

**Analisis Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Tutuling Jaya
Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur**

***Marketing Analysis Of Cayenne Pepper In Tutuling Jaya Village
Wasile District East Halmahera Regency***

Rolief Banelamo ^{(1)(*)}, Paulus Adrian Pangemanan ⁽²⁾, Nordy Fitzgerald Lucky Waney ⁽²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: roliefbanelamo@gmail.com

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Jumat, 23 Juni 2023

Disetujui diterbitkan

: Jumat, 29 September 2023

ABSTRACT

This study aims to describe marketing channels, calculate marketing margins and marketing efficiency of cayenne pepper in Tutuling Jaya Village, Wasile District. Data collection used a survey method with snowball sampling. The total sample size was 12 respondents, consisting of 4 respondents as a farmer sample, 1 collector trader sample, 2 wholesalers sample, 5 respondents as a retailer sample. The result of the research is that the marketing of cayenne pepper in Tutuling Jaya Village has 2 marketing channels. Marketing channel-1 consists of: farmers - collectors - consumers. Channel-1 marketing margin is IDR5.000/kg consisting of: marketing costs IDR3,910/kg, a profit of IDR1,090/kg. Marketing channel-2 consists of: farmers - collectors - wholesalers - retailers - consumers. The marketing margin for cayenne pepper marketing channel-2 is IDR45,000/kg, consisting of: marketing costs IDR18,965/kg, and profits of IDR26,036/kg. Marketing of cayenne pepper in Tutuling Jaya Village, Wasile District, East Halmahera Regency on marketing channel-1 was more efficient than marketing channel-2. The proportion of marketing costs to the price paid by the final consumer is relatively smaller, namely only 9.78 percent in marketing channel-1 compared to marketing channel-2 which is 23.70 percent.

Keywords: marketing; channels; efficiency

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan saluran pemasaran, menghitung margin pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile. Pengumpulan data menggunakan metode survei dengan tektik bola salju (*snowball sampling*). Jumlah sampel total 12 responden, terdiri atas sampel petani 4 responden, sampel pedagang pengumpul 1 responden, sampel pedagang besar 2 responden, sampel pedagang pengecer 5 responden. Hasil penelitian yaitu pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya memiliki 2 saluran pemasaran. Saluran pemasaran-1 terdiri atas: petani - pedagang pengumpul – konsumen. Margin pemasaran saluran-1 sebesar Rp5.000/kg terdiri atas: biaya pemasaran sebesar Rp3.910/kg, keuntungan sebesar Rp1.090/kg. Saluran pemasaran-2 terdiri atas: petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Margin pemasaran cabai rawit saluran pemasaran-2 sebesar Rp45.000/kg, terdiri atas: biaya pemasaran Rp18.965/kg, dan keuntungan sebesar Rp26.036/kg. Pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur pada saluran pemasaran-1 lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran-2. Proporsi biaya pemasarannya terhadap harga yang bayarkan konsumen akhir relatif lebih kecil, yaitu hanya 9.78 persen pada saluran pemasaran-1 dibandingkan dengan saluran pemasaran-2 yang nilainya sebesar 23.70 persen.

Kata kunci : pemasaran; saluran; efisiensi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

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 akibatnya pemasaran kurang efisien.

Pemasaran menjadi kunci utama dalam usaha agribisnis agar produk pertanian bisa sampai kepasar atau konsumen akhir. Masalah utama dalam bidang pertanian adalah pemasaran hasil pertanian. jika pemasaran hasil pertanian tidak berhasil maka semua usaha yang dilakukan sia-sia. masalah ini yang sering dihadapi petani dimana kurangnya informasi mengenai pemasaran hasil pertanian yang belum mampu memasarkan hasil pertanian yang mereka pasarkan secara luas.

