

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI KELURAHAN BANTURUNG KECAMATAN KOTA BATU KOTA PALANGKA RAYA

¹Naomi Noer Fadilah Amri, ²Maleha

¹Alumnus Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya,

²Staf Pengajar Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Palangka Raya
email: malehaplk@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis margin, biaya, keuntungan dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. Penulisan ini untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dari pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. Penelitian ini terhitung dari bulan November 2020 sampai Juni 2021 dan sampel petani yang diambil sebanyak 9 orang, sampel pedagang diambil menggunakan sistem *snowball* atau mengikuti alur dari pemasaran cabai rawit, hingga didapat pedagang pengumpul 7 orang dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Metode penelitian ini menggunakan metode sensus. Jenis data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui pengamatan langsung dan wawancara dengan responden sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait dengan penelitian. Pengolahan dan analisis data menggunakan data kualitatif diolah dengan cara deskriptif yaitu hasil pengamatan di lapangan diuraikan dalam bentuk kalimat dan data kuantitatif dilakukan dengan bantuan alat hitung atau komputer perangkat lunak microsoft excel dengan perhitungan disesuaikan dengan alat analisis yang digunakan. Diketahui bahwa terdapat 3 saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, terdapat 2 lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Rata-rata fungsi yang dilakukan yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas. Total margin pada saluran I sebesar Rp 0/Kg cabai rawit hijau atau merah. Pada saluran II total margin cabai hijau sebesar Rp 11.000/Kg dan cabai rawit merah sebesar Rp 10.000/Kg. Total margin pada saluran III yaitu cabai rawit hijau sebesar Rp 20.000/Kg dan cabai rawit merah sebesar Rp 35.0000/Kg. efisiensi pada saluran I cabai rawit hijau dan merah sebesar Rp 0,00%, pada saluran II cabai rawit hijau sebesar 12,79% dan cabai rawit merah 10,52% dan pada saluran III cabai rawit hijau sebesar 21,05% dan cabai rawit merah sebesar 31,81%. Bagian yang diterima petani pada saluran I yaitu cabai rawit hijau dan merah sebesar 100,00%, pada saluran II cabai rawit hijau sebesar 87,20% dan cabai rawit merah sebesar 89,47%, pada saluran III cabai rawit hijau sebesar 78,94% dan cabai rawit merah sebesar 68,18%. Dapat disimpulkan bahwa ketiga saluran pemasaran efisien sebab lebih dari 40,00% bagian yang diterima petani dan saluran yang paling efisien yaitu saluran I.

Kata kunci: Cabai Rawit, Pemasaran, Efisiensi, Bagian Petani

ABSTRACT

This research was conducted to analyze the margins, costs, profits and marketing efficiency of cayenne pepper in Banturung Village Bukit Batu District Palangka Raya City. This writing is to determine the Farmer's share from the marketing of cayenne pepper in Banturung Village Bukit Batu District Palangka Raya City. This research is counted from November 2020 to June 2021 and samples of farmers were taken as many as 9 people, samples of traders were taken using the snowball system or following the flow of cayenne pepper marketing, until 7 traders were collected and 2 retailers were obtained. This research method using census method. This types of data used in this study include primary data and secondary data. Primary data were obtained from direct observation and interviews with respondents, while secondary data were obtained from agencies related to research. Processing and data analysis using qualitative data is processed in a descriptive way, namely the results of observations in the field are described in the form of sentences and quantitative data is carried out with the help of calculating tools or microsoft excel software computers with calculations adjusted to the tools analysis used. It's known that there are 3 marketing channels for cayenne pepper in Banturung Village Bukit Batu District Palangka Raya City, there are 2 marketing agencies, namely collectors and retailers. The average function performed is the exchange function, physical function and facility function. The total margin in channel I is Rp 0/Kg of green or red cayenne pepper. In channel II the total margin for green cayenne pepper is Rp 11.000/Kg and red cayenne pepper is Rp 10.000/Kg. The total margin in channel III is green chilies of Rp 20.000/Kg and red chilies of Rp 35.000/Kg. Marketing efficiency I on green and red cayenne pepper is 100,00%, in channel II green cayenne pepper is 87,20% and red cayenne pepper is 89,47%, in channel III green cayenne pepper is 78,94% and red cayenne pepper by 68,18%. It can be concluded that the three marketing channels are said to be efficient because more than 40,00% of the share received by farmers and the most efficient channel is in channel I and the share received by farmers occurs in channel I.

