

ANALISIS PENDAPATAN DAN MARGIN PEMASARAN USAHATANI CABAI RAWIT KECAMATAN PEDAMARAN KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR

Diko Yuda Pradana¹, Rahmi Hidayati², Nur Azmi²

¹Mahasiswa Universitas IBA Palembang

²Staf Pengajar Universitas IBA Palembang

³Staf Pengajar Universitas IBA Palembang

E-mail : ¹Dikoyuda382@gmail.com, ²hidayatirahmi1985@gmail.com, ³azmee.azhari@gmail.com

ABSTRAK

Cabai rawit merupakan komoditi hortikultura yang penting yang banyak dimanfaatkan masyarakat. Penelitian ini bertujuan : 1. Menghitung harga pokok serta pendapatan usahatani cabai rawit 2. Rantai saluran pemasaran serta 3. Selisih margin pemasaran dan *farmer's share*. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sukapuluh 4 Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan komering Ilir. Metode penelitian adalah metode survey dengan teknik penarikan contoh simpel random sampling berjumlah 30 orang petani dari total 54 petani, kemudian digunakan teknik snowball sampling untuk mengetahui tipe saluran pemasaran dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pokok cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 yaitu Rp 9.343,- /kg. Penerimaan cabai rawit dengan lahan garapan seluas 0,25 ha per musim tanam kurun waktu 6 bulan dengan rata-rata produktivitas 3.584 kg/Ha atau 896 kg/lg yaitu sebesar Rp. 19.679.390,00/MT, dengan tingkat pendapatan petani cabai rawit yaitu sebesar Rp 11.307.765,00/MT. Untuk saluran pemasaran di Desa Sukapuluh 4 terdapat empat saluran pemasaran yaitu : 1. Petani - konsumen, 2.Petani - pedagang pengecer - konsumen, 3.Petani - pedagang pengumpul - pedagang pengecer - konsumen dan 4. Petani - Pedagang pengumpul - pedagang besar - pedagang pengecer - konsumen. Rata - rata persentase margin pemasaran pada saluran pemasaran I adalah 0%, saluran pemasaran II sebesar 0,09%, saluran pemasaran III 28,57% dan saluran pemasaran IV 48,71%. Sedangkan rata - rata bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) pada saluran pemasaran I sebesar 100%, saluran pemasaran II 84,84%, saluran pemasaran III 71,42% dan saluran pemasaran IV dengan selisih *farmer's share* yaitu sebesar 51,28 %.

Kata kunci: Pendapatan, Harga Pokok, Usahatani, Margin Pemasaran,Cabai Rawit.

PENDAHULUAN

Sebagai negara agraris Indonesia memiliki sektor pertanian yang sangat luas. Luasnya sektor pertanian Indonesia meliputi subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, perikanan, perikanan dilaut dan didarat serta kehutanan. Salah satu produk hortikultura banyak diminati oleh masyarakat Indonesia adalah cabai rawit dan cabai merah besar karena cabai tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari didalam konsumsi rumah tangga. Cabai termasuk produk yang cepat rusak karena hanya memiliki umur simpan yang pendek yaitu sekitar lima hari dan dapat tahan hingga sepuluh hari apabila disimpan pada suhu kurang dari 100 °C dengan kelembaban relatif 85 % hingga 90 % (David & Djamaris, 2018).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia (2020) dalam produksi tanaman sayuran 1997-2020, pada tahun 2016-2020 yang diketahui perkembangan hasil produksi cabai rawit di Indonesia terus mengalami peningkatan. Dimana tahun 2016 tingkat produksi mencapai 915,997 ton, sedangkan pada tahun 2020 hasil produksi mencapai 1.508,404 ton. Seiring perkembangan waktu, permintaan cabai rawit di Indonesia terus meningkat, produksi yang fluktuatif sementara permintaan cenderung meningkat menyebabkan kenaikan harga cabai rawit menjadi mahal di pasaran konsumen.

