

**MARJIN PEMASARAN CABAI RAWIT
DI DESA BANGKALALOE KECAMATAN BONTORAMBA
KABUPATEN JENEPONTO**

**Haruna
105960148813**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017**

**MARJI PEMASARAN CABAI RAWIT
DI DESA BANGKALALOE KECAMATAN BONTORA
KABUPATEN JENEPONTO**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

Nama : Haruna

Stambuk : 105960148813

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Diserjui

Pembimbing I Pembimbing II

Dr. Ir. Siti Wardah, M.Si
NIDN. 0008066361

Reni Fatmawati S.P.,M. Si
NIDN. 0928128602

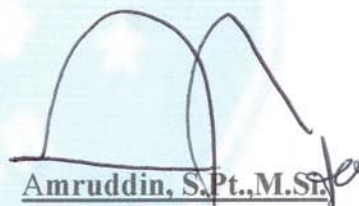
Diketahui

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Prodi Agribisnis



Ir. H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.
NIDN. 0912066901



Amruddin, S.Pt., M.Si
NIDN. 0922076902

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe
Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

Nama : Haruna

Nim : 105960148813

Program Studi : Agribisnis

Konsentrasi : Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas : Pertanian



1. Dr. Ir. Siti Wardah, M.Si
Ketua Sidang

Tanda Tangan

2. Reni fatmasari, S.P., M.Si
Sekretaris

3. Jumiati, S.P., M.M
Anggota

4. Syatir, S.P., M.Si
Anggota

Tanggal Lulus : 18 agustus 2017

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul : **MARJIN PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BANGKALALOE KECAMATAN BONTORAMBA KABUPATEN JENEPONTO** adalah benar merupakan hasil karya yang belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini.



Makassar, Juli 2017

Haruna

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga kami dengan segala kelebihan dan kekurangan dapat menyelesaikan skripsi ini

Dalam penyusunan skripsi penulis menghadapi banyak kendala, akan tetapi kendala itu mampu diselesaikan dengan baik berkat arahan dan bimbingan yang senantiasa membimbing kami dan motivasinya selama penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada pembimbing yakni kepada ibu Dr. Ir. Siti Wardah, M.Si selaku pembimbing 1 dan kepada ibu Reni Fatmasari SP.M.Si selaku pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, serta kepada tim penguji yang telah memberikan kritikan dan saran dalam penyempurnaan hasil akhir laporan penelitian ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan, Amin.

Ucapan yang sama penulis sampaikan kepada :

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Beserta Staf atas dorongan, motivasi yang diberikan, semoga Allah membalas pahala yang berlipat ganda.

2. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar Beserta Staf, semoga segala aktivitas yang dilakukan mendapat rahmat dan hidayah dari Allah yang Maha Kuasa.
3. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar atas bantuan kelengkapan administrasi penulis butuhkan, semoga segala jerih payahnya bernilai ibadah disisi Nya.
4. Para Dosen Pertanian dengan berbagai pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis, semoga segala amalan yang dilakukan, diberi pahala yang setimpal dan mendapat rahmat dan hidayah dalam melakukan tugas-tugasnya.
5. Rekan-rekan mahasiswa dan rekan kerja yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir, semoga Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang membalasnya.

Demikianlah pula terkhusus kepada ayah dan ibundaku, serta keluarga yang senantiasa mendukung selama proses perkuliahan sampai pada tahap akhir ini, semoga apa yang telah dilakukannya mendapat rahmat dan hidayah dari Allah SWT.

Akhir penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pertanian dimasa yang akan datang.

Makassar, Juli 2017

Haruna

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Cabai Rawit	6
2.2 Margin Pemasaran	8
2.3 Fungsi Fungsi Pemasaran	11
2.4 Harga	12
2.5 Pedagang Pengumpul	13
2.6 Pedangan Besar	13
2.7 Pemasaran	14
2.8 Saluran Pemasaran	17
2.9 Kerangka Pikir	19

III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
3.2 Teknik Pengumpulan Sampel.....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Teknik Analisis Data.....	24
3.6 Definisi Operasional.....	25
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	26
4.1 Kondisi Fisik Wilayah.....	26
4.2 Keadaan Penduduk.....	27
4.3 Sarana Dan Prasarana.....	29
V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
5.1 Identitas Responden.....	31
5.2 Saluran Pemasaran.....	36
5.3 Marjin Pemasaran Cabai Rawit.....	38
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	42
6.1 Kesimpulan.....	42
6.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	27
2.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	28
3.	Sarana Dan Prasarana Di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	30
4.	Jumlah Petani Cabai Rawit Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto...	32
5.	Jumlah Responden Petani Cabai Rawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	33
6.	Pengalaman Petani Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	34
7.	Jumlah Respoden Berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	35
8.	Analisa Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	40

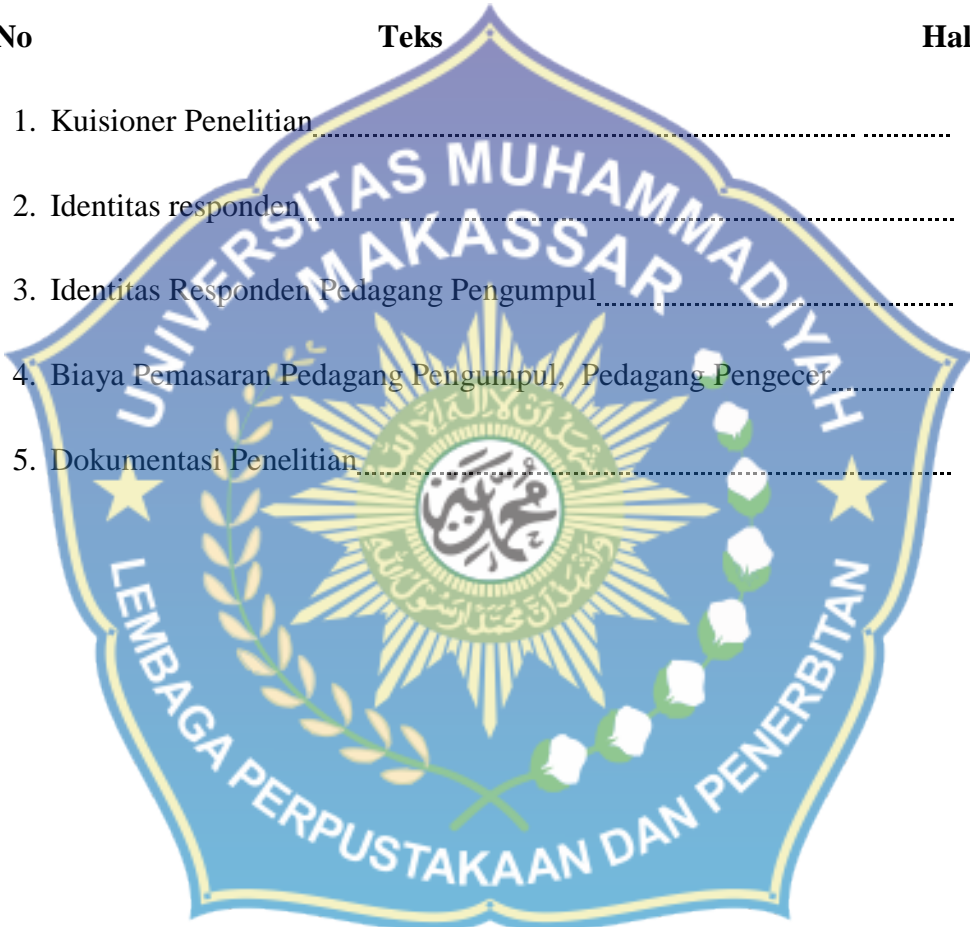
DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.	Saluran Pemasaran Menurut Kolter (2004).....	18
2.	Kerangka Pemikiran Marjin Pemasaran Cabai Rawit.....	21
3.	Saluran Distribusi Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	43
2.	Identitas responden.....	45
3.	Identitas Responden Pedagang Pengumpul.....	46
4.	Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer.....	47
5.	Dokumentasi Penelitian.....	48