Keywords: Cayenne Pepper, Marketing Efficiency, Farmer's Share

PENDAHULUAN

Cabai merupakan salah satu komoditas hortikultura yang banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia, karena memiliki harga jual yang tinggi dan memiliki beberapa manfaat kesehatan. Selain sebagai bumbu masak, cabai juga digunakan sebagai bahan campuran industri makanan dan untuk peternakan (Setiadi, 2006). Usahatani cabai masih sangat menguntungkan bagi masyarakat Indonesia

disebabkan kebutuhan yang terus meningkat, tercatat pada kisaran 3 kg/kapita/tahun. Apabila jumlah penduduk Indonesia sebanyak 250 juta, berarti pertahunnya dibutuhkan sebanyak 750.000 ton (Warisno, 2010). Menurut Tjahjadi (1991), ada 12 jenis cabai yang paling banyak dibudidayakan salah satunya yaitu cabai rawit.

Cabai rawit dibutuhkan oleh semua kalangan, karenanya cabai rawit menjadi usahatani yang banyak dikembangkan

termasuk dengan petani di Kota Palangka Raya. Luas panen, produksi dan produktivitas cabai rawit di Kota Palangka

Raya berdasarkan kecamatan tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Cabai Rawit Berdasarkan Kecamatan di Kota Palangka Raya Tahun 2019

| No. | Kecamatan | Produksi (Ton) | Luas Panen (Ha) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----------|-------------------|----------------|-----------------|------------------------|
| 1 | Pahandut | 34,10 | 12 | 2,84 |
| 2 | Sebangau | 23,80 | 12 | 1,98 |
| 3 | Jekan Raya | 17,20 | 5 | 3,44 |
| 4 | Bukit Batu | 114,30 | 14 | 8,16 |
| 5 | Rakumpit | 2,90 | 4 | 0,72 |
| Total | Palangka Raya | 192,30 | 47 | 4,09 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa produksi cabai rawit di Kota Palangka Raya sebesar 192,30 ton dengan luas lahan 47 hektar. Pada setiap kecamatan memiliki produksi yang berbeda-beda, luasan panen dan produksi tertinggi cabai rawit terletak di Kecamatan Bukit Batu dengan 14 hektar dan produksi sebesar 114,30 ton dengan produktivitas sebesar 8,16 ton/ha. Dapat disimpulkan bahwasanya di Kecamatan Bukit Batu pada

tahun 2019 masih mendominasi dalam penyumbang produksi cabai rawit terbesar di Kota Palangka Raya, yang artinya petani di Kecamatan Bukit Batu masih antusias dalam mengusahakan tanaman cabai rawit meskipun banyak resiko dalam usahatannya. Perkembangan luas panen dan produksi cabai rawit di Kecamatan Bukit Batu dari tahun 2017-2019 dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Perkembangan Luas Panen dan Produksi Cabai Rawit di Kecamatan Bukit Batu Tahun 2017-2019

| No. | Tahun | Produksi (Ton) | Luas Panen (Ha) |
|-----|-------|----------------|-----------------|
| 1 | 2017 | 3,0 | 13 |
| 2 | 2018 | 7,8 | 13 |
| 3 | 2019 | 114,3 | 14 |

