

JURNAL PEMBANGUNAN AGRIBISNIS

(Journal of Agribusiness Development)

Website : <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/index.php/jpa>

**ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BURANGA
KECAMATAN AMPIBABO KABUPATEN PARIGI MOUTONG**

***MARKETING ANALYSIS OF BIRD'S EYE CHILI IN BURANGA VILLAGE
AMPIBABO DISTRICT PARIGI MOUTONG REGENCY***

Nur Isnaini¹⁾, Rustam Abdul Rauf²⁾, Siti Yulianty Chansa²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

²⁾Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

Email: nur693621@gmail.com, rustam.untad@gmail.com, ulliechansa@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini dimaksudkan untuk memahami : 1) jalur distribusi, 2) keuntungan distribusi, 3) bagian pendapatan petani dan 4) keefektifan dalam distribusi cabai rawit Desa Buranga Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong. Responden petani pada riset ditentukan melalui metode sensus, yaitu dengan melibatkan seluruh populasi yang meliputi 28 orang pihak, 1 distributor pengepul, 2 pedagang eceran, serta 2 pihak konsumen. Adapun capaian riset memperlihatkan adanya 2 jalur distribusi pada Desa Buranga Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong. Desa Buranga memiliki margin pemasaran cabai rawit di jalur distributor pertama mencapai 5.000 per kilogram, sementara di jalur distribusi kedua sebanyak 7.000 per kilogram. Persentase biaya diterima untuk hasil pemasaran cabai rawit jalur pertama adalah 90,00%, adapun untuk distribusi kedua sebanyak 83,33%. Tingkat keefektifan distribusi cabai rawit untuk Desa Buranga tercatat sebesar 0,63% untuk saluran pertama dan 1,51% untuk saluran kedua.

Kata Kunci : Pemasaran, Cabai Rawit, Selisih Harga.

ABSTRACT

This research aims to understand: 1) distribution channels, 2) distribution profits, 3) farmers' income share, and 4) distribution effectiveness of bird's eye chili in Buranga Village, Ampibabo District, Parigi Moutong Regency. Farmer respondents in this research were determined through census method, involving the entire population comprising 28 parties, 1 collector distributor, 2 retail traders, and 2 consumer parties. The research results show that there are 2 distribution channels in Buranga Village, Ampibabo District, Parigi Moutong Regency. Buranga Village has a bird's eye chili marketing margin in the first distribution channel reaching 5,000 per kilogram, while in the second distribution channel it is 7,000 per kilogram. The percentage of costs received for bird's eye chili marketing results in the first channel is 90.00%, while for the second distribution it is 83.33%. The distribution effectiveness level of bird's eye chili for Buranga Village is recorded at 0.63% for the first channel and 1.51% for the second channel.

Keywords: Marketing, Bird's Eye Chili, Price Differential.

PENDAHULUAN

Cabai termasuk dalam *genus capsicum*. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat memanfaatkannya sebagai bahan dasar bumbu masakan. Selain peran utamanya dalam memenuhi kebutuhan konsumsi rumah tangga, cabai juga memiliki potensi dalam sektor usaha pangan. (Munandar *ddk*, 2017).

Permintaan terhadap cabai rawit tetap stabil, mengingat manfaat serta kandungan nutrisinya yang penting. Cabai rawit diketahui mengandung senyawa aktif seperti kapsaisin, dihidrokapsaisin, serta vitamin A dan C, serta pigmen alami seperti kapsantin dan lutein (Irwan, N *dkk.*, 2021).

Pemasaran merupakan rangkaian aktivitas untuk menyalurkan produk dari penghasil ke pengguna terakhir. Adapun yang terlibat dapat berupa seorang maupun badan untuk berperan dalam kegiatan distribusi, yaitu mengalirkan barang atau jasa melalui pelaku produksi ke penerima akhir, sistem pemasaran komoditas pertanian saling berinteraksi dalam proses penyaluran tersebut, sehingga membentuk suatu jaringan distribusi atau tataniaga (Sabang Jaharia, 2011).

