

**ANALISIS PEMASARAN CABAI MERAH KERITING
DI DESA SIDERA KECAMATAN SIGI BIROMARU
KABUPATEN SIGI**

**Marketing Analysis of Red Chilli
in Sidera Village Sigi Biromaru Sub District Sigi District**

Amalia Angraini

**Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
e-mail : meymeyqpenya@gmail.com**

ABSTRACT

This study aims to identify the form of marketing flow, marketing margins, farmer's share in each flow and marketing efficiency of red chilli. This research was conducted in the Sidera Village Sigi Biromaru Sub District Sigi District. The number of respondents were 33 respondents of 50 farmers using simple random sampling method. To determine the trader respondent, tracing sampling method were used with two collecting traders and two retailer traders. Therefore, the total number of respondents were 37 respondents. The results of the analysis showed that the total of marketing margin of red chili received in the first flow were Rp. 6,000.00, and in the second flow were Rp.2,000.00. Farmer's share in the first flow was 89.47 %, and in the second flow was 90.00 %. Therefore, farmer's share in the second flow was highest. There are two flow marketing of Red Chili in Sidera village

1. Farmers → trader collecting → Retailer → Consumers
2. Farmers → Retailer → Consumers

Marketing in the second flow is more efficient than in the first flow, because farmer's share in the second channels was higher than in the first channels.

Keywords: Marketing margin, marketing analysis, efficiency of marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani pada masing-masing saluran dan efisiensi pemasaran Cabai Merah Keriting. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Mengambil sebanyak 33 responden dari 50 petani dengan menggunakan metode sampel acak sederhana. Untuk menentukan responden pedagang digunakan metode peninjauan responden dengan pedagang pengumpul sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Jumlah keseluruhan responden sebanyak 37 responden. Hasil analisis menunjukkan total margin pemasaran cabai merah keriting yang diperoleh untuk saluran pertama Rp 6.000,00 total margin pemasaran cabai merah keriting yang diperoleh untuk saluran kedua yaitu sebesar Rp 2.000,00. Bagian harga yang diterima petani pada saluran pertama sebesar 89,47%. Bagian harga yang diterima petani pada saluran kedua sebesar 90%. Dengan demikian, bagian harga yang paling besar diterima petani adalah pada saluran kedua. Adapun saluran pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera ada dua saluran :

1. Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen.
2. Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen.

Pemasaran pada saluran II lebih efisien daripada saluran I, karena bagian harga yang diterima petani di saluran II lebih besar daripada saluran I.

Kata kunci : Margin pemasaran, analisis pemasaran, efisiensi pemasaran.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan salah satu basis yang sangat diharapkan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi baik pada saat ini maupun dimasa yang akan datang. Untuk itu pembangunan di sektor pertanian perlu mendapat perhatian yang serius dari berbagai pihak, mengingat bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dan bermata pencaharian sebagai petani.

Di Sulawesi Tengah sektor pertanian merupakan sektor basis (Yantu, 2007 dan Yantu 2012) subsektor tanaman pangan merupakan subsektor pendukung utama sektor pertanian setelah subsektor perkebunan (Yantu, dkk, 2008).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani dan efisiensi pemasaran Cabai Merah Keriting pada masing-masing saluran pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa Desa Sidera merupakan salah satu daerah penghasil Cabai Merah Keriting di Kecamatan Sigi Biromaru. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Juli 2013.

Responden pada penelitian ini dilakukan dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*), dimana unsur dalam semua populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian sebanyak 50 orang, diambil sampel sebanyak 33 orang petani cabai merah keriting dengan menggunakan rumus (Taro Yamane *dalam* Riduwan, 2005) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

$$n = \frac{50}{50(0,10)^2 + 1}$$

$$n = 33$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

d = Presisi (10%)

Responden pedagang digunakan cara peninjauan (*Tracing sampling*) dimana populasi pedagang pengumpul sebanyak 2 orang dan populasi pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Jadi, jumlah secara keseluruhan sebanyak 37 responden.

