

**PEMASARAN CABAI RAWIT TERHADAP PENDAPATAN
MASYARAKAT PADA KELOMPOK TANI RAHARJO 1
DESA TULUSBESAR KECAMATAN TUMPANG
KABUPATEN MALANG**

SKRIPSI



OLEH :

**SADRUN SAHDAN ABDI
2018310041**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2024**

RINGKASAN

Cabai rawit merupakan salah satu tanaman hortikultura buah dan sayur yang paling penting dan menguntungkan, dimanfaatkan untuk ekspor dan industri selain untuk keperluan rumah tangga. Buah tanaman ini dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti sebagai bumbu masakan, bahan campuran industri makanan, dan sebagai komponen kosmetik. Cabai rawit sering digunakan untuk memberi rasa pedas pada makanan. Di pasar mie instan dan saus, hal ini penting (Laode Afa.2022).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi efisiensi pemasaran, analisis margin, serta analisis saluran dan keagenan. Untuk mengevaluasi margin pemasaran cabai rawit di lokasi penelitian, maka setiap saluran pemasaran akan menunjukkan margin dan ukuran masing-masing saluran pemasaran dan lembaga. Hal ini akan memungkinkan kami menyelidiki saluran pemasaran dan organisasi yang berfungsi sebagai perantara dalam distribusi hasil produksi dari pelanggan ke pengguna akhir. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini antara lain adalah metode farmer's share, pendekatan cost-share, pendekatan bagi hasil, dan strategi bagi hasil pada masing-masing lembaga pemasaran Lombok yang kemudian mendistribusikan margin pemasaran.

Petani rata-rata menghasilkan 392.855,29 kg dengan harga jual Rp 20.000 per kg. Pendapatan bersih yang diperoleh sebesar Rp 4.842.090,58 dengan luas lahan 500 M2 dan total nilai margin 8.000 pada saluran 1 dan 8.000 pada saluran 2 dengan hasil petani. Ini setelah dipotong biaya produksi sebesar Rp3.015.009,99. Total pendapatannya Rp7.857.100,58. Pangsa relatif kedua jaringan tersebut adalah 71,43% dan 73,33%. Angka-angka ini menunjukkan bahwa penjualan di kelompok tani Raharjo 1 berhasil dan masih terdapat ruang untuk pertumbuhan di sektor pertanian cabai rawit. Saluran 2 terdiri dari petani, pedagang, dan konsumen. Saluran pemasaran satu lebih efisien dibandingkan saluran dua dengan efisiensi masing-masing sebesar 14,36 dan 16,14.

Kata kunci : saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produksi pertanian sangat penting bagi kehidupan manusia. Kegiatan sektor pertanian menentukan ketersediaan pangan bagi makhluk hidup. Mayoritas masyarakat Indonesia mengandalkan pertanian sebagai sumber pendapatan utama dan kebutuhan sehari-hari. Produk hortikultura yang semakin populer di kalangan konsumen Indonesia, yang tingkat konsumsinya semakin meningkat dari tahun ke tahun, adalah cabai rawit (Inul Juria, 2021).

Sebagai tanaman hortikultura yang menguntungkan untuk buah-buahan dan sayur-sayuran, cabai rawit dapat dijual baik di pasar lokal maupun internasional. Dapat digunakan untuk berbagai hal, seperti komponen kosmetik, kombinasi industri makanan, dan bumbu kuliner. Industri utama yang membutuhkan cabai rawit yang sering digunakan untuk memberikan rasa pedas pada makanan adalah industri saus dan mie instan Laode Afa (2022).

Menurut Hairani (2023), Kecamatan Tumpang di Kabupaten Malang merupakan penghasil Cayenne terbesar ketiga dari lima kabupaten penghasil terbesar. Barangkali Kecamatan Tumpang mempunyai lokasi yang bisa ditanami tanaman cabai rawit. Produksi cabai rawit diperkirakan akan semakin menguntungkan karena keunggulan komparatif dalam hal tenaga kerja dan kemungkinan geografis. Salah satu tempat penghasil cabai rawit dalam jumlah besar adalah Desa Tulusbesar. Analisis perhitungan memberikan gambaran output dan harga jual yang pada akhirnya akan mempengaruhi pendapatan petani yang menanam cabai. Karena sifat pertanian cabai yang berskala kecil, fluktuasi harga jual berdampak pada pendapatan dan produktivitas petani.

