



**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI MERAH KERITING DI
DESA AMBUTUN KECAMATAN TELAGA LANGSAT KABUPATEN
HULU SUNGAI SELATAN**

**Analysis of Red Chili Marketing Channels in Ambutun Village, Telaga
Langsat District, Hulu Sungai Selatan Regency**

Rian Aditya Yusuf, Yudi Ferrianta, Muzdalifah

*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Cabai, *Share*, Keuntungan,
Saluran Pemasaran

Korespondensi

Corresponding author
E-mail : rianadityaf@gmail.com

Diterima: Januari 2021,
Disetujui: 01 Februari 2021,
Diterbitkan on-line : 01 Maret 2021)

Pertumbuhan penduduk yang semakin besar membuat kebutuhan pertanian meningkat, salah satunya adalah komoditi cabai merah keriting. Peranan petani sebagai penyedia cabai merah keriting sangat berpengaruh. Berdasarkan data Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsat terdapat 278 petani, dengan komoditi utama cabai merah keriting. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis sistem rantai pemasaran dan kinerja rantai pemasaran cabai merah keriting di Desa Ambutun. Penelitian dijalankan dari bulan Februari 2020 sampai dengan November 2020. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa cabai merah keriting di Desa Ambutun memiliki dua saluran pemasaran, yang pertama dari petani ke pengepul lalu ke konsumen, yang kedua melalui petani ke pengepul lalu lanjut ke pedagang pengecer dan berakhir di konsumen. Margin total saluran satu Rp. 5000/kg dan saluran dua Rp. 12.000/kg. *Share* harga saluran satu 75% pada pengepul dan saluran dua 90% pada pengepul, 66,67% pada pedagang besar.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki sumberdaya alam sangat berlimpah, mulai dari sumberdaya laut ataupun sumberdaya alam yang berada di daratan. Sumberdaya tersebut terdiri dari berbagai jenis mulai dari tumbuhan, hewan maupun bahan-bahan tambang. Sebagian cara memanfaatkan sumberdaya alam ialah dengan meningkatkan dan mengolah hasil dari tanaman yang tumbuh dengan subur di berbagai tempat. Rakyat Indonesia tidak menyalakan anugerah yang dimiliki tersebut, sangat pantas jika negara Indonesia dijuluki negara agraris karena tingginya sumber daya alam yang dimanfaatkan oleh rakyat Indonesia.

Pertanian merupakan kegiatan berupa produksi yang berdasarkan proses perkembangan dari hewan dan tumbuhan. Pengertian pertanian secara garis besarnya, dapat diringkas menjadi (1) proses produksinya, (2) pengusaha atau petaninya, (3) tanah atau tempat usaha, (4) *farm bisnis* (usaha pertanian). Pertanian sendiri bisa diartikan dalam arti luas dan arti sempit. Pertanian yang bisa memberikan produk yang jauh lebih baik dibanding apabila ikan, ternak dan tanaman, tersebut dibiarkan hidup secara alami merupakan ciri pertanian yang baik (Soetrisno, 2006).

Kehidupan masyarakat tidak bisa lepas dari transaksi ekonomi yang dilakukan sehari-hari, secara garis besar dapat dibagi menjadi 2 buah kelompok yang besar yakni kelompok produsen serta konsumen. Kelompok produsen merupakan kelompok yang memanfaatkan faktor produksinya, bersumber dari konsumen dan dipergunakan untuk menghasilkan jasa dan barang. Salah satunya komoditi tanaman semusim seperti cabai merah keriting. Penyebaran cabai merah keriting ke seluruh dunia termasuk asia diantaranya negara Indonesia dioerkenalkan pedagang dari Spanyol dan Portugis (Dermawan, 2010).

Provinsi Kalimantan Selatan merupakan penghasil cabai merah keriting terbesar di pulau Kalimantan. Cakupan survei wilayah yang terdapat di Kalimantan Selatan dialokasikan sebagai distribusi sampel perdagangan komoditas cabai merah keriting adalah Tanah Laut, Kota Baru, Hulu Sungai Selatan, Tabalong, Kota Martapura, Kota Banjarmasin dan Kota Banjarbaru.

