dari banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang bekerja pada sektor pertanian. Sektor pertanian sebagai bagian dari pembangunan nasional memiliki peran penting, karena sektor ini mampu menyerap sumber daya manusia atau tenaga kerja yang paling besar dan merupakan sumber pendapatan bagi mayoritas penduduk Indonesia secara umum.

Hortikultura merupakan subsektor penting dalam memenuhi kebutuhan pokok manusia. Khususnya tanaman buah dan sayuran merupakan komoditas hortikultura yang berkembang pesat di Indonesia. Kebanyakan sayuran mempunyai nilai komersial yang cukup tinggi disebabkan produk hortikultura ini dapat dikonsumsi setiap saat. Komoditas unggulan nasional hortikultura adalah pisang, manggis, jeruk, kentang, bawang merah, durian, anggrek, rimpang, dan cabai (Direktorat Jendral Hortikultural, 2008).

Cabai ialah salah satu produk hortikultura yang banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki kandungan gizi yang bermanfaat bagi kesehatan. Cabai dapat dikonsumsi dalam keadaan mentah ataupun diolah terlebih dahulu sesuai dengan kebutuhan yang akan digunakan. Cabai juga menjadi komoditas agribisnis yang besar pengaruhnya terhadap dinamika perekonomian nasional

sehingga dimasukkan dalam jajaran komoditas penyumbang inflasi yang terjadi di setiap tahun (Heryanto, *et al*, 2018).

Tabel 1. Data Produksi Cabai Rawit (ton) di Kecamatan Tilamuta, 2019-2021

Jenis Tanaman	2019 (Ton)	2020 (Ton)	2021 (Ton)
Cabai Rawit	77,9	129,1	43,2

Sumber : BPS, Statistik Pertanian Hortikultura SPH-BST

Produksi cabai rawit akan berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi produk pertanian. Jika produsen mampu meningkatkan hasil produksi tetapi gagal memasarkan barangnya, upaya petani untuk meningkatkan produksi akan sia-sia. Faktor pemasaran sangat menentukan, dan ketika mekanisme pemasaran berhasil, semua pihak yang berkepentingan akan beruntung. Dengan demikian, peran lembaga pemasaran yang terdiri dari produsen, perantara, eksportir, importir, atau lainnya menjadi sangat penting.

Desa Lahumbo yang ada di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo adalah salah satu desa yang penduduknya berusahatani cabai rawit. Namun, karena kurangnya pembinaan dari Dinas Pertanian, kesejahteraan petani cabai rawit tidak kunjung membaik, sehingga menurunkan kemampuan petani dan pedagang untuk memperoleh keuntungan. Medan yang bergunung-gunung dan jarak tanah yang sebagian dapat menjadi tantangan tersendiri bagi para petani yang menanam cabai rawit. Petani cabai rawit juga menghadapi masalah produksi dan pemasaran. Masalah ini meliputi perubahan harga yang teratur, kurangnya jaringan informasi pasar, yang menyulitkan petani untuk memprediksi keinginan konsumen dan akan mengakibatkan kerugian bagi semua produsen.

Petani harus mempertimbangkan informasi pasar saat membuat keputusan tentang kapan harus menjual produk mereka untuk menghasilkan keuntungan, serta harga jual minimum, yang menurunkan nilai barang yang mereka terima. Olehnya itu saya mengangkat penelitian **Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.**

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai rawit yang ada di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo?
2. Bagaimana margin pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.
2. Untuk mengetahui marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan atau informasi dan saran kepada para petani cabai sehingga mereka dapat keuntungan yang diinginkan, serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji di bidang saluran pemasaran dan efisiensi cabai rawit.

## 2. Manfaat Praktis

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai saluran pemasaran usahacabai rawit yang ada di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo, serta sebagai bahan informasi bagi para pengambil kebijakan dalam hal yang mempengaruhi saluran pemasaran dan pendapatan cabai di Kecamatan Tilamuta.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Usaha Tani**

Menurut Shinta 2011, usahatani adalah ilmu yang mempelajari bagaimana menggunakan sumber daya secara efisien dan efektif pada suatu usaha pertanian agar diperoleh hasil maksimal. Sumber daya itu adalah lahan, tenaga kerja, modal dan manajemen.

Untuk menciptakan output yang dapat memenuhi kebutuhan keluarga atau orang lain selain motivasi mencari keuntungan, seseorang atau kelompok orang yang melakukan usahatani, yaitu seluruh proses pengorganisasian faktor-faktor produksi, termasuk alam, tenaga kerja, modal, dan pengolahan.

#### **2.2 Tanaman Cabai Rawit**

Cabai rawit (*Capsicum frutescens* L) merupakan tanaman perdu yang termasuk dalam family terong. Permintaan cabai cukup besar karena penggunaannya dalam bumbu masak, bidang pangan, dan obat-obatan. Masuk akal jika cabai akan mengalami fluktuasi harga terbesar dari semua komoditas hortikultura di Indonesia (Josine, *et al*, 2018).

Karena nilai ekonomisnya yang tinggi, cabai merupakan jenis sayuran yang banyak ditanam. Sambal merupakan kebutuhan sehari-hari bagi banyak orang Indonesia yang menyukai makanan pedas seperti sambal dan masakan lainnya. Sepertinya menjual cabai tidak sulit. Tanaman cabai dapat bertahan hidup pada lingkungan dengan ketinggian 0 hingga 1200 mdpl. artinya tanaman ini toleran baik dataran tinggi maupun dataran rendah. Cabai rawit akan bertumbuh dan

berproduksi dengan baik apabila ditanam pada lingkungan yang optimum, baik iklim maupun tanah tempat tumbuhnya. Tanah yang baik untuk cabai rawit adalah grmbur, subur, *porous*, dan banyak mengandung humus atau bahan organik (Hanafi, 2010).

Tanaman cabai atau lombok termasuk kedalam *Family Solanaceae*. Tanaman lain yang masih sekerabat dengan cabai, Diantaranya kentang, terong, tomat. Petani memilih budidaya cabai yang lebih besar dari cabai kecil karena hasil per hektar lebih tinggi. Ada banyak jenis cabai yang biasa dikonsumsi, namun terbagi menjadi dua jenis yaitu cabai besar dan cabai rawit atau biasa disebut cabai kecil.

Kandungan nutrisi cabai rawit mencakup berbagai senyawa yang bermanfaat bagi kesehatan manusia. Cabai mengandung vitamin A dan C serta minyak arteri, yang memiliki rasa pedas dan memberikan kehangatan saat digunakan sebagai bumbu (rempah-rempah).

### **2.3 Pemasaran**

Pemasaran adalah segala usaha yang di utamakan atau diperlunya agar barang-barang hasil produksi dimungkinkannya mengalir secara lancar ke sekitar konsumsi. Menurut Staton, William (2011), pemasaran juga melibatkan pengembangan komunikasi terpadu dengan tujuan menginformasikan konsumen tentang produk atau jasa dalam kaitannya dengan pemenuhan keinginan dan keinginan para petani.

## 2.4 Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan konesitas dengan badan usaha dan atau individu.

Lembaga-lembaga yang terlibat adalah :

- 1) Produsen, yaitu petani yang menghasilkan suatu produk pertanian.
- 2) Pedagang pengumpul, yaitu pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian besar kepada pedagang lain.

Pedagang besar, yaitu pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dari produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan pedagang lain.

