

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH  
DI DESA BORONGLOE KECAMATAN KELLARA  
KABUPATEN JENEPONTO**

**SYATRIANI SYAM  
105960156214**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH  
DI DESA BORONGLOE KECAMATAN KELARA  
KABUPATEN JENEPONTO**

**SYATRIANI SYAM**

**105960156214**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Strata Satu (S-1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe  
Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto

Nama : Syatriani Syam

Stambuk : 105960156214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Hj Nailah Husain, M.S.i**  
NIDN : 0029096102

**Andi Rahayu Anwar, SP., M.Si**  
NIDN : 0003067410

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis

**H. BURHANUDDIN, S.Pi., M.P**  
NIDN : 0912066901

**AMRUDDIN, S.Pt., M.Si**  
NIDN : 0922076902

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe  
Kecamatan Kelara KabupatenJeneponto

Nama :SyatrianiSyam

Stambuk :105960156214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program studi : Agribisnis

Fakultas :Pertanian

## KOMISI PENGUJI

Nama	TandaTangan
1. <u>Ir. HjNailah Husain, M.Si</u> <u>KetuaSidang</u>	_____
2. <u>AndiRahayu Anwar, S.P.,M.Si</u> <u>Sekretaris</u>	_____
3. <u>Dr .Sri Mardiyati, S.P.,M.P</u> <u>Anggota</u>	_____
4. <u>Rahmawati, S.Pi.,M.Si</u> <u>Anggota</u>	_____

**TanggalLulus** :.....

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang  
berjudul **Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah** di  
**Desa Borongloe Kecamatan Kearsa Kabupaten Jeneponto** adalah benar merupakan  
hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana  
pun. semua sumber data informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang  
diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain  
telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di  
bagian akhir skripsi.

Makassar, Mei 2018

Syatriani Syam  
105960156214

## ABSTRAK

**SYATRIANI SYAM. 105960156214.** Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto. Dibimbing oleh NAILAH HUSAIN dan RAHAYU ANWAR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani cabai merah sebanyak 130 orang yang dijadikan sampel petani dilakukan dengan cara sengaja (*Purposive sampling*), data diperoleh dari 13 orang petani cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Sementara untuk penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan *Snowball Sampling* yakni dengan menelusuri keseluruhan populasi dijadikan sampel yakni 9 orang yang terlibat dalam saluran pemasaran yaitu pedagang pengumpul sebanyak 2 orang, pedagang besar sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 5 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan rumus margin pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari 3 lembaga pemasaran. Saluran I yaitu (produsen-pedagang pengumpul-konsumen), saluran II yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen), saluran III yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen).

Berdasarkan jenis saluran pemasaran maka majinterbesardiantaratigasaluran pemasaran terdapat pada saluran ke III yakni Rp 14.000 ini karena semakin panjang lembaga pemasaran maka semakin besar margin pemasaran, semakin efisien saluran pemasaran maka semakin sedikit margin

**Kata kunci :** Cabai Merah, Saluran pemasaran, margin pemasaran, Pemasaran

## KATA PENGANTAR

Pujidansyukurpenulispanjatkankehadirat Allah SWT  
atasegalarahmatdanhidayah yang tiadahentidiberikankepadahamba-  
Nya.ShalawatdansalamtaklupapenuliskirimkankepadaRasulullah SAW  
besertaparakeuarga, sahabatdanparapengikutnya,  
sehinggapenulisdapatmenyelesaikanskripsi yang berjudul  
“AnalisisPemsaranKomoditiCabaiMerah di  
DesaBorongloeKecamatanKelaraaKabupatenJeneponto”.

Skripsiinimerupakantugasakhir yang  
diajukanuntukmemenuhisyaratdalammemperolehgelarSarjanaPertanianPadaFakult  
asPertanianUniversitasMuhammadiyah Makassar.

Penulismenyadaribahwapenyusunanskripsiinitidakakanterwujudtanpaadan  
yabantuandorongandariberbagaipihak.

Olehkarenaitupadakeempataninipenulismenyampaikanucapanterimakasihkepad  
a yang terhormat:

1. Ir. HjNailah Husain, M.Siselakupembimbing I danAndiRahayu Anwar, S.P.,  
M.Siselakupembimbing II yang  
senantiasameluangkanwaktuyamembimbingdanmengarahkanpenulis,  
sehinggaskripsidapatdiselesaikan.

2. Bapak H. Burhanuddin, S.Pi.,M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Amruddin, S.Pt., M.Sis selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
4. TeristimewakepadakeduaorangtuakuayahandaSabbaradanibundaMarintang  
Yang senantiasamencurahkan kasih sayang,  
membimbingdanmemberikandukunysertaselalumendoakaan yang  
terbaikuntukanaktercintanya. Taklupa pula  
saudaradansaudarisayakakandaSalnawati, Supardisyamdan Akbar Misba S.E  
danparasahabat yang  
telahmemberikanmotivasiuntukterusmajudanberusahamenjadi yang terbaik.
5. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang  
telah membekali segudang ilmu kepadapenulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa yang memantupenulis dalam menyelesaikan tugas akhir,  
semoga Allah yang mahapengasihlagimahapenyayang membalasnya.
7. Semuapihak yang telah membantupenyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang  
penulis tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semuapihak yang  
terkait dalam penulisan skripsi ini,  
semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang  
berarti bagipihak yang membutuhkan semoga Kristal-kristal Allah  
senantiasatercurahkepadanyaa, Amin.



Makassar, Mei 2018

SyatrianiSyam  
105960156214

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3

II. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 KomoditiCabaiMerah .....	5
2.2 Pemasaran .....	6
2.3 SaluranPemasaran .....	8
2.4 MarjinPemasaran .....	11
2.5 Harga.....	14
2.6PedagangPengumpul.....	15
2.7PedagangBesar .....	15
2.8 Fungsi-fungsiPemasaran .....	17
2.9 Kerangka Pemikiran.....	18
III. METODEPENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.6 Definisi Operasional .....	24
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	26
4.1 KondisiFisik Wilayah .....	26
4.2 KondisiDemografis.....	27
4.3 SaranadanPrasarana .....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
5.1 IdentitasResponden .....	32

5.2 Saluran pemasaran .....	37
5.3 Margin Pemasaran Cabai Merah.....	40
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
6.1 Kesimpulan .....	47
6.2 Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	50
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
1.	Luaspanen,produksiandanproduktivitasCabaiMerah di Kecamatan KelaraKabupatenJeneponto.....	2
2.	JumlahPendudukBerdasarkanJenisKelamin di DesaBorongloe KecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	27
3.	JumlahPendudukBerdasarkan Tingkat Umur di DesaBorongloe KecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	28
4.	JumlahPendudukBerdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa BorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	29
5.	JumlahPendudukBerdasarkan Mata Pencaharian di Desa BorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	30
6.	SaranadanPrasarana di DesaBorongloeKecamatanKelara KabupatenJeneponto .....	31
7.	JumlahPetaniCabaiMerahRespondenBerdasarkan Tingkat Umur diDesaBorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	32

8. Jumlah Responden Petani Cabai Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	33
9. Pengalaman Petani Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.....	34
10. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	36
11. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran I Cabai Besar di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	41
12. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran II Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	42
13. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran III Cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	44

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
1.	SaluranPemasaranMenurutKotler (2004).....	9
2.	KerangkaPemikiranMarjinPemasaranCabaiMerah.....	19
3.	SaluranDistribusiCabaiMerah di DesaBorongloeKecamatan KelaraKabupatenJeneponto.....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
	1. Koesioner Penelitian .....	51
	2. Peta Lokasi Penelitian .....	56
	3. Identitas Responden .....	57
	4. Identitas Responden pedagang pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer .....	58
	5. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer .....	59
	6. Dokumentasi Penelitian .....	61
	7. Surat Izin Penelitian .....	6

**ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH  
DI DESA BORONGLOE KECAMATAN KELARA  
KABUPATEN JENEPONTO**

**SYATRIANI SYAM**

**105960156214**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Strata Satu (S-1)

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
2018**



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe  
Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto

Nama : Syatriani Syam

Stambuk : 105960156214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Disetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

**Ir. Hj Nailah Husain, M.S.i**  
NIDN : 0029096102

**Andi Rahayu Anwar, SP., M.Si**  
NIDN : 0003067410

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis

**H. BURHANUDDIN, S.Pi., M.P**  
NIDN : 0912066901

**AMRUDDIN, S.Pt., M.Si**  
NIDN : 0922076902

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe  
Kecamatan Kelara KabupatenJenepono

Nama :SyatrianiSyam

Stambuk :105960156214

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program studi : Agribisnis

Fakultas :Pertanian

## KOMISI PENGUJI

Nama	TandaTangan
5. <u>Ir. HjNailah Husain, M.Si</u> <u>KetuaSidang</u>	_____
6. <u>AndiRahayu Anwar, S.P.,M.Si</u> <u>Sekretaris</u>	_____
7. <u>Dr .Sri Mardiyati, S.P.,M.P</u> <u>Anggota</u>	_____
8. <u>Rahmawati, S.Pi.,M.Si</u> <u>Anggota</u>	_____

**TanggalLulus** :.....

## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah** di **Desa Borongloe Kecamatan Kearsa Kabupaten Jeneponto** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. semua sumber data informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi.

Makassar, Mei 2018

Syatriani Syam  
105960156214

## ABSTRAK

**SYATRIANI SYAM. 105960156214.** Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto. Dibimbing oleh NAILAH HUSAIN dan RAHAYU ANWAR.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani cabai merah sebanyak 130 orang yang dijadikan sampel petani dilakukan dengan cara sengaja (*Purposive sampling*), data diperoleh dari 13 orang petani cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Sementara untuk penentuan sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan *Snowball Sampling* yakni dengan menelusuri keseluruhan populasi dijadikan sampel yakni 9 orang yang terlibat dalam saluran pemasaran yaitu pedagang pengumpul sebanyak 2 orang, pedagang besar sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 5 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan rumus margin pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran terdiri dari 3 lembaga pemasaran. Saluran I yaitu (produsen-pedagang pengumpul-konsumen), saluran II yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen), saluran III yaitu (produsen-pedagang pengumpul-pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen).

Berdasarkan jenis saluran pemasaran maka margin terbesar diantar tiga saluran pemasaran terdapat pada saluran ke III yakni Rp 14.000 ini karena semakin panjang lembaga pemasaran maka semakin besar margin pemasaran, semakin efisien saluran pemasaran maka semakin sedikit margin

**Kata kunci :** Cabai Merah, Saluran pemasaran, margin pemasaran, Pemasaran

## KATA PENGANTAR

Pujidansyukurpenulispanjatkankehadirat Allah SWT  
atasegalarahmatdanhidayah yang tiadahentidiberikankepadahamba-  
Nya.ShalawatdansalamtaklupapenuliskirimkankepadaRasulullah SAW  
besertaparakeuarga, sahabatdanparapengikutnya,  
sehinggapenulisdapatmenyelesaikanskripsi yang berjudul  
“AnalisisPemsaranKomoditiCabaiMerah di  
DesaBorongloeKecamatanKelaraaKabupatenJeneponto”.

