

**ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT  
(*Capsicum Frutescens L*) DI KM 12 KELURAHAN HOLO  
KECAMATAN AMAHAI KABUPATEN MALUKU TENGAH**

**ANALYSIS OF CAYENNE PEPPER MARKETING SYSTEM (*CAPSICUM  
FRUTESCENS L.*) KM 12 IN HOLO VILLAGE, AMAHAI DISTRICT,  
CENTRAL MALUKU REGENCY**

**Aprilya Shakana, Leunard O. Kakisina, Weldemin B. Parera**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pattimura  
Jln. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon – 97233

E-mail : *apriyashakana454@gmail.com*  
*Leunard\_k@yahoo.com*  
*wbparera@gmail.com*

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit. Data dikumpulkan dengan metode wawancara terstruktur dan metode observasi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 30 orang dengan menggunakan metode acak sederhana (*simple random sampling*). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa total margin pemasaran cabai rawit di KM 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah yang paling tertinggi terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar Rp. 45.000/kg. Sedangkan total margin pemasaran yang paling rendah berada pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp. 15.000/kg. Seluruh saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah sudah efisien. Saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien adalah saluran III dengan nilai efisiensi terkecil yaitu 0,00 persen. Nilai efisiensi terbesar terdapat pada pola saluran pemasaran IV dengan nilai efisiensi sebesar 10,00 persen.

*Kata kunci:* Efisiensi; margin pemasaran; saluran

**Abstract**

This study aims to determine the marketing system, marketing channels, marketing margins and marketing efficiency of cayenne pepper. Data were collected by structured interview method and observation method. The number of samples collected in this study was 30 people using a simple random sampling method. The analysis used in this study is the analysis of marketing margins and marketing efficiency. The results showed that the highest marketing margin of cayenne pepper in KM 12 Holo Village, Amahai District Central Maluku Regency was in marketing channel IV which was Rp. 45,000 / kg. While the lowest marketing margin was in marketing channel I, which was Rp. 15,000 / kg. All cayenne pepper marketing channels in Holo Village, Amahai District Central Maluku Regency are efficient. The most efficient cayenne pepper marketing channel was channel III with the smallest efficiency value of 0.00 percent. The largest efficiency value was found in the marketing channel IV pattern with an efficiency value of 10.00 percent.

*Keywords:* Efficiency; margin marketing; channels

## Pendahuluan

Sektor pertanian memiliki peranan penting dalam struktur ekonomi nasional karena bisa mencukupi kebutuhan penduduk dan meningkatkan pendapatan petani. Peranan sektor pertanian juga untuk pembangunan Indonesia diarahkan agar dapat meningkatkan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan industri dalam negeri, membuka kesempatan kerja dan mendorong pemerataan kesempatan berusaha (Hayati, *et al* 2017). Salah satu sub sektor di sektor pertanian adalah sub sektor perkebunan. Sub sektor tanaman perkebunan adalah bagian integral dari sektor pertanian yang banyak memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan perekonomian di Indonesia (Ridjayanti, *et al* 2020). Komoditi perkebunan Indonesia yang cukup berperan dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi sebagai sumber pendapatan yaitu cabai rawit.

Tanaman cabai rawit (*Capsicum Frutescens L.*) merupakan salah satu sayuran buah yang memiliki peluang bisnis yang baik. Besarnya kebutuhan dalam negeri maupun luar negeri menjadikan cabai sebagai komoditas menjanjikan. Permintaan cabai yang tinggi untuk kebutuhan bumbu masakan, industri makanan, dan obat-obatan merupakan potensi untuk meraup keuntungan. Sehingga tak heran jika cabe merupakan komoditas hortikultura yang mengalami fluktuasi harga yang tinggi. Selain itu, banyaknya makanan yang memanfaatkan cabai sebagai bahan pengolah masakan (Harpenas dan Dermawan, 2010).

Cabai sebagai salah satu komoditas hortikultura utama, dijadikan prioritas program pemerintah karena memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian nasional. Pada akhir tahun 2016 sampai Maret 2017 komoditas cabai, khususnya jenis cabai rawit, menjadi isu nasional karena harganya melambung tinggi di atas Rp.100 000,- per kilogramnya. Harga ini dinilai sangat tidak wajar oleh berbagai pihak dengan berbagai alasan yang dikemukakan oleh masing-masing pihak. Pemerintah, misalnya, memberikan alasan karena ada gangguan pasokan akibat faktor cuaca yang tidak mendukung serta pedagang yang mengambil untung secara berlebihan (Kompas.com, 11 Januari 2017). “Harga cabai rawit mahal, masyarakat diminta beralih ke cabai keriting dan besar”.