1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) memiliki potensi sebagai jenis sayuran untuk dikembangkan karena penting peranannya baik untuk memenuhi kebutuhan konsumsi nasional maupun komoditas ekspor. Kebutuhan manusia yang semakin beragam menyebabkan semakin berkembangnya pemanfaatan cabai sebagai obat-obatan, kosmetik, zat warna, pencampuran minuman dan lainnya, sehingga kebutuhan bahan baku cabai akan terus meningkat setiap tahunnya, (Zulkifli et al, 2000).

Produksi cabai di Indonesia sangat fluktuatif dari tahun ke tahun, sedangkan konsumsi perkapita cenderung terus meningkat. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Hortikultura Departemen Pertanian 2008 rata-rata hasil produksi cabai besar dan cabai rawit pada tahun 2007 berturut-turut adalah 6,30 ton/ha dan 4,67 ton/ha. Tahun 2007 konsumsi cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit di Indonesia berturut-turut adalah 1,47 kg/kapita/tahun; 0,3 kg/kapita/tahun; dan 1,51 kg/kapita/tahun. Tanaman cabai (*Capsicum frutescens*) merupakan tanaman hortikultura yang dapat hidup pada tanah dengan kondisi air tanah sedang. Indonesia terletak di daerah tropis dengan dua musim, yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Musim kemarau yang berkepanjangan dapat menyebabkan ketersediaan air tanah semakin berkurang. Menurut (Kurnia, 2004), petani Indonesia umumnya mengandalkan curah hujan dalam mengairi tanah garapannya sehingga produksi

cabai relatif rendah akibat pada bulan-bulan tertentu tidak mendapatkan hujan. Faktor iklim yang mempengaruhi pertumbuhan tanaman meliputi sinar matahari, curah hujan, kelembaban, suhu dan angin, dan sangat peka terhadap kekurangan air. Fungsi air adalah sebagai pelarut, pengangkut unsur hara ke organ Universitas Sumatera Utara tanaman, dan berperan dalam proses fotosintesis dan respirasi. Akibat kekurangan air menyebabkan tanaman kurus, kerdil, layu dan mati, (Zulkifli et al, 2000).

Defisit air berasosiasi dengan beberapa proses fisiologi yang berhubungan langsung dengan pertumbuhan yang dapat menyebabkan kematian. Cekaman kekeringan yang dialami tanaman memiliki pengaruh yang beragam bergantung pada varietas, besar dan lamanya cekaman, dan masa pertumbuhan tanaman. Karakter morfologi yang umum untuk menduga tingkat toleransi tanaman terhadap cekaman kekeringan dengan mengamati perkembangan perakaran yang dapat digunakan untuk membedakan tanaman yang tahan, (Hanum et al, 2007).

Kekurangan air di dalam jaringan tanaman dapat juga disebabkan oleh transpirasi yang berlebihan melalui stomata dan kutikula atau disebabkan oleh keduanya. Lebih dari 90% transpirasi terjadi melalui stomata di daun. Stomata berperan sebagai alat untuk pertukaran CO₂ dalam proses fisiologi yang berhubungan dengan produksi, selain itu stomata juga berperan sebagai alat untuk penguapan, (Lestari, 2006). Krisis ketersediaan air tanah dapat menyebabkan terganggunya pertumbuhan tumbuhan khususnya pada tanaman cabai, sehingga dengan adanya penelitian ini dapat diketahui kebutuhan air tanah minimal yang

masih mampu mendukung pertumbuhan dan produksi cabai untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia yang selalu menggunakan cabai segar dalam kehidupan sehari-hari.

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) merupakan salah satu jenis sayuran yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Cabai mengandung berbagai macam senyawa yang berguna bagi kesehatan manusia, melaporkan cabai mengandung antioksidan yang berfungsi untuk menjaga tubuh dari serangan radikal bebas. Kandungan terbesar antioksidan ini adalah pada cabai hijau. Cabai juga mengandung Lasparaginase dan Capsaicin yang berperan sebagai zat antikanker, (Kilham, 2006)

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) merupakan salah satu komoditas sayuran yang banyak dibudidayakan oleh petani di Indonesia karena memiliki harga jual yang tinggi dan memiliki beberapa manfaat kesehatan yang salah satunya adalah zat capsaicin yang berfungsi dalam mengendalikan penyakit kanker. Selain itu kandungan vitamin C yang cukup tinggi pada cabai dapat memenuhi kebutuhan harian setiap orang, namun harus dikonsumsi secukupnya untuk menghindari nyeri lambung.

Produksi cabai rawit segar di Sulawesi Selatan dengan tangkai tahun 2014 sebesar 800 juta ton. Dibandingkan tahun 2013, terjadi kenaikan produksi sebesar 86,98 ribu ton (12,19 persen). Kenaikan ini disebabkan oleh kenaikan produktivitas sebesar 0,23 ton per hektar (4,04 persen) dan peningkatan luas panen sebesar 9,76 ribu hektar (7,80 persen) dibandingkan tahun 2013.

Budidaya tanaman cabai rawit (*Capsicum frutescens*) yang dilakukan oleh masyarakat Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto berkembang dengan baik karena wilayah sangat cocok untuk perkembangan cabai rawit. Mekanisme pemasaran merupakan salah satu rangkaian subsistem agribisnis yang memiliki keterkaitan erat dengan subsistem agribisnis lainnya, karenanya pemilihan rangkaian pemasaran, dalam hal ini saluran pemasaran produk pertanian.

Strategi teknis dan operasional tersebut harus mampu menciptakan efisiensi pemasaran yang pada akhirnya meningkatkan efektifitas sistem pemasaran yang mendorong kemajuan pertanian. Efisiensi pemasaran tersebut adalah indikasi kesejahteraan para pelaku kegiatan ekonomi produksi pertanian meliputi produsen agen pemasaran dan konsumen. Melalui pemasaran terlihat perbedaan produsen dengan biaya konsumen serta kelayakan pendapatan agen pemasaran yang terlihat dalam kegiatan pemasaran.