Tabel 1. Produksi tanaman sayuran semusim (kuintal) di Kabupaten Hulu Sungai Selatan Tahun 2016

No.	Jenis Tanaman	Berat (Kuintal)
1.	Bawang Merah	2.566
2.	Bayam	903
3.	Buncis	1.845
4.	Cabai Besar	56.394
5.	Cabai Rawit	31.790
6.	Kacang Panjang	6.302
7.	Kangkung	873
8.	Kembang Kol	890
9.	Mentimun	10.781
10.	Sawi	805
11.	Terong	6.679
12.	Tomat	36.301

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Hulu Sungai Selatan 2016

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari BPS Kabupaten Hulu Sungai Selatan tahun 2016, ada beberapa komoditi di Desa Ambutun.

Tabel 2. Produksi tanaman sayuran semusim (kuintal) di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsung Tahun 2016

No.	Jenis Tanaman	Berat (Kuintal)
1.	Bawang Merah	-
2.	Bayam	836
3.	Buncis	1.222
4.	Cabai Besar	6.551
5.	Cabai Rawit	6.288
6.	Kacang Panjang	2.146
7.	Kangkung	873
8.	Kembang Kol	890
9.	Mentimun	2.748
10.	Sawi	805
11.	Terong	1.456
12.	Tomat	7.224

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Hulu Sungai Selatan 2016

Dari Tabel 2, komoditi terbanyak yang dihasilkan adalah tomat dan cabai besar. Dalam hal ini cabai besar termasuk cabai merah keriting.

Karenanya perlu diketahui lembaga pemasarannya. Suatu lembaga pemasaran merupakan badan atau lembaga-lembaga yang sedang berusaha dibidang pemasaran, merupakan barang dari produsen kekonsumen

melalui sebuah penjualan (Limbong & Sitorus, 1991).

Usaha cabai merah keriting dipilih secara sengaja karena mendapat rekomendasi kepala Desa Ambutun saat masa KKN 2018. Warga Desa Ambutun sebagian besar mata pencahariannya adalah petani. Komoditi terbesar yang dihasilkan salah satunya adalah cabai merah keriting. Dengan alasan tersebut peneliti ingin mengetahui sistem rantai pemasarannya di Desa Ambutun

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan dalam penelitian adalah untuk menganalisis sistem saluran pemasaran dari cabai keriting merahnya di Desa Ambutun Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan menganalisis kinerja rantai pemasaran cabai keriting merah di Desa Ambutun Kabupaten Hulu Sungai selatan.

Kegunaan penelitian ini antara lain sebagai berikut (1) Bagi petani cabai merah keriting, penelitian ini diharapkan berguna sebagai informasi tambahan dan juga dapat dijadikan rujukan sebagai salah satu pertimbangan petani dalam menanam cabai merah keriting Desa Ambutun (2) Bagi pemerintahan pusat, yakni pemerintah Hulu Sungai Selatan diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai rujukan dan pertimbangan dalam menyusun suatu kebijakan yang langsung berkaitan dengan peningkatan usaha mikro; (3) Sedangkan bagi penulis, diharapkan dapat menjadi sarana guna meningkatkan potensi diri sebagai tambahan wawasan baru mengenai cabai merah keriting.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai. Pengambilan dan pengolahan data dimulai dari Februari 2020 sampai dengan November 2020 yaitu dari permulaan menyiapkan, sampai dengan pengumpulan data, pengolahan data serta sampai tahap menyusun laporan.

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang didapatkan di penelitian kali ini berupa data primer serta sekunder. Data yang primer dikumpulkan melalui wawancara secara

langsung kepada petani, pengepul, hingga pedagang kecil atau besar cabai merah keriting melalui sebuah daftar pertanyaan yang sudah disiapkan terlebih dahulu sebelumnya. Adapun pada data yang sekunder bisa didapatkan melalui sumber yang relevan seperti misalnya jurnal, buku dan data-data dari instansi terkait serta bahan pustaka yang lainnya seperti dari hasil penelitian yang sudah ada terdahulu.

Analisis Data

Analisis yang dipergunakan pada penelitian kali ini untuk menjawab tujuan pertama yaitu mengetahui sistem saluran pemasaran komoditas cabai merah keriting tersebut menggunakan sebuah analisis kualitatif terdeskripsi dengan memperhatikan pendapat narasumber dan pakar.