Maluku merupakan salah satu provinsi yang memiliki luas lautan lebih besar dibandingkan daratan. Sentra produksi cabai rawit terbesar di provinsi Maluku yaitu pada pulau seram bagian barat, disebabkan luasan Pulau Seram terbilang cukup besar dan rata-rata masyarakat bekerja sebagai petani dan penghasilan masyarakat diperoleh dari penghasilan usahatani cabai rawit.

Usahatani cabai rawit di Maluku Tengah terhitung pada tahun 2020 adalah sebesar 286 ha dan jumlah produksi sebanyak 12.995 ton (BPS Maluku Tengah, 2021). Salah satu kecamatan yang menjadi sentra produksi cabai rawit yaitu Kecamatan Amahai. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat potensi tanaman cabai rawit cukup tinggi, namun potensi tersebut belum dikelola secara optimal, padahal setiap sumber daya harus dimanfaatkan seefisien dan seefektif mungkin.

Kelurahan Holo merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah yang sebagian masyarakatnya mengusahakan cabai rawit sebagai mata pencaharian. Hal ini karena cabai rawit merupakan salah satu pokok kebutuhan sehari-hari. Saluran atau rantai pemasaran cabai tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dari petani produsen ke konsumennya. Perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani (margin pemasaran) akan semakin besar apabila saluran pemasaran yang ada terlalu panjang (banyak lembaga pemasaran yang terlibat). Berdasarkan saluran pemasaran yang ada dapat diketahui posisi petani dalam tawar-menawar, yaitu dilihat dari besarnya kontribusi atau bagian harga petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen. Jika saluran pemasaran makin panjang maka bagian harga yang diterima oleh petani semakin kecil, begitupun sebaliknya. Jika bagian yang diterima petani cukup besar, maka petani produsen yang mengusahakan cabai akan lebih mengintensifkan usahatannya (Ahmad, 2017).

Adapun petani cabai rawit yang ada di Kelurahan Holo selain mengusahakan cabai rawit sebagai sumber mata pencaharian, sebagian juga memiliki usaha sampingan seperti pegawai honor dan PNS. Selain itu ada pula yang memiliki usaha sampingan di luar sektor pertanian seperti pedagang, tukang ojek, supir angkot dan tukang bengkel. Berdasarkan hal tersebut perlu diketahui

berapa besar kontribusi usaha cabai rawit terhadap keuntungan petani cabai rawit yang ada di Kelurahan Holo. Bagaimana efisiensi pemasaran cabai rawit dan berapa besar margin keuntungan yang diterima oleh petani. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sistem Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) KM 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah”. Maka permasalahannya dapat dirumuskan dalam pertanyaan berikut: bagaimana efisiensi saluran pemasaran di Kelurahan Holo dan berapa besar margin keuntungan yang diterima oleh petani. Maka tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis bagaimana efisiensi saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo, dan untuk mengetahui margin keuntungan yang diterima petani dari hasil usahanya.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Holo, Kecamatan Amahai, Kabupaten Maluku Tengah. Pemilihan lokasi berdasarkan lokasi yang strategis, luas lahan serta merupakan sentra produksi tanaman cabai rawit. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara individu dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Sampel dipilih secara acak oleh peneliti berdasarkan persyaratan dengan jumlah populasi sebanyak 50 orang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani di Kelurahan Holo yang menjalankan kegiatan usahatani cabai rawit yang memiliki luas lahan lebih dari 0,1 ha. Peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 30 responden dari populasi petani yang memproduksi tanaman cabai rawit.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan petani berdasarkan kuisisioner yang telah disiapkan sebelumnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan kantor desa setempat serta telaah pustaka yang berkaitan dengan efisiensi saluran pemasaran dan margin keuntungan. Untuk

mengetahui efisiensi saluran pemasaran dan margin keuntungan petani dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif yaitu dengan melihat gambaran umum dan dihitung secara langsung. Besarnya margin keuntungan dan efisiensi saluran pemasaran dianalisis dengan menggunakan rumus margin pemasaran menurut Sudiyono (2012):

$$1. \quad M = Pr - Pf \dots\dots\dots 1$$

Keterangan:

- a. M = Margin
- b. Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp)
- c. Pf = Harga di tingkat produsen (Rp)

Untuk mengetahui keuntungan lembaga pemasaran cabai rawit layak untuk diusahakan dianalisa dengan menggunakan rumus.

$$2. \quad M = Bp + Kp \dots\dots\dots 2$$

Keterangan:

- a. M = Margin (Rp/Kg)
- b. Bp = Biaya pemasaran (Rp/Kg)
- c. Kp = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg)

Bagian yang diterima petani (*Farmer's Share*)

$$3. \quad Fs = \frac{Hp}{He} \times 100\% \dots\dots\dots 3$$

Keterangan:

- a. Fs = Persentase bagian harga yang di terima petani
- b. Hp = Harga cabai di tingkat petani
- c. He = Harga cabai di tingkat konsumen

Efisiensi saluran pemasaran menurut Soekartawi (2002):

$$4. \quad Eps = \frac{B}{Hb} \times 100\% \dots\dots\dots 4$$

Keterangan:

- a. Eps = Efisiensi pemasaran
- b. B = Biaya pemasaran (Rp)
- c. Hb = Harga beli (Rp)

Kriteria:

Eps yang nilainya < 1 paling efisien

Eps yang nilainya > 1 tidak efisien

Pemasaran akan semakin efisien apabila nilai efisiensi pemasaran semakin kecil

## Hasil dan Pembahasan

### Karakteristik Petani

Karakteristik dari petani cabai rawit di Kelurahan Holo terdiri dari umur, tingkat pendidikan, luas penggunaan lahan, dan status kepemilikan lahan.

### Berdasarkan Umur

Karakteristik petani berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik petani berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah petani (orang)	Persentase (%)
26 – 35	7	23,4
36 – 45	8	26,6
46 – 55	12	40
56 – 65	3	10
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa petani yang berada pada kelompok umur 26 - 35 tahun sebanyak 7 orang (23,4%), petani dengan kelompok umur 36 - 45 tahun berjumlah 8 orang (26,6%), petani dengan kelompok umur 46 – 55 tahun berjumlah 12 orang (40%) dan petani dengan kelompok umur di atas 55 tahun berjumlah 3 orang (10%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani responden sudah cukup tua tetapi masih kuat untuk melakukan usahatani cabai rawit. Hal ini tentu saja berpengaruh terhadap kemampuan fisik, cara berpikir, dan sikap petani dalam mengelola usahatani cabai rawit.

### Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik petani berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Karakteristik petani berdasarkan tingkat pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Petani (orang)	Persentase (%)
SD	7	23,33
SMP	7	23,33
SMA	13	43,33
SMK	3	10
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa petani kelapa di Dusun Aira paling banyak tingkat pendidikannya hanya sampai pada tingkat SD dan SMP yaitu masing-masing sebanyak 7 orang petani (23,33%) dan 7 orang petani (23,33%) sedangkan di tingkat SMA dan SMK yaitu masing-masing sebanyak 14 orang petani (43,33%) dan 3 orang petani (10%). Untuk melaksanakan usaha cabai rawit tingkat pendidikan petani yang rendah maupun tinggi tidak terlalu berpengaruh karena pada umumnya petani masih menggunakan teknologi secara sederhana dan turun temurun dalam kegiatan usahanya. Dengan demikian seseorang yang mempunyai pendidikan formal tinggi maupun rendah dapat mengelola usahataniya dengan baik, walaupun ada perbedaan tingkat pendidikan namun hasil pengamatan di lapangan terlihat bahwa tingkat pendidikan tidak terlalu mempengaruhi produksi tanaman maupun seseorang dalam mengelola usahataniya.

### Berdasarkan Luas Penggunaan Lahan

Karakteristik petani berdasarkan luas penggunaan lahan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik petani berdasarkan luas penguasaan lahan

Luas Lahan Pertanian (ha)	Jumlah petani (orang)	Persentase (%)
1,00	19	63,33
2,00	11	36,67
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebanyak 19 orang petani (63,33%) memiliki luas lahan 1 ha dan sebanyak 11 orang petani (36,67%) memiliki luas lahan 2 ha.