- 3) Pedagang pengecer, yaitu pedagang yang menjual barang kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- 4) Konsumen, yaitu pembeli atau pemakai yang mengkonsumsi suatu hasil produksi pertanian.

## 2.5 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran (*marketing channel*) yaitu suatu sistem individu dan organisasi yang disebut digunakan untuk mengarahkan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Didukung dengan fasilitas, peralatan, dan informasi. Karena distribusi adalah salah satu fungsi utamanya, saluran pemasaran sering disebut sebagai saluran distribusi. Istilah “saluran distribusi” merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir

(Tjiptono, 2014). Saluran pemasaran barang konsumsi umumnya ada lima saluran yaitu :

a) Produsen - Konsumen

Saluran terpendek, saluran paling sederhana untuk distribusi barang barang konsumen tanpa melalui atau melibatkan perantara.

b) Produsen - Pengecer – Konsumen

Dalam saluran ini produsen menjual pada pengecer dalam jumlah yang besar, tanpa menggunakan perantara.

c) Produsen - (Pedagang Besar) - Pengecer – Konsumen

Produsen sering menggunakan metode distribusi ini, yang dikenal sebagai distribusi tradisional. Pabrikan dalam hal ini tidak menjual kepada pedagang dan hanya melayani pembelian dalam jumlah besar. Pengecer melayani pembelian konsumen sedangkan grosir melayani pembelian reseller..

d) Produsen - Agen - Pengecer – Konsumen

Banyak produsen lebih suka menggunakan *manufacture agent broker* atau perantara agen yang lain daripada menggunakan *wholesaler* untuk mencapai pasar pengecer, khususnya *middleman* agen antara produsen dan *retailer* (pengecer).

e) Produsen - Agen - (Pedagang Besar) - Pengecer - Konsumen.

Produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya pada *wholesaler* yang kemudian menjualnya pada pengecer kecil

## 2.6 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah harga yang dibayar oleh konsumen dikurangi harga yang diterima oleh produsen. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga dalam proses pemasaran. Keuntungan pemasaran adalah besarnya margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran (Hanafie, 2010).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap margin pemasaran adalah :

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melakukan berbagai fungsi pemasaran. Margin keuntungan yang akan diperoleh oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditas akan dipengaruhi oleh biaya pemasaran tersebut.

b. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran merupakan karakteristik utama dari marjin pemasaran yang tinggi, yang dihasilkan dari kelebihan pedagang dan pemasaran yang tidak efektif. Ada tiga cara untuk mengetahui margin pemasaran: dengan membandingkan harga di berbagai tingkat pemasaran, dengan mengakumulasi penjualan kotor dan pembelian setiap jenis pedagang, dan dengan memilih dan melacak saluran pemasaran barang tertentu. Ada keuntungan dan kerugian dari masing-masing strategi ini.

Margin mutlak dan dalam persen margin adalah dua jenis margin.

## **2.7 Efisiensi Pemasaran**

Menurut Hastuti dan Rahim (2007), efisiensi pemasaran adalah pengukuran produktivitas proses pemasaran yang membandingkan sumber daya yang dikonsumsi dengan output yang dihasilkan selama proses berlangsungnya pemasaran.

Tujuan mendasar dari penelitian ini, yaitu bagaimana mentransfer produk pertanian secara efisien dari produsen ke konsumen, merupakan efisiensi pemasaran, yang merupakan landasan dari tujuan sistem pemasaran produk pertanian. Ada berbagai definisi efisiensi pemasaran dalam literatur yang relatif bervariasi antara spesialis. Secara umum, suatu sistem pemasaran dianggap efektif apabila memindahkan barang dari tingkat petani sampai ke tangan konsumen akhir dengan tetap melayani kepentingan semua pihak yang terlibat dalam pemasaran yang adil sesuai dengan berbagai tingkat pengorbanannya (Rosnawati, 2011).

## **2.8 Produktivitas Cabai**

Konsumsi cabai di Indonesia relatif tinggi dan cenderung meningkat setiap tahunnya. Permintaan cabai dalam negeri mencapai 1.220.088 ton pada tahun 2010, dan rata-rata orang mengkonsumsi cabai sebanyak 4-5 kg setiap tahunnya. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan asupan per kapita tahunan sayuran lain, seperti tomat dan kentang, masing-masing sebesar 3,13 kg dan 3,69 kg (Rostini, 2012).

## **2.9 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu dapat menjadi acuan bagi penulis dan mendukung penelitian yang akan dilakukan saat ini dengan memberikan gambaran kepada

penulis tentang penelitian pembanding yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

(Pertama) penelitian yang dilakukan oleh Robiah, Yuriko dan Yanti, (2018) dengan Judul “Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Kabupaten Boalemo”. Persamaan : 1. Mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran, biaya, dan margin pemasaran. 2. Metode yang digunakan yaitu metode survei. Perbedaan : 1. Lokasi, waktu, dan responden penelitian. 2. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode sampel jenuh. Hasil : Terdapat 2 saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran langsung dan tidak langsung. Keuntungan yang didapat saluran I lebih sedikit dibandingkan saluran II yang tidak mempunyai Margin. Faktor yang menyebabkan fluktuasi harga cabai rawit yaitu mengalami kebutuhan ekonomi dan peningkatan menjelang bulan puasa dan idul fitri, natal, dan tahun baru.

(Kedua) penelitian yang dilakukan oleh Siahaan, Heryanto, Pangemanan., dan Maweikere, (2018) dengan Judul “Saluran Distribusi Komoditi Cabai Rawit di Pasar Bersehati Kota Manado”. Persamaan : 1. Mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran dan margin pemasaran. 2. Metode yang digunakan yaitu survei. 3. Penentuan responden ditentukan dengan metode *purposive sampling* dan *snowball sampling* untuk lembaga pemasaran. Perbedaan : 1. Lokasi, waktu dan responden penelitian. 2. Tidak melakukan perhitungan biaya, keuntungan, *farmer's share* serta efisiensi pemasaran. Hasil : Dari mitra dan kerjasama antara petani dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran cabai rawit. Pada saluran distribusi cabai rawit yang terjadi yaitu menggunakan Distribusi Eksklusif.

(Ketiga) penelitian yang dilakukan oleh Irwan Nooyo, dan Fatmawati, (2021) dengan Judul “Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato”. Persamaan : 1. Mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. 2. Metode yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Perbedaan : 1. Lokasi, waktu dan responden penelitian. 2. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sensus. Hasil : Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio memiliki dua saluran pemasaran. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur diketahui dari nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 0,43% dan saluran pemasaran II sebesar 0,15%. Margin pemasaran pada usahatani cabai rawit sebesar Rp.7667/Kg.