Permasalahan utama pada kegiatan distribusi cabai rawit yang berada di Desa Buranga adalah tingginya ketergantungan produsen terhadap penjual pengumpul yang berasal dari Desa Tomoli. Jarak yang cukup jauh antara lokasi petani dan pasar konsumen di Kota Palu menyebabkan meningkatnya biaya pemasaran, khususnya dalam hal transportasi. Kondisi ini mendorong mayoritas pelaku usahatani cenderung memutuskan memasarkan produk panen mereka untuk penjual pengumpul atau penjual eceran, dibandingkan memasarkan langsung keluar Kecamatan atau Kabupaten.

Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi saluran distribusi yang digunakan, menghitung selisih harga pemasaran, menentukan proporsi nilai jual yang diterima oleh produsen, serta

menganalisis nilai efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Buranga, Kecamatan Ampibabo, Kabupaten Parigi Moutong.

METODE PENELITIAN

Studi dilakukan di Desa Buranga, yang terletak di Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong. Pemilihan tempat penelitian dilaksanakan dengan sengaja (*purposive*), karena alasan Desa Buranga menjadi salah satu penyedia cabai rawit di Kabupaten Parigi Moutong. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Studi dilakukan di bulan Agustus hingga Oktober tahun 2022.

Jumlah subjek pada kajian yaitu seluruh produsen cabai rawit yang berada pada Desa Buranga, sebanyak 28 pihak. Penentuan subjek penelitian memakai metode sensus, dimana dilakukan dengan mewawancarai keseluruhan populasi. Penggunaan metode ini berlandaskan pandangan Arikunto (2006) yang menyatakan seandainya banyaknya individu yang diteliti di bawah 100 pihak, maka keseluruhan populasi dapat dijadikan responden. Tetapi, apabila total partisipan melebihi 100, sehingga dapat diperoleh total sampel sebanyak 10–15% ataupun 20–25%.

Penetapan subjek penelitian penjual dalam penelitian ini dikerjakan melalui cara penajakan (*tracing sampling*), dengan total partisipan sebanyak lima orang yaitu meliputi atas, satu penjual pengumpul, dua penjual pengecer, dan juga dua pembeli, dengan demikian total keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 33 orang. Data yang diterapkan dalam kajian ini meliputi data utama (primer) dan data pendukung (sekunder). Data utama didapatkan secara langsung di lapangan dengan pengamatan serta tanya jawab melalui susunan pertanyaan kuesioner. Sementara itu, bahan informasi tidak langsung (sekunder) didapatkan melalui sejumlah sumber literatur relevan disertai topik kajian ilmiah. Model kajian untuk dipakai dalam kajian ilmiah kasus ini

dicocokkan melalui maksud yang akan diperoleh (Sudiyono, 2018)

Menurut Rosmawati (2011), Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi perbandingan antara harga yang diperoleh oleh produsen menggunakan jumlah tarif yang dibayar dari pembeli terakhir. Perbandingan tersebut dapat dihitung melalui penerapan rumus tertentu sebagai berikut :

$$Spf = \frac{Price\ farm}{Price\ retailer} \times 100\%$$

Ket:

Spf = Persentase harga untuk petani (%)

Pf = Tingkat harga petani (Rp/kg)

Pr = Harga Pada Tingkat Konsumen (Rp/kg)

Menurut Soekartawi (2002), untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit dari produsen ke distributor awal maupun pedagang eceran, dapat digunakan rumus sebagai berikut :

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

Ket :

EPs = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Jumlah Biaya Distributor (Rp)

TNP = Nilai Total Dari Produk dipasarkan (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pada temuan studi yang suda dilaksanakan di Desa Buranga Kecamatan Ampibabo Kabupaten Parigi Moutong, Penelitian yang dilakukan mengidentifikasi adanya dua pola saluran pemasaran cabai rawit di Desa Buranga, yaitu :

1. Petani → Pedagang pengecer → Konsumen.
2. Produsen (petani) → Agen pengumpul → Pedagang eceran → Konsumen akhir.

Pada jalur distribusi pertama, petani menjual hasil panennya secara langsung kepada pedagang pengecer, di mana pedagang pengecer datang langsung ke lokasi petani. Harga yang diterima petani dari transaksi ini adalah sebesar Rp 36.000 per kilogram. Selanjutnya, pedagang pengecer menjual cabai rawit tersebut kepada konsumen akhir di Pasar Ampibabo seharga Rp 40.000 setiap kilogramnya.