Petani di Desa Bangkalaloe memasarkan cabai rawitnya langsung di desa tanpa membawa ke pasar yang berada di kecamatan yang di anggap relatif jauh, di desa tersebutlah pedagang pengecer serta pedagang pengumpul membeli cabai rawit untuk di pasarkan kembali dan adapun waktu jual beli cabai rawit yakni hari minggu dan kamis. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti perlu melakukan penelitian yang berjudul : **“Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pendahuluan, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian :

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto?
2. Berapa marjin pemasaran cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit yang ada di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.
2. Untuk mengetahui besarnya marjin pemasaran cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

Kegunaan penelitian :

1. Sebagai bahan informasi dan study bagi pihak-pihak yang memerlukan di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.
2. Sebagai bahan informasi bagi pemerintah maupun lembaga-lembaga lainnya dalam mengambil kebijakan dibidang usahatani cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

II TINJAUAN PUSTAKA

1. Cabai Rawit

Cabai kathur atau biasa disebut cabai rawit adalah tumbuhan perdu dari family terong-terongan (*solanaceae*) anggota *genus capsicum* yang memiliki nama *capsicum sp.* Cabai berasal dari benua Amerika tepatnya daerah Peru dan menyebar ke Negara-negara benua Amerika, Eropa, dan Asia termasuk Negara Indonesia. Selain di Indonesia juga tumbuh dan populer sebagai bumbu masakan di Negara-negara Asia. Tanaman cabai (*Capsicum annum L.*) merupakan tanaman setahun yang berbentuk perdu, banyak dibutuhkan manusia sebagai bumbu masak, karena sifat pedasnya yang berasal dari minyak atsirim (Sunaryo dan Rismunandar 2005).

Dalam klasifikasi, tanaman cabai termasuk dalam kelas *Angiospermae*, sub kelas *Dicotyledonae*, ordo *Polimoniales*, famili *Solanaceae*, genus *Capsicum* dan spesies *Capsicum annum L* (Samsudin, 2009), cabai rawit atau cabai kathur, adalah buah dan tumbuhan anggota *genus Capsicum*. Selain di Indonesia, ia juga tumbuh dan populer sebagai bumbu masakan di negara-negara Asia Tenggara lainnya. Di Malaysia dan Singapura ia dinamakan cili padi, di Filipina siling labuyo, dan di Thailand phrik khi nu. Di Kerala, India, terdapat masakan tradisional yang menggunakan cabai rawit dan dinamakan kanthari mulagu. Dalam bahasa Inggris ia dikenal dengan nama Thai

Buah cabai rawit berubah warnanya dari hijau menjadi merah saat matang. cukup pedas karena kepedasannya mencapai 50.000 - 100.000 pada skala Scoville. Cabai rawit biasa di jual di pasar-pasar bersama dengan varitas cabai lainnya.

antara lain *Bactrocera papayae* dan *Bactrocera carambolae*.

Manfaat bagi kesehatan:

1. Meningkatkan sirkulasi darah
2. Membantu nyeri otot
3. Membantu detoksifikasi

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) adalah spesies yang paling luas dibudidayakan dan paling penting secara ekonomis, dan meliputi buah manis dan pedas dengan berbagai bentuk dan ukuran. Bentuk yang di domestikasi diklasifikasikan sebagai *Capsicum Annum* varietas *annum*; anggota liarnya adalah *Capsicum Annum* varietas *Aviculare*. Tampaknya, spesies ini di domestikasi sekitar wilayah Meksiko dan Guatemala (Yamaguchi, 1999). Cabai rawit (*Capsicum frutescens* L) adalah spesies semi domestikasi yang ditemukan di dataran rendah tropika Amerika.

Menurut Setiadi (2006), cabai rawit paling banyak mengandung vitamin A dibandingkan cabai lainnya. Cabai rawit segar mengandung 11.050 SI vitamin A, sedangkan cabai rawit kering mengandung mengandung 1.000 SI. Sementara itu, cabai hijau segar hanya mengandung 260 vitamin A, cabai merah segar 470, dan cabai merah kering 576 SI. Selain untuk sayuran, cabai mempunyai kegunaan yang lain. Dengan beberapa keunggulan tersebut, cabai dianggap penting untuk bahan ramuan industri makanan, minuman maupun farmasi. Malahan, dengan kandungan

vitamin A yang tinggi, selain bermanfaat untuk kesehatan mata, cabai juga cukup manjur untuk menyembuhkan sakit tenggorokan. karena rasanya yang pedas mengandung capsicol-semacam minyak atsiri yang tinggi, (Setiadi, 2006). Cabai bisa menggantikan fungsi minyak gosok untuk mengurangi pegal-pegal, rematik, sesak nafas, juga gatal-gatal. Dengan ketajaman aromanya, cabai juga digunakan untuk menyembuhkan radang tenggorokan akibat udara dingin serta mengatasi polio (Setiadi, 2006). Menurut hasil penelitian Departemen Kesehatan cabai cukup manjur untuk mengobati sakit perut, mulas, bisul, iritasi kulit dan sekaligus untuk stimulan (perangsang) misalnya merangsang nafsu makan, (Setiadi, 2006).

2.2 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) margin 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 :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin pemasaran

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp/kg)

Pf = Harga harga ditingkat petani (Rp/kg)

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

Keuntungan adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh kepada penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir (margin) 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 efesiennya 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 absoult dan persen margin. Persentase bagian margin merupakan suatu pengelompokan yang digunakan secara populer pada serangkaian angka yang menunjukkan margin absoult

dari berbagai tipe pedagang atau berbagai fungsi pemasaran yang berbeda, dibagi dengan harga eceran, (Saipuddin, 2002).

2.3 Fungsi-Fungsi Pemasaran

Fungsi pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan bisnis 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 menaikan 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.

2.4 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. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.

2.5 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

2.6 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. Perusahaan menetapkan harga untuk menentukan laba yang akan didapat oleh perusahaan agar perusahaan tetap dapat memproduksi suatu barang yang akan dipasarkan.

2.7 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 mengalirnya 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 dipasarkannya 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).