Cabai rawit (*Capsicum frutescens*) termasuk salah satu komoditas sayuran yang mempunyai nilai ekonomi cukup tinggi karena mayoritas masyarakat indonesia menyukai makanan bercita rasa pedas. masyarakat indonesia memanfaatkan cabai rawit sebagai bahan baku bumbu masakan, sehingga keberadaan cabai rawit dapat memberikan prospek usaha yang cerah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di sektor pertanian. Cabai rawit merupakan salah satu komoditas penting yang dikenal sebagai penyedap dan pelengkap menu masakan khas indonesia. kebutuhan cabai rawit semakin meningkat sejalan dengan beragam jenis dan menu masakan yang menggunakan cabai rawit, serta semakin tingginya ekspor komoditas non-migas (Barus, 2006).

Cabai rawit menjadi salah satu komoditi unggulan di Desa Tutuling Jaya, Kecamatan Wasile, Kabupaten Halmahera Timur, yang

diproduksi dari perkebunan masyarakat Desa Tutuling Jaya. produksi cabai rawit paling rendah ditahun 2018 yaitu 187,90 dan produksi meningkat di tahun 2019 yaitu 1131 kg. Kabupaten Halmahera Timur juga merupakan kabupaten yang memproduksi cabai rawit terbanyak ke 3 di Provinsi Maluku Utara (Badan Pusat Statistik Provinsi Maluku Utara).

Desa Tutuling Jaya merupakan desa yang terletak di Provinsi Maluku Utara Kabupaten Halmahera Timur Kecamatan Wasile. Masyarakat di Desa Tutuling Jaya kebanyakan berprofesi sebagai petani cabai rawit. dari hasil produksi cabai rawit langsung dijual ke beberapa lembaga pemasaran sampai kekonsumen akhir. Dari hasil produksi cabai rawit dijual ke agen-agen pemasaran yang berada di Desa Tutuling Jaya dan dibawah/dijual lagi ke pusat pemasaran yang berada di Kota MABA kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara. Dari Desa Tutuling Jaya ke Kota MABA memiliki jarak yang sangat jauh ± 59 km, dengan jarak ini otomatis harga jual cabai meningkat karena agen-agen menggunakan alat transportasi darat seperti Mobil/Motor dan juga packing yang sangat penting dalam menjaga agar cabai yang dijual tidak cepat rusak dan cepat sampai ke Kota tujuan penjualan cabai.

Desa Tutuling Jaya merupakan Desa yang terletak di Trans Subaim Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur Provinsi Maluku Utara dengan luas lahan horti (150 ha) dan total lahan (600 ha). Berdasarkan data yang hasil observasi, Desa Tutuling Jaya merupakan desa yang sebagian besar atau kebanyakan berprofesi sebagai petani dengan jumlah kartu keluarga (kk) 504. profesi petani. Masyarakat di Desa Tutuling Jaya sebanyak 70 persen bekerja sebagai petani, yang mana 30 persen petani tomat 30 persen petani cabai rawit dan 10 persen petani cabai besar. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana saluran pemasaran dan berapa

besar marjin pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya, Kecamatan Wasiley, Kabupaten Halmahera Timur.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Tutuling Jaya, Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur.
2. Menghitung Margin Dan Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Tutuling Jaya, Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Menambah wawasan dan khasana ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran produk pertanian terutama bagi mahasiswa peneliti.
2. Memberikan informasi ilmiah yang berguna bagi para pelaku pemasaran cabai rawit di desa Tuling Jaya, Kecamatan Wasile, Kabuapten Halmahera Timur.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian (pengumpulan data) dilaksanakan selama dua bulan, yaitu bulan November dan Desember tahun 2022. Lokasi penelitian di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera.

Metode Pengambilan Data

Pengumpulan data menggunakan metode survei sampel. Penentuan sampel menggunakan metode purposive dan snow ball. Metode purposive digunakan untuk sampel responden petani cabai rawit. Petani cabai yang dijadikan sampel adalah petani yang mengusahakan tanaman cabai rawit

pada tahun 2022 dan yang bersedia diwawancarai. Jumlah sampel petani ditentukan sebanyak 4 petani cabai rawit. Metode bala salju (*snow ball*) digunakan untuk menentukan responden pedagang cabai rawit berdasarkan informasi yang berikan petani cabai rawit. Pedagang pengumpul sebanyak 1 orang dan pedagang besar 2 orang serta pengecer sebanyak 5 orang. Alur sampel yang di ambil mulai dari petani cabai rawit ke pedagang pengumpul, pedagang besar hingga ke pengecer. Total responden dalam penelitian ini berjumlah 12 orang.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