Tabel 1. Produksi cabai rawit kabupaten Malang 2023

| No | Nama Kecamatan | Hasil produksi cabe rawit | Satuan |
|----|--------------------------|---------------------------|----------------|
| 1 | Kecamatan Poncokusumo | 194.293 | kuintal |
| 2 | Kecamatan Wajak | 168.257 | kuintal |
| 3 | Kecamatan Tumpang | 116.939 | kuintal |
| 4 | Kecamatan Ngantang | 95.000 | kuintal |
| 5 | Kecamatan Tirtoyudo | 89.466 | kuintal |

Sumber : (BPS Kabupaten Malang 2022)

Pemilihan saluran pemasaran yang efektif sangat penting untuk memperoleh margin pemasaran karena sistem pemasaran mempunyai peran besar dalam kemampuan petani memperoleh penghasilan dari penjualan cabai rawit. Mukmin H. Dalam Syahyunan (2021), Maryam menekankan betapa sulitnya memilih dan mengidentifikasi saluran distribusi karena keputusan yang buruk dapat

menimbulkan konsekuensi yang telah ditentukan sebelumnya. Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan pemborosan atau biaya yang tidak perlu. Oleh karena itu, bagi pemasar yang ingin mengembangkan perusahaannya, pemilihan saluran distribusi sangatlah penting. Pemasar sekarang harus lebih berhati-hati ketika memutuskan saluran distribusi mana yang akan digunakan untuk produk mereka.

Distribusi produk dari produsen ke konsumen dilakukan melalui saluran pemasaran. Pertimbangan penting ketika menganalisis struktur harga lembaga pertanian dan harga pasar barang-barang mereka adalah pengaruh saluran pemasaran. Susanto dan Kotler (2019) menyatakan bahwa Nungky Dwi Hernawat. Dua strategi pemasaran utama yang sering digunakan oleh produsen: pemasaran langsung, yang melibatkan penjangkauan konsumen secara langsung, dan pemasaran tidak langsung, yang melibatkan penjangkauan pedagang secara tidak langsung.

Desa Tulusbesar di Kecamatan Tumpang mempunyai tantangan berupa cabai rawit yang mudah didapat dan memiliki ciri khas, selain produksinya yang cukup baik. Umur simpan yang pendek, biaya tinggi, dan pembusukan cabai rawit yang cepat semuanya telah terbukti. Untuk memastikan harga produk tetap stabil, petani di Desa Tulusbesar Kelompok Tani 1, Raharjo, Kecamatan Tumpang, harus bertindak cepat mencari solusi.

Meskipun sebagian petani di wilayah lokasi penelitian lebih memilih menjual langsung ke pedagang, namun sebagian besar petani di wilayah tersebut menjual hasil produksinya kepada pengepul yang mengunjungi perkebunan cabai rawit karena mempunyai pelanggan. Setiap cabai rawit yang dikirim ke pedagang masih segar. Hal ini memungkinkan petani mengirimkan cabai rawit ke toko dengan menggunakan mobil sendiri. Berdasarkan data lapangan, pedagang rata-rata membayar Rp24.000 per kilogram cabai rawit pada September 2023, sedangkan petani biasanya mengenakan tarif Rp20.000 per kilogram. Kesenjangan harga antara harga petani dan harga eceran menjadi penyebabnya.