Menurut Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Selatan (2012), pengembangan agribisnis hortikultura dalam rangka pertumbuhan sentral hortikultura, harus dilakukan antara lain berdasarkan potensi wilayah dan kecocokan agroekologi serta adanya peluang pasar yang cukup menjamin. Sumatera Selatan merupakan salah satu Provinsi di Indonesia yang cukup luas dalam mengusahakan tanaman cabai hijau, hal ini dikarenakan iklim dan keadaan lingkungan di Sumatera Selatan cocok untuk membudidayakan tanaman cabai hijau. Hal ini terlihat pada luas panen dan produksi serta permintaan yang stabil dan cenderung meningkat karena preferensi selera masyarakat dalam menu masakan. Menurut data Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan (2020), luas panen cabai rawit di Sumatera Selatan adalah sebesar 5.765 ha, sedangkan hasil produksi cabai rawit di Sumatera Selatan adalah 381.609 kuintal dan untuk rata-rata hasil produksi per hektare

nya adalah 66,19 kuintal/ha. Menurut Buletin Konsumsi Pangan Semester 1 Tahun 2021, tingkat konsumsi cabai rawit di Provinsi Sumatera Selatan tahun 2020 adalah sebesar 1.793 kg/kap/tahun.

Kabupaten Ogan Komering Ilir merupakan salah satu daerah sentra produksi cabai di Provinsi Sumatera Selatan. Potensi wilayah dianggap cukup strategis untuk pengembangan aneka cabai. Keberadaan cabai khususnya cabai rawit di Kabupaten Ogan Komering Ilir tidak terlepas dari kontribusi daerah penghasil cabai rawit, salah satunya adalah Kecamatan Pedamaran. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ilir, 2020 bahwa hasil produksi panen cabai rawit berdasarkan per kecamatan yaitu pertama Kecamatan Pedamaran total produksi 17.345 Ton. Sedangkan terbesar kedua yaitu Mesuji makmur dengan hasil produksi 6.199 Ton dan urutan ke tiga yaitu Pedamaran timur dengan hasil produksi yaitu 4.797 ton.

Tingkat kesejahteraan petani sering dikaitkan dengan keadaan usahatani yang dicerminkan oleh tingkat pendapatan petani. Tingkat pendapatan petani ini dipengaruhi oleh banyak faktor yakni tingkat produktivitas dan harga jual. Harga jual dapat dipengaruhi oleh tingkat permintaan dan penawaran produk serta rantai saluran pemasaran yang dipilih. Dalam sistem saluran margin pemasarannya sering terjadi perbedaan antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Menghitung harga pokok cabai rawit serta pendapatan usahatani tanaman cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 Kecamatan Pedamaran?
2. Mengidentifikasi saluran pemasaran tanaman cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 Kecamatan Pedamaran
3. Mengestimasi margin pemasaran cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 Kecamatan Pedamaran?

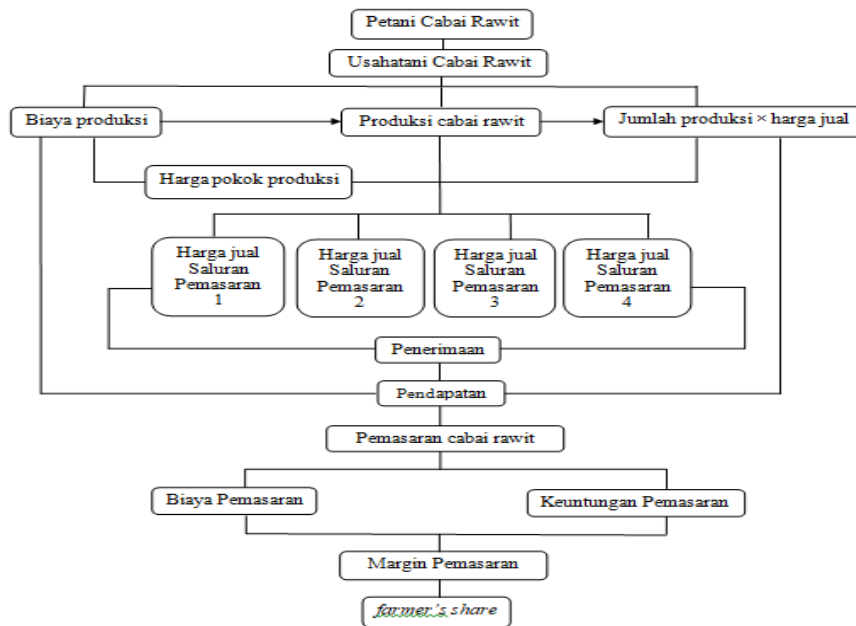
Analisis dibutuhkan untuk memberikan gambaran mengenai produksi dan harga jual yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap pendapatan petani. Analisis pendapatan dan saluran pemasaran merupakan langkah awal dalam menentukan strategi usaha agribisnis cabe rawit.