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, 2020

Berdasarkan pada Tabel 1.2. dapat dilihat bahwasanya perkembangan cabai rawit di Kecamatan Bukit Batu cenderung mengalami peningkatan dari segi produksi maupun luasan panennya. Hal ini dapat disebabkan karena tanaman cabai rawit merupakan tanaman yang permintaannya cukup banyak di pasar sehingga petani ingin terus mengusahakan tanaman cabai rawit. Kelurahan Banturung merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Bukit Batu yang petaninya masih aktif dalam berusahatani

cabai rawit. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan petani bahwa di Kelurahan Banturung permintaan akan komoditas cabai rawit masih tinggi, bahkan setiap panen selalu habis terjual ataupun diambil oleh pedagang yang datang langsung ke petani. Meskipun budidaya cabai rawit cukup sulit dikarenakan penyakit tanaman ini cukup banyak, namun ada petani yang mampu berusahatani sampai menghasilkan/panen di Kelurahan Banturung.

Usahatani cabai rawit tidak terlepas dari adanya proses pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses dan manajerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai konsumen (Agustina, 2011). Menurut Stanton (2012), pemasaran meliputi keseluruhan sistem yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujuan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.

Salah satu faktor yang mempengaruhi suatu pemasaran produk pertanian yaitu saluran pemasaran. Saluran pemasaran menurut Prayitno (2012), adalah rangkaian dari lembaga pemasaran yang saling terkait yang berfungsi mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen atau ke industri pengolahan. Menurut Ivoni (2017), suatu pemasaran yang baik yaitu lembaga yang terlibat di dalam sebuah proses penyampaian produk ke konsumen tidak terlalu panjang, semakin panjang rantai pemasaran maka semakin tidak efisien dan dapat berakibat terhadap harga produk tersebut.

Agar cabai rawit di Kelurahan Banturung dapat sampai kepada konsumen maka diperlukan peran pemasaran. Para petani di Kelurahan Banturung memiliki ketergantungan dengan pihak pedagang pengumpul. Hal ini terjadi dikarenakan petanimerlukan modal yang besar dalam penyewaan alat transportasi untuk mendistribusikan cabai rawit langsung ke pasar. Kondisi ini melemahkan posisi tawar petani dalam penetapan harga yang dimanfaatkan oleh pedagang pengumpul untuk menetapkan harga secara sepihak, dikarenakan petani juga harus menjual

cabai rawit ini secara keseluruhan di pedagang pengumpul untuk mengatasi pembusukan pada cabai rawit. Pemasaran cabai rawit tidak terlepas dari adanya sistem pemasaran seperti adanya lembaga pemasaran. Sistem pemasaran tersebut diharapkan efisien karena sistem pemasaran dapat mempengaruhi pendapatan dan kepuasan tiap lembaga pemasaran yang terlibat. Petani melibatkan beberapa lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga para petani cabai rawit diharapkan dapat memperoleh bagian harga yang memadai bagi peningkatan usahatani.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui saluran dan lembaga yang terlibat dalam cabai rawit serta fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan dalam pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, menganalisis margin, biaya, keuntungan dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya serta untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dari pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Banturung, Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya dengan objek penelitian adalah petani cabai rawit. Penentuan tempat penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Bukit Batu merupakan daerah sentra produksi cabai rawit, dan menyumbang produksi tertinggi di Kota Palangka Raya pada tahun 2019, dan di Kelurahan Banturung terdapat petani yang aktif mengusahakan cabai rawit dan pedagang yang melakukan pemasaran cabai rawit.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode sensus, untuk memperoleh ataumengumpulkan data informasi tentang populasi mulai dari pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Menurut Sugiyono (2008), populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Kriteria populasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu petani yang melakukan usahatani cabai rawit di lokasi penelitian, yaitu Kelurahan Banturung, Kecamatan Bukit Batu, Kota Palangka Raya. Jumlah populasi petani cabai rawit di Kelurahan Banturung yaitu 9 orang. Sampel pedagang menggunakan *Snowball Sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengikuti alur pemasaran yang dilalui dari petani/produsen dan lembaga pemasaran yang terkait sampai kepada konsumen akhir. Dari observasi yang dilakukan di lapangan terdapat 7 pedagang pengumpul dan 2 pedagang pengecer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran dan Lembaga Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan arus barang atau produk yang dipengaruhi suatu organisasi yang saling bergantung untuk menciptakan produk maupun jasa yang akan dikonsumsi oleh konsumen (Kotler, 2008). Saluran pemasaran berguna untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, terdapat 3 saluran pemasaran cabai rawit.