Data yang akan dikumpulkan dalam Penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari lapangan dengan mengadakan observasi dan wawancara langsung kepada responden dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Quisionere*), sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur-literatur dan instansi-instansi yang terkait dengan praktek umum ini.

Besarnya margin pemasaran, dihitung dengan menggunakan rumus yang mengacu pada (Arinong dan Kadir, 2008) sebagai berikut :

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

Hp = Harga Penjualan

Hb = Harga Pembelian

Sobirin (2009) merumuskan bahwa untuk menghitung margin total pemasaran (MT) dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran Cabai Merah Keriting, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$MT = M1 + M2 + M3 \dots Mn$$

Keterangan :

MT = Margin total Tataniaga

M1 = Lembaga Pemasaran 1

M2 = Lembaga Pemasaran 2

M3 = Lembaga Pemasaran 3

Mn = Marjin pemasaran lainnya

Menurut Sisfahyuni dkk (2008) bahwa efisiensi tataniaga pemasaran diukur berdasarkan pada perbandingan dua harga dalam persamaan sebagai berikut :

$$ET = \left[\frac{HLPJ}{HLPB} \right] \times 100\%$$

Keterangan:

ET= Ukuran Efisiensi ketataniagaan.

HLPJ= Harga ditingkat lembaga penjual (petani) dalam satuan Rp/Kg

HLPB = Harga ditingkat lembaga pembeli dalam satuan Rp/Kg

Makin tinggi ET makin efektif pasar makin efisien pemaasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden petani dan pedagang adalah umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga dan lamanya berusahatani cabai merah keriting. Berdasarkan data yang diperoleh melalui hasil observasi dan wawancara langsung oleh peneliti sebagai berikut :

Umur responden sangat mempengaruhi kemampuan fisik bekerja dan cara berpikir. Pada umumnya petani yang umurnya relatif muda dan sehat mempunyai kemampuan fisik lebih besar dan lebih cepat menerima inovasi atau hal-hal yang biasanya masih kurang memiliki pengalaman. Untuk mengimbangi kekurangan ini, maka lebih dinamis sehingga cepat mendapatkan pengalaman baru yang berharga bagi perkembangan hidupnya dimasa yang akan datang dibandingkan yang berusia lanjut, kemampuan fisik cenderung mulai menurun namun memiliki pengalaman yang cukup, sehingga dalam pengelolaan usahanya lebih matang dan berhati-hati.

Menurut BPS bahwa usia produktif yaitu antara 15-64 tahun, dimana diusia produktif tersebut petani dapat berusahatani Cabai Merah Keriting dengan baik. Adapun tingkat umur responden cabai merah keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi yang diperoleh adalah 23 tahun umur terendah dan 64 tahun umur tertinggi, dari hasil yang diperoleh rata-rata umur responden 40 tahun.

Tingkat pendidikan responden sangat mempengaruhi kemampuan dan keterampilan dalam mengelola usahataniannya. Semakin tinggi pendidikan seseorang, maka orang tersebut akan lebih mudah menerima inovasi dan

teknologi baru yang berhubungan dengan usahataniannya.

Berdasarkan tingkat pendidikan responden diketahui bahwa sebagian besar responden mengenyam pendidikan SD, yaitu sebanyak 18 orang atau 48,64%, sehingga lambat menerima inovasi dan teknologi karena ilmu pengetahuan masih tergolong minim, maka dibutuhkan sosialisasi penyuluhan pertanian.

Jumlah tanggungan juga mempengaruhi biaya yang dikeluarkan petani dan pedagang. Pada satu sisi, anggota keluarga yang lebih banyak membantu meringankan biaya tenaga kerja. Di sisi lainnya, semakin banyak tanggungan keluarga mengakibatkan bertambahnya tanggung jawab kepala keluarga terhadap pemenuhan kebutuhan hidup.

