



Evaluasi Pendapatan dan Strategi Pemasaran dalam Usaha Pertanian Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) Desa Puncu Kabupaten Kediri

Wahyu Rianto Putro^{1*}, Eko Yuliarsha Sidhi¹, Tutut Dwi Sutiknjo¹, Agustia Dwi Pamujiati¹, Djoko Rahardjo¹

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Kediri

Diterima 15 Desember 2023/ Direvisi 12 Januari 2024/ Disetujui 24 Januari 2024

ABSTRAK

Pembangunan sektor pertanian memiliki tujuan utama untuk meningkatkan produksi pangan dan gizi, serta meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu potensi penyumbang pendapatan petani yang diteliti adalah tanaman cabai merah. Penelitian ini dilakukan di Desa Puncu, Kabupaten Kediri, sebagai sentra produksi cabai merah. Penelitian menggunakan metode sensus dengan 15 responden petani cabai merah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner kepada petani dan pedagang. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani cabai merah di Desa Puncu, Kediri, rata-rata menghasilkan 8.823 kg/ha dengan total biaya produksi Rp34.594.639 per hektar. Penerimaan petani mencapai Rp218.218.667, sehingga keuntungan per hektar mencapai Rp183.624.028 dengan R/C ratio 6,43, menandakan keuntungan yang signifikan. Pemasaran cabai merah dilakukan melalui dua saluran, dimana saluran pertama (petani ke pedagang pengecer ke konsumen) tergolong efisien dengan tingkat efisiensi 1,07%. Sementara itu, saluran kedua (petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen) tidak efisien dengan tingkat efisiensi 3,13%. Analisis biaya, keuntungan, dan efisiensi pemasaran memberikan pemahaman lebih mendalam tentang dinamika ekonomi di sektor cabai merah di Desa Puncu, Kediri.

Kata kunci: Cabai merah; Pemasaran; Usahatani

ABSTRACT

The development of the agricultural sector has the main objective of increasing food production and nutrition and improving the standard of living and welfare of the community. One of the potential contributors to the income of the farmers studied is the red chili plant. This research was conducted in Puncu Village, Kediri Regency, as a red chili production center. The research used a census method with 15 red chili farmer respondents. Data collection was carried out through interviews and questionnaires with farmers and traders. Data analysis was carried out qualitatively and quantitatively. The research results show that red chili farming in Puncu Village, Kediri, produces an average of 8,823 kg/ha with a total production cost of IDR34,594,639 per hectare. Farmers' income reaches IDR218,218,667, so the profit per hectare reaches IDR183,624,028 with an R/C ratio of 6.43, indicating significant profits. Red chili marketing was carried out through two channels where the first channel (farmers to retailers to consumers) was classified as efficient, with an efficiency level of 1.07%. Meanwhile, the second channel (farmer to collector to retailer to consumer) could be more efficient, with an efficiency level of 3.13%. Analysis of costs, profits, and marketing efficiency provides a deeper understanding of the economic dynamics in the red chili sector in Puncu Village, Kediri.

Keywords: Farming; Marketing; Red chilli

PENDAHULUAN

Salah satu komoditi yang mempunyai potensi untuk dikembangkan adalah tanaman cabai merah (*Capsicum*

annum L.). Pusat Penyebaran Teknologi Pertanian Kementan (2017) menyatakan secara ekonomis budidaya cabai dapat meningkatkan penghasilan atau

CONTACT Wahyu Rianto Putro wahyu.rp1987@gmail.com

© 2024 The Author(s). Published by Kediri University

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

pendapatan masyarakat. Terlebih pada saat sekarang ini, usahatani cabai diarahkan kepada peningkatan hasil dan mutu produksi serta meningkatkan pendapatan dan taraf hidup para petani.

Pemanfaatan cabai saat ini sudah beragam selain sebagai penambah cita rasa dan kelezatan berbagai macam masakan, cabai juga dimanfaatkan untuk industri dengan aneka produk olahan cabai yaitu pasta cabai, abon cabai, minyak cabai, bubuk cabai, cabai kering, sambal, cabai blok, manisan, permen, acar cabai, dan lainnya (Candrianto *et al.*, 2021).