- 1) Petani → Konsumen
- 2) Petani → Pedagang Pengumpul → Konsumen
- 3) Petani → Pedagang Pengumpul → Pedagang Pengecer → Konsumen

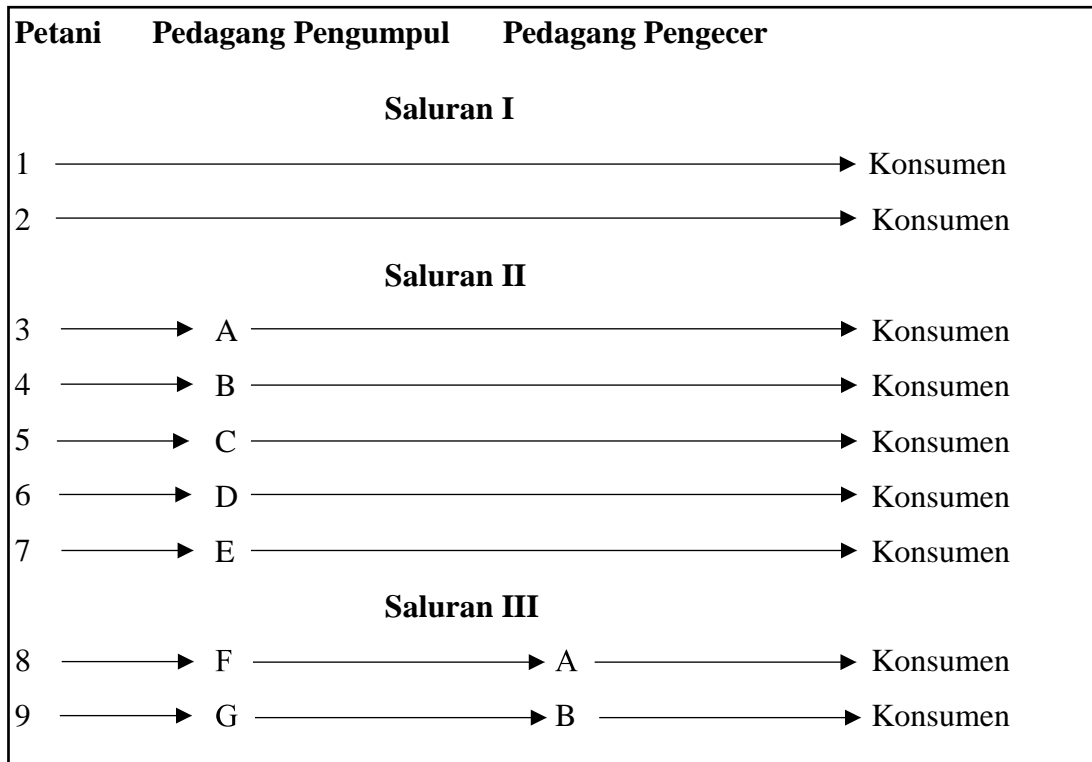
Saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu pada saluran pemasaran I petani langsung menjual hasil

panennya ke konsumen. Pada pemasaran II petani menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul lalu pedagang pengumpul menjualnya ke konsumen. Pada saluran pemasaran III petani menjual hasil panennya ke pedagang pengumpul, lalu pedagang pengumpul menjualnya ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer menjual ke konsumen.