Pengalaman berusahatani dan berdagang mempengaruhi pengambilan keputusan petani atau pedagang. Petani dan pedagang dengan banyak pengalaman cenderung cepat mengambil keputusan, karena telah memiliki pengetahuan lebih banyak tentang resiko atas keputusannya. Sebaliknya, petani dan pedagang dengan sedikit pengalaman cenderung lambat dalam mengambil keputusan dikarenakan kurang memiliki pengetahuan tentang resiko atas keputusannya.

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan penyaluran hasil produksi dari tingkat produsen ke tingkat konsumen. Secara khusus pemasaran didefinisikan sebagai aliran produk secara fisik dan ekonomis dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Penyaluran barang dari produsen ke konsumen akhir disebut saluran pemasaran.

Kelembagaan pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru adalah individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditinya dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan individu lainnya. Kelembagaan pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi kepada konsumen akhir. Tugas kelembagaan pemasaran ini menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan konsumen semaksimal mungkin, kemudian konsumen memberikan balas jasa

kepada lembaga pemasaran berupa keuntungan (margin pemasaran).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka kelembagaan pemasaran yang terlibat di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dalam menyalurkan komoditi Cabai Merah Keriting dari produsen ke konsumen terdiri atas :

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan pedagang yang membeli Cabai Merah Keriting langsung dari petani di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi sebagai produsen. Hasil pembelian tersebut dikumpulkan dan dijual kembali kepada pedagang pengecer. Pedagang pengecer nantinya akan menjual kepada konsumen.

2. Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli Cabai merah Keriting dari pedagang pengumpul untuk mengurangi biaya transportasi. Selain itu, pedagang pengecer juga bisa langsung membeli ke petani di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi tanpa melalui pedagang pengumpul dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih banyak.

Penelitian yang telah dilakukan terdapat 2 saluran pemasaran di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

Saluran I

Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran II

Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen

Keterangan

Saluran 1 : Petani menjual Cabai Merah Keriting ke pedagang pengumpul, pedagang menjual ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual ke konsumen.

Saluran 2 : Petani menjual Cabai Merah Keriting ke pedagang pengecer dan pedagang menjual ke konsumen.

Saluran I petani menjual ke pedagang pengumpul dengan harga 17.000/kg. Pedagang pengumpul membeli langsung dari petani kemudian pedagang pengumpul menjual kembali ke pedagang pengecer dengan harga 19.000/kg. Selanjutnya, pedagang pengecer menjual kepada konsumen di pasar dengan harga

23.000/kg. Saluran II petani menjual langsung ke pedagang pengecer dengan harga 18.000/kg. Kemudian pedagang pengecer menjual langsung pada konsumen dengan harga 20.000/kg.

Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin banyak biaya yang dikeluarkan dan mengakibatkan semakin mahal harga produk yang diterima konsumen. Dalam saluran pemasaran produk yang harus sampai ke tangan konsumen dengan efektif dan efisien. Dikarenakan konsumen menginginkan produk Cabai Merah Keriting dalam keadaan segar (*fresh*), sehingga proses penyimpanan yang lama akan merugikan pedagang karena produk mulai rusak. Volume penjualan dan harga yang berlaku pada saluran I terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku Pada Saluran I, 2013

No.	Uraian	Volume Penjualan (kg)	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)
1.	Petani	6.507,5	-	17.000
2.	Pedagang Pengumpul	6.507,5	17.000	19.000
3.	Pedagang Pengecer	4.725,00	19.000	23.000
4.	Konsumen	-	23.000	-

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

Berdasarkan volume penjualan dan harga yang berlaku pada saluran I pedagang pengumpul lebih banyak mendapatkan keuntungan dengan volume penjualan 6.507,5/kg dengan harga beli dari petani Rp 17.000/kg, kemudian menjual dengan harga Rp 19.000/kg, hal ini dikarenakan pedagang pengumpul membeli langsung dari petani.