1. Karakteristik petani cabai rawit.
 - a. Umur (Tahun).
 - b. Tingkat pendidikan.
 - c. Jumlah tanggungan keluarga, dinyatakan dengan orang.
 - d. Pengalaman usahatani (Tahun).
2. Saluran pemasaran adalah pemasaran cabai rawit dari produsen sampai ke konsumen akhir.
3. Harga di tingkat petani adalah penerimaan harga petani cabai rawit dari lembaga pemasaran Rp/kg.
4. Harga di tingkat pedagang pengumpul adalah harga yang diterima dari pedagang pengumpul dari hasil penjualan ke pedagang pengecer Rp/kg.
5. Harga ditingkat pedagang pengecer adalah harga yang diterima pedagang pengecer dari penjualan ke konsumen akhir Rp/kg.
6. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam memasarkan cabai rawit Rp/kg.
7. Jumlah keuntungan adalah jumlah tiap-tiap lembaga pemasaran.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis menggunakan rumus marjin pemasaran, keuntungan, biaya, dan rumus efisiensi pemasaran:

Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisi antara harga yang diterima produksi dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam Rupiah per Kilogram (Rp/Kg). Rumus margin pemasaran:

$$Mp = Pr - Pf$$

Dimana:

Mp : Marjin Pemasaran

Pr : Harga di Tingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf : Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen (Tomek & Robinson, 2011). Biaya pemasaran dirumuskan dengan:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 \dots + Bpn$$

Dimana:

Bp : Biaya Pemasaran Cabai (Rp/Kg)

Bp1, 2, 3 ... Bpn : Biaya Tiap Lembaga Pemasaran (Rp/Kg)

Keuntungan Pemasaran

Menurut Soekartawi (2002), keuntungan pemasaran merupakan selisi antara margin pemasaran dan biaya pemasaran atau dirumuskan dengan:

$$KP = MP - BP$$

Dimana:

KP : Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)

MP : Margin Pemasaran (Rp/Kg)

BP : Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara biaya pemasaran total dengan nilai produk yang dijual, dinyatakan dengan persen (Ratya & Baladina, 2017). Rumus efisiensi pemasaran adalah:

$$Eps = (TBP/HA) \times 100\%$$

Dimana:

Eps : Efisiensi Pemasaran (%)

TBP : Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

HA : Harga Akhir (Rp/Kg)

Kaidah pengambilan keputusan efisiensi pemasaran ini adalah:

- Jika nilai eps > 50% maka saluran pemasaran belum efisien.
- Jika nilai eps < 50% maka saluran pemasaran efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

Sejarah Desa

Desa Tutuling Jaya adalah sebuah Desa Yang Terletak Di Kecamatan Wasile, desa ini tergolong daerah istimewa di Halmahera timur. Oleh transmigran asal pulau jawa yang masing-masing 1000-2000 orang setiap satuan permukiman (SP), wilayah tersebut digarap hingga menghasilkan padi 20.665 ton tahun 2002. Jumlah tersebut merupakan hasil tuaian diatas lahan panen 6.885 ha. Hasil panen tersebut tidak beredar di daerah sendiri, tetapi justru lari ke kota Tobelo di Kabupaten Halmahera Utara. Dan Buat para pedagang, menyebrangi teluk kao selama dua jam dengan long boat, angkutan air bagi masyarakat setempat, lebih menguntungkan ketimbang harus ke Maba.

Pasalnya, bukan perkara mudah untuk berjalan menuju Maba. Satu-satunya jalan yang tersedia kesana, sejauh 41 km, belum layak di lewati. Dari total jalan yang dibuka, sepanjang 247 km, baru 17 persen beraspal. Rute Desa Tutuling Jaya ke Kota Maba tidak termasuk didalamnya.