Kerangka Teoritis

Setiap kegiatan usahatani membutuhkan biaya dalam pelaksanaan produksinya. Biaya tersebut biasanya terdiri atas biaya tetap dan biaya variable. Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis dalam satu kali produksi. Menurut Widjajanta *et.,al* (2007) biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap atau tidak berubah dalam rentang waktu tertentu berapapun besarnya produksi. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang habis dalam satu kali produksi. Biaya variabel terdiri dari biaya benih, pupuk, ajir, pestisida, mulsa dan karung. Menurut Soekartawi (2011). Biaya variabel adalah biaya yang dalam rentang waktu dan sampai batas-batas tertentu jumlahnya berubah-ubah secara proporsional. penerimaan usahatani merupakan perkalian antara jumlah produksi yang dihasilkan dengan harga jual. Penerimaan yang dihasilkan cukup tinggi jika dibandingkan dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Apabila produksi dan harga jual produk semakin besar maka penerimaan petani juga semakin besar (Supartama *et.,al* 2013). Sedangkan harga pokok adalah harga yang diperoleh dari hasil pembagian antara *Total cost* (Biaya total) dengan *Quantity* (Jumlah produksi).

Menurut Baladina (2012), semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya pemasarannya, karena lembaga pemasaran yang terlibat banyak dan sifat produk pertanian juga mudah rusak serta memerlukan perlakuan khusus dalam pemasarannya yang menyebabkan pemasaran tidak efisien. *Farmer's share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga ditingkat pengecer atau harga yang dibayar konsumen akhir. Dilon (2008), menyatakan bahwa semakin banyak kelembagaan tataniaga yang terlibat dalam pemasaran suatu produk (atau dapat disebut semakin panjang saluran tataniaga), akan dapat diperkirakan akan semakin tinggi biaya pemasaran komoditi tersebut.

Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model pendekatan diagramatik yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Keterangan :

————— : Proses
—————> : Dipengaruhi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Sukapulih 4 Kecamatan Pedamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir. Untuk penentuan lokasi sendiri dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*) yang merupakan salah satu sentra penanaman cabai rawit di Kecamatan Pedamaran. Penelitian ini telah dilakukan bulan Oktober sampai bulan Desember 2021.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan wawancara langsung terhadap petani yang mengusahakan tanaman cabai rawit. Untuk mengetahui rata-rata pendapatan petani maka dari total 54 petani cabai rawit yang ada di Desa Sukapulih 4 akan diambil 30 petani sebagai sampel dengan metode (*simple random sampling*). Setelah itu masing-masing petani responden dengan teknik *snowball* maka akan telusuri tipe saluran pemasaran yang dilakukan sehingga dapat diketahui tipe saluran pemasaran dan margin pemasaran serta *farmer's share*.

Data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data tersebut berupa identitas petani, modal yang digunakan, faktor-faktor produksi yang digunakan, besarnya biaya produksi yang dikeluarkan, hasil produksi yang diperoleh dan pendapatan total petani. Sedangkan data sekunder didapat dari instansi pemerintah terkait seperti, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura dan Badan Pusat Statistik (BPS).