Pada saluran pemasaran kedua, distributor memasarkan produknya untuk agen penerima berlokasi di wilayah Palu dengan nilai jual sebesar Rp35.000/kg. Kemudian, agen perantara mendistribusikan cabai rawit untuk agen pengecer pada wilayah Palu dengan tarif Rp38.000 per kilogram. Kemudian, penjual pengecer menjualnya untuk pembeli terakhir di Wilayah Palu dengan tarif Rp 40.000 per kilogram.

Margin Distribusi Cabai Rawit Pada Desa Buranga

Selisih harga menunjukkan perbedaan antara pembeli dengan penghasil yang menentukan besar kecilnya pendapatan produsen. Lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel.

Tabel 1. Selisih Harga Distribusi Cabai Rawit di Distribusi I, 2024

No	Lembaga Distribusi	Nilai Beli (Rp/Kg)	Nilai Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1.	Petani Cabai Rawit	-	36.000	-
2.	Pedagang Pengecer	36.000	40.000	4.000
3.	Konsumen	40.000	-	-
Jumlah				4.000

Data Hasil Setelah diolah, 2024

Data tersebut memperlihatkan bahwa selisih harga pemasaran total untuk Distribusi I mencapai 4.000/kg. Margin ini sepenuhnya berasal dari pedagang pengecer, sehingga total margin (MT) pada saluran I sama dengan margin pedagang pengecer (M1), yaitu Rp 4.000/kg.

Tabel 2. Rincian Selisih Harga Pemasaran Cabai Rawit di Jalur Distribusi II, 2024

No	Lembaga Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1.	Petani Cabai Rawit	-	35.000	-
2.	Pedagang Pengumpul	35.000	38.000	3.000
3.	Pedagang Pengecer	38.000	42.000	4.000
4.	Konsumen	42.000	-	-
Jumlah				7.000

Data Hasil Setelah diolah, 2024

Merujuk pada tabel, jumlah keseluruhan margin pemasaran pada jalur distribusi II tercatat Rp 7.000/ kilogram, selisih keuntungan sebesar Rp. 3.000 serta margin agen pengecer Rp. 4.000. Jumlah margin saluran II = Rp3.000 + Rp4.000 = Rp7.000/kg).

Presentase Nilai Di Terima Produsen Cabai rawit yang berlokasi Di Desa Buranga

Presentase dari harga yang diperoleh produsen termasuk perhitungan perbandingan antara selisih nilai jual yang diperoleh produsen dengan tarif dibayarkan oleh pembeli (Suprianto, dkk, 2021). Untuk lebih jelasnya, informasi mengenai farmer share disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 3. Presentase Harga Yang Diperoleh Petani Di Setiap Jalur Distribusi Cabai Rawit, 2024

No	Saluran Pemasaran	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Konsumen Akhir (Rp/Kg)	Bagian Harga Yang Diperoleh Produsen (%)
1.	Saluran I	36.000	40.000	90,00
2.	Saluran II	35.000	42.000	83,33

Data Hasil Setelah di Olah, 2024

Data di atas menunjukkan bahwa presentase nilai jual yang diterima oleh produsen (*farmer share*) di distribusi I mencapai 90,00%, sedangkan di distribusi II sebanyak 83,33%. Maka dari itu, Saluran I dapat dikategorikan sebagai saluran pemasaran yang lebih efisien bagi petani, karena memberikan proporsi harga yang

lebih tinggi kepada produsen.