Pada saluran II aliran barang dari petani ke konsumen relatif pendek, hal ini dikarenakan pedagang pengecer membeli langsung Cabai Merah Keriting dari petani. Akibatnya, tidak ada pedagang pengumpul yang terlibat pada saluran ini. Volume penjualan dan harga yang berlaku di saluran II terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku Pada Saluran II, 2013

No.	Uraian	Volume Penjualan (kg)	Harga Beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/kg)
1.	Petani	3.650,00	-	18.000
2.	Pedagang Pengecer	3.650,00	18.000	20.000
3.	Konsumen	-	20.000	-

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

Tabel 2, volume penjualan dan harga yang berlaku pada saluran II. Volume penjualan pedagang pengecer dari harga beli dan harga jual lebih besar dibandingkan petani, dikarenakan pedagang pengumpul tidak terlibat langsung dalam saluran II, sehingga menguntungkan pedagang pengecer.

Menurut Kotler (2006), produsen dan konsumen memang bagian utama dari saluran pemasaran. Perlu diketahui jumlah perantara produk hingga sampai ke konsumen sehingga dapat ditentukan tingkat salurannya. Ada dua jenis saluran pemasaran yaitu, saluran pemasaran konsumen yang melibatkan saluran pemasaran yang sederhana tidak panjang dan saluran pemasaran industri yang lebih kompleks. Sedikit gambaran mengenai saluran pemasaran industri yakni adanya peran pedagang makelar, agen distributor wilayah, agen distributor area, serta terdapat pedagang grosir pada masing-masing area. Bahkan pada saluran ini tidak lazim jika tidak adanya campur tangan pedagang eksportir di dalamnya.

Berdasarkan uraian di atas, saluran pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa

Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi termasuk jenis saluran pemasaran konsumen, karena saluran pemasaran tersebut tidak terlalu panjang dan masih sangat sederhana jika dibandingkan dengan saluran pemasaran industri. Ada beberapa hal yang mendorong petani cabai merah keriting mendelegasikan sebagian tugas kepada pedagang perantara, karena petani justru mendapatkan keuntungan dari keputusan tersebut diantaranya, petani tidak memiliki sumberdaya keuangan untuk melakukan pemasaran langsung sehingga bisa fokus ke produksi, petani tidak perlu mengeluarkan biaya untuk pemasaran produknya dan petani tidak perlu menghabiskan waktu dengan menjual cabai merah keriting secara eceran langsung ke konsumen.

Biaya pemasaran ialah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir. Besar kecilnya biaya pemasaran untuk hasil-hasil pertanian tergantung dari besar kecilnya kegiatan-kegiatan kelembagaan pemasaran dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses pergerakan barang tersebut.

Dalam pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi mencakup sejumlah pengeluaran, yang dilakukan untuk keperluan pelaksanaan berhubungan dengan penjualan Cabai Merah Keriting dari petani maupun dari pedagang ke konsumen, masing-masing saluran pemasaran memerlukan biaya tertentu meliputi biaya tenaga kerja, pengepakan, sortir, dan biaya transportasi. Data biaya pemasaran cabai merah

Tabel 3. Biaya Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2013

No	Uraian Biaya	Saluran 1		Saluran 2	
		Biaya Pemasaran (Rp)		Biaya Pemasaran (Rp)	
		Pedagang Pengumpul	Pedagang Pengecer	Pedagang Pengumpul	Pedagang Pengecer
1.	Biaya Tenaga Kerja	195,97	241,26	-	256,84
2.	Biaya Transportasi	107,57	-	-	147,26
3.	Biaya Pengepakan	95,28	134,92	-	134,93
4.	Biaya Sortir	-	135,97	-	-
	Sub. Total	398,82	512,15	-	539,03
	Total				1.450

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi terlihat pada Tabel 3.