Berdasarkan jumlah produksi petani cabai rawit di Kelurahan Holo dapat dinyatakan bahwa luas lahan tidak menjadi penentu keberhasilan usahatani dan memberikan keuntungan yang tinggi bagi petani.

### **Produksi Usaha Cabai Rawit**

Produksi cabai rawit cukup baik, meskipun dalam pengusahaannya petani masih menggunakan alat-alat produksi pertanian yang terbatas dan masih bersifat tradisional dalam hal ini masih belum ada tenaga mesin dalam setiap kegiatan pengolahan lahan, yang merupakan hasil kerja dari petani yang ada di lokasi penelitian.

Secara umum tenaga kerja berasal dari dalam keluarga, namun ada juga yang menggunakan tenaga kerja dari luar keluarga untuk membantu proses pemanenan. Cabai rawit dipanen sebanyak empat kali dalam setahun, biasanya dalam satu tahun produksi cabai rawit yang dihasilkan berkisar antara 8 – 10 ton.

### **Biaya Produksi Usaha Cabai Rawit**

Biaya produksi dari usaha cabai rawit adalah biaya yang dikeluarkan pada saat pelaksanaan usaha cabai rawit dilakukan. Biaya produksi dalam usaha cabai rawit meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yaitu biaya yang sifatnya tidak berubah-ubah karena pengaruh besarnya produksi yaitu biaya penyusutan alat. Biaya variabel yaitu biaya yang sifatnya berubah-ubah sesuai dengan besarnya produksi berupa biaya tenaga kerja seperti benih, pupuk, pestisia dan tenaga kerja. Biaya produksi yang dikeluarkan petani dalam mengusahakan cabai rawit dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. Biaya produksi yang dikeluarkan petani

<b>Jenis Biaya</b>	<b>Uraian</b>	<b>Rataan/tahun (Rp)</b>
Biaya Tetap	Biaya Penyusutan Alat	
	- Cangkul	15.200
	- Sprayer	136.800
	- Sabit	30.080
	- Ember	17.600
	- Tractor	1.200.000
<b>Total Biaya Tetap</b>		<b>186.495</b>



Lanjutan tabel 4

Jenis Biaya	Uraian	Rataan/tahun (Rp)
Biaya Variabel	- Tenaga Kerja	1693.000
	- Benih	13.373
	- Pupuk	36.633
	- Pestisida	88.248
<b>Total Biaya Variabel</b>		<b>3.624.588</b>
<b>Jumlah Total Biaya</b>		<b>113.923.201</b>

Berdasarkan Tabel 4 biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani cabai rawit berasal dari jumlah biaya tetap dan biaya variabel. Rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan petani dalam usaha cabai rawit adalah sebesar Rp. 186.495/tahun. Sedangkan rata-rata biaya variabel yang dikeluarkan dalam usaha kopra sebesar Rp. 3.624.588/tahun.

### Biaya Benih Cabai Rawit

Biaya benih yang digunakan adalah benih cabai rawit siap pakai yang dibeli pada toko-toko pertanian. Jenis benih yang digunakan untuk cabai rawit adalah benih dewara 76F1 dengan harga Rp. 85.000/bungkus. Ada juga sebagian dari petani cabai rawit menggunakan benih Lokal Holo dengan harga sebesar Rp. 25.000/kg.

Tabel 5. Biaya benih

Luas Lahan (ha)	Kebutuhan Benih (bks)	Harga Benih (Rp)
1,00 ha	1 – 2 bks	85.000
2,00 ha	2 – 3 bks	85.000

### Biaya Pupuk Cabai Rawit

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seluruh petani cabai rawit menggunakan pupuk dalam usahatani. Jenis pupuk yang banyak digunakan oleh petani yaitu pupuk urea yang dibeli dengan harga Rp. 120.000/25 kg, pupuk phonska sebesar Rp. 120.000/25 kg, pupuk SP36 dengan harga Rp. 150.000/50 kg, pupuk NPK Pelangi sebesar Rp. 600.000/100 kg dan pupuk Mutiara sebesar Rp. 800.000/50 kg. Rata-rata biaya pupuk yang dikeluarkan oleh petani dalam usahatani cabai rawit sebesar Rp. 36.633.