Analisis Efisiensi Distribusi Cabai Rawit Pada Wilayah Desa Buranga

Komponen distribusi adalah efisiensi penyaluran produk dalam upaya mempercepat arus produk dari pihak penghasil ke pihak pengguna. Herman dan Asih (2021) menjelaskan keefektifan distribusi didasarkan pada aspek-aspek yang dianalisis dalam efisiensi pemasaran cabai rawit mencakup rantai pemasaran, jalur distribusi produk, rantai penyaluran hasil pertanian, Sistem alur pemasaran yang terlibat, serta pendapatan yang diperoleh.

Tabel 4. Tingkat Keefektifan Distribusi Cabai Rawit Pada Desa Buranga, 2024

No	Saluran Pemasaran	Biaya Total (Rp/Kg)	Nilai Total Penjualan (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1.	Saluran I	1.053.000	179.360.000	0,63 %
2.	Saluran II	4.596.500	303.912.000	1,51 %

Sumber : Data Primer Setelah di Olah, 2024

Data hasil menunjukkan tingkat keefektifan distribusi cabai rawit di saluran I bernilai 0,63%, adapun pada saluran II bernilai 1,51%. Berdasarkan nilai tersebut, saluran I paling optimal. Situasi ini dikarenakan alur distribusi lebih pendek, total selisih harga lebih sedikit, adapun proporsi nilai yang peroleh produsen lebih besar daripada jalur distribusi II. Dengan demikian, Saluran I dinilai lebih menguntungkan bagi petani dalam konteks efisiensi pemasaran.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Studi hasil yang telah dilaksanakan, didapatkan kesimpulan yaitu:

- Ada 2 model jalur distribusi cabai rawit pada Desa Buranga, yaitu:
 - Saluran satu : Produsen → Pengecer → Pembeli Akhir
 - Saluran dua : Produsen → Pengumpul → Pengecer → Pembeli Akhir
- Selisih distribusi cabai rawit pada jalur I adalah sebesar Rp 4.000 per kilogram,

adapun saluran II mencapai Rp 7.000 per kilogram. Hal ini memperlihatkan dimana keuntungan distribusi di jalur I lebih rendah dibandingkan jalur II.

3. Persentase nilai biaya yang didapat produsen di jalur I sebesar 90,00%, sedangkan pada jalur II sebesar 83,33%. Artinya, petani memperoleh proporsi tarif lebih banyak di saluran I.
4. Efektifitas distribusi cabai rawit pada saluran satu yaitu 0,63%, sementara di saluran dua yaitu 1,51%. Berdasarkan nilai tersebut, Saluran I dinilai lebih efisien karena melibatkan biaya penjualan yang lebih kecil dan menyalurkan porsi biaya lebih besar kepada produsen, sehingga menghasilkan nilai efisiensi yang lebih baik.

Soekarwati. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasinya)*. Edisi kedua. Cetakan keempat. Rajawali Pres. Jakarta.

Sabang Jaharia, 2011. *Sistem Pemasaran Tomat (*Lycopersicum esculentum L. Mill.*) Di Desa Bagun Rejo Kecamatan Tenggarong Seberang Kabupaten Kutai Kertanegara*. Universitas Mulawarman. Samarinda. *Jurnal Agribisnis*. Vol 8. No 2 : 41-47.

Suprianto, putu, K. & Eka, A. 2021. *Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Produk Agroindustri Olahan di Kota Mataram*. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora)*. Vol 7. No 1 : 82-95.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.

Herman, M., & Dewi, N. A. 2021. *Analisis Pemasaran Jagung Hibrida Di Desa Rarampadende Kecamatan Dolo Barat Kabupaten Sigi*. *AGROTEKBIS: E- Jurnal Ilmu Pertanian*,. Vol 9. No 1 : 227–232.

Irwan, N & Fatmawati, 2021. *Analisis Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L*) di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Pohuwato*. Fakultas Pertanian Universitas Cokrominato Palopo. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*. Vol 9. No 3 : 169-174.

Munandar, M., Romano, dan Mustafa, U. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Cabai Merah di Kabupaten Aceh Besar*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyah*. Vol. 2. No 3 : 80-91.

Rosmawati. 2011. *Analisis efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. *Jurnal Agronobis*, Vol. 3. No. 5 : 1-9.