Lembaga pemasaran adalah orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya yaitu pada saluran pemasaran I, tidak ada lembaga yang terlibat, petani langsung menjual hasil panennya ke konsumen. Pada saluran pemasaran II, lembaga yang terlibat yaitu pedagang pengumpul dan pada saluran pemasaran III lembaga yang terlibat di dalam proses penyampaian cabai rawit dari petani sampai ke konsumen yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan bahwa petani yang menggunakan saluran pemasaran I sebanyak 2 orang, pada saluran pemasaran II petani sebanyak 5 orang dan pedagang pengumpul sebanyak 5

orang, saluran pemasaran III petani sebanyak 2 orang, pedagang pengumpul 2 orang dan pedagang pengecer 2 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1. Saluran Cabai Rawit dari Petani Sampai Konsumen Berdasarkan Sampel Penelitian

Analisis Margin, Biaya, Keuntungan dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit

Berdasarkan hasil penelitian pemasaran cabai rawit yang telah dilaksanakan di Kelurahan Banturung

Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, maka rata-rata besarnya margin, biaya dan keuntungan dari pemasaran cabai rawit dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Rata-rata Margin, Biaya, Keuntungan Pemasaran Cabai Rawit di Kelurahan Banturung, 2021

| No. | Uraian | Saluran Pemasaran | | |
|-----|---------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
| | | Saluran I (Rp/Kg) | Saluran II (Rp/Kg) | Saluran III (Rp/Kg) |
| 1. | Petani | | | |
| | a. Harga Jual Cabai Rawit | | | |
| | - Cabai Hijau | 80.000 | 75.000 | 0 |
| | - Cabai Merah | 90.000 | 85.000 | 0 |
| | - Campuran | | | 75.000 |
| | b. Biaya Pemasaran | | | |
| | - Biaya Sortasi | 600 | 462 | 0 |
| | - Biaya Transportasi | 960 | 0 | 0 |

| | | | | |
|----|-----------------------------------|--------|--------|---------|
| | - Biaya plastik (setelah panen) | 0 | 200 | 200 |
| | - Biaya Plastik (untuk penjualan) | 200 | 0 | 0 |
| | - Biaya Tempat | 48 | 0 | 0 |
| | - Biaya Penyimpanan | 120 | 0 | 0 |
| | - Biaya Penanggungan Resiko | 800 | 0 | 0 |
| | Total Biata Pemasaran | 2.728 | 662 | 200 |
| | c. Keuntungan Pemasaran | | | |
| | - Cabai Hijau | 77.272 | 74.338 | |
| | - Cabai Merah | 87.272 | 84.338 | |
| | - Campuran | | | 74.800 |
| 2. | Pedagang Pengumpul | | | |
| | a. Harga Beli Cabai Rawit | | | |
| | - Cabai Hijau | | 75.000 | |
| | - Cabai Merah | | 85.000 | |
| | - Campuran | | | 75.000 |
| | b. Biaya Pemasaran | | | |
| | - Biaya Sortasi | | | 468 |
| | - Biaya Transportasi | | 740 | 750 |
| | - Biaya Plastik (untuk penjualan) | | 200 | 200 |
| | - Biaya Tempat | | 37 | 37 |
| | - Biaya Penyimpanan | | 93 | 0 |
| | - Biaya Resiko | | 1.600 | 1.500 |
| | Total Biata Pemasaran | | 2.670 | 2.955 |
| | c. Harga Jual | | | |
| | - Cabai Hijau | | 86.000 | 85.000 |
| | - Cabai Merah | | 95.000 | 95.000 |
| | d. Keuntungan | | | |
| | - Cabai Hijau | | 8.330 | 7.045 |
| | - Cabai Merah | | 7.330 | 17.045 |
| | e. Margin Pemasaran | | | |
| | - Cabai Hijau | | 11.000 | 10.000 |
| | - Cabai Merah | | 10.000 | 20.000 |
| 3. | Pedagang Pengencer | | | |
| | a. Harga Beli Cabai Rawit | | | |
| | - Cabai Hijau | | | 85.000 |
| | - Cabai Merah | | | 95.000 |
| | b. Biaya Pemasaran | | | |
| | - Biaya Transportasi | | | 242 |
| | - Biaya Plastik (untuk penjualan) | | | 300 |
| | - Biaya Penyimpanan | | | 142 |
| | - Biaya Resiko | | | 1.800 |
| | Total Biata Pemasaran | | | 2.484 |
| | c. Harga Jual | | | |
| | - Cabai Hijau | | | 95.000 |
| | - Cabai Merah | | | 110.000 |
| | d. Keuntungan | | | |
| | - Cabai Hijau | | | 7.516 |
| | - Cabai Merah | | | 12.516 |