Biaya pemasaran pada saluran I lebih besar dibandingkan dengan biaya pemasaran saluran II. Biaya pemasaran saluran I ditingkat pedagang pengumpul sebesar 398,82 dan ditingkat pedagang pengecer 512,15, sehingga total pada pemasaran saluran I sebesar 910,97. Biaya pemasaran pada saluran II ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 539,03 tanpa keterlibatan pedagang pengumpul, sehingga total biaya pemasaran pada saluran II sebesar 1.450.

Dillon (2008) menyatakan bahwa semakin banyak kelembagaan tataniaga yang terlibat dalam pemasaran suatu produk (atau dapat disebut semakin panjang saluran tataniaga), akan dapat diperkirakan akan semakin tinggi biaya pemasaran komoditi tersebut. Mengakibatkan semua kelembagaan tataniaga yang terlibat tersebut akan mengambil balas jasa berupa keuntungan (profit) dari kegiatan tataniaga yang dilakukan, dan biaya ini akan dibebankan kepada konsumen akhir.

Berdasarkan uraian dan mengacu pada

literatur di atas, pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi pada masing-masing saluran pemasaran masih memerlukan biaya yang relatif rendah. Jarak antara produsen pada pusat produksi meskipun tidak terlalu jauh dari tempat konsumen terutama di Kota Palu, menyebabkan petani tidak bertransaksi langsung dengan konsumen akhir. Oleh karena itu, pedagang pengumpul mendatangi langsung petani bahkan terkadang pedagang pengecer juga demikian. Besar kecilnya biaya pemasaran Cabai Merah Keriting menjadi tanggung jawab kelembagaan pemasaran tergantung dari banyaknya kelembagaan pemasaran tersebut melakukan kegiatan fungsi-fungsi pemasaran, dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam proses tersebut.

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir atau selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian. Margin pemasaran juga merupakan selisih antara harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima petani (produsen) atau biaya dari balas jasa-jasa

Tabel 4. Margin Pemasaran Cabai Merah Keriting Pada Saluran 1 di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2013.

No.	Uraian	Harga(Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin(Rp/kg)
1.	Harga Penjualan Petani	17.000		
2.	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Pembelian	17.000		
	b. Biaya Pemasaran			
	- Biaya Tenaga Kerja		195,94	
	- Biaya Transportasi		107,57	
	- Biaya Pengemasan		95,28	
	Jumlah Biaya		398,78	
	c. Harga Penjualan	19.000		2.000
	Keuntungan	1.601,22		
3.	Pedagang Pengecer			
	a. Harga Pembelian	19.000		
	b. Biaya Pemasaran			
	- Biaya Tenaga Kerja		241,26	
	- Biaya Sortir		134,92	
	- Biaya Pengemasan		135,97	
	Jumlah Biaya		512,15	
	c. Harga Penjualan	23.000		4.000
	Keuntungan		3.487,85	
	Total Margin		$M_1 + M_2$	6.000

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

pemasaran. Harga yang dibayar konsumen akhir merupakan harga di tingkat pedagang pengecer. Perhitungan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui aliran biaya pada setiap kelembagaan yang terlibat dalam proses pemasaran. Untuk menghitung margin pemasaran pada saluran I digunakan rumus persamaan (02) sebagai berikut :

- a. Pedagang Pengumpul
 - = Rp 19.000/kg – Rp 17.000/kg
 - = Rp 2000/kg
 - b. Pedagang Pengecer
 - = Rp 23.000/kg – Rp 19.000/ kg
 - = Rp 4000/kg
- Margin Total, MT =Rp 2.000/kg + Rp 4.000/kg
= Rp 6.000/kg

Margin pemasaran ialah salah satu yang menentukan keputusan dalam hal penetapan harga Cabai Merah Keriting. Pada saat petani di Sidera memilih memasarkan langsung ke pasar besar pasti harganya pun tinggi karena ada nilai eksklusif. Berbeda ketika petani memasarkan di tempat massal pasti harganya pun murah. Margin pemasaran tersebut diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proporsional bagi petani dan kelembagaan pemasaran cabai merah keriting sesuai dengan biaya, resiko, pengorbanan dan pelayanan yang ditanggungnya. Data margin pemasaran cabai merah keriting ditanggungnya. Data margin pemasaran cabai merah keriting pada saluran I di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru terlihat pada Tabel 4.