Ermawati *et al.* (2021) menyebutkan bahwa tanaman hortikultura seperti cabai mengalami fluktuasi produksi karena perubahan kondisi alam. Selain itu, permintaan cabai juga berfluktuasi. Namun permintaan cabai cenderung meningkat yang disebabkan oleh kebiasaan masyarakat yang mengkonsumsi cabai dalam bentuk segar untuk keperluan memasak setiap hari. Meskipun sekarang banyak industri yang menghasilkan cabai olahan tetapi masyarakat lebih memilih cabai segar daripada olahan (Candrianto *et al.*, 2021).

Selain produksi dan permintaan, harga cabai juga mengalami fluktuasi yang sangat tajam. Sejalan dengan hukum penawaran, semakin tinggi harga suatu barang, semakin tinggi pula jumlah barang yang akan ditawarkan oleh produsen atau penjual. Sebaliknya, semakin rendah harga, maka semakin rendah jumlah barang yang ditawarkan. Salah satu penyebab fluktuasi harga yaitu karena adanya perbedaan saluran pemasaran.

Pemasaran merupakan hal penting sebagai proses yang harus dilalui oleh petani sebagai produsen untuk menyalurkan produknya hingga sampai

ke tangan konsumen. Banyak lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di dalam kegiatan pemasaran dan komoditas pertanian biasanya memiliki rantai pemasaran yang panjang sehingga proses pemasaran melibatkan banyak pelaku pemasaran. Hal ini dapat menyebabkan sistem pemasaran yang terjadi tidak efisien. Keadaan tersebut juga terjadi pada pemasaran cabai merah di Desa Puncu. Rantai pemasaran yang panjang dan melibatkan banyak pelaku pemasaran tanpa adanya batas harga yang diatur, menyebabkan harga cabai merah yang berlaku tidak stabil (Rasidin *et al.*, 2021).

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan di Desa Puncu Kabupaten Kediri, rantai pemasaran yang sangat panjang serta banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat diduga menjadi masalah yang berpengaruh terhadap keuntungan dan bagian harga yang diterima oleh petani. Selain itu, jauhnya lokasi pemasaran dari sentra produksi memungkinkan timbulnya beban biaya yang harus dibayar oleh petani. Seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat, dan tingkat distribusi yang cepat menyebabkan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat serta ketersediaan cabai merah di pasar akan lebih terjamin dan mudah untuk didapatkan. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut guna meningkatkan pendapatan petani. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pendapatan serta saluran pemasaran cabai merah di Desa Puncu Kabupaten Kediri.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Menurut Paramita *et al.* (2021) penelitian deskriptif adalah metode pencarian fakta dengan

interpretasi yang tepat. Penelitian ini bersifat kuantitatif, dalam pembahasannya lebih mengedepankan mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan selama proses produksi, input yang digunakan, penerimaan yang diperoleh, keuntungan yang diterima usahatani cabai merah dengan analisis keuntungan yang diperoleh dari usahatani cabai merah dan biaya pemasaran, margin pemasaran serta efisiensi pemasaran diperoleh dari para pedagang yang memasarkan cabai merah.

Metode pelaksanaan yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode survei. Metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Hanifah *et al.*, 2017). yaitu dilakukan di Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri, dengan pertimbangan daerah tersebut merupakan sentra usahatani hortikultura salah satunya adalah cabe merah yang relatif belum pernah menjadi sasaran penelitian. Adapun jumlah responden pada daerah penelitian adalah 20 orang responden petani cabai dan 5 orang responden pedagang cabai (2 pedagang pengumpul, 2 pedagang pengecer dan 1 pedagang besar)

Biaya Produksi

Total biaya atau total cost (TC) adalah jumlah dari biaya tetap atau fixed cost (FC) ditambah biaya tidak tetap atau variable cost (VC) dan ditambah penyusutan alat (b). Dengan rumus sebagai berikut :

$$TC = FC + VC + b$$

Dimana:

TC : Total biaya

FC : Biaya tetap

VC : Biaya variabel

b : Penyusutan alat.

Penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual (Suratiah, 2015). Hal tersebut dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Dimana:

TR : total penerimaan (total revenue)

P : harga

Q : produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani

Menurut Suratiah (2015), pendapatan usaha adalah selisih antara penerimaan dengan seluruh biaya. Hal tersebut dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\pi = TR - TC$$

Dimana:

π : pendapatan usahatani

TR : total penerimaan (*total revenue*)

TC : total biaya (*total cost*)

Efisiensi

Efisiensi usahatani cabai merah akan dianalisis dengan menggunakan rumus R/C Ratio (Soekartawi, 2016).

$$R/C \text{ ratio} = \frac{TR}{TC}$$

R/C ratio = 1 artinya usahatani cabai merah impas

R/C ratio < 1 artinya usahatani cabai merah rugi

R/C ratio > 1 artinya usahatani cabai merah menguntungkan

Uji t

Untuk mengetahui adanya perbedaan pendapatan usahatani dalam penelitian ini menggunakan uji t untuk dua sampel independen. Uji t digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki nilai rata-rata yang berbeda (Ghozali, 2016).