Letak Geografis Desa Penelitian

Desa Tutuling Jaya merupakan suatu desa yang sebagian besar penduduknya

mengolah lahar pertanian. Desa Tutuling Jaya secara administrasi termasuk dalam wilayah kecamatan wasile timur, kabupaten Halmahera timur.

Desa Tutuling Jaya memiliki dengan luas wilayah 750 km² dan memiliki batas-batas dengan desa Voli dan desa Dodag. Secara geografis Desa Tutuling Jaya Memiliki data orbitasi (jarak dari pusat pemerintahan) adalah:

- a. Jarak ke Ibu Kota Kecamatan: 27,9 km
- b. Jarak ke Ibu Kota Kabupaten: 66,0 km
- c. Jarak ke Ibu Kota Provinsi: 101 km

Distribusi Penduduk

Penduduk di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur sampai pada Desember 2022 berjumlah 805 jiwa, jumlah laki-laki 382 jiwa dan jumlah perempuan 423 jiwa. Jumlah keluarga di desa Tutuling sebanyak 504 kepala keluarga.

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, maka dapat diketahui identitas dari setiap responden dari penelitian ini. Karakteristik responden yang digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan umur, tingkat pendidikan, lamanya berusaha, dan banyaknya tanggungan keluarga. Hal tersebut dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dari tujuan penelitian.

Umur Responden

Umur yang diambil dalam satuan tahun dapat mempengaruhi produktivitas responden saat pengambilan keputusan dalam pekerjaan yang dilakukan. Menurut hasil penelitian, responden Petani berjumlah 4 orang yang berusia 35 – 46 Tahun, berjumlah 2 orang petani dan berusia 47 – 51 tahun, berjumlah 2 orang petani. Responden pedagang pengumpul berjumlah 1 orang yang berusia 40 tahun. Responden pedagang besar

berjumlah 2 orang pedagang besar dengan usia 41 – 43 tahun. Responden pedagang pengecer dengan jumlah 5 orang pedagang pengecer yang berusia 40 tahun 1 orang dan 48 – 50 tahun 4 orang.

Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan petani dan pedagang sangat penting, dengan adanya pendidikan yang tinggi menjamin pola pikir dalam tindakan mengambil keputusan setiap orang dalam menjalankan usaha. Semakin tinggi pendidikan cara berpikir semakin masuk akal dan seorang petani dapat menentukan keaktifan atau tindakan dalam kegiatan usaha taninya. Menurut hasil penelitian, responden petani sebanyak 4 orang petani dengan tingkat pendidikan SD dua orang dan SMP dua orang. Responden pedagang pengumpul 1 orang dengan tingkat pendidikan SMP. Responden pedagang besar berjumlah 2 orang dengan tingkat pendidikan SMA. Responden pedagang pengecer berjumlah 5 orang dengan tingkat pendidikan SD 1 orang, SMP 2 orang, dan SMA 2 orang.

Tanggungjawab Keluarga Responden

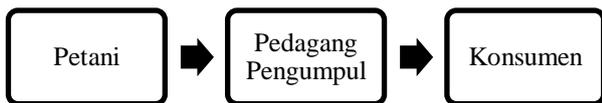
Jumlah Tanggungan keluarga adalah banyaknya anggota keluarga yang terdiri dari kepala rumah tangga, istri, anak, dan orang lain yang turut serta dalam keluarga atau hidup dalam satu rumah yang menjadi tanggungan kepala keluarga. Menurut hasil penelitian, responden petani dengan tanggungan keluarga 2-3 orang sebanyak 2 orang petani dan tanggungan keluarga 5-6 orang sebanyak 2 orang petani. Responden pedagang pengumpul dengan tanggungan keluarga 4 orang. Responden pedagang besar dengan tanggungan keluarga 4 orang sebanyak 1 orang dan tanggungan keluarga 6 orang sebanyak 1 orang. Pedagang pengecer jumlah tanggungan keluarga 3 orang tanggungan berjumlah 1 orang pedagang dan jumlah tanggungan 5 orang tanggungan berjumlah 2 orang pedagang dan 6-7 tanggungan keluarga sebanyak 2 orang.