Tabel 6. Biaya Pupuk

Jenis Pupuk	Dosis (Kg)	Harga (Rp)
Urea	25 kg	120.000
Phonska	25 kg	120.000
SP36	50 kg	150.000
NPK Pelangi	100 kg	600.000
Mutiara	50 kg	800.000

### Biaya Pestisida Cabai Rawit

Berdasarkan hasil penelitian terhadap petani cabai rawit ditemukan beberapa jenis pestisida yang digunakan oleh petani antara lain demolish yang dibeli dengan harga Rp. 120.000/250ml, antracol sebesar Rp. 75.000/100ml, provit X sebesar Rp. 120.000/250ml, keraton sebesar Rp. 150.000/300ml dan supet met sebesar Rp. 160.000/320ml. Pestisida ini dapat digunakan beberapa kali oleh petani dengan dosis 2 CC/10 liter air dan cara pemberian dilakukan dengan cara penyemprotan. Rata-rata biaya pestisida yang dikeluarkan dalam usahatani cabai rawit adalah sebesar Rp. 88.248

Tabel 7. Biaya Pestisida

Jenis Pestisida	Dosis (botol)	Harga (Rp)
Demolish	1 – 5 botol	120.000
Antracol	1 – 3 botol	75.000
Provit X	1 – 4 botol	120.000
Keraton	1 – 3 botol	150.000
Super Met	1 – 3 botol	160.000

### Biaya Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi yang penting dan perlu dipertimbangkan, diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi juga kualitas dan macam tenaga kerja yang perlu diperhatikan (Soekartawi, 2003).

Faktor produksi tenaga kerja atau manusia merupakan faktor yang penting bahkan mungkin paling dominan pada usahatani tradisional. Hampir semua usahatani di Indonesia adalah usahatani keluarga. Dengan demikian dapat dibedakan antara tenaga kerja dalam keluarga dan tenaga kerja luar keluarga.

Rata-rata biaya tenaga kerja per musim tanam pada usahatani cabai rawit di Kelurahan Holo dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Biaya tenaga kerja

Uraian	Jumlah Biaya (Rp)	Persentase (%)
Pengolahan lahan		
Pencangkulan	413.333	24,41
Penanaman	711.333	42,02
Pemeliharaan		
Penyulaman	320.000	18,90
Pengendalian hama dan penyakit	119.375	7,06
Pemupukan	128.958	7,62
<b>Total</b>	<b>1.693.000</b>	<b>100,00</b>

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa kegiatan yang dilakukan dalam proses cabai rawit di Kelurahan Holo adalah pengolahan lahan, penanaman dan pemeliharaan. Pada kegiatan pengolahan lahan terdapat pencangkulan rata-rata sebesar Rp. 413.333 per musim tanam dengan upah sebesar Rp. 100.000 per HOK. Pencangkulan yang dimaksud adalah kegiatan memperbesar atau memperbaiki lahan tanaman cabai rawit. Rata-rata jumlah tenaga kerja adalah 1 orang TKDK dan 1 orang TKLK.

Biaya tenaga kerja yang paling besar adalah biaya tenaga kerja penanaman dengan persentase 42,02 persen. Dengan rata-rata Rp. 711,33 per musim tanam dengan upah sebesar Rp. 80.000 per HOK. Berdasarkan penanaman benih, biaya rata-rata tenaga kerja petani di Kelurahan Holo menggunakan sistem Tabur Benih Langsung (TABELA). Rata-rata jumlah tenaga kerja untuk penanaman adalah 1 orang tenaga kerja laki-laki dalam keluarga dan hanya bekerja selama 3 sampai 7 jam sehari tergantung luas lahan yang ditanami. Petani lebih suka menggunakan sistem TABELA karena waktu yang diperlukan untuk penanaman lebih singkat dan jumlah tenaga kerja lebih sedikit.

Berdasarkan kegiatan pemeliharaan, petani melakukan penyulaman dengan jumlah biaya tenaga kerja sebesar Rp. 320.000 per musim tanam. Rata-rata jumlah tenaga kerja untuk penyulaman adalah 1 orang tenaga kerja dalam keluarga dan 3 orang tenaga kerja luar keluarga. Umumnya penyulaman dilakukan oleh perempuan dengan upah Rp. 80.000 per HOK. Jumlah biaya rata-rata untuk

kegiatan pemberantasan hama dan penyakit sebesar Rp. 119.375 per musim tanam. Pemberantasan hama dan penyakit dilakukan dengan cara penyemprotan pestisida menggunakan *sprayer* yang dilakukan 3 sampai 6 kali dalam 1 kali musim tanam tergantung hama yang menyerang tanaman cabai rawit tersebut. Rata-rata jumlah tenaga kerja untuk penyemprotan pestisida adalah 1 orang pria dalam keluarga.