Uji t satu sisi dipilih apabila peneliti mempunyai landasan teori atau dugaan

yang kuat dalam penelitian. Sebelum dilaksanakannya pengujian hipotesis tersebut dengan uji t atau uji Behren-Fisher, maka diuji keragamannya antara sampel yang satu dan sampel lainnya dengan menggunakan uji F (Wiratna, 2016), dengan rumus.

Dimana:

$$F_{hitung} = \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ syarat } S_1^2 > S_2^2$$

$$S^2 = n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2$$

Untuk data tak tersusun

$$\frac{\quad}{n(n-1)}$$

$$S^2 = n \sum (X_i^2 f_i) - (\sum X_i f_i)^2$$

Untuk data tersusun

$$\frac{\quad}{n(n-1)}$$

n = jumlah pengamatan data yang satu dengan yang lainnya.

X_i = nilai X pada pengamatan ke i

Kaidah pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah

$$S_1^2 = S_2^2 \text{ atau } S_1^2 \neq S_2^2$$

Yaitu:

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka ragamnya tidak sama (Heterogen)

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka ragamnya sama (Homogen)

Jika ragamnya sama maka pengujian hipotesis selanjutnya digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(\sum X_1^2 + \sum X_2^2)}{(n_1 + n_2 - 2)} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

Jika ragamnya tidak sama maka pengujian hipotesis selanjutnya digunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}}$$

Dimana :

t = Koefisien t- student

n_i = Jumlah data kelompok sample ke-i, i = 1,2,

s = standart deviasi

\bar{X}_1 & \bar{X}_2 = nilai rata - rata yang diperbandingkan.

Kriteria pengambilan keputusan (Wiratna, 2016) :

Bila nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} maka H₀ diterima, berarti tidak ada perbedaan antara data yang dibandingkan

Bila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka H₁ diterima, berarti ada perbedaan dari nilai data yang dibandingkan.

Farmer's Share

Untuk menghitung farmer 's share atau bagian yang diterima oleh produsen digunakan rumus menurut (Herdiyansyah, 2017), sebagai berikut:

$$Fs = Pf : Pr \times 100\%$$

Dimana :

Fs = Bagian yang diterima petani (%)

Pf = Harga yang diterima ditingkat petani (Rp/Kg)

Pr = Harga yang diterima ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Untuk menghitung efisiensi pemasaran (Ep), secara umum dapat digunakan rumus menurut (Herdiyansyah, 2017), yaitu:

$$Ep = \frac{Tbp}{Tnp} \times 100\%$$

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran (%)

Tbp = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

Tnp = Total nilai produk yaitu : Marga beli pada konsumen akhir (Rp/Kg)

Semakin rendah ratio total biaya dengan total nilai produk maka system pemasaran semakin efisien dan apabila semakin tinggi ratio total biaya dengan total nilai produk maka sistem pemasaran tidak efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri atas petani cabai merah yang berada di Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri, responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 15 orang petani dari semua populasi petani cabai merah yang ada di lokasi penelitian dan 3 orang pedagang cabai. Analisa karakteristik petani dan pedagang (responden) yang diteliti meliputi golongan umur, tingkat pendidikan, dan luas lahan garapan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata responden adalah petani pada usia produktif, hal ini terlihat dari jumlah 15 petani semuanya termasuk usia produktif dengan pembagian yaitu responden berumur 26–35 tahun sebanyak 2 orang, responden berumur 36–45 tahun sebanyak 6 orang, dan responden berumur 46–55 tahun sebanyak 7 orang, sedangkan 3 orang pedagang cabai semuanya berumur 40–50 tahun.