Pengalaman Berusaha

Tingkat kemaksimalan suatu usaha dapat dilihat dari seberapa lama pengalaman usaha yang dijalankan. Semakin lama berusaha maka semakin banyak pengalaman yang diperoleh. Menurut hasil penelitian, responden petani dengan lama pengalaman berusaha 5 tahun sebanyak 1 orang petani dan 15 – 16 tahun 2 orang petani, dan 30 tahun lama pengalaman usahatani 1 orang petani. Responden pedagang pengumpul dengan lama berusaha 8 tahun. Lama pengalaman usaha Responden pedagang besar 4 dan 6 tahun. Dan lama pengalaman usaha pedagang pengecer 3 tahun 1 orang, 5 tahun 2 orang 6 tahun 1 orang dan 9 tahun 1 orang pedagang pengecer.

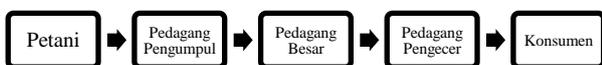
Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Tutuling Jaya

Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya terbagi menjadi dua.



Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran 1

Pada Skema saluran pemasaran 1 yang terdiri dari petani, pedagang pengepul, dan konsumen. Petani menjual hasil panen cabai rawit ke pedagang pengepul dan pedagang pengepul menjual ke konsumen. Cara penjualan yaitu, pedagang pengepul datang langsung di lokasi perkebunan dan membeli hasil panen cabai rawit dengan harga Rp35.000/kg. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke konsumen dengan cara dipajang di depan rumah dengan harga jual Rp40.000/kg. Konsumen adalah masyarakat di Desa Tutuling Jaya dan desa tetangga lainnya.



Gambar 2. Skema Saluran Pemasaran 2

Pada skema saluran pemasaran 2 merupakan saluran pemasaran yang terdiri dari petani – pedagang pengumpul – pedagang perantara – pedagang pengecer – konsumen. Petani menjual hasil panen cabai rawit ke pedagang pengumpul yang di Desa Tutuling Jaya dengan harga rata – rata Rp35.000 per satu kg kemudian pedagang pengumpul menjual ke pedagang besar yang berada di Desa Tutuling Jaya dengan harga Rp40.000/kg. Kemudian pedagang besar membawa cabai yang dibeli selanjutnya dijual ke pedagang Petani Konsumen Petani P/pengumpul P/ Besar P/ pengecer Konsumen Pedagang pengumpul pengecer yang berada di Kota Maba dengan harga Rp70.000/kg dan pedagang pengecer menjual ke konsumen dengan harga Rp80.000/kg.

Hasil Penelitian

Biaya, Margin dan Keuntungan

Melakukan kegiatan pemasaran terdapat biaya dan margin pemasaran yang meliputi dari harga beli dari produsen dan harga jual ke konsumen. Sedangkan keuntungan didapatkan dari pengurangan antara margin pemasaran dikurangi total biaya pemasaran tiap lembaga pemasaran.

Komponen biaya, margin dan keuntungan pada saluran pemasaran cabai rawit 1 dan 2 di Desa Tutuling Jaya, Kecamatan Wasile, Kabupaten Halmahera Timur dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Hasil Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Tutuling Pada Saluran Pemasaran 1

No.	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani		
	Harga Jual	35.000	87.5
2.	Pedagang Pengepul		
	Biaya Pemasaran:		
	Transportasi	500	1.25
	Tenaga Kerja	3.125	7.81
	Kantong Plastik	285	0.71
	Total Biaya Pemasaran	3.910	9.77
	Harga Jual	40.000	100
	Margin	5.000	12.50
	Keuntungan	1.090	2.72
3.	Konsumen		
	Harga Beli	40.000	100

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 1 menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan pada saluran pemasaran 1 sebesar Rp3.910 terdiri atas: Biaya Transportasi Sebesar Rp500/kg. Biaya ini digunakan pedagang pengumpul untuk Mengangkut Cabai Rawit dari Kebun Ke Rumah. Biaya Kantong Plastik Sebesar Rp285/kg. Biaya ini digunakan pengumpul untuk mengisi cabai rawit yang dibeli konsumen yang berada di Desa Tutuling Jaya dan desa-desa tetangga lainnya, Margin pemasaran Rp5.000/kg terdiri atas biaya pemasaran Rp3.910/kg, dan keuntungan saluran Rp1.090/kg.