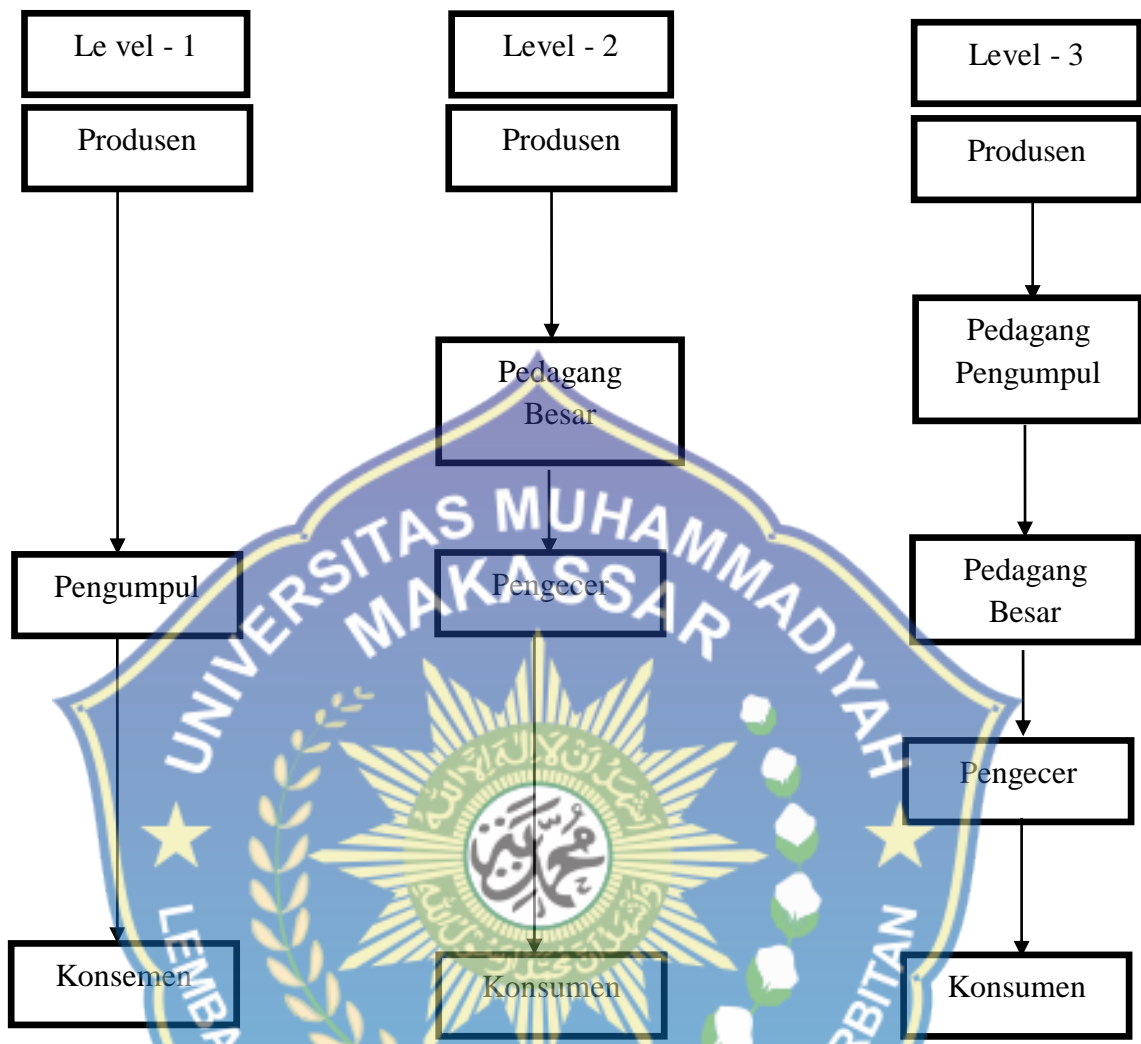
Pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Secara umum dipasar terdapat banyak penjual dan pembeli, serta barang atau jasa yang 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).

2.8 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 membawa 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 satu level berisi satu perantara penjualan, yaitu pengecer, saluran dua level berisi dua perantara mereka umumnya adalah pedagan besar dan pengecer. Salura 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 tetang 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)

2.9 Kerangka Pikir

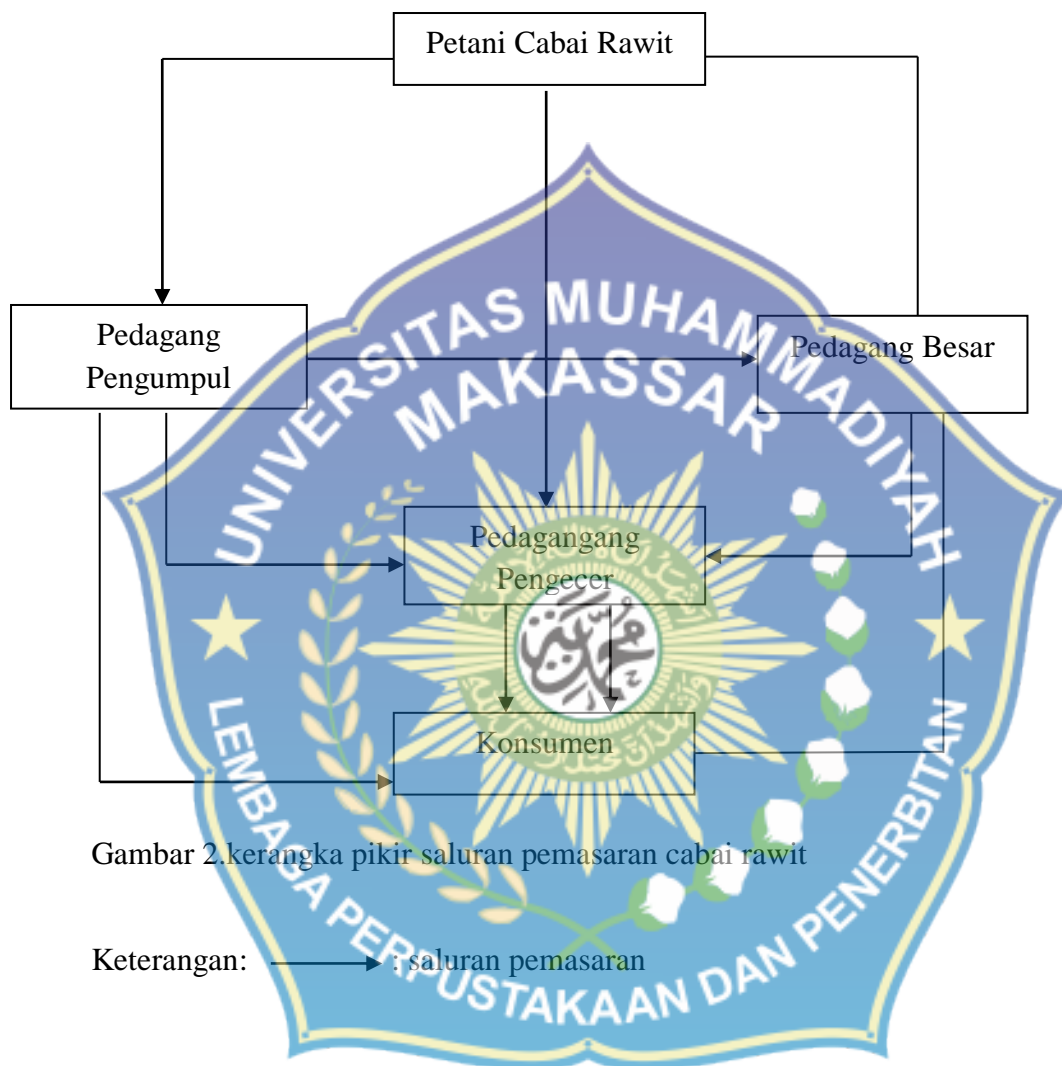
Pemasaran menjadi hal yang sangat penting artinya ketika suatu hal barang telah di produksi. Tidak semua orang mampu memproduksi suatu barang sendiri sehingga pemasaran harus dijalankan, agar setiap orang membutuhkan dapat memenuhi kebutuhan akan suatu barang tersebut untuk dapat menyalurkan produksinya 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 rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

Dalam pemasarannya, produk dari petani masuk kepengumpul, 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 kekonsumen akhir dalam jumlah kecil (eceran) sehingga terbentuklah harga eceran, dari hal ini dapat diketahui adanya perubahan harga dari pasar induk kepasar 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 saluran pemasaran cabai rawit

Keterangan: → ; saluran pemasaran

III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto. Lokasi penelitian ini dipilih karena produksi tinggi dibandingkan dengan daerah – daerah lain. Penelitian ini di laksanakan pada bulan Mei sampai bulan Juni 2017.