| | | | | |
|----|--|--------|--------|---------|
| | e. Margin Pemasaran | | | |
| | - Cabai Hijau | | | 10.000 |
| | - Cabai Merah | | | 15.000 |
| 4. | Konsumen | | | |
| | Harga di Tingkat Konsumen | | | |
| | - Cabai Hijau | 80.000 | 86.000 | 95.000 |
| | - Cabai Merah | 90.000 | 95.000 | 110.000 |
| | Total Margin di Tingkat Konsumen Akhir | | | |
| | - Cabai Hijau | 0 | 11.000 | 20.000 |
| | - Cabai Merah | 0 | 10.000 | 35.000 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat diketahui bahwa besarnya margin, biaya dan keuntungan pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya.

Bagian Petani (*Farmer's Share*)

Bagian hasil yang diterima oleh petani cabai rawit merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang ada ditingkat konsumen akhir. Besarnya bagian yang diterima oleh petani cabai rawit dapat dilihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Bagian yang diterima Petani Cabai Rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya, 2021

| Saluran Pemasaran | Grade | Harga Petani (Rp/Kg) | Harga Konsumen (Rp/Kg) | Farmer's Share (%) |
|-------------------|-------------------|----------------------|------------------------|--------------------|
| I | Cabai Rawit Hijau | 80.000 | 80.000 | 100,00 |
| | Cabai Rawit Merah | 90.000 | 90.000 | 100,00 |
| II | Cabai Rawit Hijau | 75.000 | 86.000 | 87,20 |
| | Cabai Rawit Merah | 85.000 | 95.000 | 89,47 |
| III | Cabai Rawit Hijau | 75.000 | 95.000 | 78,94 |
| | Cabai Rawit Merah | 75.000 | 110.000 | 68,18 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1.4. dapat disimpulkan bahwasannya ke tiga saluran pemasaran yang terjadi di Kelurahan Banturung semuanya efisien, dan saluran yang paling efisien adalah saluran pemasaran I yaitu cabai rawit hijau sebesar 100,00% dan cabai rawit merah sebesar 100,00%. Downey dan Erickson (1992) mengatakan bahwa pemasaran dapat dikatakan efisien apabila bagian yang diterima oleh petani sebesar 40,00% - 100,00%, dan dikatakan tidak efisien apabila $\leq 40,00\%$.