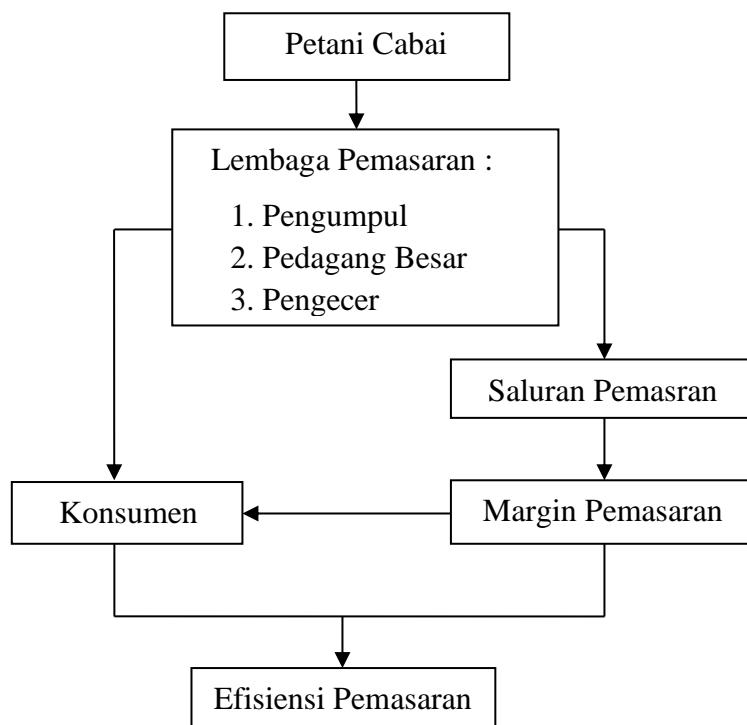
(Keempat) penelitian yang dilakukan oleh Faot, Sirma, Nainiti, (2019) dengan Judul “Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur”. Persamaan : 1. Mengetahui dan menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. 2. Metode yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Perbedaan : Lokasi, waktu dan responden penelitian. 2. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode “*Purposive sampling*”. Hasil : Saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Amarasi terdapat dua saluran. Saluran pertama dari petani – pengecer - konsumen akhir. Saluran kedua dari petani – pengumpul – pengecer – konsumen akhir.

(Kelima) penelitian yang dilakukan oleh Umar, Talumingan, Pangemanan, (2020) dengan Judul “Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Toluaya

Kecamatan Bolaang Uki". Persamaan : 1. Mengetahui margin pemasaran. 2. Menggunakan metode analisis margin pemasaran dan farmer's share. Perbedaan : Lokasi , waktu, responden penelitian. 2. Menggunakan teknik pengambilan sampel "*Purposive Sampling*". Hasil : Margin pemasaran cabai rawit di Desa Toluaya yang paling besar adalah pada saluran III tingkat, karena tingkat jarak tempuh yang memperbesar biaya, keuntungan dan margin pemasaran. Saluran III tingkat mempunyai efisiensi tertinggi secara ekonomis.

## 2.10 Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disusun dari fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan yang akan berkaitan dengan proses kegiatan pemasaran Cabai rawit.



Gambar : 1. Kerangka pikir tentang penelitian Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo, Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo.

## **2.11 Hipotesis**

Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo, Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo belum efisien.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lahumbo, Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo. Waktu penelitian dilakukan antara Maret - April 2023.

#### **3.2. Jenis Data dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu akan mewawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang sudah disusun sesuai dengan masalah yang diteliti di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

Sedangkan data sekunder yaitu data yang akan memperoleh dalam bentuk sudah jadi atau yang sudah dikumpulkan maupun sudah diolah oleh pihak lain, dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder ini dapat diperoleh dari melalui Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Gorontalo yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **3.3. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi yaitu cara mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung atau di tempat judul penelitian.
2. Interview ini yang melakukan tanya jawab dengan responden agar dapat memperoleh informasi yang berkaitan langsung dengan judul penelitian.

3. Dokumentasi adalah salah satu teknik untuk melihat dokumen-dokumen yang mempunyai hubungan dengan judul penelitian.

### **3.4. Teknik Penentuan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan variabel yang menyangkut masalah yang diteliti dan sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi data. Populasi petani cabai rawit di Desa Lahumbo berjumlah 31 petani. Responden yang dipilih adalah para petani dan pedagang cabai rawit. Dengan jumlah 31 sampel petani dengan menggunakan metode sensus, sedangkan untuk pedagang menggunakan metode bola salju.

Metode bola salju (*snow ball sampling*) digunakan untuk memilih responden dari lembaga pemasaran untuk pengambilan sampel (*snow ball sampling*). Menurut Prasetyo dan Jannah (2014), teknik *snowball sampling* digunakan ketika seorang peneliti tidak memiliki informasi tentang anggota populasi. Responden di lembaga pemasaran belum paham dalam menghitung besaran. Dengan metode ini aliran pemasaran cabai rawit dari petani ke konsumen dapat diketahui sehingga rantai pemasaran cabai rawit yang terbentuk dapat diidentifikasi secara rill. Informan lembaga pemasaran dalam penelitian ini yaitu orang terdiri dari informan pedagang pengumpul dan informan pedagang pengecer.

### **3.5. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mengetahui saluran pemasaran. Metode deskriptif adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis

dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Untuk mengetahui pemasaran cabai rawit data yang digunakan yaitu analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran.

Untuk menjawab masalah kedua dilakukan perhitungan Margin pemasaran ( $M$ ) di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta digunakan analisis kuantitatif dengan menggunakan rumus yaitu Margin pemasaran yaitu merupakan perbedaan antara harga di tingkat petani dengan harga yaitu ditingkat konsumen akhir. Analisis ini yaitu akan digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat efisiensinya pemasaran dari Petani Cabai Rawit sampai ke konsumen akhir. Rumus matematika yang akan menunjukkan nilai margin pemasaran total adalah yang meliputi fungsi, biaya-biaya, kelembangan yang telah terlibat, dan keseluruhan sistem yaitu akan dimulai dari petani (*Primary Supply*) dan sampai ke konsumen akhir (*Primary demand*) adalah sebagai berikut ‘

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

$M$  = Margin Pemasaran

$Pr$  = Harga ditingkat retail ( tingkat konsumen akhir)

$Pf$  = Harga ditingkat Petani

Dilanjutkan perhitungan Efisiensi pemasaran dengan menggunakan analisis kuantitatif. Efisiensi pemasaran dilakukan untuk melihat persentase antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan, pemasaran tidak akan efisien jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai dari produk yang dipasarkan jumlahnya terbatas. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan rumus Farmer's share.

Farmer's share yaitu besarnya bagian dari harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Atau imbalan yang diterima oleh petani atas usahatannya. Farmer' share dapat dihitung dengan rumus :

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

Keterangan ;

Fs = Farmer's share

Pf = Harga ditingkat petani

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir

### **3.6 Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah pengertian, atau istilahnya dari ruang lingkup penelitian yang akan digunakan dalam menganalisis data dan informasi yang akan berhubungan dengan penelitian. Konsep operasional adalah sebagai berikut:

- 1) Petani adalah yang Membudidaya Cabai.
- 2) Produksi adalah jumlah dari hasil petani cabai rawit (kg).
- 3) Umur responden adalah usia yang akan dihitung sejak pengusaha lahir sampai pada saat penelitian dilakukan (tahun).
- 4) Tingkat pendidikan responden yaitu dari jenjang pendidikan formal dan yang pernah diikuti oleh responden (tahun).
- 5) Pedagang pengumpul ialah pedagang yang akan melakukan pembelian dari petani dan yang akan disalurkan kepada pedagang besar ataupun pengecer.
- 6) Pedagang pengecer adalah pedagang yang akan menerima produk dari salah satu pedagang pengumpul atau pedagang besar dan setelah itu dijual kepada konsumen akhir.