Margin pemasaran menunjukkan bahwa pada saluran I, harga penjualan atau pembelian pedagang pengumpul sebesar Rp. 17.000/kg dan harga penjualan pedagang pengumpul sebesar Rp. 19.000/kg, sehingga margin pemasaran yang diterima di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.000/kg, biaya pemasaran di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 398,78/kg. Dengan demikian, keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.601,22/kg. Selanjutnya, harga pembelian pedagang pengecer sebesar Rp. 19.000/kg dan harga penjualan pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp. 23.000/kg, sehingga margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 4.000/kg. Biaya pemasaran di tingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 512,15/kg.

Dengan demikian keuntungan ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 3.487,85/kg. Margin Total dari petani ke konsumen pada saluran I sebesar Rp. 6.000/kg.

Margin total pemasaran pada saluran II relatif lebih kecil, karena pedagang pengecer membeli cabai merah keriting langsung dari petani. Untuk menghitung margin pemasaran pada saluran II digunakan rumus persamaan (02) sebagai berikut :

- Pedagang pengecer
- = Rp. 20.000/kg – Rp. 18.000/kg
 - = Rp. 2.000/kg
- Margin Total, MT = Rp. 2.000/kg.

Data margin pemasaran cabai merah keriting pada saluran II di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dapat dilihat pada Tabel 5.

Margin pemasaran pada saluran II, menunjukkan harga penjualan petani atau harga pembelian pedagang pengecer sebesar Rp. 18.000/kg dan harga penjualan pedagang pengecer sebesar Rp. 20.000/kg, sehingga margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp. 2.000/kg. Maka Margin Total dari petani ke konsumen sebesar Rp. 2.000/kg.

Berdasarkan Tabel 4 dan 5, bahwa margin pemasaran cabai merah keriting yang merupakan suatu proses penambahan nilai atau kepuasan kepada produk cabai merah keriting dengan mengalihkan produk tersebut dari produsen ke pedagang perantara, dan akhirnya ke konsumen akhir, dapat diketahui bahwa bagian harga yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran.

Untuk mengetahui efisiensi tataniaga pemasaran cabai merah keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi pada masing-masing saluran pemasaran, digunakan rumus persamaan (04) sebagai berikut :

- a. Saluran I
 - Pedagang pengumpul
 - = Rp 17.000 / Rp 19.000 x 100%
 - = 89,47 %
 - Pedagang pengecer
 - = Rp 19.000 / 23.000 x 100%
 - = 82,60 %
- b. Saluran II

Tabel 5. Margin Pemasaran Cabai Merah Keriting Pada Saluran 2 di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2013.

No.	Uraian	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/kg)	Margin (Rp/kg)
1.	Harga Penjualan Petani	18.000		
2.	Pedagang Pengecer			
a.	Harga Pembelian	18.000		
b.	Biaya Pemasaran			
	- Biaya Tenaga Kerja		256,84	
	- Biaya Transportasi		147,26	
	- Biaya Pengemasan		134,93	
	Jumlah Biaya		539,03	
c.	Harga Penjualan	20.000		2.000
	Keuntungan		1.690,27	

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

Pedagang pengecer
 = Rp 18.000 / Rp 20.000 x 100
 = 90 %

Kegiatan pemasaran berperan menghubungkan produsen dengan konsumen. Pemasaran yang efisien mutlak diperlukan untuk menciptakan harga yang rendah. Efisiensi pemasaran juga sangat dipengaruhi oleh efisiensi sistem transportasi yang menghubungkan lokasi produsen dan konsumen, karena biaya transportasi akan mempengaruhi harga penawaran. Sistem pemasaran komoditas pertanian yang tidak efisien, seperti yang terjadi pada hampir semua daerah produksi pertanian, menyebabkan posisi petani yang kurang menguntungkan. Semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasaran. Data efisiensi pemasaran Cabai Merah Keriting pada saluran II di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi terlihat pada Tabel 6.