Kemampuan berpikir seseorang untuk menjalankan usahatani sangat dipengaruhi oleh umur petani. Pada umumnya petani yang masih muda dan sehat mempunyai kemampuan fisik yang kuat serta relatif lebih mudah menerima inovasi dibanding dengan petani yang lebih tua. Oleh sebab itu perbedaan umur seorang petani dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk menilai tingkat memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai kondisi lahan yang lebih baik

kemampuan kerjanya, sedangkan petani yang berumur tua mempunyai kemampuan fisik yang sudah berkurang, tetapi mempunyai pengalaman kerja yang lebih banyak sehingga berhati-hati dalam menerapkan inovasi baru (Lucky, 2019).

Berdasarkan ilmu kependudukan, umur produktif seseorang berada pada kisaran umur 15–55 tahun, di mana pada umur tersebut kemampuan berpikir dan bekerja relatif lebih produktif (Lucky, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata petani responden adalah berpendidikan SLTA, sehingga mampu mengadopsi teknologi baru dalam mengembangkan dan meningkatkan usahatani. Demikian pula dengan 3 orang pedagang cabai, dimana semuanya berpendidikan sehingga dapat diartikan cukup mampu dalam mengelola usahanya (Suratijah, 2015).

Selain pendidikan, pengalaman bertani juga menjadi hal yang sangat penting bagi petani. Pengalaman bertani merupakan lama waktu yang digunakan petani dalam menekuni usahanya. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari jumlah 15 responden 2 orang petani responden mempunyai pengalaman dibawah 20 tahun (10 tahun dan 16 tahun), sedangkan sebanyak 13 orang petani mengusahakan cabai merah selama 20–40 tahun, artinya sudah sangat berpengalaman dalam berusahatani cabai merah. Dengan demikian dapat dilihat bahwa mayoritas petani cabai di daerah penelitian sangat berpengalaman dalam berusahatani cabai merah. Petani yang sudah lama berkecimpung dalam kegiatan berusahatani biasanya

dibandingkan dengan petani yang baru saja berkecimpung dalam dunia pertanian.

Luas lahan garapan petani sangat berpengaruh terhadap aktivitas petani dan produksi usahatani. Luas lahan petani responden bervariasi. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar petani responden memiliki luas lahan antara 0,20–0,50 ha (9 responden), sedangkan lainnya memiliki luas lahan 0,50–1,00 ha (5 responden) dan lebih dari 1,00 ha (1 responden). Lahan pertanian sebagian besar adalah lahan tegal dan sangat potensial untuk tanaman cabai merah.

Analisis Finansial

Dalam analisis biaya, penerimaan dan keuntungan usahatani cabai merah didekati dengan menggunakan analisis anggaran arus uang tunai (*cash flow analysis*). Dimana penerimaan usahatani adalah perkalian antara produksi dan harga jual, biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam usahatani dan keuntungan usahatani adalah selisih antara penerimaan dengan pengeluaran.

Analisis usahatani cabai merah di Desa Puncu Kabupaten Kediri berdasarkan pengamatan hasil panen Tahun 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.

Bibit yang digunakan adalah dari hasil pembelian bibit dari tempat pembibitan di daerah setempat. Benih yang digunakan adalah benih cabai merah varietas Emola, Gada Mk dan CMK, karena varietas tersebut merupakan varietas unggul.

Dari Tabel 1 terlihat bahwa jumlah rata-rata bibit yang dibutuhkan adalah 24,733 batang per ha dengan harga Rp110 per batang. Sehingga total biaya bibit adalah sebesar Rp2.720.667.

Untuk meningkatkan hasil tanaman, tidak bisa diabaikan kalau pemupukan adalah salah satu kuncinya. Tidak berbeda dengan yang dilakukan oleh petani yang ada di Desa Puncu Kabupaten Kediri dalam upaya meningkatkan hasil produksi usahatani, yaitu dengan melakukan pemupukan. Pupuk yang digunakan adalah Urea, Za, KCI, NPK Phonska dan KNO₃, sehingga rata-rata per hektar biaya pupuk pada usahatani cabai merah sebesar Rp8.570.000.

Secara umum tanaman cabai mengalami 2 fase pertumbuhan, yaitu fase vegetatif dan fase generatif, pada tanaman cabai pemupukan dilakukan dengan 3 (tiga) cara yaitu dengan cara dikocor, tugal dan disemprotkan (untuk pupuk daun).