Petani di Desa Tulusbesar Kelompok Tani Raharjo 1 Kecamatan Tumpang mengalami perbedaan harga jual akibat penetapan harga yang tidak sejalan dengan harga produsen dan pengedar. Oleh karena itu, organisasi yang menggunakan metode pemasaran Cabai Rawit perlu fokus pada peningkatan margin pemasaran mereka. Jarak berperan dalam timbulnya bahaya yang memerlukan pengelolaan dan berhubungan dengan masalah biaya pemasaran yang diperlukan. Di dunia modern, memiliki satu atau lebih perusahaan pemasaran yang dapat menjembatani kesenjangan ini sangatlah penting. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji rencana pemasaran yang dilakukan kelompok tani Tani Raharjo 1 di Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang dalam menjual cabai rawit. Permasalahan dalam industri ini adalah, Pendapatan petani buruk meskipun produksi cabai rawit rendah karena

meningkatnya biaya produksi yang berhubungan dengan bisnis. Petani benar-benar mendapat keuntungan dari harga yang rendah. Hal ini memotivasi peneliti untuk melakukan penyelidikan mengenai “Analisa pemasaran Cabai Rawit terhadap pendapatan Masyarakat pada kelompok Tani Raharjo 1 di Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang data yang diberikan, maka penelitian penulis bertujuan untuk menjawab pertanyaan berikut: Di Kelompok Tani Raharjo 1 Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang, saluran pemasaran cabai rawit apa saja yang ada?

1.3 Tujuan Penelitian

Menelaah saluran pemasaran cabai rawit pada Kelompok Tani Raharjo 1 Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang menjadi tujuan penelitian ini.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Bagi peneliti : Usahatani cabai rawit dijual di Desa Tulusbesar, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, dalam kelompok tani Raharjo 1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas di bidang ini.
- b. Bagi petani : sebagai pedoman dalam menjalankan usaha budidaya yang menguntungkan dan pemasaran yang efektif
- c. Bagi pemerintah: Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pemikiran, pertimbangan, dan pengkajian penentuan kebijakan khususnya terkait permasalahan Cabai Rawit di Kelompok Tani Raharjo 1 Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. dapat digunakan sebagai landasan pengambilan kebijakan.
- d. Bagi pengembangan penelitian : dapat memberikan saran untuk membantu Kelompok Tani Raharjo 1 Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang tumbuh, sejahtera, dan mendapatkan bantuan.

1.5 Hipotesis

Sebuah hipotesis dikembangkan mengenai saluran pemasaran. Dinyatakan bahwa saluran pada kelompok Tani Raharjo 1 Desa Tulusbesar dikatakan efisien jika panjangnya tidak menyebabkan peningkatan margin atau biaya pemasaran, dan dianggap tidak efisien jika biaya yang dikeluarkan untuk mengantarkan barang dari petani ke konsumen sangat tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Puspitasari anisa dkk (2021). Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cigalontang.
- Hia Adrianus dkk (2020). Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Desa Cidatar Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut.
- Atiyatna Pratama Dirta dkk (2016). Pengaruh upah minimum, pertumbuhan ekonomi dan pendidikan terhadap penyerapan tenaga kerja di Provinsi Sumatera Selatan.
- Shakana Aprilya dkk (2023). Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L*) Di Km 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah
- Banung Feldi Yohana dkk (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi usahatani cabai rawit.
- Balya Aief Muhamad dkk (2020). Model Oligopoli Dengan Fungsi Harga dan Biaya yang Linier.
- Cahya dan Bangun (2020). Karakteristik Petani dan Kelayakan Usahatani Cabai Besar (*Capsicum Annum L*) dan Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L*) di Sumatera Utara.
- Deviyanto Angga (2022) Efisiensi Pemasaran pada Usahatani Cabai Rawit di Desa Sepanjang Kecamatan Glenmore Kabupaten Banyuwangi.
- Mariana Selviana due(2015) Pengaruh alelopati larutan akar alang-alang (*Imperata Cylindrica l.*) terhadap pertumbuhan tanaman cabai rawit (*Capsicum Frutescens L.*) Skripsi.
- Fitriyah dkk (2019). Saluran pemasaran cabai rawit di kecamatan pfluger kabupaten jember provinsi jawa timur.
- Galang Ramadhan, Putra Permadi dan Rita Mariati. Analisis Pendapatan Usahatani Dan Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) Di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara.
- Juria Inul (2021). Analisis Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) di Kelurahan Singa Geweh Kecamatan Sangatta Selatan (Doctoral dissertation, STIPER).
- Kusumawati, dkk (2022). Analisis Pendapatan Usahatani Pembibitan Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L*) Di Desa Lakardowo, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto.
- Khairani sabtu ,2 september (2023) ini 5 kecamatan penghasil cabe rawit terbesar di kabupaten malang
- Afa Laode dkk (2022). Pengaruh Amelioran terhadap Pertumbuhan dan Produksi Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*). *Jurnal Media Pertanian*, 7(2), 148-157.