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 rawit

Populasi dalam penelitian ini adalah petani cabai rawit yang berjumlah 130 orang di Desa Bangkalaloe, Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto Dari jumlah 130 orang petani cabai rawit, diambil 10% yang dijadikan sebagai sampel. Dengan cara $\frac{10}{100} \times 130 = 13$ orang petani cabai rawit 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.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif

Data kuantitatif adalah data informasi yang berupa simbol angka atau bilangan. Berdasarkan simbol-simbol angka tersebut, perhitungan secara kuantitatif dapat dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan yang berlaku umum di dalam suatu parameter nilai data bisa berubah-ubah atau bersifat variatif. Proses pengumpulan data kuantitatif tidak membutuhkan banyak waktu dan sangat mudah dilakukan.

Data kualitatif adalah data informasi yang berbentuk kalimat verbal bukan berupa simbol angka atau bilangan. Data kualitatif didapat melalui suatu proses menggunakan teknik analisis mendalam dan tidak bisa diperoleh secara langsung. Dengan kata lain untuk mendapatkan data kualitatif lebih banyak membutuhkan waktu dan sulit dikerjakan karena harus melakukan wawancara, observasi, diskusi atau pengamatan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Data primer adalah sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara jajak pendapat dari individu atau kelompok (orang) maupun hasil observasi dari suatu obyek, kejadian hasil pengujian (benda). Data sekunder adalah data yang di peroleh melalui media perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku catatan, bukti yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi pengamatan, dimana observer hanya menjadi penonton saja (non participant). Untuk melakukan observasi atas kehidupan masyarakat desa tersebut, observer tidak perlu menjadi penduduk desa tersebut, melainkan kalau cukup melakukan peninjauan-peninjauan (atau tinggal sementara didesa itu).
- b. Wawancara yaitu pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan secara langsung terhadap petani yang mengenai sosial ekonomi petani cabai rawit
- c. Dokumentasi memotret yaitu tidak setiap kejadian dapat ditulis dengan jelas didaftar isian maupun pada saat wawancara, 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 data yang digunakan adalah teknik analisis menggunakan rumus margin pemasaran yaitu :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M = Margin Pemasaran

Pr = Harga Ditingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)

3.6 Definisi Operasional

1. Cabai rawit adalah buah dan tumbuhan anggota *genus capsicum*
2. Margin pemasaran adalah selisih harga yang dibayarkan untuk konsumen dengan harga yang diterima produsen.
3. Petani cabai rawit adalah orang yang membudidayakan tanaman cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.
4. Pedagang pengumpul adalah orang yang datang kelokasi dan langsung membeli cabai rawit tanpa melalui perantara.
5. Pedagang pengecer adalah orang yang melakukan pembelian cabai rawit lalu di jual kembali kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
6. Pedagang pengecer adalah orang yang melakukan pembelian cabai rawit lalu di jual kembali kepada konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.
7. Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien.
8. Saluran pemasaran cabai rawit adalah cara penyampaian cabai rawit dari petani cabai rawit sampai kekonsumen
9. Lembaga pemasaran adalah orang yang terlibat dalam melakukan aktivitas pemasaran.
10. Fungsi pemasaran adalah untuk menetapkan harga.

IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Kondisi Fisik Wiayah

4.1.1. Letak Geografis Dan Wilayah Administrasi

Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto merupakan salah satu dari 12 desa yang ada di wilayah kecamatan bontoramba kabupaten jeneponto. Desa Bangkalaloe memiliki jarak dari pusat pemerintah yakni jarak dari kecamatan 3 km. Secara administrasi batas-batas Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto adalah sebagai berikut.

- Sebelah utara berbatasan dengan Desa Datara
- Sebelah selatan berbatasan dengan Desa Karelayu
- Sebalah timur berbatasan dengan Desa Jombe
- Sebelah barat berbatasan dengan Desa Balumbungan

Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto terbagi dalam 3 dusun, yaitu Dusun Pokobulo, Dusun Joko, Dan Dusun Lingrungloe.

4.1.2. Keadaan Iklim

Secara hidrologis Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto beriklim tropis dengan dua musim yaitu, musim hujan dan musim kemarau, musim hujan bisanya terjadi pada bulan November sampai Mei.

4.2. Keadaan Penduduk

Penduduk merupakan modal besar (*aset*) bagi suksesnya pembangunan, karena itu peranannya akan menentukan bagi perkembangan satu wilayah yang baik dalam skala regional. Untuk mengetahui keadaan penduduk di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto dapat dilihat dari segi umur, jenis kelamin dan mata pencarian.

4.2.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur

Jumlah penduduk di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto berdasarkan jenis kelamin sebanyak 3469 jiwa yang terdiri dari laki-laki 1594 jiwa dan perempuan 1875 jiwa.

Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto, dapat dilihat dari tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

no	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	0-15	156	13,09
2	16-31	303	25,45
3	32-47	201	16,87
4	>47	531	44,59
		1191	100.00

Sumber : Kantor Desa Bangkalaloe 2016

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan jumlah penduduk pada kelompok usia penduduk yang ada di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto, bervariasi dan yang tertinggi pada usia 19-55 tahun yaitu 201 orang (16.87) sedangkan yang terendah berada pada usia 0-6 tahun yaitu 156 orang (13.09), sehingga dapat dikatakan bahwa penduduk Desa Bangkalaloe umumnya mempunyai kemampuan fisik yang lebih kuat dan lebih mudah menerima inovasi dan teknologi yang sedang berkembang dibanding dengan umur petani yang berumur tua.

4.2.2 Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian

Mata pencarian dengan penghasilan yang diperoleh seseorang yang menunjang perekonomian keluarganya serta menentukan tingkat kemakmuran maupun penduduk atau status seseorang dalam masyarakat. Jumlah penduduk menurut mata pencarian di desa bangkalaloe tersebar kedalam beberapa kelompok pekerjaan/lapangan usaha utama. Untuk lebih konkrit atau jelasnya rata-rata jumlah penduduk berdasarkan mata pencarian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

No	Jenis Mata Pencarian	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Petani	437	56.75
2	Pns/Karyawan/Tni/Polri	253	32.86
3	Pedagang/Wiraswasta	39	5.06
4	Buruh	16	2.08
5	Sopir	26	3.25
		770	100.00

Sumber : Kantor Desa Bangkalaloe 2016

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa penduduk di Desa Bangkalaloe pada umumnya memiliki mata pencarian petani yaitu 437 orang (56.75%) berprofesiai sebagai pns/karyawan/tni dan polri 253 orang (32.86%), sedangkan pedagang/wiraswasta 39 orang (5.06%) buruh 16 orang (2.08%) sopir 26 orang (3.25) dan yang paling banyak adalah petani. Hal ini disebabkan karena rata-rata penduduk Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto memilki lahan yang luas dan potensi lahannya dominnan lahan pertanian sehingga penduduknya menggantungkan hidupnya di lahan pertanian.