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu untuk mengetahui kinerja rantai pasok cabai merah keriting dengan cara mencari margin yang diperoleh dari lembaga pemasaran dan harga yang diterima petani sebagai berikut (Sobirin, 2009):

a. Margin Pemasaran

Berdasarkan hal tersebut, maka rumus yang digunakan:

$$Mi = P_{ji} - P_{bi} \quad (1)$$

Sedangkan margin total pemasaran adalah:

$$MT = \sum Mi \quad (2)$$

Dimana :

Mi : Margin Komoditas ke-i

P_{j-i} : Harga jual ke-i

P_{b-i} : Harga beli ke-i

MT : Margin Total

i : 1,2,3,4,5,6,...,n

b. Harga yang Diterima oleh Petani

Sedangkan agar mengetahui harga bagian yang diperoleh petani, bisa menggunakan rumus berikut:

$$Fs = \frac{P}{p} \times 100\% \quad (3)$$

Dimana :

Fs : harga yang didapatkan petani komoditas ke-i (*Farmers share*)

P_{fi} : farming price komoditas ke-i

Pri : retailer price ditingkat pedagang pengecer, komoditas ke- i

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Dalam sebuah usaha yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok, pasti ada saluran pemasaran. Adapun saluran pemasaran merupakan suatu lembaga guna menyalurkan suatu komoditi dari tangan petani sampai dengan konsumen.

Pada hasil penelitian ini di peroleh dari saluran komoditinya cabai keriting merah ada beberapa saluran pemasarannya di desa Ambutun. Hasil ini di dapat dari kuesioner 30 petani cabai merah keriting secara acak dan pengecer di Desa Ambutun yang berjumlah 2 orang. Saluran tersebut terdiri dari 2 buah saluran yakni sebagai berikut:

Saluran I : Petani → Pengepul → Konsumen
Saluran II : Petani → Pengepul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Tabel 3. Harga jual dan beli yang terdapat dalam saluran I

No	Uraian	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Petani	-	15000
2.	Pengepul	15000	20000
3.	Konsumen	20000	-

Sumber: Analisis Data Primer 2020

Tabel 4. Harga jual dan beli yang terdapat dalam saluran II

No	Uraian	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Petani	-	18000
2.	Pengepul	18000	20000
3.	Pedagng Pengecer	20000	30000
3.	Konsumen	30000	-

Sumber: Analisis Data Primer 2020

Biaya Pemasaran

Biaya-biaya pemasaran merupakan biaya dari sebuah proses hasil gerakan barang-barang melalui produsen sampai ke konsumen. Besar maupun minimumnya suatu biaya pemasaran untuk hasil pertaniannya bergantung daripada besar maupun kecilnya suatu kegiatan yang

dilakukan kelembagaan pemasaran serta fasilitasnya diperlukan dari proses pergerakan barangnya. Dalam pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Ambutun mencakup sejumlah pengeluaran yang dilakukan guna keperluan pelaksanaan penjualan cabai merah keriting dari tangan petani ataupun pedagang ke pihak konsumennya. Tiap saluran-saluran pemasaran diperlukan biaya tertentu antara lain biaya pengemasan, penyimpanan sortir, dan biaya bongkar muat.

Tabel 5. Biaya pemasaran cabai merah keriting di Desa Ambutun

No	Uraian Biaya	Saluran I (Rp/Kg)		Saluran II (Rp/Kg)	
		Pengepul	Pedagang Besar	Pengepul	Pedagang Besar
1.	Sortir	20	-	-	-
2.	Bongkar Muat	250	-	166,67	1250
3.	Pengemasan	50	-	-	-
4.	Penyimpanan	-	-	-	-
	Sub Total	320	-	166,67	1250

Sumber: Analisis Data Primer 2020

Apabila semakin banyak kelembagaan tataniaga yang ikut terlibat secara langsung pada suatu pemasaran produk (atau bisa disebut semakin memanjang sebuah saluran tataniaga), bisa diartikan semakin tinggi pula biaya pemasaran dari komoditinya. Mengakibatkan kelembagaan tataniaga yang terlibat tersebut akan mengambil suatu balas jasa berupa *profit* (keuntungan) dari proses kegiatan dari tataniaga dilakukan, serta biaya ini akan dibebankan langsung kepada konsumen akhirnya (Dillon 2008)