Skripsiinimerupakantugasakhir yang  
diajukanuntukmemenuhisyaratdalammemperolehgelarSarjanaPertanianPadaFakult  
asPertanianUniversitasMuhammadiyah Makassar.

Penulismenyadaribahwapenyusunanskripsiinitidakakanterwujudtanpaadan  
yabantuandorongandariberbagaipihak.

Olehkarenaitupadakeempataninipenulismenyampaikanucapanterimakasihkepad  
a yang terhormat:

8. Ir. HjNailah Husain, M.Siselakupembimbing I danAndiRahayu Anwar, S.P.,  
M.Siselakupembimbing II yang  
senantiasameluangkanwaktuyamembimbingdanmengarahkanpenulis,  
sehinggaskripsidapatdiselesaikan.

9. Bapak H. Burhanuddin, S.Pi.,M.P selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar.
10. Bapak Amruddin, S.Pt., M.Sis selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar
11. TeristimewakepadakeduaorangtuakuayahandaSabbaradanibundaMarintang  
Yang senantiasamencurahkankasih saying,  
membimbingdanmemberikandukunyansertaselalumendoakaan yang  
terbaikuntukanaktercintanya. Taklupa pula  
saudaradansaudarisayakakandaSalnawati, Supardisyamdan Akbar Misba S.E  
danparasahabat yang  
telahmemberikanmotivasiuntukterusmajudanberusahamenjadi yang terbaik.
12. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis di  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar yang  
telah membekali segudang ilmu kepadapenulis.
13. Rekan-rekan mahasiswa yang memantupenulis dalam menyelesaikan tugas akhir,  
semoga Allah yang mahapengasihlagimahapenyayang membalasnya.
14. Semuapihak yang telah membantupenyusunan skripsi dari awal hingga akhir yang  
penulis tidak dapat disebut satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih kepada semuapihak yang  
terkait dalam penulisan skripsi ini,  
semoga karya tulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang  
berarti bagipihak yang membutuhkan semoga Kristal-kristal Allah  
senantiasatercurahkepadanyaa, Amin.

Makassar, Mei 2018

SyatrianiSyam  
105960156214

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
II. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3

II. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 KomoditiCabaiMerah .....	5
2.2 Pemasaran .....	6
2.3 SaluranPemasaran .....	8
2.4 MarjinPemasaran .....	11
2.5 Harga.....	14
2.6PedagangPengumpul.....	15
2.7PedagangBesar .....	15
2.8 Fungsi-fungsiPemasaran .....	17
2.9 Kerangka Pemikiran.....	18
III. METODEPENELITIAN.....	20
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	20
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	20
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	23
3.6 Definisi Operasional .....	24
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....	26
8.1 KondisiFisik Wilayah .....	26
8.2 KondisiDemografis.....	27
8.3 SaranadanPrasarana .....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
5.1 IdentitasResponden .....	32



5.2 Saluranpemasaran .....	37
5.3 MarjinPemasaranCabaiMerah.....	40
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	44
6.1 Kesimpulan .....	47
6.2 Saran .....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN.....	50
RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
14.	Luaspanen,produksiandanproduktivitasCabaiMerah di Kecamatan KelaraKabupatenJeneponto.....	2
15.	JumlahPendudukBerdasarkanJenisKelamin di DesaBorongloe KecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	27
16.	JumlahPendudukBerdasarkan Tingkat Umur di DesaBorongloe KecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	28
17.	JumlahPendudukBerdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa BorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	29
18.	JumlahPendudukBerdasarkan Mata Pencaharian di Desa BorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	30
19.	SaranadanPrasarana di DesaBorongloeKecamatanKelara KabupatenJeneponto .....	31
20.	JumlahPetaniCabaiMerahRespondenBerdasarkan Tingkat Umur diDesaBorongloeKecamatanKelaraKabupatenJeneponto.....	32

21. Jumlah Responden Petani Cabai Merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	33
22. Pengalaman Petani Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.....	34
23. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	36
24. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran I Cabai Besar di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	41
25. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran II Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	42
26. Marjin, biaya dan keuntungan pada lembaga saluran III Cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto .....	44

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
4.	SaluranPemasaranMenurutKotler (2004).....	9
5.	KerangkaPemikiranMarjinPemasaranCabaiMerah.....	19
6.	SaluranDistribusiCabaiMerah di DesaBorongloeKecamatan KelaraKabupatenJeneponto.....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Gambar</b>		<b>Halaman</b>
	<i>Teks</i>	
	8. Koesioner Penelitian .....	51
	9. Peta Lokasi Penelitian .....	56
	10. Identitas Responden .....	57
	11. Identitas Responden pedagang pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer .....	58
	12. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer .....	59
	13. Dokumentasi Penelitian .....	61
	14. Surat Izin Penelitian .....	6

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Cabai merah merupakan komoditi yang penting di Desa Borongloe Kecamatan Kelara. Salah satu sentra cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara, dimana cabai merah banyak di tanam di dataran rendah. Komoditi cabai perlu dipandang sebagai sumber pertumbuhan untuk dikembangkan dalam sistem agribisnis, karena mempunyai keterkaitan yang kuat baik di sektor industri hulu pertanian (*up stream agricultul*), mampu menciptakan nilai tambah proses produksi dan menyerap tenaga kerja melalui suatu aktivitas pertanian sekunder (*down stream agricultul*).

Selain itu cabai merah merupakan salah satu komoditi hortikultura yang memiliki fluktuasi dan sensitivitas harga yang cukup tinggi, terutama perubahan permintaan dan penawaran. Pada saat panen raya produksi cabai merah cenderung berlimpah dan pada saat paceklik produksi cabai merah berkurang sehingga berdampak pada fluktuasi harga yang sangat tajam. Dampak fluktuasi produksi dan harga itu sangat besar pengaruhnya terhadap margin dan pemasaran.

Saluran distribusi pemasaran pada cabai merah di mulai dari petani dan berakhir pada konsumen akhir. Anggota yang saling berhubungan selama kegiatan pemasaran produk berlangsung akan membentuk sebuah saluran distribusi. Semakin panjang saluran distribusi pemasaran maka semakin banyak biaya yang akan dikeluarkan dan semakin besar juga harga yang akan dibiayai oleh konsumen akhir serta akan membuat margin keuntungan yang rendah, sebaliknya semakin

pendek saluran distribusi pemasaran maka semakin sedikit lembaga yang terlibat sehingga harga yang akan di bayarkan oleh konsumen akan lebih kecil serta akan membuat margin keuntungan yang tinggi.

Pemasaran produk cabai merah juga harus diperhatikan dengan baik agar mendapatkan keuntungan yang maksimal. Pemasaran merupakan salah satu aktivitas bisnis yang di dalamnya terdapat aliran barang dan jasa dari titik produksi sampai titik konsumen.

Tingginya margin pemasaran di sebabkan oleh perbedaan harga yang cukup besar antara harga yang di bayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima petani. selain itu banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat langsung dalam proses distribusi pemasaran, maka semakin banyaknya pula biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diambil oleh pemasaran tersebut. Maka akibat pemasaran kurang efisiensi. Atas dasar itulah maka perlu dilakukan penelitian guna untuk mengetahui margin dan saluran pemasaran cabai besar di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Tabel 1. Luas panen, produksi dan produktivitas Cabai merah di kabupaten Jeneponto, 2013-2016

Tahun	Luas Panen ha	Produksi ton	Produktivitas ton/ha
2013	16	101,1	6,33
2014	25	101,3	6,42
2015	19	101,9	5,36
2016	69	70,4	21

Sumber : ( BPS Jeneponto, 2018)

Berdasarkan data pada table 1 memperlihatkan bahwa produksi cabai merah di Kabupaten Jeneponto mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Untuk lebih meningkatkan produktivitas cabai merah di Kabupaten Jeneponto, maka faktor bimbingan dan penyuluhan tentang budidaya dan pasca panen bagi petani masih sangat diperlukan dalam meningkatkan mutu produk yang dihasilkan di daerah ini

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto?
2. Bagaimana margin pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai merah yang ada di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto
2. Untuk mengetahui besarnya margin pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto



Kegunaan penelitian :

1. Bagi petani dan lembaga pemasaran cabai merah , dapat memberikan tambahan wawasan dalam menyikapi kemungkinan masalah dalam pengambilan keputusan saluran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan kelara Kabupaten Jeneponto
2. Bagi instansi pemerintah yang terkait dapat menjadi tambahan masukan dalam melengkapi bahan pertimbangan dalam mengambil kebijakan pembanguna di sektor petanian tanaman pangan dan hortikultura cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan kelara Kabupaten Jeneponto.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komoditi Cabai Merah

Cabai merah besar (*capsicum annum L*) termasuk salah satu jenis sayuran yang mempunyai arti penting dalam ekonomi rumah tangga maupun Negara. Pembudidayaan komoditas ini mempunyai prospek cerah karena dapat mendukung upaya peningkatan pendapatan petani, pengentasan kemiskina, memperluas kesempatan kerja, meskipun harga cabai di pasar sering naik turun cukup tajam, tetapi minat petani untuk menanam cabai tidak pernah surut (Rukmana 1994).

Salah satu komoditas hortikultura yang mendapat perhatian lebih untuk dikembangkan adalah cabai merah. Cabai merah (*Capsicum Annum L*) merupakan salah satu jenis sayuran yang cukup diminati oleh para konsumen. Seiring dengan berkembangnya industri pangan nasional, cabai merupakan salah satu bahan baku yang dibutuhkan dan banyak diusahakan oleh produsen dalam berbagai skala usahatani (Santika, 2008).

Karena buahnya selain dijadikan sayuran atau bumbu masak juga mempunyai kapasitas menaikkan pendapatan petani, sebagai bahan baku industri, memiliki peluang ekspor, membuka kesempatan kerja serta sebagai sumber vitamin. Secara umum cabai memiliki banyak kandungan gizi dan vitamin. Di antaranya Kalori, Protein, Lemak, Karbohidrat, Kalsium, Vitamin A, B1 dan Vitamin C. Selain digunakan untuk keperluan rumah tangga, cabai juga dapat

digunakan untuk keperluan industri diantaranya, industry bumbu masakan, industri makanan dan industry obat-obatan atau jamu (Tarigan, 2007).

Tanaman cabai merah dapat tumbuh dengan baik pada daerah yang mempunyai kelembaban udara yang tinggi sampai sedang dan suhu rata-rata yang baik untuk pertumbuhan dan perkembangannya adalah 18 sampai 30 derajat Celsius (Sudiono, 2006).

Secara umum cabai merah dapat ditanam di lahan basah (sawah) dan lahan kering (tegalan). Cabai merah dapat tumbuh dengan baik pada daerah yang mempunyai ketinggian sampai 900 meter dari permukaan laut, tanah kaya akan bahan organik dengan pH 6-7 dan tekstur tanah remah (Sudiono, 2006).

## **2.2 Pemasaran**

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan. Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif, (Hasyim, 2010).

Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan efektif, pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam pencapaian tujuan dan sasaran, karena pemasaran merupakan pintu terdepan untuk mengalirkan dana, kelancaran masuknya kembali

dana dari hasil operasi sangat ditentukan oleh bidang pemasaran, (Mulyadi, 2010).

Pemasaran dapat didefinisikan pada konteks yang berbeda, namun pada prinsipnya sama, yaitu bagaimana mengantarkan produk dan jasa yang dihasilkan produsen sampai ketangan konsumen pada posisi yang berbeda, apakah itu kondisi sosial, ekonomi dan politik, maka yang diperlukan oleh pengusaha adalah bagaimana menciptakan pemasaran yang efektif, (Soekartawi, 2002).

Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang mengusahakan agar produk yang dipasarkanya itu dapat diterima dan disenangi oleh pasar. Produk yang diterima oleh pasar berarti produk tersebut dibuat pun haruslah sudah dilakukan kegiatan pemasaran. Disamping itu kegiatan pemasaran juga dilakukan setelah produk tersebut dibeli oleh konsumen, karna agar supaya produk itu disenangi maka haruslah dilakukan pemasangan yang benar dan baik, perawatan yang sempurna dan sebaiknya, (Gitosudarmo, 2008).

Komoditi pertanian dihasilkan secara terpencar-pencar, berupa bahan mentah yang perlu pengolahan lebih lanjut dan dalam jumlah relatif sedikit sehingga untuk menutup biaya yang di perlukan lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran diperlukan volume perdagangan yang cukup besar. Pemasaran komoditi pertanian dari proses distribusi yaitu penjualan barang dari pedagang ke agen, pengecer, dan konsumen, (Kurnia, 2004).

Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

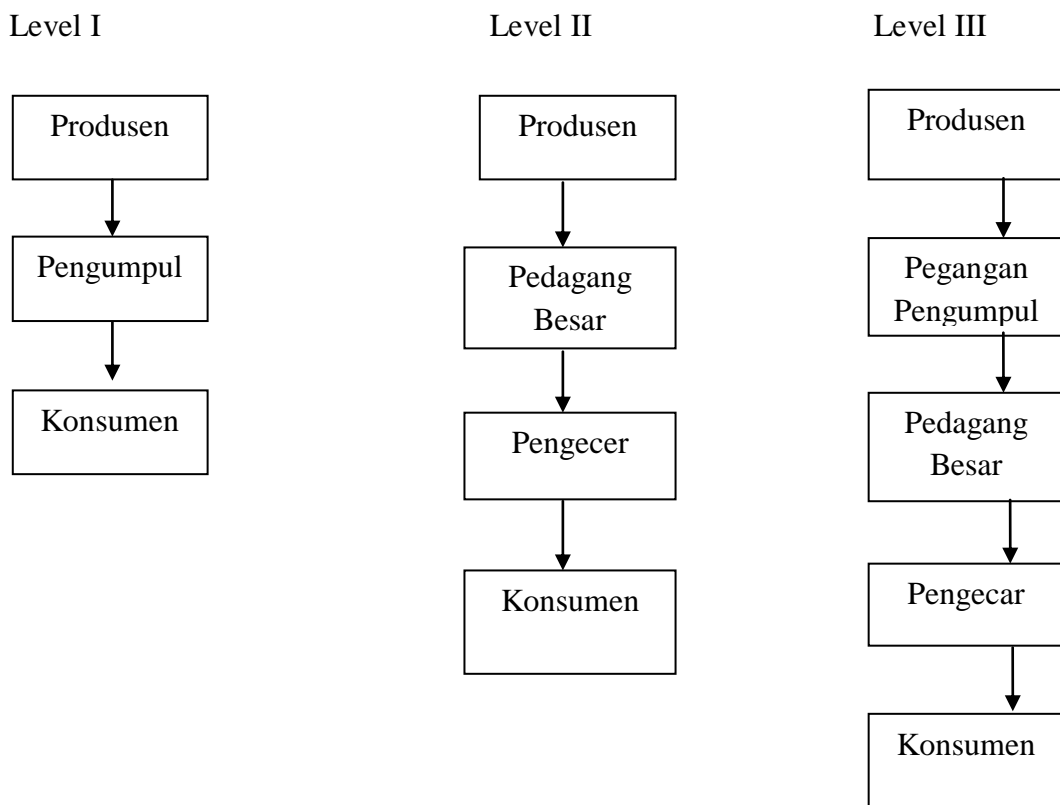
Secara umum dipasar terdapat banyak penjual dan pembeli, serta barang atau jasa yang diperjual belikan. Penjual banyak menyediakan barang seperti sayur-sayuran, buah-buahan, beras, daging, alat-alat rumah tangga, dan pakaian, (Natipulu, 2006).

Di pasar kita dapat membeli barang- barang yang menjadi kebutuhan kita dari kaos kaki sampai topi. Semula, pasar merupakan suatu tempat dimana para penjual dan pembeli dapat bertemu untuk melakukan jual beli barang. Penjual menawarkan barang dagangannya dengan harapan dapat laku terjual dan memperoleh uang sebagai gantinya. Adapun para konsumen (pembeli) akan datang ke pasar untuk berbelanja dengan membawa uang untuk membayar sejumlah barang yang dibelinya. Penjual dan pembeli akan melakukan tawar-menawar harga hingga terjadi kesepakatan harga. Setelah kesepakatan harga dapat dilakukan, barang akan berpindah dari tangan penjual ketangan pembeli. Pembeli akan menerima barang dan penjual akan menerima uang, (Saipuddin, 2002)

### **2.3 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industri. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dalam rangkai proses penyaluran barang dari produsen kepada konsumen. Suatu barang dapat berpindah melalui beberapa tangan sejak dari produsen sampai kepada konsumen. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang-barang yang ada, (Samsuddin, 2010).

Saluran pemasaran dapat dicirikan dengan memperhatikan banyaknya tingkat saluran. Masing-masing pedagang perantara yang melaksanakan pekerjaan tertentu dalam membawahkan produk dan haknya semakin dekat dengan pembeli akhirnya akan membentuk tingkat saluran. Produsen dan konsumen akhirnya juga merupakan bagian dari setiap saluran pemasaran karena keduanya akan melakukan pekerjaan tertentu. Panjangnya suatu saluran pemasaran ditentukan oleh tingkat perantara yang dilalui oleh suatu barang dan jasa, (Kotler, 2004). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Saluran Pemasaran (Kotler, 2004)

Saluran level satu berisi satu perantara penjualan, yaitu pengecer, saluran dua level berisi dua perantara mereka umumnya adalah pedagang besar dan pengecer. Saluran tiga level berisis tiga perantara terdiri dari pedagang besar dan pemborong yang menjual beberapa kepedagang kecil. Jika dilihat dari sudut pandang produsen, maka semakin banyak jumlah saluran pemasaran semakin sulit untuk memperoleh informasi tentang pelanggan akhirnya untuk melakukan semacam saluran pemasaran barang konsumsi, diantaranya pengendalian.

Jenis saluran distribusi dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Saluran distribusi yang menggunakan satu perantara yakni melibatkan produsen dan pengumpul. Disini pengecer besar langsung membeli barang kepada produsen, kemudian menjualnya langsung kepada konsumen. Saluran ini biasa disebut dengan saluran satu tingkat (one stage channel).
- b. Saluran distribusi yang menggunakan dua kelompok pedagang besar dan pengecer, saluran distribusi ini merupakan saluran yang banyak dipakai oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer pembelian oleh pengecer dilayani oleh pedagang besar dan pembelian oleh konsumen hanya dilayani oleh pengecer.
- c. Saluran distribusi yang menggunakan tiga pedagang perantara. Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada tokoh-tokoh kecil. (Philip Kotler, 2010).

## 2.4 Marjin Pemasaran

Pengertian marjin pemasaran menurut (Saipuddin, 2002) perbedaan harga suatu barang yang diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen yang terdiri dari : biaya-biaya untuk menyalurkan atau memasarkan dan keuntungan lembaga pemasaran atau marjin itu adalah perbedaan harga pada suatu tingkat pasar dari harga yang dibayar dengan harga yang diterima.

Marjin pemasaran atau marjin tataniaga adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen, (Napitupulu, 2006). Definisi marjin pemasaran adalah perbedaan harga yang di terima petani dengan harga yang di bayarkan konsumen untuk produksi yang sama. Marjin pemasaran termasuk semua biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemindahan barang mulai dari petani produsen hingga kekonsumen akhir serta keuntungan yang di peroleh oleh lembaga pemasaran.

Besar kecilnya marjin pemasaran di pengaruhi oleh biaya pemasaran, keuntungan lembaga pemasaran serta jumlah permintaan dan penawaran. Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1986) marjin tataniaga (pemasaran) adalah suatu istilah yang digunakan untuk menyatakan perbedaan harga yang dibayar pada penjual pertama (Pr) dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (Pf) yang jika dituliskan dalam suatu rumus



$$M = Pr - Pf$$

Keteranngan :

M = Marjin pemasaran

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = Harga harga ditingkat petani (Rp/kg)

Marjin tataniaga (pemasaran) adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Marjin ini akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut, makin panjang saluran pemasaran (semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat) makasemakin besar marjin pemasaran, (Daniel, 2002).

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (marjin) setelah dikurangi biaya pemasaran, labah merupakan sisa lebih dari hasil penjualan diurangi dengan harga pokok barang yang dijual dan biaya-biaya lainnya,(Soerkartawi, 2002).

Untuk mencapai labah yang besar, maka manajemen dapat melakukan langkah-langkah seperti menekan biaya penjualan yang ada, menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan labah yang dikehendaki dan meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin (Daniel, 2002).

Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap margin pemasaran adalah :

a. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melaksanakan berbagai fungsi pemasaran. Biaya pemasaran ini akan berpengaruh terhadap margin keuntungan yang akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran komoditi tersebut.

b. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan lembaga pemasaran seringkali di katakan sebagai unsur utama yang membedakan tingginya margin pemasaran, yaitu sebagai akibat terlalu banyak dan tidak efisiennya pedagang-pedagang didalam pemasaran. Ada tiga metode untuk menghitung margin pemasaran yaitu dengan memilih dan mengikuti saluran pemasaran dari komoditi spesifik, membandingkan harga pada berbagai level pemasaran yang berbeda dan mengumpulkan dan penjualan dan pembelian kotor tiap jenis pedagang. Masing- masing metode ini memiliki kekurangan dan kelebihan. Margin menurut jenisnya dibedakan menjadi margin absolute dan persen margin. Persentase bagian margin merupakan suatu pengelompokan yang digunakan secara populer pada serangkaian angka yang menunjukkan margin absolute dari berbagai tipe pedagang atau berbagai fungsi pemasaran yang berbeda, dibagi dengan harga eceran, (Saipuddin, 2002).

Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Mulyadi, 2010 penetapan harga memiliki tujuan yaitu:

1. Penetapan harga suatu produk memiliki tujuan untuk mencapai target perusahaan untuk memperoleh penghasilan serta mendapatkan target investasi yang sudah ditentukan prosentase keuntungannya, sehingga untuk memenuhi hal tersebut diperlukan adanya penetapan harga pasti dari suatu produk yang telah diproduksi perusahaan
2. Fungsi penetapan harga yang kedua merupakan hal yang harus diperhatikan untuk kestabilan harga suatu produk
3. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan produk dalam peredaran pasar, sehingga produk tetap dapat bertahan dipasaran.
4. Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah terjadinya persaingan dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang hampir sama.
5. Perusahaan menetapkan harga untuk menentukan laba yang akan didapat oleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi suatu barang yang akan dipasarkan

## **2.5 Harga**

Harga merupakan salah satu variabel yang harus dikendalikan secara benar, karena harga akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan hasil produksi, baik menyangkut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh produsen. Harga adalah nilai pertukaran dari suatu produk atau jasa, Ini adalah jumlah yang mau dibayar oleh seorang pembeli untuk suatu

barang atau jasa. Hal ini dapat merupakan nilai yang di minta oleh seorang penjual untuk barang yang ditawarkan untuk dijual.

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa.

## **2.6 Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah badan atau orang pribadi yang kegiatan usahanya mengumpulkan hasil kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan dan menjual hasil tersebut kepada badan usaha industri dan ekspor yang bergerak dalam sektor kehutanan, perkebunan, peternakan, dan perikanan

## **2.7 Pedagang Besar**

Pedagang besar merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pembelian barang dalam jumlah besar untuk dijual lagi. Jadi pembelian yang dilakukannya berjumlah besar. Kadang-kadang satu pengecer menjual kepada pengecer yang lain, produsen sendiri juga sering melayani penjualan secara langsung kepada para pengecer. Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam

volume yang sama kepada konsumen akhir. Keseluruhan biaya yang di pakai pada saat proses produksi tersebut, (Mubyarto, 2010).

Penetapan harga suatu produk atau jasa tergantung dari tujuan perusahaan atau penjual yang memasarkan produk tersebut. Mulyadi, 2010 penetapan harga memiliki tujuan yaitu:

1. Penetapan harga suatu produk memiliki tujuan untuk mencapai target perusahaan untuk memperoleh penghasilan serta mendapatkan target investasi yang sudah ditentukan prosentase keuntungannya, sehingga untuk memenuhi hal tersebut diperlukan adanya penetapan harga pasti dari suatu produk yang telah diproduksi perusahaan
2. Fungsi penetapan harga yang kedua merupakan hal yang harus diperhatikan untuk kestabilan harga suatu produk
3. Penetapan harga dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan produk dalam peredaran pasar, sehingga produk tetap dapat bertahan dipasaran.
4. Penetapan harga harus dilakukan untuk mencegah terjadinya persaingan dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang hampir sama.
5. Perusahaaa menetapkan harga untuk menentukan laba yang akan didapat oleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi suatu barang yang akan dipasarkan.

## 2.8 Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan yang terlibat dalam menggerakkan barang dan jasa dari produsen sampai ketangan konsumen. Terdapat tiga fungsi pemasaran menurut (William j,2001) yaitu sebagai berikut :

1. Pemasaran bertujuan untuk merencanakan penentuan harga promosi barang serta distribusi barang/jasa yang akan memuaskan kedua belah pihak.
2. Pemasaran bertujuan untuk menciptakan nilai ekonomis suatu barang.
3. Pemasaran bertujuan untuk melakukan promosi.

Dalam mempelajari sistem pemasaran fungsi pemasaran lainnya terbagi atas tiga bagian yaitu :

1. Fungsi pertukaran, meliputi : pembeli dan penjual. Fungsi pembelian dan penjualan berkaitan dengan pertukaran barang dari penjual ke pembeli. Fungsi pembelian dilakukan oleh pembeli untuk memilih jenis barang yang diinginkan, kualitas yang memadai dan penyediaan yang sesuai. Sedangkan fungsi penjualan yang umumnya dipandang sebagai fungsi pemasaran yang paling luas, meliputi kegiatan-kegiatan untuk mencari dan mempengaruhi pertanian.
2. Fungsi penyediaan fisik, meliputi : pengangkutan dan penyimpanan, fungsi ini berkaitan dengan pemindahan barang dari tempat produksi ke tempat konsumsi. Selain itu fungsi tersebut berkaitan pula dengan penyimpanan barang sampai di perlukan oleh konsumen.

3. Fungsi penunjang, meliputi : pembelanjaan, penanggungan resiko, standarisasi barang dan grading, serta pengumpulan informasi pasar. Penanggungan resiko maksudnya adalah resiko harga dan kerusakan barang, fungsi pemasaran dapat menaikkan kegunaan tempat, waktu, bentuk dan perubahan hak milik, sehingga fungsi pemasaran mengusahakan agar pembeli memperoleh barang yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk dan harga yang tepat.

## **2.9 Kerangka Pemikiran**

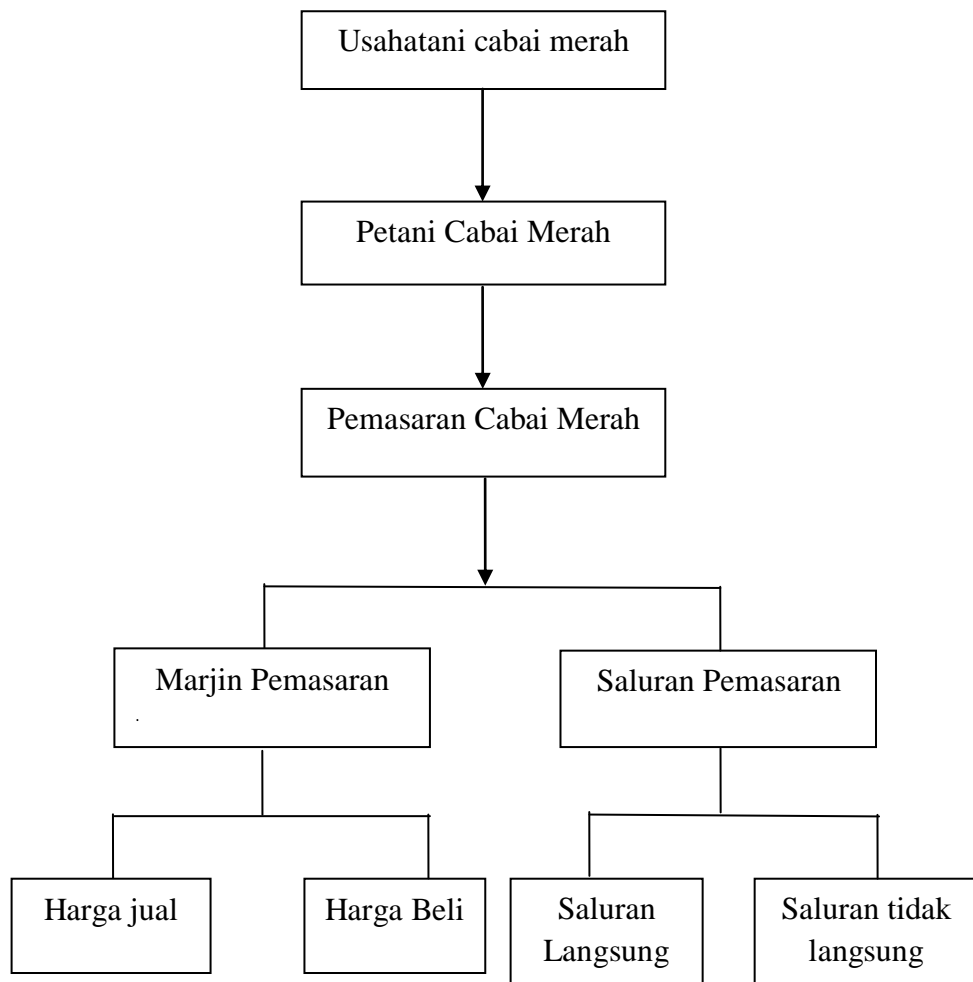
Pemasaran menjadi hal yang sangat penting artinya ketika suatu hal barang telah di produksi. Tidak semua orang mampu memproduksi suatu barang sendiri sehingga pemasaran harus dijalankan, agar setiap orang mebutuhkan dapat memenuhi kebutuhan akan suatu barang tersebut untuk dapat menyalurkan produksinya dari tangan produsen ketangan konsumen akhir membutuhkan lembaga pemasaran, karena tidak semua produsen dapat menyampaikan langsung ketangan konsumen akhir terkait dalam proses pemasaran.

Ada komoditi yang melibatkan banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran produk pertanian sangat beragam tergantung jenis barang apa yang dipasarkan, dalam penelitian ini pemasaran yang dimaksud adalah produksi dan margin pemasaran cabai besar di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Dalam pemasarannya, produk dari petani masuk kepungumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer kemudian kekonsumen akhir. Pasar induk dalam hal ini berfungsi sebagai pengumpul dan pasar eceran, pengumpul membeli dari

beberapa petani dan menjual ke eceran dalam jumlah yang besar (grosiran) sehingga terbentuklah harga grosiran. Eceran kemudian menjual ke konsumen akhir dalam jumlah kecil (eceran) sehingga terbentuklah harga eceran, dari hal ini dapat diketahui adanya perubahan harga dari pasar induk ke pasar eceran.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat skema tentang kerangka pemikiran saluran dan margin pemasaran cabai rawit pada gambar dibawah ini, (Hasyim, 2010)



Gambar 2. Kerangka Pikir Margin Dan Saluran Pemasaran Cabai Merah



### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto pada bulan April sampai Juni. Pemelihan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa di Desa borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto rata-rata atau kebanyakan penduduk petani menanam cabai merah.

#### 3.2 Teknik Penentuan Sampel

Penentuan sampel pada dasarnya adalah representatif, artinya sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada hal ini disebabkan karena kesimpulan penelitian yang di lakukan pada sampel, akhirnya akan dapat digeneralisasikan kepada populasi. Misalnya peneliti ingin mengetahui bagaimana pemasaran cabai besar Populasi dalam penelitian ini adalah petani cabai besar yang berjumlah 130 orang di Desa Borongloe, Kecamatan kelara Kabupaten Jeneponto Dari jumlah 130 orang petani petani cabai besar, diambil 10% yang dijadikan sebagai sampel. Dengan cara  $\frac{10}{100} \times 130 = 13$  orang petani cabai besar sebagai sampel. Menurut pendapat Arikunto (1999), mengatakan bahwa apabila jumlah petani 100 sampa 200 atau lebih, maka peneliti bisa mengambil 10 persen petani yang di jadikan sebagai sampel untuk mewakili populasi secara keseluruhan.

Teknik penarikan sampel untuk lembaga pemasaran menggunakan *snowball sampling* atau bola salju. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang tidak jelas keberadaannya dan tidak pasti jumlahnya dengan cara menemukan sampel, untuk kemudian dari sampel tersebut dicari (digali) keterangan mengenai keberadaan sampel lain terus demikian secara berantai (Sugiyono, 2007). Jumlah sampel pedagang pengumpul sebanyak 2 orang, pedagang besar sebanyak 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 5 orang di desa Borongloe kecamatan Kelara kabupaten Jenepono.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif.