A. Metode Pengolahan Data

Untuk menjawab permasalahan pertama akan dihitung dengan metode kuantitatif sederhana. Suratiyah (2015) penghitungan penerimaan dan pendapatan serta harga pokok dapat dihitung sebagai berikut

$$\text{Penerimaan} \quad TR = PY \times Y, \text{ Pendapatan} \quad I = TR - TC, \text{ Harga pokok} = TC/Y$$

Dimana :

- I = Pendapatan (Rp/lg/musim tanam)
- TR = Penerimaan (Rp/lg/musim tanam)
- PY = Harga Jual (Rp per kg)
- TC = Total biaya produksi yang dikeluarkan (Rp/lg/musim tanam)

Y = Jumlah produksi (kg)

Untuk menjawab permasalahan kedua yaitu mendeskripsikan saluran pemasaran cabai yang ada di Desa Sukapuluh 4. Untuk menjawab permasalahan ketiga mengetahui selisih margin pemasaran dan *farmer's share* menggunakan rumus sebagai berikut. Menurut Soekartawi (2002) margin pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

a. Margin Pemasaran

$$M_{ji} = C_{ij} + \pi_i \dots \dots \dots (1)$$

$$M_{ji} = P_{si} - P_{bi} \dots \dots \dots (2)$$

$$M_j = \sum M_{ji} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

M_j : Margin pemasaran total cabai rawit

M_{ji} : Margin pemasaran lembaga ke-i

P_{si} : Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i

P_{bi} : Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i

C_{ij} : Biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

π_i : Keuntungan lembaga pemasaran ke-i

b. Farmer's Share

Menurut Zainal *et.,al* (2017), *farmer share* adalah persentase bagian harga yang diterima petani dengan bagian harga yang dibayar konsumen akhir. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F_s = \frac{H_p}{H_e} \times 100\%$$

Keterangan :

F_s : Persentase bagian harga yang diterima oleh petani

H_p : Harga cabai ditingkat petani

H_e : Harga cabai ditingkat konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Keadaan umum Wilayah

Lokasi penelitian secara administratif terletak di Kecamatan Pdamaran Kabupaten Ogan Komering Ilir. Luas wilayah 5.639 ha. Jarak dengan ibu kota Kabupaten OKI adalah 30 km dan dapat ditempuh dengan waktu 30 menit, sedangkan jarak dengan ibu Kota Provinsi Sumatera Selatan 91 km dan dapat ditempuh dalam waktu 2-3 jam dengan menggunakan mobil atau sepeda motor.

Desa Sukapuluh terletak pada ketinggian 10 meter diatas permukaan laut. Memiliki iklim sedang yang dipengaruhi dua musim, yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Suhu rata-rata harian berkisar antara 26 - 35 °C, dengan curah hujan rata-rata ≥ 2.500 mm/tahun dan jumlah hari hujan serta hujan rata-rata ≥ 116 hari/tahun. Musim penghujan umumnya berkisar antara dari Bulan November sampai dengan Bulan April setiap tahunnya, sedangkan untuk musim kemarau sendiri umumnya berkisar antara Bulan Mei sampai dengan Bulan Oktober. Untuk penyimpangan musim sendiri biasanya terjadi sekali dalam lima tahun, berupa musim kemarau yang lebih panjang dari musim penghujan dengan rata-rata curah hujan kurang lebih 1.000 mm/tahun dengan rata-rata hari hujan 60 hari/tahun (Monografi Desa Sukapuluh 4, 2018).

Populasi petani yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 orang, yang tinggal dan bertani cabai rawit di wilayah Desa Sukapuluh 4. Rata-rata berumur antara 25 – 50 tahun dengan tingkat pendidikan 43% tidak tamat sekolah menengah pertama, pengetahuan bertani secara otodidak dan turun-temurun serta dari

penyuluh lapangan. Luas rata-rata lahan garapan yang dimiliki oleh petani berkisar 0,24 ha. Usahatani cabai rawit dilakukan 1 kali dalam satu tahun. Untuk tanaman utama adalah tanaman padi sebagai usahatani pokok.