Pada fase vegetatif di lokasi penelitian tanaman cabai dilakukan pemupukan setiap 1 minggu sekali mulai tanaman umur 7 hst sampai dengan umur 63 hst, pemupukan dilakukan dengan cara dikocor. Sedangkan pada fase generatif selain yang dikocor, pemupukan tanaman cabai dilakukan dengan cara tugal diberikan pada saat pembungaan yaitu sekitar umur 25 hst dan saat pembuahan umur 50 hst sampai panen pertama serta setelah panen, karena tanaman cabai dipanen beberapa kali sampai ± 7 kali panen, selain itu juga memerlukan pupuk daun dan zat pengatur tumbuh, diberikan dengan cara disemprotkan, oleh karena itu tanaman cabai membutuhkan biaya pupuk yang cukup besar.

Dengan perawatan dan pemupukan saja belum menjamin keberhasilan dalam usahatani cabai merah. Maka diperlukan juga pengendalian hama dan penyakit berupa pemberian obat-obatan. Dalam hal ini obat-obatan yang dipakai di daerah

penelitian ada beberapa jenis obat-obatan dan diaplikasikan 1 minggu sekali untuk pencegahan, oleh karena itu memerlukan biaya yang cukup besar. Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa obat-obatan yang digunakan pada luas 1 Ha nilainya sebesar Rp12.133.333.

Pada usahatani cabai merah, pada umumnya kebanyakan terdiri dari tenaga kerja keluarga. Walaupun tenaga kerja keluarga untuk analisa tetap diperhitungkan seperti halnya tenaga kerja luar keluarga. Dari Tabel 1 terlihat bahwa biaya rata-rata tenaga kerja adalah sebesar Rp4.409.333 per musim tanam pada luas lahan 1 ha. Adapun pekerjaan yang dilakukan adalah mengolah tanah, menanam benih, menyiangi, memupuk, mengobati, dan memanen.

Sewa tanah di daerah penelitian pada Tahun 2022 rata-rata berkisar Rp5.000.000 per ha/musim tanam, untuk Desa Puncu Kecamatan Puncu Kabupaten Kediri. Selain sewa tanah/lahan, ada juga biaya irigasi. Biaya irigasi adalah biaya yang dipakai untuk pembelian bahan bakar pompa air untuk

mengairi tanaman selama pertumbuhan sampai dengan panen. Rata-rata per hektar memerlukan biaya sebesar Rp906.667. Dari semua komponen biaya yang telah dikeluarkan, dapat diketahui bahwa total biaya yang dikeluarkan petani untuk berusahatani cabai merah selama satu musim tanam pada Tahun 2022 rata-rata per ha sebesar Rp34.594.639. Penerimaan pada usahatani cabai merah diperoleh langsung dari penjualan hasil produksi (Kg) dikalikan harga (Rp) pada saat panen, di lokasi penelitian harga jual cabai pada saat itu dari masing-masing petani bervariasi, sehingga mendapat penerimaan berbeda satu sama lain, akan tetapi pada penelitian ini diambil rata-rata.

Dari Tabel 1 terlihat bahwa rata-rata penerimaan selama satu musim tanam yang diperoleh petani dengan produksi rata-rata 8.827 kg/ha sedang harga cabai merah di lokasi penelitian pada saat itu rata-rata Rp24.800 per kg, sehingga diperoleh penerimaan rata-rata per ha sebesar Rp218.218.667.

Tabel 1. Analisis Usahatani Cabai Merah di Desa Puncu kabupaten Kediri Musim tanam 2022 per ha

No	Komponen	Keterangan	Jumlah (Rp)	Total (Rp)
1	Biaya	Bibit (24.733 batang x Rp 110	2.720.667	34.594.639
		Pupuk (urea, NPK phonska, KCL, KNO ₃	8.570.000	
		Pestisida	12.133.333	
		Tenaga kerja	4.409.333	
		Sewa lahan	5.533.333	
		Pajak	77.889	
		Penyusutan alat	243.417	
		Irigasi/air	906.667	
		Total Biaya		
		2	Penerimaan	
Harga cabai/ kg				
Total penerimaan				
3	Pendapatan			183.624.028
4	R/C ratio	6,43		

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pendapatan adalah keuntungan yang diterima petani yang merupakan selisih antara total penerimaan, dengan total biaya. Dari Tabel 1 dapat diketahui, bahwa rata-rata per hektar keuntungan usahatani selama satu musim tanam Tahun 2022 sebesar Rp. 183.624.028. R/C ratio sebesar $6,43 > 1$, artinya usahatani cabai merah di Desa Puncu Kabupaten Kediri menguntungkan dan layak diusahakan