1. Data kuantitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dari petani dan lembaga pemasaran dalam bentuk angka-angka yang masih perlu dianalisis.
2. Data kualitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dari petani dan lembaga pemasaran baik berupa lisan maupun tulisan., penjelasan dari interview, wawancara dan observasi di lapangan untuk mendukung penjelasan dalam analisis data.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung dan wawancara dengan pihak petani dan lembaga pemasaran yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

2. Data sekunder, yaitu data yang bersumber dari dokumen serta di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku catatan bukti yang telah ada atau arsip baik dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi

1. Observasi, yaitu kumpulan data yang di peroleh melalui pengamatan secara langsung terhadap aktivitas petani cabai besar di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.
2. Wawancara (interview), secara bebas dan langsung kepada sejumlah responden petani dan saluran pemasaran di Desa borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto yang terpilih berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Interview atau wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan bantuan daftar pertanyaan untuk pengumpulan data primer.
3. Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang diambil langsung dari lokasi penelitian berupa data-data dari dokumen atau arsip yang ada di kantor Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto, namun bila kejadian tersebut akan dapat bercerita banyak jadi bila mana kejadian tersebut dilukiskan, dengan gambar atau dengan foto.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah adalah teknik analisis menggunakan rumus marjin pemasaran yaitu:

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima produksi dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan upiah per kilogram (Rp/Kg).

$$H_j - H_b$$

Keterangan:

H<sub>j</sub> : Harga jual produk di tingkat lembaga pemasaran

H<sub>b</sub> : Harga beli produk di tingkat petani

$$M = P_r - P_f$$

Keterangan :

M : Marjin pemasaran

P<sub>r</sub> : Harga di tingkat pengecer (Rp/Kg)

P<sub>f</sub> : Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

### 3.6 Definisi Operasional

1. Cabai besar adalah buah dan tumbuhan anggota *genus capsicum*
2. Petani cabai merah adalah orang yang membudidayakan tanaman cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.
3. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan untuk konsumen dengan harga yang diterima produsen.
4. Saluran pemasaran cabai besar adalah cara penyampaian cabai besar dari petani cabai besar sampai ke konsumen
5. Pedagang pengumpul adalah orang yang datang kelokasi dan langsung membeli cabai besar tanpa melalui perantara.
6. Pedagang besar kegiatan yang berkaitan dengan pembelian barang dalam jumlah besar untuk di jual lagi
7. Pedagang pengecer adalah orang yang melakukan pembelian cabai besar lalu di jual kembali kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
8. Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien.
9. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran untuk melaksanakan berbagai fungsi pemasaran
10. Keuntungan lembaga pemasaran seringkali di katakana sebagai unsur utama yang membedakan tingginya margin pemasaran, yaitu

sebagai akibat terlalu banyak dan tidak efesiennya pedagang-pedagang di dalam pemasaran.

## **IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

### **4.1. Letak Geografis**

Kecamatan Kelara merupakan salah satu dari 11 kecamatan di Kabupaten Jeneponto yang berbatasan dengan Kecamatan Rumbia di sebelah utara. Kabupaten Bantaeng di sebelah Timur. Kabupaten Gowa disebelah Barat dan Kecamatan Turatea di sebelah Selatan.

Desa Borongloe merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan. Desa Borongloe terletak di kelurahan Tolo Barat. Desa ini berjarak 15 km dari Kecamatan Bontosunggu. Akses menuju lokasi penelitian desa Borongloe dapat ditempuh melalui jalur darat. Jarak yang akan ditempuh ke lokasi penelitian yaitu sekitar 125 km.

Sebanyak 10 desa/kelurahan di Kecamatan Kelara merupakan daerah bukan pantai. Menurut jaraknya, maka letak masing-masing desa/kelurahan ke ibukota kecamatan dan ibukota kabupaten sangat bervariasi. Jarak desa/kelurahan ke ibukota kecamatan berkisar 0-11km sedang ke ibukota kabupaten berkisar antara 13-25km. Untuk jarak terjauh adalah Bontonompo yaitu sekitar 11 km dari ibukota Kecamatan (Tolo), sedangkan untuk jarak terdekat adalah Kelurahan Tolo yaitu 0 km.

Luas wilayah Desa Borongloe adalah 2.17 km atau 4,94% dari total luas wilayah kecamatan kelara dengan batas wilayah sebagai berikut. Secara geografis batas wilayah Borongloe sebelah utara berbatasan dengan Desa Borong Tala,

sebelah selatan berbatasan dengan Desa Kampung Beru, Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

Kondisi Desa Borongloe beriklim tropis dengan suhu 25-32°C, serta memiliki 2 (dua) tipe musim yaitu musim kemarau dan musim hujan. Musim hujan terjadi mulai bulan Desember sampai bulan April, sementara musim kemarau terjadi pada bulan Mei sampai bulan November yang berputar tiap tahunnya.

Kelurahan Tolo Barat merupakan salah satu yang ada di wilayah Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan dengan luas wilayah 43,95 km<sup>2</sup> dari luas wilayah tersebut bahwa Kelurahan Tolo Timur memiliki wilayah terluas 6,06 km<sup>2</sup> sedangkan yang paling kecil adalah Kelurahan Tolo Barat yaitu 2,17 km<sup>2</sup>.

## **4.2 Kondisi Demografis**

Penduduk adalah sekelompok orang yang bertempat tinggal dan menetap pada suatu tempat yang memiliki aturan-atauran yang mengikat hidup mereka, sehingga dapat hidup berdampingan secara utuh dan diatur oleh hukum dan akidah yang berlaku di daerah tersebut.

### **4.2.1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jumlah penduduk yang ada di Desa Borongloe sebesar 725 jiwa yang terdiri dari laki-laki 391 jiwa dan perempuan 334 jiwa. Adapun jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin di Desa Borongloe di lihat pada tabel berikut ini.



Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto, 2018.

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki – Laki	391	53,94
2	Perempuan	334	46,06
	Total	725	100,00

Sumber : Kantor Desa Borongloe, 2018

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk di Desa Borongloe sebanyak 725 jiwa dan lebih didominasi oleh laki-laki dengan perbedaan 57 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki adalah 391 dengan persentase 53,94 dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 334 jiwa dengan persentase 53,

#### 4.2.2. Keadaan Penduduk Menurut Umur

Desa Borongloe mempunyai jumlah penduduk sebanyak 725 jiwa yang terdiri dari 217 KK (Kepala Keluarga) dan digolongkan dalam beberapa kelompok usia. Usia dapat mempengaruhi kemampuan untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas dalam berusaha.

Adapun jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 7. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, 2018.

No	Kelompok Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	0-6	152	20,966
2	7-18	217	29,931
3	19-56	356	49,103
	Total	725	100,00

Sumber : Kantor Desa Borongloe, 2018

Data yang disajikan pada tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang berusia produktif yaitu pada usia 19-56 adalah sebanyak 356 jiwa atau dengan persentase 49,103, selebihnya tergolong usia non produktif yaitu pada usia 0-6 tahun berjumlah 152 jiwa dengan persentase 20,966. Hal ini menunjukkan bahwa Desa Borongloe memiliki potensi sumberdaya manusia dalam hal ini penduduknya yang sebagian besar dalam kategori umur produktif untuk melakukan aktivitas khususnya bekerja.

#### 4.2.3 Keadaan Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat berpengaruh terhadap cepat atau lambatnya seseorang dalam menerima teknologi baru yang dapat menambah pengetahuan.

Adapun jumlah menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jenepono, 2018.

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Tidak Sekolah	50	6,896
2	SD	110	15,172
3	SMP	205	28,275
4	SMA	324	44,689
5	S1	36	4,965
	Total	725	100,00

Sumber : Kantor Desa Borongloe, 2018

Tabel 8 menunjukan bahwa tingkat pendidikan formal penduduk di Desa Borongloe tergolong tinggi. Hal ini di indikasikan dengan tingginya persentase jumlah penduduk yang bersekolah di tingkat SMA sebanyak 324 jiwa dengan persentase 44,689 dan yang menempuh pendidikan sarjana sebbanyak 36 jiwa dengan persentase 4,965.

#### 4.2.4. Keadaan Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Mata pencaharian berkaitan dengan hasil yang akan diperoleh seorang untuk menunjang perekonomian. Keadaan geografis tentu berpengaruh pada mata pencaharian penduduk. Ada berbagai macam jenis mata pencaharian penduduk di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto. Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk berdasarkan mata pencaharian dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 9, Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencaharian di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, 2018.

No	Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	87	40,09
2	Wiraswata	73	33,64
3	PNS	20	9,21
4	Lainnya	37	17,05
	Total	217	100,00

Sumber : Kantor Desa Borongloe, 2018

Tabel 9 Menunjukkan bahwa sebagian besar mata pencaharian penduduk di Desa Borongloe memiliki profesi sebagai petani yakni 87 jiwa dengan persentase 40,09% dan mata pencaharian lainnya sebanyak 37 jiwa dengan persentasi 17,05.

#### 4.2.5. Keadaan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana penunjang setiap bentuk aktivitas penduduk. Tersedianya sarana dan prasarana juga menjadi faktor pendorong kemajuan masyarakat karena memudahkan dalam menjalankan aktivitasnya.

Adapun uraian sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 10. Sarana dan Prasarana Di Desa Borongloe, Kecamatan Kelara, Kabupaten Jeneponto, 2018.

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah (unit)
1	Sarana Peribadaan - Masjid	1
2	Sarana Kesehatan - Posyandu	1
3	Sarana Pendidikan - TK - SD	1 1

Sumber : Kantor Desa Borongloe, 2018

Tabel 10 Menunjukkan bahwa jumlah sarana dan prasarana di Desa Borongloe yakni sarana peribadaan berupa masjid sebanyak 1 unit, karena mayoritas warga di Desa Borongloe menganut agama islam. Adapun sarana kesehatan yang tersedia adalah posyandu sebanyak 1 unit. Sarana Pendidikan yang ada di Desa Borongloe adalah TK sebanyak 1 unit dan SD sebanyak 1 unit. Desa Borongloe tidak memiliki gedung SMP dan SMA sehingga anak anak di Desa Borongloe yang ingin melanjutkan tingkat pendidikannya harus keluar desa setiap harinya untuk mengenyam pendidikan yang tinggi.