- 7) Harga Cabai yaitu nilai/harga jual dari Hasil Petani Cabai Rawit tersebut (Rp/Kg).
- 8) Saluran pemasaran adalah rantai pemasaran dengan melibatkan pihak – pihak yang berkaitan dengan proses penjualan barang dari tangan produsen hingga ke tangan konsumen.
- 9) Margin pemasaran adalah persentase perbedaan antara harga yang dibayar pelanggan untuk suatu produk dan harga yang diterima produsen dan petani untuk produk yang sama.
- 10) Efisiensi pemasaran adalah pengukuran produktivitas proses pemasaran yang membandingkan sumber daya yang dikonsumsi dengan output yang dihasilkan selama proses berlangsungnya pemasaran.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Keadaan Umum Wilayah Penelitian**

Desa Lahumbo adalah salah satu desa yang ada di Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo secara administratif pemerintahan desa ini mempunyai batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Tangga Jaya
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Mohungo
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Pangi
4. Sebelah Barat Berbatasan Dengan Piloliyanga

#### **4.2. Keadaan Penduduk**

##### **4.2.1 Jumlah dan Umur Penduduk**

Menurut data monografi Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta tercatat jumlah penduduk seluruhnya 2,444 jiwa, yang terdiri dari 1.312 jiwa laki-laki dan 1.132 jiwa perempuan dengan jumlah kepala keluarga 792 yang terdiri dari 688 kepala keluarga laki-laki dan 104 perempuan. Keadaan penduduk menurut umur di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Menurut Umur di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

No	Tingkat umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Percentase(%)
1	0 – 15	601	24,60
2	16 – 24	496	20,30
3	25 – 34	486	19,88
4	35 – 44	370	15,13
5	45 – 54	272	11,12
6	55 – Keatas	219	8,97
<b>Jumlah</b>		<b>2.444</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Monografi Desa Lahumbo

Penduduk yang tergolong usia produktif berusia 16 – 54 tahun, belum produktif 0 – 15 tahun, kurang produktif usia 55 tahun keatas. Berdasarkan kriteria tersebut, maka sebagian besar dari penduduk Desa Lahumbo tergolong dalam usia produktif, sedangkan selainnya tergolong usia belum produktif dan kurang produktif.

#### **4.2.2 Mata Pencaharian**

Berdasarkan mata pencaharian sebagian besar penduduk Desa Lahumbo adalah sebagai Petani,Buruh,Pedagang,PNS/ABRI,Tukang. Untuk lebih jelasnya mengenai mata pencaharian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Mata Pencaharian Penduduk di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1.330	54,42
2	Pedagang	328	13,42
3	PNS / ABRI	226	9,25
4	Buruh	271	11,09
5	Tukang	289	11,82
<b>Jumlah</b>		<b>2.444</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Monografi Desa Lahumbo

#### **4.2.3 Pendidikan**

Nilai Pendidikan dalam masyarakat setempat ternyata ditegaskan dalam berbagai kebiasaan seperti tingkat pendidikan yang lebih tinggi yang ditunjang dengan berbagai pengalaman usaha akan dapat meningkatkan produktifitas dan kemampuan kerja. Jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta sangat bervariasi. Secara rinci keadaan pendidikan penduduk Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta seperti terlihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo Berdasarkan Tingkat Pendidikan.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Belum Sekolah dan Tk	215	8,80
2	Tidak Tamat SD / Sederajat	1.145	46,85
3	Tamat SD / Sederajat	421	17,23
4	Tamat SLTP / Sederajat	205	8,39
5	Tamat SMA / Sederajat	379	15,51
6	Tamat D I / D III	34	1,40
7	Tamat Sarjana (S1 – S3)	45	1,82
<b>Jumlah</b>		<b>2.444</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Monografi Desa Lahumbo

Pada Tabel 4, diketahui bahwa sebagian besar penduduk Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta tidak tamat SD/Sederajat sebanyak 1.145 jiwa (46,85 %) dan yang terkecil adalah tamat D I – D III sebanyak 34 jiwa (1,40 %)

## 4.2 Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung dengan responden, memiliki karakteristik yang berbeda-beda, karakteristik yang dimaksud adalah tingkat umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan pengalaman berdagang.

### 4.2.1 Umur Responden

Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan kerja produsen baik secara fisik, maupun dalam hal mengambil keputusan, oleh karena itu produsen maupun pedagang sangat mempengaruhi cara berfikir dalam melaksanakan usahanya, dalam penelitian usia yang terbanyak yaitu antara umur 40 – 53 tahun dan lebih jelasnya terlihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Klasifikasi Umur Responden Produsen Cabai Rawit dan Lembaga Pemasaran, 2023

No	Umur (Tahun)	Jumlah Orang	Percentase (%)
1	25 – 34	9	24,32
2	35 – 44	12	32,43
3	45 – 54	12	32,43
4	55 – 64	2	5,41
5	65 – 75	2	5,41
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Tabel 5 menunjukkan bahwa umur 35 – 44 tahun dan 45 – 54 tahun merupakan jumlah umur responden yang tertinggi yaitu terdiri dari masing-masing 12 orang dengan persentase (32,43%). Umur merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kerja baik secara fisik, mental maupun dalam hal pengambilan keputusan. Seseorang yang berumur relatif lebih muda dan sehat memiliki kemampuan fisik yang relatif tinggi, semangat kerja yang tinggi dan jiwa yang dinamis, sehingga lebih cepat dalam menerima teknologi yang baru yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan maupun melakukan perubahan penggunaan input-input baru dalam memproduksi, karena umur relative muda menghendaki adanya perubahanyang terjadi untuk keberhasilan usahanya.

#### 4.2.2 Tingkat Pendidikan

Tabel 6. Tingkat Pendidikan Responden Produsen Cabai Rawit dan Lembaga Pemasaran, 2023.

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Orang	Percentase(%)
1	SD	33	89,19
2	SMP	1	2,70
3	SMA	2	5,41
4	SI	1	2,70
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2023

Tabel 6 menunjukkan bahwa pendidikan SMA Sederajat terdiri dari 2 orang dengan Persentase 5,41%, kemudian tingkat pendidikan SMP dari 1 orang dengan

percentase 2,70% dan tingkat pendidikan S1 dari 1 orang dengan persentase 2,70% sedangkan pendidikan SD merupakan tertinggi dengan terdiri dari 33 orang dengan persentase 89,19%. Umumnya orang yang memiliki pendidikan lebih tinggi akan mempunyai wawasan yang lebih luas terutama penghayatan akan arti pentingnya produktivitas yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan tindakan produktif. Pendidikan akan membentuk dan menambah pengetahuan seseorang dalam mengerjakan sesuatu dengan lebih cepat dan lebih tepat, dengan demikian tingkat produktivitas kerja seseorang semakin tinggi pula kemampuan dan skill selalu akan dipengaruhi oleh pengalaman seseorang, baik itu pengalaman pendidikan maupun pengalaman kerja.

#### **4.2.3 Pengalaman Usaha**

Tabel 7. Pengalaman Berusaha Responden Produsen Cabai Rawit dan Lembaga Pemasaran, 2023.

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 8	27	72,98
2	9 – 17	4	10,81
3	18 – 25	5	13,51
4	26 – 33	0	0
5	43 – 41	0	0
6	42 – 49	1	2,70
<b>Jumlah</b>		<b>37</b>	<b>100,00</b>

Sumber : Data Primer setelah Diolah, 2023

Tabel 7 menunjukkan bahwa pengalaman berusaha 1 – 8 tahun terdiri dari 27 orang (72,98%), 9 – 17 tahun terdiri dari 4 orang (10,81%), 18 – 25 tahun terdiri dari 5 orang (13,51%) dan 42 – 49 terdiri dari 1 orang (2,70%). Dalam pengelolaan usahatani semakin lama petani berusahatani maka dapat mempengaruhi kebiasaan, kemahiran, dan keterampilan atau keahlian dalam melakukan kegiatan usahatani yang nantinya akan mempengaruhi baik tidaknya hasil produksi.