Uji Hipotesis

Sebelum dilakukan uji t untuk mengetahui keragaman suatu data terlebih dahulu dilakukan uji F, dari hasil uji F dapat diketahui bahwa $F_{hitung} 0,023 < F_{tabel} 0,403$ dengan demikian Tabel 2. F-Test Two-Sample for Variances

	Total Biaya	Pendapatan
Mean	34594638,9	183624028
Variance	3,2651E+13	1,45E+15
Observations	15	15
df	14	14
F	0,023	
P(F<=f) one-tail	3,8354E-09	
F Critical one-tail	0,403	

Sumber: Data primer diolah, 2022

Tabel 3. Hasil Uji t Total Biaya terhadap Pendapatan Cabai Merah

Uraian	Total Biaya	Pendapatan
Mean	34594638,9	183624028
Variance	3,2651E+13	1,45E+15
Observations	15	15
Hypothesized Mean Difference	0	
df	15	
t Stat	-14,990	
P(T<=t) one-tail	9,8005E-11	
t Critical one-tail	1,753	
P(T<=t) two-tail	1,9601E-10	
t Critical two-tail	2,131	

Sumber: Data primer diolah, 2022

Lembaga Pemasaran

Sistem pemasaran cabai merah di Desa Puncu tidak lepas dari peran lembaga-lembaga pemasaran yang mengambil bagian dalam kegiatan pemasaran. Lembaga pemasaran terdiri atas petani, pedagang pengumpul

dapat diambil keputusan bahwa data tersebut keragamannya sama (homogen). Hasil uji F disajikan pada Tabel 2.

Dari hasil pengujian secara statistik antara total biaya terhadap pendapatan didapatkan hasil thitung sebesar 14,990 > $t_{table} 1,753$; dengan demikian menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Berdasarkan pengujian tersebut diputuskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari sini dapat disimpulkan bahwa usahatani cabai merah adalah menguntungkan secara signifikan. Hasil uji statistik menggunakan uji t dapat dilihat pada penyajian Tabel 3

pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen. Masing-masing lembaga pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran cabai merah.

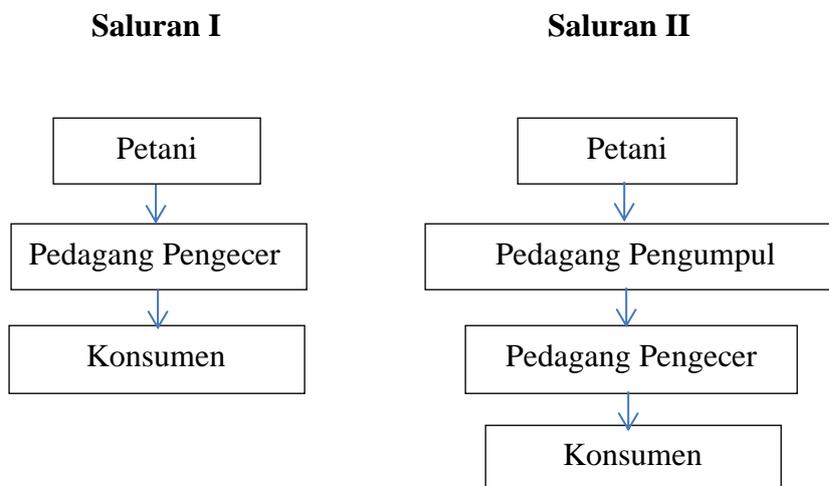
Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada dua pedagang yakni terdiri atas pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pedagang

pengumpul membeli cabai merah dari petani untuk dijual ke pedagang pengecer yang ada di pasar grosir Kota Kediri, sedangkan pedagang pengecer membeli cabai merah dari petani untuk dijual ke konsumen atau langsung ke pasar yang ada di sekitar Kecamatan Puncu.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran cabai merah adalah rangkaian lembaga-lembaga pemasaran yang dilalui cabai merah dalam penyalurannya dari petani ke konsumen akhir. Penyaluran hasil produksi dari petani ke konsumen melalui lebih dari satu saluran pemasaran,

dimana masing-masing saluran melibatkan pemasaran yang berbeda. Cabai merah seperti produk-produk lain pada umumnya untuk sampai ke konsumen akhir harus melalui saluran pemasaran baik itu saluran yang pendek maupun yang paling panjang. Saluran pemasaran dapat dipilih secara bebas, artinya dapat menentukan saluran pemasaran mana yang paling menguntungkan dan yang paling mudah dicapai untuk menjual hasil produksinya. Berikut skema saluran pemasaran cabai merah di Desa Puncu Kabupaten Kediri