B. Analisis Harga Pokok dan Pendapatan

Analisis biaya dan pendapatan mempunyai peranan penting dalam kegiatan usahatani cabai rawit. Hasil produksi biasanya cabai mengalami kenaikan dan penurunan, untuk petikan awal rata-rata cabai rawit menghasilkan 10 - 25 kg/lg/petikan. Untuk hasil produksi yang lebih tinggi biasanya terjadi pada petikan 4 - 6 yaitu berkisar antara 250 - 300 kg/lg/petikan. Untuk waktu pemanenan cabai rawit di Desa Sukapulih 4 dalam waktu 10 hari 1 kali panen dan kriteria buah yang layak untuk panen adalah buahnya besar, warnanya hijau tua atau merah dan takstur buahnya yang keras. Untuk rata-rata produksi perluas lahan garapan per musim tanam adalah 896 kg, sedangkan rata-rata per hektare adalah 3.584 kg. Penjualan dilakukan dengan menjual hasil cabai rawit kepada pedagang pengumpul (Tengkulak).

Harga pokok adalah harga yang diperoleh dari hasil pembagian antara Biaya total dengan Jumlah produksi. Untuk total biaya yang dikeluarkan oleh petani adalah Rp. 8.371.625,- kemudian dibagi dengan jumlah produksi yaitu sebesar 896 kg. Maka dapat diperoleh harga pokok cabai rawit tersebut sebesar Rp. 9.343,-/kg. Penerimaan diperoleh dengan cara mengalikan jumlah produksi dengan harga jual. Penerimaan rata - rata usahatani cabai rawit adalah Rp. 19.679.390,- per luas lahan garapan per musim tanam, sedangkan penerimaan per hektare per musim tanam adalah Rp. 78.556.426,67/ha. Rata-rata pendapatan usahatani cabai rawit per luas lahan garapan per musim tanam adalah Rp. 11.307.765,-.

Tabel 1. Rata-rata penerimaan dan pendapatan usahatani cabai rawit

Penerimaan	Rp/lg	Rp/ha
Produksi	896 kg	3.584 kg
Harga jual	22.207	22.207
Penerimaan	19.679.390	78.556.426,67
Biaya		
- Biaya tetap	25.292	101.168
- Biaya Variabel	8.371.625	33.486.500
Rata - rata pendapatan	11.307.765	149.394.791

C. Analisis Saluran dan Margin Pemasaran

Saluran Pemasaran

Harga per kg pada saat penelitian berkisar antara Rp. 20.000 – Rp. 39.000/kg. Harga jual cabai rawit dipetani sendiri biasanya harga ditentukan oleh pedagang pengumpul (tengkulak), dimana pedagang pengumpul biasanya melihat harga yang telah ditetapkan oleh pedagang besar Agen. Harga tersebut bervariasi pada setiap musim tanam, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah terjadinya panen secara bersamaan dari luar wilayah sumatera misalnya di Pulau Jawa. Panjang saluran pemasaran berakibat pada tinggi biaya pemasarannya, karena lembaga pemasaran yang terlibat banyak serta sifat produk pertanian yang mudah rusak serta memerlukan perlakuan khusus dalam pemasarannya menyebabkan pemasaran tidak efisien. Berdasarkan hasil penelitian mengenai saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sukapulih 4 Kecamatan Pedamaran terdapat 4 saluran pemasaran yaitu :

a. Saluran satu tingkat

Saluran pemasaran pertama yaitu petani menjual hasil cabai rawit tersebut kepada konsumen secara langsung. Dimana konsumen biasanya menemui petani secara langsung untuk memesan cabai rawit tersebut. Untuk harga cabai rawit yang dijual langsung oleh petani kepada konsumen itu rata-rata harga yaitu kisaran antara Rp. 30.000,-/kg.

b. Saluran dua tingkat

Saluran pemasaran kedua yaitu petani menjual hasil cabai rawit tersebut kepada pedagang pengecer, kemudian pedagang pengecer menjual cabai rawit tersebut kepada konsumen. Untuk pedagang pengecer sendiri itu berasal dari daerah setempat yaitu Desa Sukapuluh 4 dan luar desa sukapuluh. Biasanya pedagang pengecer telah memesan cabai rawit kepada petani untuk kemudian dijual ke konsumen. Untuk harga cabai rawit yang dijual oleh petani kepada pedagang pengecer itu berkisar antara Rp. 28.000,-/kg, kemudian pedagang pengecer menjual cabai rawit tersebut kepada konsumen yang ada dipasaran dengan harga kisaran Rp. 33.000,-/kg.