Biaya rata-rata yang dikeluarkan untuk kegiatan pemupukan adalah sebesar Rp. 18.958 per musim tanam. Kegiatan pemupukan dilakukan 2 sampai 3 kali per musim tanam dan dilakukan selama 3 sampai 7 jam atau lebih dalam 1 kali pemupukan tergantung luas lahan petani. Rata-rata jumlah tenaga kerja pemupukan adalah 1 orang laki-laki dalam keluarga namun jika lahan terlalu luas maka petani akan menyewa 1 sampai 2 orang buruh untuk melakukan pemupukan.

### **Lembaga – lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha atau individu lainnya. Lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo antara lain, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kabupaten, pedagang pengecer, pedagang antar pulau dan konsumen. Jumlah pedagang yang diwawancarai baik pedagang cabai rawit yang terlihat pada rincian tabel 9.

Tabel 9. Banyak Pedagang dalam pembelian hasil usahatani Cabai Rawit

Jenis Pedagang	Banyaknya Pedagang Cabai Rawit (Org)
Pengumpul Desa	2
Pengumpul Kabupaten	2
Pedagang Pengecer	3
Pedagang Antar Pulau	2
<b>Jumlah</b>	<b>9</b>

Pada tabel 9 diatas menunjukkan bahwa pedagang yang terlibat pemasaran cabai rawit adalah pedagang pengumpul desa sebanyak 2 orang yang ada di Kelurahan Holo, pedagang pengumpul Kabupaten sebanyak 2 orang, pedagang pengecer sebanyak 3 orang dan pedagang antar pulau sebanyak 2 orang.

Pedagang pengumpul desa Aini berperan sebagai penghubung antara petani yang ada di Kelurahan Holo dengan pedagang pengumpul yang ada di kota/kabupaten. Sedangkan pedagang pengecer berperan untuk menjual hasil-hasil usahatani hingga sampai ke tangan konsumen akhir.

### **Salura Pemasaran**

Saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo dari petani hingga konsumen akhir melibatkan beberapa lembaga tataniaga, keberadaan lembaga pemasaran dianggap dalam saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo karena lembaga pemasaran produksi cabai rawit dari petani tidak akan sampai ke tangan kosumen. Lembaga pemasaran memperlancar produk dari petani ke konsumen melalui fungsi pemasaran yang dilakukannya.

Petani yang dijadikan responden di dalam penelitian ini adalah merupakan petani perseorangan. Pedagang pengumpul desa adalah lembaga pemasaran yang membeli cabai rawit dari petani dan menjualnya ke pedagang pengumpul kabupaten. Pedagang pengumpul kabupaten adalah lembaga pemasaran yang membeli cabai rawit dari pedagang pengumpul desa yang kemudian menjualnya ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer dalam penelitian ini adalah pedagang yang membeli cabai rawit dari pedagang pengumpul kabupaten dan menjualnya kepada konsumen akhir. Pedagang pengecer yang terlibat dalam saluran pemasaran cabai rawit adalah pedagang pengecer di pasar kota masohi dan pedagang pengecer di Kelurahan Holo.

Saluran pemasaran adalah jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen ke perantara sampai kepada konsumen. Saluran pemasaran di Kelurahan Holo melibatkan petani dan konsumen dapat menentukan kesejahteraan petani karena harga cabai rawit ditentukan oleh pedagang. Saluran pemasaran juga dapat mempengaruhi besar kecilnya biaya pemasaran serta besar kecilnya harga yang

dibayarkan kepada petani. Semakin Panjang saluran pemasaran maka semakin besar juga biaya pemasaran yang dikeluarkan. Kegiatan pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo terdapat 5 saluran pemasaran yaitu:

- a. Petani – pengumpul desa – pengumpul Kabupaten – pengecer – konsumen
- b. Petani – pengumpul Kabupaten – pengecer – konsumen
- c. Petani – pedagang pengecer – konsumen
- d. Petani – konsumen
- e. Petani – pedagang antar pulau