Efisiensi pemasaran pada saluran I untuk tingkat pedagang pengumpul sebesar 89,47%. Saluran II langsung ke pedagang pengecer sebesar 90%. Artinya, saluran II lebih besar daripada saluran I. Karena, bagian harga yang diterima petani melalui saluran II lebih besar daripada saluran I. Jadi saluran II lebih efisien dari saluran I.

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

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, 2013

No.	Saluran Pemasaran	Harga di Tingkat Penjual (Rp/kg)	Harga di Tingkat Pembeli (Rp/kg)	Efisiensi (%)
1.	Saluran 1, Petani– Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen	17.000	19.000	89,47
2.	Saluran 2, Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen	18.000	20.000	90

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2013.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

Saluran pemasaran cabai merah keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi terdiri atas dua saluran, yaitu : saluran I (petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen) dan saluran II (petani – pedagang pengecer – konsumen). Margin pemasaran pada saluran I = Rp 6.000 sedangkan margin pemasaran pada saluran II =Rp 2.000

Bagian harga yang diterima petani pada masing-masing saluran pemasaran adalah pada saluran I sebesar 89,47%, dan pada saluran II sebesar 90% dan Pemasaran pada saluran II lebih efisien daripada saluran I, karena bagian harga yang diterima petani di saluran II lebih besar daripada saluran I.

Saran

Untuk mendapatkan keuntungan pemasaran yang lebih besar petani disarankan agar pada kondisi yang sama menyalurkan hasil panennya menggunakan saluran II, karena pada saluran ini lebih efisien dibandingkan saluran I, sehingga dengan memperpendek rantai pemasaran memberi peluang peningkatan harga ditingkat petani.

DAFTAR PUSTAKA

Arinong, A.R., dan Edi Kadir, 2008. *Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Kakao di Desa Timbuseng, Kecamatan Pattalassang, Kabupaten Gowa.* *Jurnal Agribisnis*, Vol. 4 No. 2. Sekolah Tinggi Penyuluhan Pertanian (STTP) Gowa.

Dillon. H.S, 2008. *Manajemen Distribusi Produk-produk Agroindustri*, percetakan TI-ITS, Jakarta.

Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, (terjemahan Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli AK), Edisi Revisi, PT. Ikrar Mandiriabadi, Jakarta

Riduwan, 2005. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfa Beta. Bandung.

Sisfahyuni, Ludin, Yantu. M. R, 2008. *Efisiensi Tataniaga Komoditi Kakao Biji Asal Kabupaten Parigi Moutong Propinsi Sulawesi Tengah*. *Jurnal Agrisains* 9 (3):150-159. Desember 2008. Fakultas Pertanian Universitas Tadulako. Palu, ISSN : 1412-3657.

Sobirin, 2009. *Efisiensi Pemasaran Pepaya di Kecamatan Subang Kabupaten Bayumas*. [Http://www.deptan.go.id](http://www.deptan.go.id)

Yantu, M.R. 2007. *Peranan Sektor Pertanian Dalam Perekonomian Wilayah Sulawesi Tengah*. *Jurnal agroland* 14 (1) : 31-37. Maret 2007.

Yantu, M.R., 2012 *Makroekonometrik Wilayah Sulawesi Tengah Berbasis Agribisnis*. Makalah Kuliah Umum Program Manajemen Untad, 06 Februari 2012.