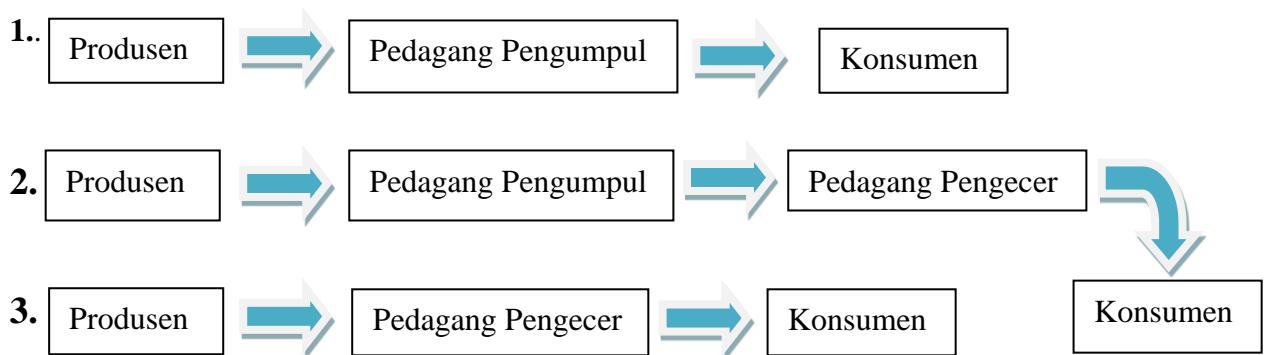
Pengalaman berhubungan dengan keterampilan dan penggunaan teknologi, yang didukung oleh usia petani yang produktif, maka petani akan melakukan penerapan teknologi usahanya. Pengalaman dalam berusaha juga dapat merupakan faktor yang cukup penting dalam menunjang seorang dalam meningkatkan produktifitas dan kemampuan kerjanya dalam berwirausaha.

### **4.3 Hasil Analisis Marjin dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit**

#### **4.3.1. Saluran Pemasaran Cabai Rawit**

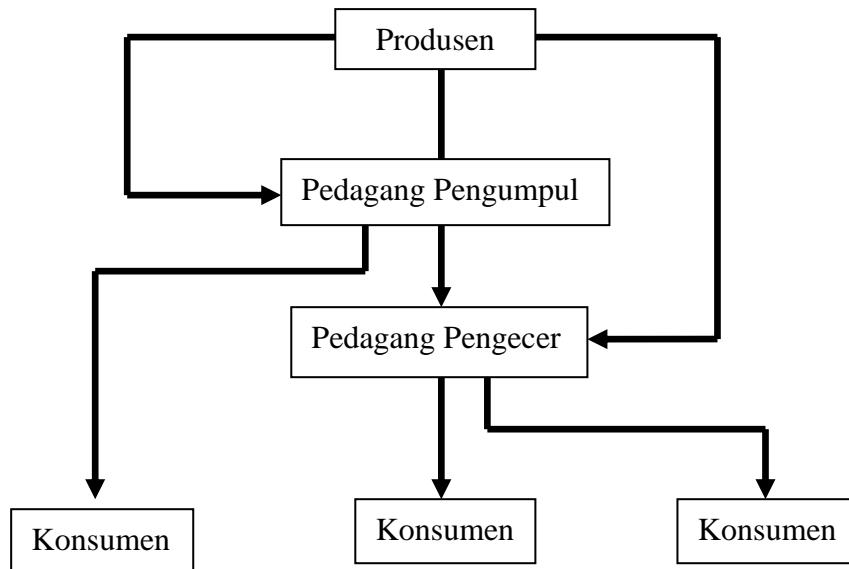
Pemasaran merupakan serangkaian kegiatan pemasaran secara menyeluruh yang dijadikan target oleh seorang pengusaha (pelaku agribisni dan produsen). Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta adalah petani sebagai produsen, pedagang perantara yaitu pedagang pengumpul, pedagang pengecer serta konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian saluran pemasaran cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta pada dasarnya terdiri dari 3 (tiga) saluran yaitu :



Gambar 2. Saluran Pemasaran (Tipe 1) Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Atau dapat disajikan sebagai berikut :



Gambar 3. Saluran Pemasaran (Tipe 2) Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Keterangan :

- Saluran 1 (Satu) Sebesar 60% petani menjual cabai ke pedagang pengumpul. Hal ini cukup besar karena umumnya pedagang pengumpul telah memesan cabai rawit sebelumnya dalam jumlah skala yang cukup besar dan mendatangi langsung ke lokasi pertanian atau lading pertanian. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual kembali ke konsumen akhir yang berada di dalam daerah maupun berada di luar daerah.
- Saluran 2 (dua) merupakan saluran yang paling panjang dan sebesar 20% digunakan oleh petani. Pedagang pengumpul langsung mendatangi lokasi produsen selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke pedagang pengecer yang berada di pasar, dan pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir.
- Saluran 3 (tiga) sebesar 20% petani menjual cabai ke pedagang pengecer yang di hantarkan langsung oleh petani ke pasar kecamatan dan seterusnya

pedagang pengecer di jual kembali ke konsumen akhir. Salah satu alasan konsumen memilih saluran ini walaupun harganya sedikit mahal karena konsumen bebas memilih pembelian sesuai dengan jumlah besar atau kecilnya yang di inginkan.

Lembaga pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta meliputi petani (produsen), pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir.

Tabel 8. Persentase Petani Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo sesuai Tipe Saluran Pemasaran yang Dipilih.

	Saluran 1	Saluran 2	Saluran 3
Jumlah petani	21	5	5
Persentase	60	20	20

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023

Tabel 7 Menunjukan bahwa mayoritas responden memilih saluran 1 sebagai saluran pemasaran produksi cabai rawit yakni 60% selanjutnya saluran 2 dan 3 memiliki persentase yang sama yaitu masing-masing 20% karena kedua saluran tersebut masing-masing memiliki keunggulan sebagai saluran pilihan.

Hasil observasi dilapangan diperoleh data bahwa harga cabai rawit per kilogram di tiap lembaga pemasaran pada 3 tipe saluran pemasaran berbeda-beda, perbedaan harga tersebut disajikan pada Tabel 9 berikut :

Tabel 9. Harga pada 3 Saluran Pemasaran Cabai rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Saluran Pemasaran	Petani Produsen Cabai Rawit (Harga Jual Rp/Kg)	Pedagang Pengumpul (Harga Beli Rp/Kg)	Pedagang Pengecer (Harga Beli Rp/Kg)	Konsumen
Saluran 1	45.000	45.000	-	55.000
Saluran 2	50.000	50.000	60.000	65.000
Saluran 3	60.000	-	60.000	80.000

Sumber : Data Primer setelah diolah, 2023

Dari tabel 9 menunjukan bahwa harga cabai rawit pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo sebagai berikut :

a. Saluran 1 (pertama)

Petani menjual cabai rawitnya ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.45.000,-. saluran ini dengan jumlah harga yang relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan harga lainnya karena pedagang pengumpul pada saluran I ini membeli dalam jumlah banyak dan langsung mengunjungi tempat lokasi produsen serta melakukan pesanan sebelumnya sehingga produsen ad kepastian dalam pemasaran produk cabai rawitnya di bandingkan dengan resiko pasar yang sering mengintai para produsen/petani lainnya. Pedagang pengumpul ini menjualnya kembali ke konsumen akhir yang berada di luar daerah maupun yang berada dalam daerah dengan harga di Rp.55.000,-.