Saluran pemasaran cabai rawit I merupakan saluran distribusi yang menggunakan tiga perantara yakni melibatkan pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul kabupaten dan pedagang pengecer. Jumlah petani yang menjual cabai rawit adalah 6 petani atau 20% dari jumlah petani sebanyak 30 orang. Saluran pemasaran II merupakan saluran distribusi yang menggunakan dua perantara yakni pedagang pengumpul kabupaten dan pedagang pengecer. Jumlah petani yang menjual cabai rawit adalah 5 petani atau 16,66% dari jumlah petani sebanyak 30 orang. Saluran pemasaran III merupakan saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni pedagang pengecer. Jenis saluran pemasaran ini tidak dilakukan oleh semua petani, jumlah petani yang menjual cabai rawit adalah 4 petani atau 13,33% dari jumlah petani sebanyak 30 orang. Saluran pemasaran IV merupakan saluran distribusi yang tidak menggunakan perantara dikarenakan petani menjual langsung kepada konsumen. Jumlah petani yang menjual cabai rawit ke konsumen adalah 5 petani atau 16,66% dari jumlah petani sebanyak 30 orang. Saluran pemasaran V merupakan saluran distribusi yang tidak menggunakan perantara karena petani mengirim ke kota Ambon. Alur pada saluran pemasaran yaitu pedagang antar pulau. Jumlah petani yang menjual cabai rawit adalah 10 petani atau 33,33% dari jumlah petani sebanyak 30 orang.

### **Biaya Pemasaran dan Margin Pemasaran**

Biaya pemasaran merupakan semua biaya yang dikeluarkan untuk kelancaran dalam kegiatan pemasaran cabai rawit mulai dari petani hingga sampai kepada konsumen. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga beli dan

harga jual barang. Besarnya margin pemasaran di setiap lembaga pemasaran mengalami perbedaan dikarenakan setiap lembaga pemasaran memiliki kegiatan atau fungsi pemasaran yang berbeda. Berikut merupakan perhitungan biaya pemasaran dan margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran pada setiap saluran.

Saluran pemasaran I dapat diketahui bahwa cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 35.000/kg sedangkan harga cabai rawit di tingkat konsumen akhir sebesar Rp. 70.000/kg. Total margin sebesar Rp. 15.000/kg dan total biaya pemasaran sebesar Rp. 57.360/kg sehingga total keuntungan yang diperoleh pada saluran pemasaran I sebesar Rp. 15.057.360/kg. Saluran pemasaran II diketahui bahwa harga cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 35.000/kg sedangkan harga cabai rawit ditingkat konsumen akhir sebesar Rp. 70.000/kg. Total margin sebesar Rp. 35.000/kg dan total biaya pemasaran sebesar Rp. 49,36/kg sehingga keuntungan pemasaran yang diperoleh pada saluran II sebesar Rp. 34.951/kg.

Saluran pemasaran III diketahui bahwa harga cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 35.000/kg sedangkan harga cabai rawit di tingkat konsumen akhir sebesar Rp. 70.000/kg. Total margin sebesar Rp. 35.000/kg sehingga total biaya pemasaran sebesar Rp. 0,86/kg sehingga total keuntungan pada saluran pemasaran III sebesar Rp. 34.999.14/kg. Saluran pemasaran IV diketahui bahwa harga cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 35.000/kg sedangkan harga cabai rawit di tingkat konsumen akhir sebesar Rp. 80.000/kg. Total margin pemasaran sebesar Rp. 45.000/kg dan total biaya pemasaran sebesar Rp. 8.000/kg sehingga keuntungan pada saluran pemasaran IV sebesar Rp. 44.992/kg. Saluran pemasaran V diketahui bahwa harga cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 35.000/kg sedangkan harga cabai rawit di tingkat konsumen akhir sebesar Rp. 75.000/kg. Total margin pemasaran sebesar Rp. 40.000/kg sedangkan total biaya pemasaran sebesar Rp. 3.250/kg sehingga keuntungan pada saluran pemasaran V sebesar Rp. 36.750/kg.

### ***Farmer's Share***

*Farmer's share* atau bagian yang diterima petani adalah persentase harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga di tingkat konsumen akhir.