4.3 Sarana Dan Prasarana

Adanya sarana dan prasarana yang merupakan faktor dapat mendukung kegiatan masyarakat satu daerah dalam melaksanakan kegiatan sosial ekonomi, pendidikan, kesehatan dan lain-lain sehingga memberikan kemajuan dan perkembangan wilayah tersebut.

Dan lebih lanjut mengenai sarana dan prasarana yang ada di Desa Bangkalaloe dapat di lihat Tabel 3.

Tabel 3. Sarana Dan Prasarana di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

NO	URAIAN	JUMLAH (UNIT)
1	Sarana Pendidikan <ul style="list-style-type: none"> • PAUD • TK • SD • SLTP/MTS • SMK 	2 5 3 2 1
2	Sarana Pribadi <ul style="list-style-type: none"> • Mesjid • Mushollah 	2 4
3	Sarana Kesehatan <ul style="list-style-type: none"> • Pustu • Posyandu 	1 3
4	Sarana Perekonmian <ul style="list-style-type: none"> • Pasar • Toko/Kios 	1 10
5	Sarana Olahraga <ul style="list-style-type: none"> • Lapangan sepak bola 	1

Sumber: Kantor Desa Bangkalaloe, 2016

Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa sarana dan prasarana yang ada di Desa Bangkalaloe cukup memadai sehingga masyarakat dapat melaksanakan kegiatannya sehari-hari baik kegiatan sosial budaya, maupun ekonomi. Hal ini dapat di lihat dengan tersedianya fasilitas seperti sarana pendidikan, sarana peribadatan, sarana kesehatan dan sarana perekonomian. Sehingga dilihat pada tabel 3 kebanyakan masyarakat di Desa Bangkalaloe mempunyai sarana dan prasarana perekonomian yang tinggi yaitu toko/kios dan ada yang terendah yaitu mushollah, pustu, pasar dan lapangan sepak bola dalam sarana dan prasaran

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 rawit mempunyai kemampuan fisik yang kuat serta mudah menerima inovasi, seseorang yang masih mudah lebih cepat menerima hal-hal yang baru dalam berusahatani cabai rawit dan lebih berani mengambil resiko dan lebih dinamis, sedangkan seseorang yang berumur relatif tua mempunyai kapasitas pengelolaan yang matang dan memiliki banyak pengalaman dalam mengelolah usahanya, sehingga ia sangat berhati-hati dalam bertindak, mengambil keputusan dan cenderung bertindak dengan hal-hal yang bersifat tradisional, disamping itu 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 Rawit Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

No	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
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 setelah diolah, 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa petani responden yang terdapat di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba 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 Rawit

Tingkat pendidikan umunya 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 umunya pendidikan petani responden merupakan faktor yang turut menentukan dalam pengelolaan usahatani, terutama dalam penerimaan hal dan serta inovasi yang relavan dengan kegiatan usahatani. Tingkat pendidikan formal membentuk nilai bagi seseorang terutama dalam menerima hal baru.

Tabel 5. Jumlah Responden Petani Cabai Rawit Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	SD	6	46,16
2	SMP	6	46,16
3	SMA	1	7,69
JUMLAH		13	100,00

Sumber: data primer setelah diolah, 2017

Tabel diatas menunjukkan bahwa petani cabai rawit memiliki tingkat pendidikan di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba 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 Rawit

Petani cabai rawit yang ada di desa bangkalaloe, mempunyai pengalaman yang berbeda-beda dalam berusahatani cabai rawit biasanya yang memiliki pengalaman yang lama mempengaruhi keterampilan dan kemampuannya.

Pengalaman berusahatani responden dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Pengalaman Petani Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

No	Pengalaman Petani Cabai Rawit (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
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, 2017

Tabel 6 menunjukkan bahwa petani cabai rawit yang terdapat di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto, dimana terdapat pengalaman petani cabai rawit 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 rawit, 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 rawit dalam mengatasi kesulitan-kesulitan dalam bertani cabai rawit, pengalaman berusaha sangat erat kaitannya dengan keinginan peningkatan keterampilan petani dalam pengembangan usahatannya, karena semakin lama petani atau responden berusaha cabai rawit 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 usahanya 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 ditanggung oleh responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Responden Berdasarkan Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

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

Sumber data yang sudah diolah, 2017

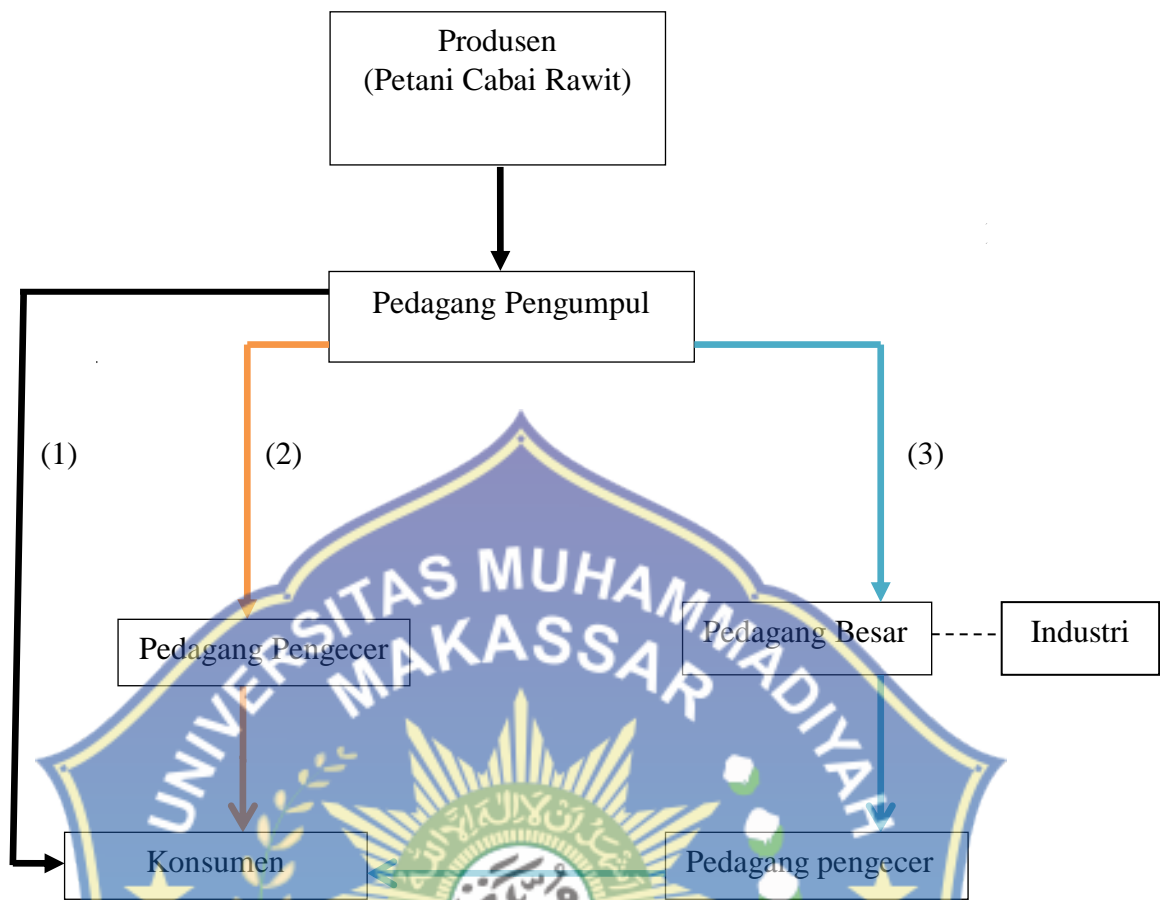
Tabel 7 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan klasifikasi jumlah tanggungan keluarga yaitu 3-4 sebanyak 5 orang dengan