## **V. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **5.1 Identitas Responden**

Identitas responden dalam penelitian ini adalah yang tergolong kedalam distribusi pemasaran yang diuraikan dalam pembahasan berikut menggambarkan berbagai aspek yakni: keadaan penduduk, dari segi umur, tingkat pendidikan jumlah tanggungan keluarga. Adapun karakteristik responden diuraikan adalah sebagai berikut:

#### **5.1.1 Umur Responden**

Tingkat umur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan bekerja dan cara berfikir seseorang. Pada umumnya petani cabai merah mempunyai kemampuan fisik yang kuat serta mudah menerima inovasi, seseorang yang masih mudah lebih cepat menerima hal-hal yang baru dalam berusahatani cabai merah dan lebih berani mengambil resiko dan lebih dinamis, sedangkan seseorang yang berumur relatif tua mempunyai kapasitas pengelolaan cenderung bertindak dengan hal-hal yang bersifat tradisional, disamping itu yang matang dan memiliki banyak pengalaman dalam mengelolah usahanya, sehingga ia sangat berhati-hati dalam bertindak, mengambil keputusan dan kemampuan fisiknya sudah mulai berkurang. Petani responden dalam mengelolah usahatannya memiliki tingkat umur yang berbeda-beda. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Petani Cabai merah Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

No.	Tingkat umur (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	28-33	5	38,46
2	34-39	6	46,15
3	40-45	2	15,39
Jumlah		13	100,00

Sumber data primer yang sudah diolah, 2018

Tabel 4 menunjukkan bahwa petani cabai merah responden yang terdapat di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto, dimana terdapat tingkat umur responden 28-33 tahun sebanyak 5 orang, dengan presentase yaitu 38,46% persen, dan pada umur 34-39 tahun sebanyak 6 orang, dengan presentase yaitu 46,15% persen, pada umur 40-45 tahun sebanyak 2 orang, dengan jumlah presentase 15,39%,

### 5.1.3 Tingkat Pendidikan Petani Cabai Merah

Tingkat pendidikan umumnya mempengaruhi pola pikir dalam bertindak pengambilan keputusan seseorang dalam menjalankan sebuah usahanya. Semakin tinggi pendidikan diharapkan pola pikir semakin rasional dan seorang petani dapat menentukan produktif atau tidaknya dalam melaksanakan kegiatan usahatani. Pada umumnya pendidikan petani responden merupakan faktor yang turut menentukan dalam pengelolaan usahatani, terutama dalam penerimaan hal dan serta inovasi yang relevan dengan kegiatan usahatani. Tingkat pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru.

Tabel 5. Jumlah Petani Cabai merah Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

No.	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SD	6	46,16
2	SMP	6	46,16
3	SMA	1	7,69
Jumlah		13	100,00

Sumber data primer yang sudah diolah, 2018

Tabel 5. Jumlah Responden Petani Cabai merah Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto Tabel diatas menunjukkan bahwa petani cabai besar memiliki tingkat pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto, yang relatif sama, antara SD dan SMP dimana yang tinggi tingkat pendidikan SMP sebanyak 6 orang dengan presentase (46,16%), kemudian SD sebanyak 6 orang (46,16%) dan yang paling sedikit SMA sebanyak 1 orang dengan presentase (7,69%).

#### **5.1.4 Pengalaman Berusahatani Cabai Merah**

Petani cabai merah yang ada di Desa Borongloe, mempunyai pengalaman yang berbeda-beda dalam berusahatani cabai merah biasanya yang memiliki pengalaman yang lama mempengaruhi keterampilan dan kemampuannya. Pengalaman berusahatani responden dapat dilihat pada Tabel 6

Tabel 6. Jumlah Petani Cabai merah Responden Berdasarkan Tingkat pendidikan di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto

No.	Pengalaman Petani Cabai merah (Tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-4	4	30,76
2	5-8	7	53,85
3	9-12	2	15,39
Jumlah		13	100,00

Sumber data primer yang sudah diolah, 2018

Tabel 6 menunjukkan bahwa petani cabai merah yang terdapat di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto, dimana terdapat pengalaman petani cabai merah 1-4 tahun sebanyak 4 orang, dengan presentase sebanyak yaitu (30,76%) dari pengalaman 5-8 tahun sebanyak 7 orang dengan jumlah presentase sebanyak 53,85 persen sedangkan dari pengalaman 9-12 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase yaitu (15,39%).

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengalaman petani cabai merah, yang paling berpengalaman terdapat pada 9-12 tahun yaitu sebanyak 2 orang dengan presentase (15,39%) dengan pengalaman yang dimiliki dapat mempengaruhi cara kerja karena yang sudah berpengalaman lebih pandai mengetahui cara-cara bertani cabai besar dalam mengatasi kesulitan-kesulitan dalam bertani cabai merah, pengalaman berusaha sangat erat kaitannya dengan keinginan peningkatan keterampilan petani dalam pengembangan usahatannya, karena semakin lama petani atau responden berusaha cabai merah maka semakin besar juga pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh petani.



#### 5.1.4 Jumlah Tanggungan Keluarga Responden

Jumlah tanggungan keluarga petani cenderung turut berpengaruh pada kegiatan operasional usahatani, karena keluarga yang relatif besar merupakan sumber tenaga kerja, namun demikian besarnya keluarga turut pula mempengaruhi beban seseorang dalam menjalankan usaha sendiri karena keluarga yang jumlahnya besar tentu membutuhkan biaya hidup yang besar pula terutama untuk kebutuhan dalam berumah tangga dan biaya untuk anak-anaknya. Hasil analisa data menunjukkan pemasaran responden memiliki jumlah tanggungan keluarga dikelompokkan kedalam beberapa kelas dari jumlah tanggungan. Adapun kelompok dari jumlah tanggungan keluarga yang ditanggungoleh responden dapat dilihat pada Tabel 7

Tabel 7. Jumlah Respoden Berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto.

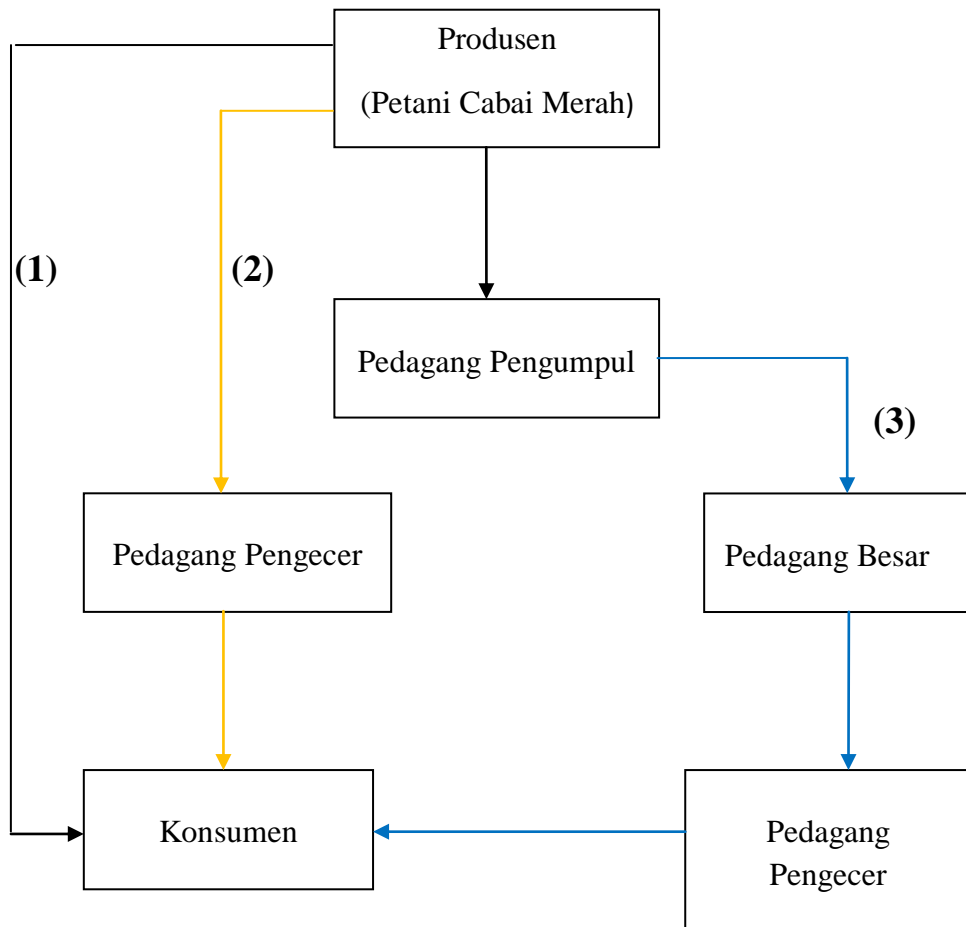
No.	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	1-2	4	30,77
2	3-4	5	38,46
3	5-6	4	30,77
Jumlah		13	100,00

Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan klasifikasi jumlah tanggungan keluarga yaitu 3-4 sebanyak 5 orang dengan presentase (38,46%). terendah 1-2 orang yakni 4 orang, dengan presentase (30,77%), jumlah tanggungan keluarga 5-6 orang yakni 4 orang (30,77%).

## **5.2 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran dalam penelitian ini adalah dapat diidentifikasi dalam sistem pemasaran yaitu lembaga pemasaran, yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran. Untuk memperluas dan memperlancar pemasaran cabai merah sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan cabai merah dari produsen hingga ketangan konsumen. Di Desa Borongloe terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan cabai merah yaitu petani pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Petani dalam pemasaran cabai merah bertindak sebagai produsen dan merupakan pihak pertama dalam penyaluran cabai merah. Dalam memasarkan cabai merah petani menjualnya secara langsung atau lewat perantara pedagang pengecer dan menjual cabai merah bahkan kepedagang pengumpul. Pedagang pengumpul adalah pedagang perantara yang aktif membeli dan mengumpulkan cabai merah dari petani di Desa Borongloe dan menjualnya kepada pengecer sekaligus ke konsumen yang ada di makassar, pedagang pengecer adalah perantara yang menjual cabai merah kepada konsumen di pasar eceran, setelah melakukan panen produsen cabai merah maka hal yang dilakukan produsen adalah menyalurkan cabai merahnya. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran cabai merah di desa.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto

Keterangan :

Saluran 1 → Produsen - Pedagang Pengumpul - Konsumen

Saluran 2 → Produsen - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer- Konsumen

Saluran 3 → Produsen – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar-Pedagang Pengecer-Konsumen

Pendistribusian pemasaran cabai merah, pada saluran I melibatkan satu lembaga pemasaran sebelum cabai merah sampai dikonsumsi, dimana produsen menjual kepada pedagang pengumpul lalu menjual kembali kepada konsumen.

Saluran pemasaran II Pertama-tama produsen menjual kepedagang pengumpul kemudian kepedagang pengecer dan menjual kekonsumen. Sistem pendistribusian ini termasuk pembantu produsen dalam memasarkan cabai merah terutama pada saat pemanenan secara besar-besaran atau disaat produksi melimpah, pedagang pengumpul selain menjual dipasar lokal mendistribusikan kepedagang pengecer, baik pengecer lokal maupun pengecer luar daerah untuk selanjutnya dijual kekonsumen. Pola ini terjadi dengan cara pedagang pengumpul mendatangi produsen kemudian dibawah kerumah untuk menjual kepedagang pengecer. Pada umumnya kedua perantara ini memiliki fasilitas kendaraan pengangkut dan ketempat khusus.

Pendistribusian saluran pemasaran III melibatkan tiga lembaga pemasaran sebelum cabai merah sampai ditangan konsumen. Pertama-tama produsen menjual kepedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar lalu pedagang besar membawa langsung cabai merahnya ke Makassar tepatnya di pasar terong dan kemudian pedagang pengecer yang ada di terong tersebut menjual kekonsumen. Bentuk saluran ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan saluran distribusi tradisional. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepengumpul dan pedagang besar dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

### **5.3 Marjin Pemasaran Cabai Merah**

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga di tingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran, analisa marjin pemasaran dapat mencerminkan untuk mengaktifkan saluran saluran pemasaran, namun dengan hanya melihat besarnya marjin pemasarn saja belum dapat menyimpulkan bahwa pemasaran itu sudah tepat, oleh karena itu harus dilihat distribusi keuntungan maupun biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak pedagang perantara yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar marjin pemasaran yang terbentuk.