*Farmer's share* dalam suatu kegiatan pemasaran dapat dijadikan dasar atau tolak ukur efisiensi pemasaran. Semakin tinggi bagian yang diterima petani maka dapat dikatakan semakin efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan dan sebaliknya semakin rendah bagian yang diterima petani maka semakin rendah pula tingkat efisiensi dari suatu pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian, nilai *Farmer's share* yang paing tinggi terdapat pada saluran pemasaran I, II dan III yaitu sebesar 50,00 persen. Sedangkan nilai *Farmer's share* yang paling rendah terdapat pada saluran pemasaran IV sebesar 43,75 persen sehingga dapat dinyatakan bahwa saluran pemasaran I, II dan III lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya.

### Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan kemampuan dalam menyalurkan hasil produksi dari petani kepada konsumen dengan menilai biaya untuk mencapai hasil dari kegiatan pemasaran. Efisiensi pemasaran penting untuk diketahui karena jika saluran pemasaran berjalan dengan baik dan efisien maka antara petani, lembaga pemasaran dan konsumen akan saling menguntungkan. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran diperoleh dari perhitungan biaya pemasaran dibagi dengan nilai produk yang dipasarkan dikali 100%. Jika nilai  $E_p \leq 50\%$ , maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian tersebut, dan jika nilai  $E_p \geq 50\%$  maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien. Tingkat efisiensi pemasaran pada lima saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Efisiensi pemasaran Cabai Rawit di Kelurahan Holo

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
Saluran I	5.736	70.000	8,19
Saluran II	49,36	70.000	0,07
Saluran III	0,86	70.000	0,00
Saluran IV	8.000	80.000	10,00
Saluran V	3.250	75.000	4,33



Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa seluruh saluran pemasaran yang ada di KM 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah sudah efisien dengan nilai efisiensi pemasaran yaitu  $< 50$  persen. Hal ini sesuai dengan pernyataan Soekartawi (2002), bahwa kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran ini adalah  $E_p > 50$  persen maka efisien dan  $E_p < 50$  persen tidak efisien.

Berdasarkan seluruh saluran pemasaran yang ada di Kelurahan Holo, saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran III dengan nilai efisiensi sebesar 0,00 persen. Saluran pemasaran III paling efisien karena biaya pemasaran lebih rendah dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Tinggi atau rendahnya pemasaran dan margin pemasaran disebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran, semakin pendek pola saluran pemasaran maka semakin rendah biaya pemasaran yang dikeluarkan. Nilai efisiensi pemasaran yang paling rendah terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar 10,00 persen. Hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran IV memiliki total biaya pemasaran yang lainnya

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa total margin pemasaran cabai rawit di KM 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah yang paling tertinggi terdapat pada saluran pemasaran IV yaitu sebesar Rp. 45.000/kg. Sedangkan total margin pemasaran yang paling rendah berada pada saluran pemasaran I yaitu sebesar Rp. 15.000/kg.

Seluruh saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah sudah efisien karena nilai efisiensi yang diperoleh  $< 50$  persen. Saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien adalah saluran III dengan nilai efisiensi terkecil yaitu 0,00 persen. Nilai efisiensi terbesar terdapat pada pola saluran pemasaran IV dengan nilai efisiensi sebesar 10,00 persen.

### Daftar Pustaka

- Ahmad Susanto. 2017. *Teori Belajar & Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Kabupaten Maluku Tengah Dalam Angka.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Provinsi Maluku Dalam Angka.
- Dermawan, R dan A. Harpenas. 2010. *Budidaya Cabai Unggul, Cabai Besar, Cabai Keriting, Cabai Rawit, dan Paprika*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Harpenas, Asep & R. Dermawan. 2010. *Budidaya Cabai Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta
- Hayati, Mimi. Elfiana. Martina. 2017. “Peranan sektor pertanian dalam pembangunan wilayah Kabupaten Bireuen Provinsi Aceh”. *Jurnal Sains Pertanian*. Vol 1(3): 213-222.
- Kompas; Advertotial. Ketersediaan Air Bersih Ditentukan oleh Kuatnya Kolaborasi. Kompas, 04 Januari 2017, Lihat uraiannya dalam: <http://biz.kompas.com/read/2017/01/04/174221228/ketersediaan.air.bersih.ditentukan.oleh.kuatnya.kolaborasi>
- Soekartawi, 2003. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 238 hal.