b. Saluran 2 (kedua)

Petani menjual Cabai Rawitnya ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.50.000,-. Pedagang pengumpul kemudian menjual ke pedagang pengecer dengan harga Rp.60.000,-. Pada saluran 2 pedagang pengumpul membeli Cabai Rawit dari petani dengan harga lebih tinggi dari pedagang pengumpul pada saluran 1 dikarenakan pedagang pengumpul membeli dalam jumlah volume yang sedikit dan kerapkali membeli secara langsung tanpa melalui pesanan sehingga petani mampu memilih pedagang pengumpul sesuai dengan harga yang dikehendakinya dan umumnya mau menjual dengan harga yang lebih tinggi.

c. Saluran 3 (ketiga)

Petani menjual produksi Cabai Rawitnya ke pedagang pengecer dengan harga Rp.60.000,-. Selanjutnya pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp.70.000,-. Seperti pada saluran 1 dan saluran 2 pedagang pengecer membeli cabai rawit dari petani dengan harga yang tinggi karena umumnya petani yang mengantarkan langsung ke lokasi tempat pemasaran, pedagang pengecer sehingga petani atau produsen mengeluarkan biaya transportasi. Selanjutnya konsumen membeli dengan harga cukup tinggi dari pedagang pengecer karena konsumen akhir umumnya membeli dalam jumlah yang sedikit dan permintaan dilakukan dengan menetapkan harga sesuai kebutuhannya.

Dalam saluran pemasaran 3 ini pedagang pengecer memperoleh marjin pemasaran tinggi tetapi pedagang pengecer juga menanggung resiko jika dagangannya tidak habis.

Masing-masing lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan sehingga harga yang dibayarkan oleh tiap harga pemasaran itu berbeda. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran itu juga berbeda. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang di ambil oleh masing-masing pemasaran. Jadi harga jual di tingkat produsen (petani) akan lebih rendah daripada harga jual di tingkat pengecer atau harga beli konsumen akhir (Rahim dan Hastuti, 2007).

Pada kegiatan pemasaran terdapat berbagai fungsi, yaitu fungsi pertukaran, fungsi penyediaan fisik, dan fungsi penyediaan fasilitas. Fungsi pertukaran terdiri dari penjualan dan pembelian. Fungsi penyediaan fisik meliputi pengumpulan, pengemasan, penyimpanan, pemilihan (sortasi), pengolahan dan pengangkutan.

Sedangkan fungsi penyediaan fasilitas meliputi standarisasi, penanggungan resiko, informasi harga dan penyediaan dana (Istiyanti, 2010).

Pada tingkat pedagang pengumpul di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo fungsi pemasaran yang dilakukan adalah fungsi pertukaran, fungsi pengangkutan, fungsi penyampaian informasi pasar dan fungsi penanggungan resiko. Fungsi pertukaran yaitu kegiatan pembelian cabai rawit dari petani dan biasanya dari harga pembelian pedagang pengumpul menanggung biaya pengemasan (karung dan tali raffia). Karena pedagang pengumpul berfungsi juga sebagai pedagang besar maka fungsi pengangkutan dilakukan dua kali. Pengangkutan pertama dilakukan dari tempat petani kerumah pedagang tersebut dan pengangkutan kedua dari rumah pedagang pengumpul ke pedagang selanjutnya. Pengangkutan biasanya dilakukan menggunakan kendaraan pribadi maupun angkutan umum. Pengangkutan cabai rawit ke luar daerah oleh pedagang besar biasanya dilakukan pada malam hari, agar cabai tetap segar dan untuk mengurangi penyusutan. Fungsi informasi pasar diperoleh oleh sesama pedagang atau dengan melihat keadaan produksi dan pasar. Fungsi penanggungan resiko di bebankan per karung rata-rata 2kg untuk kemasan karung isi 100kg (Istiyanti, 2010).

#### **4.3.2. Analisis Marjin Pemasaran**

Margin pemasaran didefinisikan dengan dua cara, yaitu ; (1). Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang diterima produsen. (2). Margin pemasaran merupakan mnunjukan perbedaan harga ditingkat lembaga dalam sistem pemasaran. Kenaikan margin pemasaran dapat terjadi karena adanya peningkatan jasa pemasaran.

Margin pemasaran menentukan harga cabai rawit yang dibayar ditingkat konsumen. Margin pemasaran diharapkan dapat memberikan keuntungan yang propisional bagi produsen (Petani cabai rawit) dan lembaga pemasaran cabai rawit yang telah terlibat dalam pemasaran sesuai biaya, resiko, pengprbanan dan pelayanan yang ditanggungnya. Hasil perhitungan marjin pemasaran dan efisiensi pemasaran dari 3 tipe saluran pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta disajikan pada tabel 10 berikut:

Tabel 10.Margin Pemasaran dan *Farmer's Share (%)* dari 3 Tipe Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta (Rp/Kg).

<b>Uraian</b>	<b>Cabai Rawit</b>		
	<b>Saluran I</b>	<b>Saluran 2</b>	<b>Saluran 3</b>
Harga tingkat petani	45.000	50.000	60.000
Harga tingkat Konsumen	55.000	65.000	80.000
<i>Farmer 'Share (%)</i>	81,8	76,9	75
Margin pemasaran	10.000	15.000	20.000

Sumber : Data Primer setealah diolah, 2023

Tabel 10 menunjukkan bahwa total margin antara petani dan konsumen akhir yang paling besar adalah pada saluran 3 dengan tujuan pemasaran pedagang pengecer ke konsumen terakhir dengan sebesar Rp.20.000/Kg cabai rawit. Sedangkan total marjin yang paling kecil adalah pada saluran 1 sebesar Rp.10.000/Kg dengan Nilai *farmer's share* yang di terima oleh petani adalah 81,8%. Dari segi marjin pemasaran dan *farmer's share* disimpulkan bahwa saluran 1 merupakan saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang efisiensi pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo di peroleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran Pemasaran Cabai Rawit yang ada di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo terdiri dari 3 (tiga) tipe saluran yaitu ;  
Saluran 1 : Produsen, Pedagang pengumpul, Konsumen. Saluran 2 : Produsen, Pedagang pengumpul, Pedagang pengecer, Konsumen. Saluran 3 : Produsen, Pedagang pengecer, Konsumen.
2. Margin pemasaran disimpulkan bahwa saluran 1 merupakan saluran pemasaran Cabai Rawit yang paling efisien di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo yakni sebesar Rp.10.000/Kg dengan nilai *farmer's share* 81.8%.