c. Saluran tiga tingkat

Saluran pemasaran ketiga yaitu menjual hasil cabai rawit tersebut kepada pedagang pengumpul, kemudian kepada pedagang pengecer dan selanjutnya pedagang pengecer menjual cabai rawit tersebut kepada konsumen. Pedagang pengecer ini berasal dari daerah setempat yaitu Desa Sukapuluh 4 yang mana pedagang pengecer ini dalam kesehariannya adalah pedagang yang menjual berbagai jenis sayuran. Untuk harga cabai rawit yang dijual oleh petani ke pedagang pengumpul yaitu Rp.25.000,-/kg. Selanjutnya, pedagang pengumpul menjual cabai rawit ke pedagang pengecer itu dengan harga Rp. 29.000,-/kg, kemudian pedagang pengecer menjual cabai rawit tersebut kepada konsumen yang ada dipasaran dengan harga kisaran Rp. 35.000,-/kg.

d. Saluran empat tingkat

Saluran pemasaran keempat yaitu petani di Desa Sukapuluh 4 menjual hasil cabai rawit tersebut kepada pedagang pengumpul terlebih dahulu, kemudian pedagang pengumpul menjual cabai rawit kepada pedagang besar (agen), selanjutnya agen menjual cabai rawit tersebut kepada pedagang pengecer dan yang kemudian menjual kepada konsumen. Agen berasal dari luar daerah Sukapuluh 4 yakni berasal dari kota Palembang dan kabupaten lain. Petani menjual cabai rawit kepada pedagang pengumpul dengan harga Rp. 20.000,-/kg. Pedagang pengumpul menjual cabai rawit kepada pedagang besar dengan harga Rp. 24.000,-/kg. Harga beli pedagang pengecer dari pedagang pengumpul yaitu Rp. 29.000,-/kg. Dan menjula kepada konsumen akhir sebesar Rp. 39.000,-/kg.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga ditingkat petani atau produsen dengan harga ditingkat konsumen akhir. Perbedaan harga tersebut dikarenakan adanya biaya pemasaran dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran tersebut. *Farmer's share* adalah persentase harga jual petani terhadap harga yang dibayar konsumen akhir. Rantai pemasaran yang panjang akan menyebabkan selisih *farmer's share* yang cukup jauh antara harga yang dijual petani dengan harga beli ditingkat konsumen.

Tabel 2. Margin pemasaran dan *farmer's share* seluruh saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sukapuluh 4.

Uraian	Saluran Pemasaran			
	I	II	III	IV
Harga jual petani (Rp/kg)	30.000	28.000	25.000	20.000
Harga jual pedagang pengumpul (Rp/kg)	-	-	29.000	24.000
Harga jual pedagang agen (Rp/kg)	-	-	-	29.000
Harga jual pengecer (Rp/kg)	-	33.000	35.000	39.000
Harga beli konsumen akhir (Rp/kg)	30.000	33.000	35.000	39.000
Total biaya pemasaran (Rp/kg)	350	500	1.150	1.350
Total keuntungan pemasaran (Rp/kg)	-	2.000	8.850	17.650
Total margin pemasaran (Rp/kg)	-	3.000	10.000	19.000
<i>Farmer's Share</i> (%)	100,00	84,84	71,42	51,28