- Lestari dan Faisal (2022). Penyuluhan Metode Pemasaran Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L*) melalui Media Online di Desa Kendalbulur Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.
- Lubis Hanafi Perdana (2022). Analisis Usahatani Dan Pemasaran Cabai Rawit Didesa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Riau).
- Mukmin H Maryam, dkk (2021). Analisis saluran pemasaran cabai rawit (*capsicum sp*) Di desa ombulodata kecamatan kwandang Kabupaten gorontalo utara.
- Aprilliani Mira dkk (2020). Analisis penawaran Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*) di Kabupaten Boyolali.
- Maemunah, dkk (2019). Analisis Efisiensi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Usahatani Cabai Rawit di Desa Girikulon Kecamatan Secang Kabupaten Magelang.
- Muslich, dkk (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Mubiyarto, (2002). Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi ke 3. PT. Pustaka LP3ES.
- Nungky Dwi Hernawati Dan Nurul Widyawati Pengaruh Penjualan Perorangan, Pemasaran Langsung Terhadap Keputusan Pembelian Produk Granit Pada Pt. Garuda Graha Indah.
- Pratiwi dan Suparmini (2017). Usaha Tani Cabai Rawit pada Pertanian Lahan Kering di Kecamatan Binangun Kabupaten Blitar.
- Pratiwi, dkk , (2022). Respon Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*) pada Sistem Irigasi Tetes Terhadap Aplikasi Nanosilika lewat Daun.
- Puspitasari, A. (2020). analisis biaya dan pendapatan usahatani cabai rawit di Kecamatan Cigalontang Kabupaten Tasikmalaya.
- Putri dkk, (2020). Manajemen Usahatani Terung Ungu Di Kelurahan Tuatuka Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang.
- Rachmanita, Dwike. (2018). analisis rantai pasok (*supply chain*) pada komoditas cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) Di Kabupaten Malang (*Doctoral dissertation*, University of Muhammadiyah Malang).
- Rizkia, A. A., dan Rahmawati, S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat: Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha.(Literature Review Etika).
- Santi, N. I. R. (2021). Pengaruh Pemberian Air Siklus Jenuh-Titik Layu Sementara Terhadap Pertumbuhan Tanaman Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L*) (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Sari, E. F. Mutu Fisik Cabai Rawit (*Capsicum frutescens L.*) Segar dengan Jenis Pengemasan Berbeda Selama Penyimpanan Suhu Rendah (*Doctoral dissertation*, Fakultas Teknologi Pertanian).
- Siburian, F., dan Sembiring, A. P. (2019). analisis pemasaran cabai rawit (*capsicum frutescens l.*) di Kecamatan Barusjahe Kabupaten Karo.

- Setiawan, A. W., dan Jayanti, R. M. (2022). Pemasaran dan Transmisi Harga Cabai Merah Besar di Desa Ngargoloka, Kecamatan Gladagsari, Kabupaten Boyolali.
- Syarifuddin, D. (2018). Pasar tradisional dalam perspektif nilai daya tarik wisata..
- Tobing, F. (2023). analisis sistem pemasaran cabai merah dan tomat Di Kecamatan Dolok Silau Kabupaten Simalungun.
- Widayat, dkk,(2016). “Pengaruh Umur Petani, Tingkat Pendidikan dan Luas Lahan Terhadap Hasil Produksi Tanaman Sembung.” *Tumbuhan Obat Indonesia* 9 (2): 75–82.
- Arifin zainol, dkk (2021). agroekonomi sudut pandang kedaulatan pangan era industrialisasi 4.0.