#### **5.2 Saran**

Disarankan pada produsen agar dapat menyalurkan hasil produknya menggunakan saluran 1 karena pada saluran pertama menguntungkan dibandingkan dengan saluran 2 ataupun 3 sehingga dengan memperpendek saluran pemasaran memberi peluang peningkatan bagian harga di tingkat produsen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhawiyah, Robiah, Yuriko B., Yanti S. 2018. "Analisis Pemasaran Cabai Rawit Di Kabupaten Boalemo". *Jurnal Ilmiah Agribisnis*.
- Agustina, Shinta. 2011. *Ilmu Usaha Tani*. Malang : Universitas Brawijaya.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2006.
- Direktorat Jendral Hortikultural. 2008. *Membangun Hortikultural Berdasarkan Enam Pilar Pembangunan*.
- Fandy Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penlitian*, Yogyakarta: Andi.
- Hanafie, Rita. 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Hanafi, F. 2010, Budidaya Cabai Rawit, Agronomi Pertanian kabupaten Maros .
- Heryanto dan Saparso. 2018. Pertumbuhan dan Hasil Cabai Merah pada Berbagai Metode Irigasi dan Pemberian Pupuk Kandang di Wilayah Pesisir Pantai. Universitas Jendral Soedirman.
- Linda. Faot, M. Sirma,I. Nainiti, N.S.P.N. 2019. "Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur".
- Nathallya Angel Josine, Lyndon R. J. dan Caroline B. D. Pakasi,2018.Analisis Rantai Pasok Komoditi Cabai Rawit Di Kota Manao.Agro-SosialEkonomi Unsrat, ISSN 1907 – 4298, Januari 2018.
- Rahim. Abd, dan Riah Retno Dwi Hastuti. 2007 *Ekonomika Pertanian, Penantar Teori dan Kasus*. Jakarta: Penerba Swadaya Grup.
- Rosmawati, H. 2011. *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Organ Komering Ulu*.
- Rostini, N. (2012). *Strategi Bertanam Cabai Bebas Hama dan Penyakit*,. Agromedia Pustaka, Jakarta.

Siahaan, H., Pangemanan, L. R. J., Maweikere, A. J. M. 2018 Saluran Distribusi Komoditi Cabai Rawit di Pasar Bersehati Kota Manado.

Stanton, William J. 2011. Prinsip Pemasaran, ahli bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.

## LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuisioner Penelitian****KUSIONER UNTUK PETANI****A. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

Alamat : .....

Umur : .....

Pendidikan :

Pekerjaan :

Pengalaman usaha tani : .....

Status Kepemilikan usaha : .....

Luas lahan yang digunakan : .....

Sumber modal :

Biaya usahatani :

Apakah ada penanganan pasca panen :

Wilayah penjualan cabai rawit :

- Di dalam daerah :

- Di luar daerah :

Cara pembayaran :

Cara penjualan :

Biaya transportasi :

Apakah ada biaya pengepakan dan pengemasan ?

Harga penjualan :

- Pedagang besar : .....
- Pedagang pengecer : .....
- Pengumpul : .....
- Konsumen : .....

**B. HARGA PEMASARAN**

No	Jumlah Produksi cabai rawit (kg/bulan)	Harga Jual (Rp/Kg)
1		

## KUISONER UNTUK PEDAGANG PENGUMPUL / PENGECER

### A. IDENTITAS PEDAGANG

Nama : .....

Alamat : .....

Umur : .....

Pendidikan terakhir : .....

Pengalaman menjadi pedagang : .... Tahun

Keuntungan :

Berapa kali pemasaran dalam 1 bulan :

Berapa kg jumlah pembelian cabai rawit ?

Berapa harga jual cabai rawit ?

Wilayah penjualan cabai rawit ?

- Di dalam daerah (mana saja) : .....

- Di luar daerah (mana saja) : .....

Cara pembelian (pesanan/langsung/yang lain)

Cara penjualan (pesanan/langsung/yang lain)

Cara pembayaran (tunai/kredit/yang lain)

- Pada saat membeli : .....

- Pada saat menjual : .....

Cabai rawit langsung dipasarkan atau tidak ?

Berapa waktu yang diperlukan untuk menyimpan cabai rawit sebelum dipasarkan ?

: .....

Alat transportasi yang digunakan :

Jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan pemasaran cabai rawit ? :

Biaya tenaga kerja : .....

Biaya transportasi : .....

Apakah ada pengepakan dan pengemasan ? :

Biaya pengepakan dan pengemasan (berapa kg/wadah pengepakan) ?

.....

#### B. PEMASARAN

Minggu Ke -	Beli		Jual	
	Jumlah (Kg)	Harga (Kg)	Jumlah (Kg)	Harga (Kg)
1				
2				
3				
4				

#### C. BIAYA PEMASARAN

No	Biaya	Jumlah (Kg)	Harga (Kg)
1	Tenaga Kerja		
2	Transportasi		
3	Pengemasan (Karung/plastik)		

## Lampiran 2. Hasil Olah Data Penenlitian

**Tabel 1. Identitas Responden Petani**

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Status Pekerjaan
1	Deko Paramani	Laki-laki	47	SD	8	Petani
2	Side Kii	Laki-laki	56	SD	2	Petani
3	Irpan Bau	Laki-laki	42	SD	3	Petani
4	Rustin Lamusu	Perempuan	52	SD	1	Petani
5	Anton Burhan	Laki-laki	48	SD	15	Petani
6	Ibrahim Tunanga	Laki-laki	52	SD	4	Petani
7	Nirwan Pala	Laki-laki	33	SD	3	Petani
8	Wira Duke	Laki-laki	69	SD	49	Petani
9	Aripin Tunanga	Laki-laki	47	SD	2	Petani
10	Irwan Pombaya	Laki-laki	33	SMP	3	Petani
11	Iron Latif	Laki-laki	41	SD	3	Petani
12	Sumiati Tuna	Perempuan	44	SD	1	Petani
13	Kadir Tunanga	Laki-laki	46	SD	25	Petani
14	Erman Pakone	Laki-laki	40	SD	1	Petani
15	Saprudi Ayula	Laki-laki	38	SD	16	Petani
16	Tune Sapari	Laki-laki	50	SD	2	Petani
17	Yanti Tuna	Laki-laki	43	SD	19	Petani
18	Hariyanto Yusuf	Laki-laki	40	SMA	10	Wiraswasta
19	Yuyun Solotu	Perempuan	35	SD	2	Petani
20	Mansur Nuweke	Laki-laki	38	SD	19	Petani
21	Jamal Pombaya	Laki-laki	28	SD	4	Petani
22	Hamid Bati	Laki-laki	44	SD	5	Petani

23	Yanto Jahara	Laki-laki	27	SD	1	Petani
24	Stin Lamani	Perempuan	43	SD	20	Petani
25	Albert Dangari	Laki-laki	46	SMA	4	Wiraswasta
26	Kusman Saidi	Laki-laki	31	SD	5	Petani
27	Sukardin Daud	Laki-laki	41	SD	2	Petani
28	Anton Monoarfa	Laki-laki	50	SD	2	Petani
29	Idrus Umar	Laki-laki	57	SD	2	Petani
30	Wisi Jahara	Laki-laki	25	SD	2	Petani
31	Asrun Ali	Laki-laki	45	SD	2	Petani

**Tabel 2. Identitas Responden Pedagang**

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pengalaman	Status Pekerjaan
1	Hamdan Agunta	Laki-laki	52	SD	21	Pedagang
2	Ramu Antu	Laki-laki	53	SD	2	Pedagang
3	Marni S Manto	Perempuan	31	S1	1	Pedagang
4	Jamal Pombaya	Laki-laki	28	SD	2	Pedagang
5	Yulyanti Sapii	Perempuan	32	SD	2	Pedagang
6	Sau Mopangga	Laki-laki	75	SD	16	Pedagang