Besarnya marjin bagi pedagang perantara semakin menguntungkan secara ekonomis, efisien konsumen sebaliknya makin besar marjin semakin tinggi harga yang harus dibayar konsumen sehingga kurang efisien secara ekonomi tetapi konsekuensi yang diterima oleh konsumen adalah kemudahan untuk mendapatkan barang yang diinginkan konsumen tidak perlu datang langsung kelokasi produsen yang mungkin sulit dijangkau, secara sosial makin banyak pihak yang terlibat maka makin banyak individu yang mendapat keuntungan dari kegiatan pemasaran.

Marjin total adalah penjualan dari marjin yang terdapat pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran. Besarnya marjin pada berbagai saluran pemasaran berbeda-beda yang disebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran. distribusi marjin pada lembaga pemasaran pada berbagai saluran saluran pemasaran dan masing-masing tingkat pemasaran pada Tabel 8

### 1. **Marjin, biaya dan keuntungan dan masing-masing lembaga pemasaran saluran I**

Lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran I terdiri dari pedagang pengumpul dalam kabupaten untuk leboh jelasnya mengenai besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai merah dapat dilihat pada table di bawah ini

Tabel 8. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang pengumpul dalam kabupaten

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	26.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	500
- kantong plastik	100
Harga pokok penjualan	26.600
Harga penjualan	30.000
Keuntungan	3.400
Marjin	4.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 8 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dalam kabupaten yaitu membeli langsung kepada petani dengan harga Rp 26.000 per kilo dan menjual ke konsumen.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.400 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 4.000 per kilo.

## 2. **Marjin, biaya dan keuntungan dan masing-masing lembaga pemasaran saluran II**

Lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran I terdiri dari pedagang pengumpul dalam kabupaten untuk leboh jelasnya mengenai besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai merah dapat dilihat pada table di bawah ini

Tabel 9. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang pengumpul dalam kabupaten

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	26.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	500
- kantong plastik	100
Harga pokok penjualan	26.600
Harga penjualan	30.000
Keuntungan	3.400
Marjin	4.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 9 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dalam kabupaten yaitu membeli langsung kepada petani dengan harga Rp 26.000 per kilo dan menjual ke konsumen.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.400 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 4.000 per kilo.

Analisis marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang pengecer dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 10. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang pengecer dalam kabupaten

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	40.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	2.000
- kantong plastik	100
Harga pokok penjualan	42.100
Harga penjualan	45.000
Keuntungan	3.000
Marjin	5.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 10 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam kabupaten yaitu membeli dari pedagang pengumpul dalam kabupaten sebesar Rp 40.000 per kilo kemudian menjual ke konsumen sebesar Rp 45.000 per kilo.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 2.100 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.000 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 5.000 per kilo.



### 3. Marjin, biaya dan keuntungan dan masing-masing lembaga pemasaran saluran III

Lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran I terdiri dari pedagang pengumpul dalam kabupaten untuk leboh jelasnya mengenai besarnya marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai merah dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 11. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang pengumpul dalam kabupaten

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	26.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	500
- kantong plastik	100
Harga pokok penjualan	26.600
Harga penjualan	30.000
Keuntungan	3.400
Marjin	4.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 11 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dalam kabupaten yaitu membeli langsung kepada petani dengan harga Rp 26.000 per kilo dan menjual ke konsumen.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 3.400 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 4.000 per kilo.

Analisis marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang besar dalam kabupaten dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 12. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang besar

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	35.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	1.500
- kantong plastik	2.000
- Tenaga Kerja	7.500
Harga pokok penjualan	46.000
Harga penjualan	40.000
Keuntungan	6.000
Marjin	5.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 12 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang besar dalam kabupaten yaitu membeli dari pedagang pengumpul dalam kabupaten sebesar Rp 35.0.000 per kilo kemudian menjual ke pedagang pengecer sebesar Rp 40.000 per kilo dan pedagang pengecer menjual ke konsumen.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 11.000 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 6.000 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 5.000 per kilo.

Analisis marjin, biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang pengecer luar kabupaten dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 13. Analisa Marjin, Pada tingkat pedagang pengecer luar kabupaten

Uraian	Nilai (Rp/Kg)
Pembelian	40.000
Biaya pemasaran	
- Transportasi	500
- Kantong plastik	100
Harga pokok penjualan	40.600
Harga penjualan	45.000
Keuntungan	4.400
Marjin	5.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah ,2018

Tabel 13 menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam kabupaten yaitu membeli dari pedagang besar luar kabupaten kabupaten sebesar Rp 40.000 per kilo kemudian menjual ke konsumen sebesar Rp 45.000 per kilo.

Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 4.400 per kilo serta marjin pemasarannya di peroleh sebesar Rp 5.000 per kilo.

## **VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran cabai merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto terdapat tiga saluran yaitu (1) produsen - pedagang pengumpul lokal – konsumen; saluran (2) produsen - pedagang pengumpul lokal - pedagang pengecer lokal - konsumen; dan saluran (3) produsen-pedagang pengumpul - pedagang besar -pedagang pengecer - konsumen.
2. Marjin pemasaran di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto yaitu saluran I marjin pemasaran sebesar Rp 4.000, saluran II marjin pemasaran sebesar Rp 9.000, dan saluran ke III marjin pemasaran yaitu sebesar Rp 14.000. Dari tiga marjin pemasaran tersebut dapat disimpulkan bahwa marjin pemasaran yang tertinggi terdapat pada saluran ke III dan marjin pemasaran terendah terdapat pada saluran ke I

### **6.2 Saran**

Adapun saran dari penulis untuk memberikan masukan kepada pihak yang etrkaityaitu:

1. Untuk meningkatkan produksi cabai merah, perlu melakukan peremajaan lahan untuk budidaya cabai besar.
2. Untuk mendapatkan keuntungan yang lebih maksimal, maka produsen harus perlu melakukan penjualan secara langsung kepada konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Daniel, 2002. *Bertanam Cabai Rawit dalam Pot* . Jakarta.
- Gitosudarmo, 2008. *Cabai Rawit, Teknik Budidaya Dan Analisis Usaha Tani Cabai Rawit*, Jakarta.
- Handayani, S.M dan I. Nurlaila. 2011. *Analisis Pemasaran Susu Segar di Kabupaten Klaten*. Jurnal Sains Peternakan Vol. 9 (1). Akses tanggal 1 September 2015. Ciamis
- Hasyim, 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kotler, 2004. *Lembaga Dan Marjin Pemasaran*. BA, Surakarta.
- Kurnia, 2004. *Usaha Tani Cabai Rawit*, Yogyakarta
- Mubyarto, 2010. *Perilaku Konsumen Grahana ilmu*, Yogyakarta.
- Muliyadi, 2010. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Natipulu, 2006. *Tataniaga peternakan suatu peternakan sistem kordinasi dan pasar barjangka*. IPB Bogor.
- Rukmana. Rahmat, Ir. 1994. *Usaha Tani Cabai Hibrida Sistem Mulsa Plastik*. Kanisius: Yogyakarta Huderu. Pengertian Cabai. [http:// huderi.wordpress.com/ tag/pengertian-cabai/](http://huderi.wordpress.com/tag/pengertian-cabai/)
- Saipuddin, 2002. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas*, Liberty Offset, Yogyakarta.
- Samsuddin, 2010. *Strategi dan Komponen Teknologi Pengendalian Ulat Grayak Pada Tanaman Kedelai Malang: Balai Penelitian Tanaman Kacang-Kacangan dan Umbi-Umbian*.
- Santika, A. 2008. *Agribisnis Cabai*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Sudiono, S. 2006. *Pengaruh Fungisida dan Waktu Aplikasi Terhadap Penyakit Antraknosa Buah Cabai*. Diakses dari [http://digilib.unila.ac.id/go.php?id=laptunil\\_app\\_gdl\\_res-2006\\_Sudiono\\_127&nodl=19&start=185](http://digilib.unila.ac.id/go.php?id=laptunil_app_gdl_res-2006_Sudiono_127&nodl=19&start=185). LAPTUNILAPP.
- Soekartawi, 2002. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Pt Raja Granfindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

Tarigan. 2007. *Bertanam Cabai Secara Intensif*. Agromedia Pustaka. Jakarta.

Wiliam j, 2001. *Menentukan Metode Pemasaran*. Bumi Aksara, Bandung

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**

## Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

### I. Identitas Responden

- a. Nama Responden :.....
- b. Umur :.....
- c. Pendidikan Terakhir :.....
- d. Jumlah Tanggungan :.....
- e. Luas Lahan :.....

### II. Daftar Pertanyaan Untuk Petani responden

1. Berapa Kg hasil produksi cabai merah sekali panen?
- Jawab
- .....
2. Berapa harga 1 kg cabai merah yang bapak/ ibu jual?
- Jawab
- .....
3. Apakah bapak/ ibu langsung memasarkan cabai merah ke pasar atau ada cara lain?
- Jawab
- .....
4. Apakah bapak / ibu mendapatkan keuntungan jika menjual langsung ke pedagang pengumpul?
- Jawab
- .....



5. Apakah bapak / ibu mendapatkan keuntungan jika menjual langsung ke pedagang pengecer?

Jawab

.....

6. Apakah bapak / ibu mendapatkan keuntungan jika menjual langsung ke pedagang besar?

Jawab

.....

7. Dari tiga pedagang tersebut, berapa harga 1 kg cabai merah yang harus dibayarkan oleh setiap pedagang?

1. Pedagang pengumpul?

Jawab

.....

2. Pedagang pengecer?

Jawab

.....

3. Pedagang besar?

Jawab

.....

8. Biaya- biaya apa saja yang dikeluarkan dalam budidaya cabai merah

No	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		

### III. Identitas Responden

- a. Nama Responden :.....
- b. Umur :.....
- c. Pendidikan Terakhir :.....
- d. Jumlah Tanggungan :.....
- e. Luas Lahan :.....

### IV. Daftar Pertanyaan Untuk Pedagang pengumpul responden

1. Berapa harga beli cabai merah ?

Jawab

.....

2. Berapa harga jual cabai merah ?

jawab

.....

3. Biaya- biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		

**V. Identitas Responden**

- a. Nama Responden :.....
- b. Umur :.....
- c. Pendidikan Terakhir :.....
- d. Jumlah Tanggungan :.....
- e. Luas Lahan :.....

**VI. Daftar Pertanyaan Untuk Pedagang besar responden**

- 1. Berapa harga beli cabai merah ?

Jawab

.....

- 2. Berapa harga jual cabai merah ?

jawab

.....

- 3. Biaya- biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		

## VII. Identitas Responden

- a. Nama Responden :.....
- b. Umur :.....
- c. Pendidikan Terakhir :.....
- d. Jumlah Tanggungan :.....
- e. Luas Lahan :.....