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 rawit sangat dibutuhkan peran lembaga pemasaran untuk menyalurkan cabai rawit dari produsen hingga ketangan konsumen. Di Desa Bangkalaloe terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan cabai rawit yaitu petani pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

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



Gambar 3. Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba 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 rawit, pada saluran I melibatkan satu lembaga pemasaran sebelum cabai rawit sampai dikonsumsi, dimana produsen menjual kepada pedagang pengumpul lalu menjual kembali kepada konsumen. Saluran pemasaran II Pertama-tama produsen menjual kepada pedagang pengumpul kemudian kepada pedagang pengecer dan menjual kepada konsumen. Sistem pendistribusian ini termasuk pembantu produsen dalam memasarkan cabai rawit 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 rawit sampai ditangan konsumen. Pertama-tama produsen menjual kepedagang pengumpul kemudian pedagang besar dan pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer 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 Rawit

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 mengaktivitaskan 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 margin pemasaran yang terbentuk.

Besarnya margin bagi pedagang perantara semakin menguntungkan secara ekonomis, efisien konsumen sebaliknya makin besar margin 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 ke lokasi produsen yang mungkin sulit dijangkau, secara sosial makin banyak pihak yang terlibat maka makin banyak individu yang mendapat keuntungan dari kegiatan pemasaran. Margin total adalah penjualan dari margin yang terdapat pada masing-masing tingkat lembaga pemasaran. Besarnya margin pada berbagai saluran pemasaran berbeda-beda yang disebabkan oleh panjang pendeknya saluran pemasaran. distribusi margin pada lembaga pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dan masing-masing tingkat pemasaran pada Tabel 8.

Tabel 8. Analisa Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto.

No	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)
1	saluran I - Produsen - Pedagang Pengumpul - Konsumen	- Rp 16.600 Rp 20.000	Rp 16.600 Rp 20.000 -
	Marjin	Rp 3.400	
2	Saluran II - Produsen - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen	- Rp 16.600 Rp 20.000 Rp 23.000	Rp 16.600 Rp 20.000 Rp 23.000 -
	Marjin	Rp 6.400	
3	Saluran III - Produsen - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen	- Rp 16.600 Rp 20.000 Rp 22.500 Rp 27.000	Rp 16.600 Rp 20.000 Rp 22.500 Rp 27.000 -
	Marjin	Rp 10.600	

Tabel 8 Menunjukkan dari tiga saluran pemasaran yang ada di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto, saluran I hanya ada satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul kekonsumen sehingga marjin pemasaran rendah. Saluran pemasaran III ada tiga lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer kekonsumen, sehingga marjin pemasarannya tinggi.

Teori tentang saluran pemasaran yaitu semakin efisien tingkat saluran pemasaran maka semakin rendah pula margin pemasaran, dan semakin panjang ditingkat saluran pemasaran maka semakin tinggi tingkat margin pemasaran (Assuri, 2010). Dari tiga saluran pemasaran tersebut yang paling bagus untuk produsen terdapat pada saluran ke III karena margin pemasarannya tinggi, sedangkan yang terbaik untuk konsumen berada pada saluran pemasaran I karena saluran pemasarannya efisien dan margin pemasaran rendah, sehingga harga yang didapatkan konsumen tidak terlalu tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran ke III.



VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto terdapat tiga saluran yaitu I produsen-pedagang pengumpu-konsumen, saluran II produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen, dan saluran III produsen-pedagang pengumpul pedagang besar-pedagang pengecer-konsumen.
2. Marjin pemasaran di Desa Bangkalaloe Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto yaitu saluran I marjin pemasaran sebesar Rp 3.400, saluran II marjin pemasaran sebesar Rp 6.400, dan saluran ke III marjin pemasaran yaitu sebesar Rp 10.400. 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 terkait yaitu:

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

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 rawit sekali panen?

Jawab

.....

2. Apakah bapak/ ibu langsung memasarkan cabai rawit ke pasar atau ada cara lain?

Jawab

.....

3. Berapa harga 1 kg cabai rawit yang bapak/ ibu jual?

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 rawit 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 rawit.

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

Lampiran 2 Identitas responden

Identitas produsen.

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Tanggungjan	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Anto	35	SD	5	12.000
2	Rusba	34	SD	3	12.000
3	Supardi	28	SD	3	11.000
4	Jumakka	41	SD	4	12.000
5	Iwan	31	SMP	2	11.000
6	Bahiri	52	SMP	2	25.000
7	Mustari P	51	SMP	3	25.000
8	Jumarang	49	SMP	6	25.000
9	Sahiri	31	SMA	2	11.000
10	Suparman	36	SMP	2	11.000
11	Kamiseng	49	SD	5	11.000
12	Suking	47	SD	3	25.000
13	Syamsir Dg Leo	29	SMP	5	25.000

Lampiran 3 Identitas Responden Pedagang Pengumpul

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Tanggung	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Tati	45	SD	3	20.000
2	Saso	32	SMA	4	20.000
3	Jirju	37	SMA	4	20.000

Identitas Pedagang Besar

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Tanggung	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Kaharuddin	34	S1	3	22.000
2	Saripuddin	25	SMP	4	22.000

Identitas Pedagang Pengecer

No	Nama	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan	Tanggung	Harga Jual (Rp/Kg)
1	Rimba	41	SD	4	23.000
2	Napi	39	SMP	3	23.000

Lampiran 4. Biaya Pemasaran Pedagang Pengumpul, Pedagang Pengecer.