**Tabel 3. Status Responden sebagai Lembaga Pemasaran**

No	Nama	Status Pekerjaan	Tempat Penjualan	Harga Penjualan	Harga Pembelian
1	Deko Paramani	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
2	Side Kii	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
3	Irpan Bau	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
4	Rustin Lamusu	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
5	Anton Burhan	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
6	Ibrahim Tunanga	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
7	Nirwan Pala	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
8	Wira Duke	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
9	Aripin Tunanga	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
10	Irwan Pombaya	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
11	Iron Latif	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
12	Sumiati Tuna	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
13	Kadir Tunanga	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
14	Erman Pakone	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
15	Saprudi Ayula	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
16	Tune Sapari	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
17	Yanti Tuna	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
18	Hariyanto Yusuf	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
19	Yuyun Solotu	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
20	Mansur Nuweke	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
21	Jamal Pombaya	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	

22	Hamid Bati	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
23	Yanto Jahara	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
24	Stin Lamani	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
25	Albert Dangari	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
26	Kusman Saidi	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
27	Sukardin Daud	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
28	Anton Monoarfa	Petani	Pedagang Pengecer	<b>65.000</b>	
29	Idrus Umar	Petani	Pedagang Pengecer	<b>60.000</b>	
30	Wisi Jahara	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>50.000</b>	
31	Asrun Ali	Petani	Pedagang Pengumpul	<b>45.000</b>	
32	Sau Mopangga	Pedagang Pengecer		<b>80.000</b>	<b>60.000</b>
33	Yulyanti Sapii	Pedagang Pengecer		<b>80.000</b>	<b>60.000</b>
34	Marni S Manto	Pedagang Pengecer		<b>80.000</b>	<b>60.000</b>
35	Jamal Pombaya	Pedagang Pengecer		<b>80.000</b>	<b>60.000</b>
36	Hamdan Agunta	Pedagang Pengumpul		<b>55.000</b>	<b>45.000</b>
37	Ramu Antu	Pedagang Pengumpul		<b>65.000</b>	<b>50.000</b>

**Tabel 4. Harga pada 3 Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.**

Saluran Pemasaran	Petani Produsen Cabai Rawit (Harga jual Rp/Kg)	Pedagang pengumpul (Harga Beli Rp/Kg)	Pedagang Pengecer (Harga Beli Rp/Kg)	Konsumen
Saluran 1	45.000	45.000	-	55.000
Saluran 2	50.000	50.000	60.000	65.000
Saluran 3	60.000		60.000	80.000

**Tabel 5. Margin Pemasaran dan *Farmer's Share (%)* dari 3 Tipe Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta (Rp/Kg).**

Uraian	Cabai Rawit		
	Saluran I	Saluran 2	Saluran 3
Harga tingkat petani	45.000	50.000	60.000
Harga tingkat konsumen	55.000	65.000	80.000
<i>Farmer's share</i>	81,6	76,9	75
Margin pemasaran	10.000	15.000	20.000

**Lampiran 3. Dokumentasi Kegiatan Penelitian**

Gambar 1. Cabai Rawit



Gambar 2. Wawancara dengan petani Cabai



Gambar 3. Pemasaran Cabai Rawit dengan satuan liter



Gambar 4. Pemasaran di tingkat pengecer



Gambar 5. Pemasaran Cabai Rawit dengan satuan Kg



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO  
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo  
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 4466/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/XII/2022

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kepala Desa Lahumbo

di,-

Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM

NIDN : 0929117202

Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

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

Nama Mahasiswa : Pemi A. Monoarfa

NIM : P2219029

Fakultas : Fakultas Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Lokasi Penelitian : DESA LAHUMBO KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO

Judul Penelitian : EFISIENSI SALURAN PEMASARAN USAHATANI CABAI RAWIT DI DESA LAHUMBO KECAMATAN TILAMUTA KABUPATEN BOALEMO

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 23 Desember 2022

Ketua

Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM  
NIDN 0929117202

+



PEMERINTAH KABUPATEN BOALEMO  
KECAMATAN TILAMUTA  
DESA LAHUMBO

Alamat Jalan Trans Sulawesi NO:74 Kode Pos 96263

SURAT KETERANGAN

NO: 145 /D.Lah-Til/ /IV/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Desa Lahumbo, Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo, menerangkan:

Nama : FEMI A MONOARFA  
NIM : P2219029  
Fakultas : Pertanian

Bawa Yang Bersangkutan di atas benar benar Melaksanakan Penelitian "**EFISIENSI SALURAN PEMASARAN CABE RAWIT**" Dari Tanggal 13 Maret sampai dengan 06 April 2023 Didesa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya





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: 376/FP-UIG/X/2023

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 : Pemi A Monoarfa  
NIM : P2219029  
Program Studi : Agribisnis  
Fakultas : Pertanian  
Judul Skripsi : Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Lahumbo Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi **Turnitin** untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 26%, 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 diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 11 Oktober 2023  
Tim Verifikasi,



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

Ulfira Ashari, S.P., M.Si  
NIDN : 09 060889 01

Terlampir :  
Hasil Pengecekan Turnitin



Similarity Report ID: oid:25211:43291326

PAPER NAME

Skripsi PEMI.docx

AUTHOR

Pemi

WORD COUNT

7467 Words

CHARACTER COUNT

45483 Characters

PAGE COUNT

54 Pages

FILE SIZE

208.8KB

SUBMISSION DATE

Sep 19, 2023 10:26 AM GMT+8

REPORT DATE

Sep 19, 2023 10:28 AM GMT+8

● 26% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 25% Internet database
- Crossref database
- 9% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 30 words)



Similarity Report ID: oid:25211:43291326

### ● 26% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 25% Internet database
- Crossref database
- 9% Submitted Works database
- 4% Publications database
- Crossref Posted Content database

#### TOP SOURCES

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

1	ojs.uma.ac.id	4%
	Internet	
2	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-08-01	4%
	Submitted works	
3	digilibadmin.unismuh.ac.id	3%
	Internet	
4	orang-jembatan.blogspot.com	2%
	Internet	
5	repository.unja.ac.id	2%
	Internet	
6	jurnal.untad.ac.id	1%
	Internet	
7	text-id.123dok.com	1%
	Internet	
8	coursehero.com	1%
	Internet	

 turnitin

Similarity Report ID: oid:25211:43291326

9	core.ac.uk	<1%
	Internet	
10	riset.unisma.ac.id	<1%
	Internet	
11	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-08-01	<1%
	Submitted works	
12	ojs.uniska-bjm.ac.id	<1%
	Internet	
13	repository.ub.ac.id	<1%
	Internet	
14	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-07-17	<1%
	Submitted works	
15	jurnalfloratek.wordpress.com	<1%
	Internet	
16	docplayer.info	<1%
	Internet	
17	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
18	journal.uinjkt.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview

## **RIWAYAT HIDUP**



Penulis lahir di Kecamatan Tilamuta, Kabupaten Boalemo, tanggal 11 februari 2000, memiliki nama lengkap Pemi A Monoarfa. Penulis adalah anak pertama dari 3 bersaudara, dari pasangan Bapak Anton Monoarfa dan Ibu Risna Ali, penulis memulai pendidikan di PAUD MAWAR dan menyelesaikan pada tahun ajaran 2005/2006, kemudian melanjutkan pendidikan di SDN 11 Tilamuta, Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo pada tahun ajaran 2006/2007 dan selesai tahun ajaran 2011/2012, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Tilamuta, Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo pada tahun ajaran 2012/2013 dan selesai tahun ajaran 2014/2015, hingga melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Tilamuta, Kecamatan Tilamuta Kabupaten Boalemo pada tahun ajaran 2015/2016 dan selesai tahun 2018/2019, dan pada tahun ajaran 2019/2020 penulis mendaftar sebagai mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Fakultas Petanian Jurusan Agribisnis.