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah harga selisih antara yang didapatkan produsen seharga yang dibayarnya langsung oleh konsumen akhir ataupun selisih harga antara penjualan dengan harga beli. Margin pemasaran adalah selisih dari biaya pembayaran dari konsumen akhir dengan yang didapatkan secara langsung oleh produsen (petani) atau balas jasa dari biaya pemasaran. Harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir adalah merupakan harga pada tingkat pengecer. Perhitungan margin pemasarannya dapat

dipergunakan agar mengetahui aliran biaya dari setiap kelembagaan yang secara langsung terlibat dalam sebuah proses pemasaran cabai merah keriting.

Efisiensi pemasaran merupakan indikator dari margin pemasaran. Besarnya suatu margin pada berbagai saluran suatu pemasaran bisa berbeda-beda, karena ini tergantung dari panjang atau pendeknya suatu saluran dan aktivitasnya yang telah dilakukan dan keuntungan yang diharapkan dari lembaga terlibat.

Tabel 6. Margin pemasaran cabai merah keriting di saluran I

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	15000		
2.	Pedagang Pengepul			
a.	Harga Pembelian	15000		
b.	Biaya Pemasaran -Biaya Sortir -Biaya Bongkar Muat - Biaya Pengemasan - Biaya Penyimpanan Jumlah Biaya		20	
			250	
			50	
			320	
c.	Harga Penjualan Keuntungan	20000	4680	5000

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

Untuk menghitung MI dan MT pada saluran I dapat menggunakan Persamaan (1) dan (2).

Data margin yang berada pada bagian saluran I di Desa Ambutun dapat dilihat pada Tabel 9. Margin pemasaran pada saluran I, menunjukkan harga penjualan dari petani cabai merah keriting atau harga pembelian dari pedagang pengepul di desa Ambutun sebesar Rp. 15.000/kg serta perolehan harga jualan pedagang pengepul tersebut sebesar Rp.20.000/kg, sehingga diperoleh margin pemasarannya pada pedagang pengepul sebesar Rp. 5.000/kg. Maka besaran Margin Total yang diperoleh dari petani ke konsumen sebesar Rp. 5.000/kg. Sedangkan pada saluran II pemasaran cabai keriting merah desa Ambutun bisa dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Margin pemasaran pada cabai merah keriting saluran II

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Petani	18000		
2.	Pedagang Pengepul			
a.	Harga Pembelian	18000		
b.	Biaya Pemasaran -Biaya Sortir -Biaya Bongkar Muat - Biaya Pengemasan - Biaya Penyimpanan Jumlah Biaya			166,67
c.	Harga Penjualan Keuntungan	20000		2000
			1833,33	
3.	Pegang Pengecer			
a.	Harga Pembelian	20000		
b.	Biaya Pemasaran -Biaya Sortir -Biaya Bongkar Muat - Biaya Pengemasan - Biaya Penyimpanan Jumlah Biaya			1250
c.	Harga Penjualan Keuntungan	30000		10000
			8750	
Total Margin (M_1+M_2)				12000

Sumber: Pengolahan Data Primer (2020)

Margin total pemasaran pada saluran II lebih besar. Karena pedagang pengepul membeli cabai merah keriting langsung dari petani dan menjual kembali ke pedagang pengecer yang terdapat di pasar di kota Martapura, untuk kemudian dijual kembali ke konsumennya. Untuk menghitung margin pemasaran pada saluran II digunakan Persamaan (1).

Share Harga Petani Cabai Merah Keriting

Analisis tentang *farmer's share* agar mengetahui pembagian harga komoditi yang diperoleh petani (produsen) dari harga ditingkat konsumen yang dipaparkan kedalam bentuk persentase.

Untuk mengetahui *share* harga pemasaran dari cabai merah keriting Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai Selatan pada bagian-bagian saluran pemasaran, dipergunakan Persamaan (3).

Dari hasil tersebut *share* harga ke petani bisa dilihat di Tabel 8.