## VIII. Daftar Pertanyaan Untuk Pedagang pengecer responden

1. Berapa harga beli cabai merah?

Jawab

.....

2. Berapa harga jual cabai merah ?

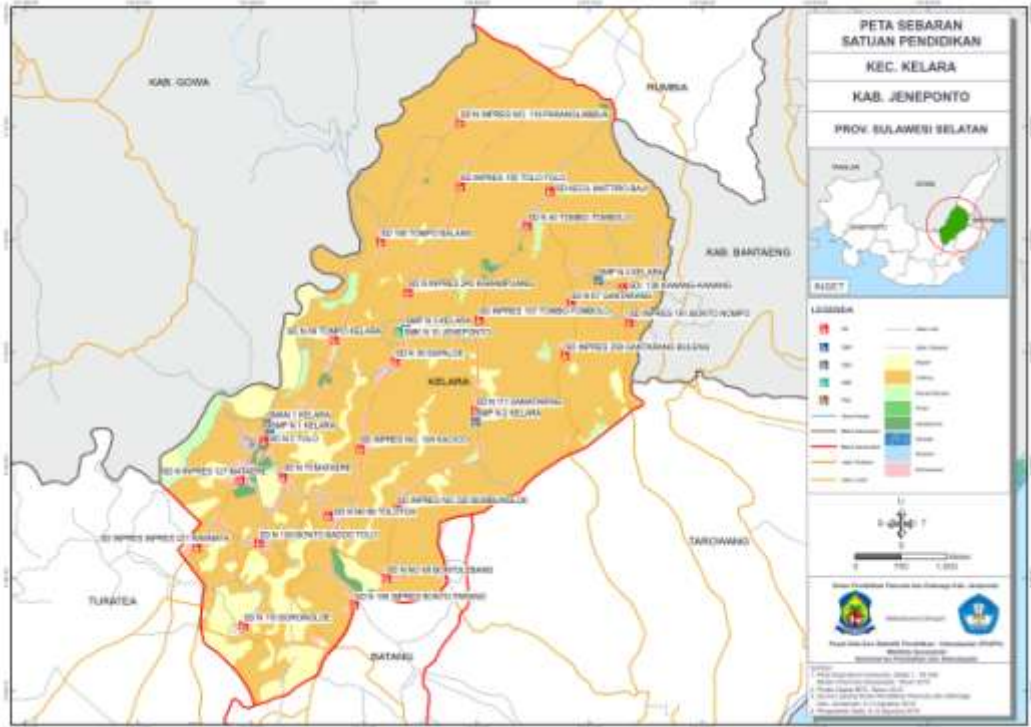
jawab

.....

3. Biaya- biaya pemasaran

No	Keterangan	Biaya (Rp)
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

## Lampiran 2. Peta Lokasi Penelitian



### Lampiran 3 Identitas Responden

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat pendidikan	Jumlah Tanggungan Keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)
1		35	SD	5	26
2		34	SD	3	26
3		28	SD	3	26
4		41	SD	4	26
5		31	SMP	2	26
6		52	SMP	2	26
7		51	SMP	3	26
8		49	SMP	6	26
9		31	SMA	2	26
10		36	SMP	2	26
11		49	SD	5	26
12		47	SD	3	26
13.		29	SMP	5	26

#### Lampiran 4 Identitas Responden Pedagang Pengumpul, Pedagang Besar dan Pedagang Pengecer

##### Identitas Responden Pedagang Pengumpul Lokal

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	JumahTanggungan keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Massa	45	SD	3	Rp 30.000
2.	Dg Nai	40	SD	4	Rp 30.000

##### Identitas Pedagang Besar

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	JumahTanggungan keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Irwan	45	SD	4	Rp 40.000
2.	Kamaruddin	34	SMP	5	Rp 40.000

##### Identitas Pedagang Pengecer lokal

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	JumahTanggungan keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Nia	41	SD	6	Rp 45.000
2.	Marni	32	SD	5	Rp 45.000
3.	Ina	38	SD	4	Rp 45.000

##### Identitas Pedagang Pengecer luar kabupaten

No.	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	JumahTanggungan keluarga	Harga Jual (Rp/Kg)
1.	Hj Hani	65	SD	5	Rp 45.000
2.	Hj Cia	40	SD	5	Rp 45.000

**Lampiran 5. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer dan Pedagang Besar**

**Biaya pedagang pemasaran pedagang pengumpul Lokal**

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Transfortasi	Rp 50.000
2	Kantong	Rp 15.000

**Biaya pedagang pengecer lokal**

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Transfortasi Kantong	Rp 20.000 Rp 10.000
2	Transfortasi Kantong	Rp 20.000 Rp 10.000
3	Transfortasi Kantong	Rp 20.000 Rp 10.000

**Biaya pedagang pengecer luar Kabupaten**

No.	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
	Transfortasi Kantong	Rp 50.000 Rp 20.000
	Transfortasi Kantong	Rp 50.000 Rp 20.000



**Biaya pedagang besar**

No.	Jenis Biaya	Biaya
	Transfortasi	Rp 300.000
	Kantong	Rp 100.000
	Tenaga Kerja	Rp 150.000

## **lampiran 6 Dokumentasi Penelitian**



Gambar 1, Pengambilan Data Pada Petani



Gambar 2. Pengambilan data pedagang pengumpul



Gambar 3. Pengambilan data pedagang besar



Gambar 4. Cabai Besar siap di distribusikan



Gambar 5. Wawancara pedagang pengecer



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS PERTANIAN**

Jl. Sultan Alauddin Makassar No. 259 Makassar, Telp (0411) 866772, 881593, Fax 0411 865 588

Nomor : ...~~510~~...../FP/C.2-II/IV/39/2018  
Lamp : 1 (Satu) Proposal Penelitian  
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth:  
**Ketua LP3M UNISMUH Makassar**  
Di-  
Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian UNISMUH Makassar, maka kami mohon Bapak untuk memberikan surat Pengantar Izin Penelitian Kepada mahasiswa dibawah ini,

Nama : Syatriani Syam  
Stambuk : 10596 01562 14  
Jurusan : Agribisnis  
Waktu Pelaksanaan : April – Juni 2018  
Judul : Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah (*Capsicum annum.L*) Di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto

Atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan jazakumullah khairan katsira.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 04 April 2018 M  
17 Rajab 1439 H



H. Dumanuddin, S.Pi., M.P.  
NBM : 853 947



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 215/Izn-5/C.4-VIII/IV/37/2018  
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 Rajab 1439 H  
05 April 2018 M

Kepada Yth,  
Bapak Gubernur Prov. Sml-Sel  
Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel  
di -  
Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 519/FP/C.2-II/IV/39/2018 tanggal 4 April 2018, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : SYATRIANI SYAM  
No. Stambuk : 10596 01562 14  
Fakultas : Fakultas Pertanian  
Jurusan : Agribisnis  
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

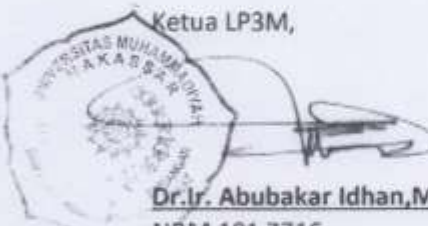
**"Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah (*Capsicum annum.L*) di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto"**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 7 April 2018 s/d 7 Juni 2018.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Ketua LP3M,  
  
Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.  
NBM 101 7716



PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN

Nomor : 4075/S.01/PTSP/2018  
Lampiran :  
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
Bupati Jeneponto

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 215/Izn-05/C.4-VIII/III/37/2018 tanggal 05 April 2018 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : SYATRIANI SYAM  
Nomor Pokok : 105960156214  
Program Studi : Agribisnis  
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH (CAPSICUM ANNUM L) DI DESA BORONGLOE  
KECAMATAN KELARA KABUPATEN JENEPONTO "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **07 April s/d 07 Juni 2018**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami *menyetujui* kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada tanggal : 06 April 2018

A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN  
KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU  
PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN  
Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu



**A. M. YAMIN, SE., MS.**

Pangkat : Pembina Utama Madya  
Nip : 19610513 199002 1 002

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar;  
2. *Portinggal*.



**PEMERINTAH KABUPATEN JENEPONTO**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PTSP**  
Jl. Lingkar Nomor 30 Bontosunggu, Tlp: 0419-2410044 Jeneponto

Nomor : 0080/IPT/DPMPSTP/IP/IV/2018  
Lampiran :-  
Perihal : Izin Penelitian

Jeneponto, 13 April 2018  
Kepada :  
Yth. Lurah Tolo Barat  
Di-  
Tempat

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan No. 4075/S.01/PTSP/2018, Tanggal 06 April 2018, Perihal Permohonan Permintaan Izin Melaksanakan Penelitian, maka dengan ini disamp kepada Bapak/Saudara bahwa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : SATRIANI SYAM  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nomor Poltek : 105960156214  
Program Studi : Agribisnis  
Lembaga : Mahasiswa (S1)  
Pekerjaan : Mahasiswa  
Alamat : Jl. Yusuf Bauty Gowa

Bermaksud melakukan Penelitian dan pengambilan data awal di daerah/kantor saudara sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul :

**"ANALISIS PEMASARAN KOMODITI CABAI MERAH (CAPSICUM ANNUM L) DI DESA BORONGLOE  
KECAMATAN KELARA KABUPATEN JENEPONTO"**

yang berlangsung tanggal 07 April 2018 s/d 07 Juni 2018

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bapak Bupati Jeneponto Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Jeneponto.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" kepada Bapak Bupati Jeneponto Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Jeneponto.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan di atas.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi, dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Hj. MERNAWATI S.IP.M.Si

Pangkat : Pembina - IV/a

NIP : 19771231 200212 2 015

Tembusan: disampaikan kepada Yth:

1. Bapak Bupati Jeneponto (dikirim sebagai laporan)
2. Ketua LPPM UNISMU di Makassar
3. Pemohon yang bersangkutan
4. Arsip



Rp. 0,00



## RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Borongloe 30 September 1996 dari Ayah Sabbara dan Ibu Marintang. Penulis merupakan anak Terakhir dari tiga bersaudara.

Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 10 Borongloe dan menyelesaikan pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan ke MTS Darussalam Saroppo dan tamat pada tahun 2011, kemudian dilanjutkan di SMA Negeri 3 Sungguminasa dan tamat pada tahun 2014.

Penulis lulus seleksi dan diterima di Universitas Muhammadiyah Makassar pada tahun 2014 dengan mengambil Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian. Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah mengikuti DAD (Darul Akram Dasar) di benteng Somba Opu tepatnya di Baruga dan KKP di Barru tepatnya di Lingkungan Doi-doi Kelurahan Mattappawalie Kabupaten Barru.

Tugas akhir dalam pendidikan tinggi diselesaikan dengan menulis skripsi yang berjudul “Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah di Desa Borongloe Kecamatan Kelara Kabupaten Jeneponto”. Dengan penuh perjuangan, kerja keras dan proses pembelajaran yang tiada henti akhirnya penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata I (satu) di Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis sebagai calon petani berdasi di masa yang akan datang.