Biaya pedagang pemasaran pedagang pengumpul

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Biaya Karung	15.000
2	Tenaga Kerja/buruh	60.000
3	Transportasi	100.000
Jumlah		175.000

Biaya pedagang pengecer

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Karung	15.000
2	transportasi	80.000
Jumlah		95.000

Biaya pedagang besar

No	Jenis Biaya	Biaya (Rp)
1	Karung	20.000
2	Kardus	6.000
3	Kantong	6.000
4	Tenaga Kerja/Buruh	65.000
5	Transportasi	95.000
Jumlah		192.000

Dokumentasi Penelitian



Gambar 1, Pengambilan Data Pada Petani

Gambar 2. Pengambilan data pedagang pengumpul



Gambar 3. Pengambilan data pedagang besar



Gambar 4. Cabai rawit siap di distribusikan



Gambar 5. Wawancara pedagang pengecer

RIWAYAT HIDUP



Haruna lahir di Pokobulo Tanggal 27 Juli 1992 dari pasangan Baling dan Nia. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Pendidikan formal yang dilalui penulis adalah SD NEGERI NO. 17 POKOBULO, tamat pada tahun 2006.

Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SMP NEGERI 1 BONTORAMBA, tamat pada tahun 2008. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan SMK NEGERI 6 JENEPONTO, tamat pada tahun 2011. Pada tahun 2011-2013 penulis bekerja sopir pete-pete. Dan pada tahun 2013, penulis lulus seleksi masuk Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar. Selama mengikuti perkuliahan, penulis bergabung komunitas olahraga sepak takraw Sulawesi-Selatan, tempatnya Gedung Mulog Makassar.

Tugas akhir dalam pendidikan stratan satu (SI) di selesaikan dalam menulis skripsi yang berjudul = **“MARGIN PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA BANGKALALOE KECAMATAN BONTORAMBA KABUPATEN JENEPONTO”**

DAFTAR PUSTAKA

- Assuri, 2010. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku Dua, Edisi Pertama, Andy, Yogyakarta.
- Daniel, 2002. *Bertanam Cabai Rawit dalam Pot*. Jakarta.
- Gitosudarmo, 2008. *Cabai Rawit, Teknik Budidaya Dan Analisis Usaha Tani Cabai Rawit*, Jakarta.
- Hasyim, 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Wiliam j, 2001. *Menentukan Metode Pemasaran*. Bumi Aksara, Bandung.
- Kilham, 2006. *Petunjuk Praktis Membuat Pestisida Organik*, Jakarta.
- Kurnia, 2004. *Usaha Tani Cabai Rawit*, Yogyakarta.
- Kotler, 2004. *Lembaga Dan Margin Pemasaran*. BA, Surakarta.
- Lestari, 2006. *Mengatasi Permasalahan Bertanam Cabai*. Penebar Swadaya, Palembang.
- 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.
- Samsuddin, 2010. *Strategi dan Komponen Teknologi Pengendalian Ulat Grayak Pada Tanaman Kedelai Malang: Balai Penelitian Tanaman Kacang- Kacangan dan Umbi-Umbian*.
- Suhardjo, 2007. *Jenis dan Budi Daya Cabai Rawit*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Soekartawi, 2002. *Agribisnis Teori Dan Aplikasinya*. Pt Raja Granfindo. Jakarta.
- Setiadi, 2006. *Agribisnis Cabai*. CV. Pustaka Grafika, Bandung.
- Saipuddin, 2002. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Kesebelas*, Liberty Offset, Yogyakarta.

Yamaguci, 1999. *Meraup Untung Bertanam Cabai Rawit dengan Polybag*. Lily
Publisher : Yogyakarta.

Zulkifli, 2000. *Usaha Tani Cabai Keriting*. Kanisius : Yogyakarta.

Zulkifli, 2000. *Bertanam Cabai Rawit dalam Polybag*. Penebar Swadaya., Jakarta.





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS PERTANIAN

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Kota Makassar 90221, Telp (0411) 866972, Fax 0411 865 588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor :²⁶³..... /FP/C.2-II/V/38/2017
Lampiran : 1 (Satu) Rangkap Proposal Penelitian
Hal : Pengantar Penelitian

Kepada Yth,
Ketua LP3M Unismuh Makassar
di
Makassar

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan rencana pelaksanaan Penelitian mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, maka kami mohon Bapak untuk memberikan Surat **Pengantar Izin Penelitian** Kepada mahasiswa dibawah ini :

Nama : Haruna
Stambuk : 10596 01488 13
Prodi / Jurusan : Agribisnis
Waktu pelaksanaan : Mei - Juni 2017
Judul : Margin Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens*)
Di Desa Bangkalalae Kecamatan Bontoramba
Kabupaten Jeneponto

Atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan jazakumullah khairan katsira.

Wasalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 3 Mei 2017 M
6 Sya'ban 1538 H

Dekan Fakultas Pertanian,



H. Burhanuddin, S.Pi., M.P.
NBM. 853947



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 732/Izn-5/C.4-VIII/V/37/2017
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

07 Sya'ban 1438 H
 03 May 2017 M

Kepada Yth,
 Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
 Cq. Kepala UPT P2T BKPMD Prov. Sul-Sel
 di –

Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 263/FP/C.2-II/V/38/2017 tanggal 5 Mei 2017, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : HARUNA
 No. Stambuk : 10596 01488 13
 Fakultas : Fakultas Pertanian
 Jurusan : Agribisnis
 Pekerjaan : Mahasiswa

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

"Margin Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens*) Di Dcsa Bangkalalae Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 5 Mei 2017 s/d 5 Juli 2017.

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.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,

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



**PEMERINTAH KABUPATEN JENEPOTO
KECAMATAN BONTORAMBA**

Jl. Simpang Lima No.1 BontorambaTlp (0419) 24242787

Bontoramba, 12 Mei 2017

Nomor : 103 /BTR/V/2017
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth.Bapak/Ibu Ketua LP3M UNISMUH
Makassar
di-
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan Surat dari Ketua LP3M UNISMUH Makassar No.6177/S.01P/P2T/05/2017 tanggal 08 Mei 2017,tentang pelaksanaan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi di Desa Bangkalaloe maka kami dari pemerintah Kecamatan Bontoramba memberikan izin untuk melakukan kegiatan tersebut kepada saudara :

Nama : HARUNA
Nomor Pokok : 10596 011488 13
Program Study : Agribisnis
Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar

Demikian Surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Drs.AHMAD/LALA.M,Adm,Pemb

Pangkat : Pembina TK.I IV/d

Nip : 19661501 199303 1 011



1 2 0 1 7 1 9 1 4 2 6 3 1 5

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

Nomor : 6177/S.01P/P2T/05/2017
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Bupati Jeneponto

di-
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 732/Izn-05/C.4-VIII/V/37/2017 tanggal 03 Mei 2017 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

Nama : **HARJUNA**
Nomor Pokok : 10596 011438 13
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 :

**" MARJIN PEMASARAN CABAI RAWIT (*CAPSIDUM FRUTESCENS*) DI DESA BANGKALALOE
KECAMATAN BONTORAMBA KABUPATEN JENEPONTO "**

Yang akan dilaksanakan dari Tgl. 12 Mei s/d 26 Juni 2017

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

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar
Pada tanggal : 08 Mei 2017

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. *Pertinggal.*