Tabel 8. *Share* harga cabai merah keriting di Desa Ambutun 2020

No	Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Penjual (Rp/Kg)	Harga di Tingkat Pembeli (Rp/Kg)	Share (%)
1.	Saluran I Petani – Pedagang Pengepul – Konsumen	15.000	20.000	75
2.	Saluran II, Petani – Pedagang Pengepul – Pedagang Pengecer – Konsumen	18.000	30.000	60

Sumber: Analisis Data Primer 2020

Share harga pemasaran pada saluran I untuk tingkat petani sebesar 75%. Saluran II ke petani sebesar 60%. Artinya, saluran I lebih besar daripada saluran II. Petani dilokasi penelitian tidak mungkin menerima 100 % bagian harga, sebab kelembagaan pemasaran tidak menerima keuntungan atas harga yang diterima konsumen akhir. Akan tetapi, pemasaran akan mendekati efisien jika kelembagaan pemasaran mampu mengurangi biaya pemasaran untuk memperkecil margin pemasaran. Kelembagaan pemasaran harus menerapkan minimalisasi kerusakan produk untuk meningkatkan total nilai penjualan, karena kerusakan produk sebagian besar terjadi di kelembagaan pemasaran. Di sisi lain, petani harus menambah volume penjualan dengan cara meningkatkan produktivitas panennya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil-hasil penelitian yang sudah dilakukan, diperoleh kesimpulan antara lain:

1. Sistem saluran pemasaran cabai merah keriting di Desa Ambutun memiliki dua saluran pemasaran. Saluran pertama dimulai dari petani cabai keriting merah kemudian hasil cabai keriting merah tersebut dijual ke pedagang pengepul, dari pengepul dijual kembali ke pasar langsung ke konsumen cabai merah keriting. Sedangkan pada saluran kedua lebih panjang, yakni dari petani kemudian dijual di pengepul, dari pengepul kembali dijual ke pengecer, dari pengecer tersebut barulah menjualkan hasilnya ke konsumen terakhir cabai merah keriting.
2. Kinerja saluran pemasaran cabai merah keriting Desa Ambutun dapat ditinjau dari beberapa hasil yaitu mulai dari margin nya dan share harga yang diperoleh dari dua saluran pemasaran tersebut. Saluran pertama memiliki hasil margin total sebesar Rp.5.000,- dengan keuntungan di pengepul sebesar Rp. 4.680,- dan share harga yang diperoleh sebesar 75%. Kemudian pada saluran pemasaran kedua memiliki hasil margin total Rp. 12.000,- dengan keuntungan di lembaga pedagang pengepul sebesar Rp. 1.883,33,- dan pada lembaga pedagang besar sebesar Rp. 8.750,-, sedangkan share yang diperoleh 90%. Saluran pada pemasaran yang ke I lebih efisien dibandingkan saluran ke II karena hasil margin keuntungannya lebih besar. Serta saluran pemasarannya yang lebih pendek dibandingkan saluran II untuk menuju konsumen akhir.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dari hasil penelitian saran yang didapat sebagai berikut:

1. Agar dalam proses tawar menawar bisa lebih kuat petani diharapkan mencari info harga pada tingkat konsumen.
2. Dengan terdapatnya sebuah saluran, dalam memasarkan hasil komoditinya, produsen (petani) dituntut untuk memahami secara

aktif apa saja informasi pasar yang ada sehingga dapat memilih saluran pemasaran yang dianggap lebih menguntungkan bagi mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada bapak Kaspul selaku Kepala Desa Ambutun dan seluruh petani yang terlibat dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Hulu Sungai Selatan. 2016.
- Dermawan, R dan Asep, H. 2010. Budi Daya Cabai Unggul, Cabai Besar, Cabai Keriting, Cabai Rawit, dan Paprika. Penebar Swadaya. Jakarta
- Dillon. H. S, 2008. Manajemen Distribusi Produk-produk Agroindustri, percetakan TI-ITS, Jakarta. Indonesia.
- Limbong, W, H dan P. Sitorus. 1991. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan ilmu-ilmu social ekonomi pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sobirin, 2009. Efisiensi Pemasaran Pepaya di Kecamatan Subang Kabupaten Banyumas. [Http://www.deptan.go.id](http://www.deptan.go.id)
- Soetriono, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian*. Malang. Bayu media.