Tabel 2, menunjukkan margin pemasaran dan keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran tiga tingkat menghasilkan nilai tertinggi yaitu masing-masing sebesar Rp. 19.000/kg dan Rp. 17.650/kg dengan total biaya Rp. 1.350/kg. Kondisi tersebut memungkinkan karena pada saluran pemasaran tiga tingkat melibatkan tiga pedagang perantara. Selain itu jarak tempuh yang cukup jauh dan permintaan komoditi cabai rawit dalam jumlah banyak mengakibatkan biaya yang dikeluarkan menjadi lebih tinggi sehingga margin pemasaran yang terbentuk pun menjadi tinggi. Teori tentang saluran pemasaran yaitu semakin efisien tingkat saluran pemasaran maka semakin rendah pula margin pemasaran, dan semakin panjang ditingkat saluran pemasaran maka semakin tinggi tingkat margin pemasaran (Assuri, 2010). Bila bagian yang diterima produsen kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien dan bila lebih dari 50%, maka pemasaran dapat dikatakan sudah efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian analisis pendapatan usahatani dan margin pemasaran cabai rawit di Desa Sukapuluh 4, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga pokok usahatani cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 adalah Rp 9.343,-/kg. pendapatan yang diterima dari usahatani cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 adalah Rp 11.307.765,00/lg.
2. Untuk saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 terdapat empat saluran pemasaran, yaitu : Petani – Konsumen, Petani - Pedagang pengecer – konsumen, Petani - Pedagang pengumpul - Pedagang pengecer – Konsumen, Petani - pedagang pengumpul - pedagang besar (agen) - pedagang pengecer – konsumen.
3. Margin pemasaran cabai rawit di Desa Sukapuluh 4 yang paling besar adalah pada saluran empat tingkat dengan selisih margin pemasaran sebesar 48,71 % dengan *farmer's share* 51,28 %. Bagian atau pangsa pasar (*farmer's share*) yang diterima petani cabai rawit di Desa Sukapuluh 4, yang paling besar adalah pada saluran nol tingkat, hal ini karena pada saluran nol tingkat merupakan saluran pemasaran cabai rawit yang paling pendek dan lebih efisien secara teknis maupun ekonomis dengan persentase *farmer's share tertinggi* yaitu 100.00 %.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka disarankan sebagai berikut :

1. Bagi petani sebaiknya menggunakan saluran pemasaran satu atau dua tingkat agar harga jual jauh lebih tinggi.
2. Petani diharapkan lebih aktif dalam mencari informasi mengenai harga agar dapat meningkatkan posisi tawar sehingga petani cabai rawit tidak hanya menjadi pengambil harga tetapi menjadi pembuat harga.

DAFTAR PUSTAKA

- Assuri, 2010. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2020. Produksi Tanaman Sayuran Indonesia, (1997 – 2020).
- Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan. 2020. Luas Tanaman dan Hasil produksi tanaman sayuran.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ilir 2020. Luas Panen Tanaman sayuran Menurut Jenis Tanaman, (2017-2020).
- Baladina, N. 2012. Analisis Struktur, Perilaku, dan Penampilan Pasar Wortel di Sub Terminal Agrobisnis (STA) Mantung (Kasus Pada Sentra Produksi Wortel di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang), Jurnal AGRISE. Vol. XII, No. 2. Mei 2012.
- David, W., & Djamaris, A. R. (2018). Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan. Jakarta: Penerbitan Universitas Bakrie.
- Dilon. H.S, 2008. Manajemen Distribusi Produk - Produk Agribisnis Agroindustri, Percetakan TI-ITS, Jakarta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan Hortikultura Sumatera Selatan. 2012. Data Angka Sumatera Luas Panen, Produksi Dan Produktifitas Per Musim Tanam Tahun 2016. Provinsi Sumatera Selatan.
- Prajnanta, F., 2011, Mengatasi Permasalahan Bertanam Cabai, Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Jakarta :PT RajaGrafindo Persada. 238 hal.
- Soekartawi. (2011). Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil. Jakarta: UI-PRESS.
- Supartama, M., M. Antara, dan R. A. Rauf. 2013. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Padi Sawah Di Subak Baturiti Desa Balinggi Kecamatan Balinggi Kabupaten Parigi Moutong. Agrotekbis. 1 (2) : 166-172.
- Suratijah. 2006. Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Widjajanta, B. dan A. Widyaningsih. 2007. Mengasah Kemampuan Ekonomi. Citra Praya, Bandung.
- Zainal, Arifin. 2017. Evaluasi Pembelajaran. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.