PENUTUP

Kesimpulan

- Saluran yang terjadi dalam pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya adalah sebagai berikut: saluran pemasaran I meliputi petani. Saluran pemasaran II meliputi petani dan pedagang pengumpul. Saluran pemasaran III meliputi petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.
- Margin, biaya, keuntungan dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya. Pada saluran pemasaran I, total margin pemasaran cabai rawit hijau maupun merah yaitu sebesar Rp 0/Kg, total biaya sebesar Rp 2.728/Kg, keuntungan pada saluran pemasaran I cabai rawit hijau sebesar Rp 77.272/Kg, cabai rawit merah sebesar Rp 87.272/Kg dan efisiensi
- pemasara pada saluran pemasaran I cabai rawit hijau dan merah sebesar 0,00%. Saluran pemasaran II, total margin cabai rawit hijau sebesar Rp 11.000/Kg cabai rawit merah sebesar Rp 10.000/Kg, total biaya sebesar Rp 3.332/Kg, keuntungan pemasaran ditingkat petani yaitu cabai rawit hijau sebesar Rp 74.338/Kg dan cabai rawit merah sebesar Rp 84.338, keuntungan ditingkat pedagang pengumpul yaitu cabai rawit hijau sebesar Rp 8.330/Kg, cabai rawit merah sebesar Rp 7.330/Kg dan efisiensi pemasaran cabai rawit hijau sebesar 12,79% dan cabai rawit merah sebesar 10,52%. Pada saluran pemasaran III, total margin cabai rawit hijau Rp 20.000/Kg dan cabai rawit merah sebesar Rp 35.000/Kg, total biaya sebesar 5.639/Kg, keuntungan ditingkat petani sebesar Rp 74.800/Kg, keuntungan ditingkat pedagang pengumpul cabai rawit hijau sebesar Rp 7.045/Kg dan cabai rawit merah sebesar Rp 17.045, keuntungan ditingkat pedagang pengecer yaitu cabai rawit hijau sebesar Rp 7.516/Kg, cabai rawit merah sebesar Rp 12.516/Kg dan efisiensi pemasaran yaitu cabai rawit hijau sebesar 21,05% dan cabai rawit merah sebesar 31,81%.

- Farmer's share* atau besarnya bagian yang diterima petani cabai rawit Kelurahan Banturung Kecamatan Bukit Batu Kota Palangka Raya yaitu pada saluran I cabai rawit hijau dan merah sebesar 100,00%, besarnya bagian yang

diterima pada saluran pemasaran II cabai rawit hijau sebesar 87,20% dan cabai rawit merah sebesar 89,47% dan besarnya bagian yang diterima petani pada saluran pemasaran III yaitu cabai rawit hijau sebesar 78,94% dan cabai rawit merah sebesar 68,18%. Saluran pemasaran cabai rawit di Kelurahan Banturung termasuk saluran yang masih dikatakan efisien karena melebihi 40,00% dan dikatakan tidak efisien jika kurang dari 40,00%, dan bagian petani yang paling tinggi terletak pada saluran pemasaran I, karena petani langsung menjual cabai rawit ke konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianus, Hia. 2020. Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Desa Cidatar Kecamatan Cisarupan, Kabupaten Garut. IPB. Bogor. Vol 10. No. 1.
- Agustina, S. 2011. Manajemen Pemasaran. Penerbit Tim UB Press. Malang.
- Anindita, R. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Badan Pusat Statistik. Kota Palangka Raya. 2020. Kota Palangka Raya dalam Angka 2020. Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya.
- Balai Penyuluhan Pertanian Kelurahan Banturung. 2020. Keadaan Geografis, Keadaan Penduduk dan Keadaan Tanah Menurut Kecamatan Bukit Batu Provinsi Kalimantan Tengah. Kota Palangka Raya.
- Downey, W., dan Erickson. 1992. Manajemen Agribisnis Edisi Kedua. Terjemahan Erlangga. Jakarta.
- Setiadi. 2006. Bertanam Cabai. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 1987. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian Teori dan Aplikasinya. Penerbit CV. Rajawali. Jakarta.
- _____. 1993. Manajemen Pemasaran dalam Bisnis Modern. Pustaka Harapan. Jakarta.
- _____. 1993. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Teori dan Aplikasi). PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. PT Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Stanton, W. J. 2012. Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sudarmanto. 2016. Pemasaran Bawang Merah. Delta Media. Surakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- _____. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Sumoprastowo. 2004. Memilih dan Menyimpan Sayur-Mayur, Buah-buahan dan Bahan Makanan. Bumi Aksara. Jakarta.
- Tjahjadi, N. 1991. Bertanam Cabai. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Warisman dan Kres, D. 2010. Peluang Usaha dan Budidaya Ccabai. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.