Gambar 1. Saluran pemasaran cabai Merah di Desa Puncu

Gambar 1 menunjukkan terdapat dua saluran pemasaran cabai merah di Desa Puncu Kabupaten Kediri. Saluran pemasaran pertama. petani menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer cabai dan pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir yaitu masyarakat yang ada di sekitar Kecamatan Puncu, sedangkan untuk saluran pemasaran yang kedua yaitu petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual cabai merah kepada pedagang besar dan pedagang pengecer

di pasar-pasar atau di pasar grosir dan kemudian pedagang pengecer menjual kepada konsumen masyarakat sekitar Kabupaten Kediri dan bahkan sampai keluar kota.

Analisis Pemasaran

Dalam melakukan pembiayaan suatu objek dalam proses pemasaran cabai merah perlu diperhitungkan dengan teliti dan sasaran pembiayaannya harus jelas. Dalam memasarkan cabai merah, setiap saluran pemasaran memerlukan berbagai

macam biaya, adapun biaya tersebut antara lain: biaya transportasi, biaya bongkar muat, biaya pengepakan dan biaya tenaga kerja.

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa rata-rata total biaya pemasaran sebesar Rp1.055. Kontribusi biaya terbesar berasal dari biaya tenagakerja yaitu sebesar Rp225/Kg pada pedagang pengumpul dan Rp150/Kg pada pedagang pengecer. Hal ini di karenakan banyaknya jumlah cabai merah yang akan di sortir dan dimasukkan kedalam karung waring jaring sangat banyak.

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang diterima petani (produsen) dengan harga ditingkat pedagang pengumpul. Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa margin ditingkat pedagang pengecer pada

saluran I Rp10.200 (29,14%) dan margin ditingkat pedagang pengumpul saluran II sebesar Rp5.200 (17,33%), dan pedagang pengecer sebesar Rp5.000 (14,29%).

Farmer's Share merupakan perbandingan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen, umumnya dibayarkan dalam persentase. Farmer 's Share ini merupakan sebagai konsep balas jasa atas kegiatan yang dilakukan petani dalam pemasarannya. Farmer 's Share pada tingkat petani pada saluran I adalah 70,86% dan pedagang pengecer 29,14%, sedangkan pada saluran II adalah 68,38% dan pada pedagang pengumpul 17,33% serta pedagang pengecer 14,29%.

Tabel 4. Analisis pemasaran cabai merah di Desa Pincu kecamatan Puncu Kabupaten Kediri pada Musim Tanam Tahun 2022

No	Uraian	Saluran I		Saluran II	
		Biaya (Rp/Kg)	Sharer (%)	Biaya (Rp/Kg)	Sharer (%)
1	Petani (Produsen) Harga Jual Cabai	24.800	70,86	24.800	68,38
2	PedagangPengumpul				
a	BiayaPemasaran				
	HargaPembelian			24.800	
	a.Tranportasi/Retribusi			215	
	b.Bongkar muat			100	
	c.Karung waring jaring			140	
	d.UpahTenagakerja			225	
b	Total Biaya			680	
c	HargaJual			30.000	
d	Keuntungan			4.520	
e	Margin			5.200	17,33
3	PedagangPengecer				
a	BiayaPemasaran				
	HargaPembelian	24.800		30.000	
	a.Tranportasi/Retribusi	100		100	
	b.Plastik kresek	125		125	
	c.UpahTenagakerja	150		150	
b	Total Biaya	375		375	
c	HargaJual	35.000		35.000	
d	Keuntungan	9.825		4.625	
e	Margin	10.200	29,14	5.000	14,29
4	Total Biaya Pemasaran	375		1.055	
	Efisiensi Pemasaran		100,00		100,00
			1,07		3,14

Sumber: Data primer diolah, 2022

Keuntungan pemasaran merupakan selisih antara margin dan

biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan cabai merah. Pada

saluran I keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp 9.825,-, sedangkan pada saluran II pedagang pengumpul dan pedagang pengecer pemasaran cabai merah masing-masing sebesar Rp4.520 dan Rp4.625.

Untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah memilih salah satu saluran yang tepat dan efisien. Ismanto (2020) menyatakan bahwa sistem pemasaran akan efisien jika memenuhi 2 syarat yaitu mampu menyampaikan hasil-hasil produksi dari produsen ke konsumen dengan biaya yang semurah-murahnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran cabai merah tidak efisien pada saluran kedua yakni dengan efisiensi sebesar 3,14, pada saluran pertama pemasaran cabai merah sudah efisien yakni sebesar 1,07. Semakin besar nilai efisiensi berarti saluran pemasaran yang digunakan untuk menyampaikan produk tersebut kepada konsumen juga besar. Soekartawi (2016) menyatakan bahwa tidak ada satupun ketetapan baku untuk menyatakan bahwa saluran pemasaran itu efisien, karena kompleksnya variabel-variabel dari satu sistem pemasaran itu sendiri.

KESIMPULAN

Pendapatan petani cabai di Desa Puncu Kabupaten Kediri sebesar Rp183.624.028 per ha dengan R/C ratio sebesar 6,43, artinya usahatani cabai menguntungkan. Saluran pemasaran di Desa Puncu Kabupaten Kediri ada 2 (dua) yaitu saluran I dari petani langsung ke pedagang pengecer baru ke konsumen, sedangkan saluran II dari petani ke pedagang pengumpul, lalu ke

pedagang pengecer baru kepada konsumen akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanto, M. T., & Chofyan, I. (2019). Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah Di Kawasan Agropolitan Kabupaten Ciamis. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 16(1), 9–16.
- BPS, & Dirjen Hortikultura. (2021). *Luas Panen Cabai Besar Menurut Provinsi, Tahun 2015-2019*.
- Candrianto, Viarani, S. O., Luthvina, R., Meilizar, Oktavia, N., & Amalia, W. (2021). Pengolahan Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) Menjadi Sari Cabai Original Untuk Menciptakan Peluang Usaha Bagi Masyarakat. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6, 13–21.
<https://doi.org/10.30596/jp.v6i1.7670>
- Ermawati, Dedi, T. O., & Ernita, M. (2021). Respon Pertumbuhan Dan Hasil Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) Pada Pupuk Hayati Dan NPK Majemuk. *Jurnal Embrio* (13), 13, 1–26.
- Hanifah, H., Setiawan, B. M., & Prasetyo, E. (2017). Analisis Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Pada Usahatani Tembakau Di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 1(1), 54.
<https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v1i1.1644>
- Herdiyansyah, R. (2017). *Biaya dan Marjin Pemasaran* (p. 22).

- Ismanto, J. (2020). Manajemen Pemasaran. In *UNPAM PRESS: Tangerang* (Issue 1).
- Lucky, R. A. (2019). *Ilmu Kependudukan*. Penerbit Wineka Media.
- Paramita, R. W. D., Noviansyah, R., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Piay, S. S., Tyasdjaja, A., Ermawati, Y., & Hantoro, F. R. P. (2010). Budidaya dan Pascapanen Cabai Merah. In *Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Tengah* (Issue 01). Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Jawa Tengah.
- Pusat_Pengkajian_Perdagangan_Dalam_Negeri. (2021). *Analisis Perkembangan Harga Bahan Pangan Pokok Di Pasar Domestik Dan Internasional* (pp. 1–145). Kementerian Perdagangan RI. https://bkperdag.kemendag.go.id/media_content/2022/01/
- Pusat Penyebaran Teknologi Pertanian Kementan. (2017). *Budidaya CABAI di lahan pertanian & perkotaan*. IAARD Press. Jakarta.
- Rasidin, R., Tanro, S. F., Ismail, I., & ... (2021). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) di Kecamatan Watang Pulu Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Riset Agribisnis ...*, 6(2), 51–58. <http://jurnal.umpwr.ac.id/index.php/jrap/article/view/1808>
- Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. In *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* (Pertama, Issue 1). Universitas Brawijaya Press.
- Sholehah, W., Siswadi, B., & Arifin, Z. (2018). Pendapatan Dan Efisiensi Usahatani Cabai Merah Di Merjosari Luwokwaru Malang. *Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*.
- Siswati, E. (2018). *Strategi Pengembangan Pasar Produk Unggulan Hortikultura Kabupaten Tuban*. 18(1), 1–18.
- Suratiyah, K. (2015). Ilmu Usahatani. In Syarif Rizki Annisa (Ed.), *Jakarta* (Edisi Revi). Penebar Swadaya.