Tabel 2. Hasil Analisis Biaya dan Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Tutuling Pada Saluran Pemasaran 2

No.	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Persentase (%)
1.	Petani		
	Harga Jual	35.000	43.75
2.	Pedagang Pengumpul		
	Biaya:		
	Tenaga Kerja	3.125	3.90
	Transportasi	500	0.62
	Total Biaya	3.625	4.53
	Pemasaran		
	Harga Jual	40.000	50.00
	Margin	5.000	6.25
	Keuntungan	1.375	1.71
3.	Pedagang Besar		
	Biaya:		
	Transportasi	5.000	6.25
	Tenaga Kerja	2.857	3.57
	Packing	4.285	5.35
	Kantong Plastik	514	0.64
	Total Biaya	12.674	154.50
	Harga Jual	70.000	87.00
	Margin	30.000	37.50
	Keuntungan	17.326	21.65
4.	Pedagang Pengecer		
	Biaya:		
	Transportasi	1.282	1.60
	Tenaga Kerja	-	-
	Kantong Plastik	1.384	1.73
	Total Biaya	2.666	3.33
	Harga Jual	80.000	100.00
	Margin	10.000	12.5
5.	Konsumen		
	Harga Beli	80.000	100.00

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Biaya Pemasaran

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa biaya pemasaran saluran pemasaran 2 sebesar Rp18.965/kg hal ini menunjukkan biaya pemasaran saluran pemasaran 2 lebih besar dari saluran pemasaran 1. Secara lebih rinci biaya saluran pemasaran 2 terdiri atas biaya pemasaran pedagang pengumpul

Rp3.625/kg, pedagang besar Rp12.674/kg, pedagang pengecer Rp2.666/kg.

Margin Pemasaran

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa margin pemasaran yang diperoleh lembaga pemasaran saluran pemasaran 2 yaitu sebesar Rp45.000/kg yang terdiri atas: margin yang diterima pedagang pengumpul sebesar Rp5.000/kg pedagang besar Rp30.000/kg dan pedagang pengecer sebesar Rp10.000/kg. Hal ini menunjukkan bahwa margin pemasaran sepanjang rantai saluran pemasaran 2 sangat besar.

Keuntungan Pemasaran

Berdasarkan pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa keuntungan yang diterima oleh lembaga saluran pemasaran 2 sebesar Rp26.035/kg yang terdiri dari keuntungan pedagang pengepul sebesar Rp1.375/Kg, pedagang besar sebesar Rp17.326/Kg, pedagang pengecer Rp7.334/Kg.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara total biaya pemasaran dengan harga barang pada tingkat konsumen. Semakin kecil biaya pemasaran dari harga akhir yang diperoleh maka kegiatan pemasaran semakin efisien. Kegiatan pemasaran efisien apabila nilai: $Eps > 50\%$ maka saluran pemasaran belum efisien, sebaliknya jika nilai $Eps < 50\%$ maka saluran pemasaran sudah efisien.

Tabel 3. Analisis Efisiensi Pada Saluran Pemasaran 1 dan 2 di Desa Tutuling Jaya

Uraian	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
Saluran Pemasaran 1	3.910	40.000	9.78
Saluran Pemasaran 2	18.965	80.000	23.70

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Tabel 3 ditemukan angka efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran-1 yaitu sebesar 9.78 persen. Angka efisiensi pemasaran tersebut diperoleh dari

perbandingan antara biaya pemasaran sebesar Rp3.910/kg dengan harga beli cabai rawit di tingkat konsumen sebesar Rp40.000/kg. Angka efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran-2 sebesar 23.70 persen. Angka tersebut diperoleh dari perbandingan antara biaya pemasaran sepanjang saluran pemasaran tersebut sebesar Rp18.965/kg dibagi dengan harga jual cabai rawit di tingkat konsumen sebesar Rp80.000/kg. berdasarkan hasil hitungan efisiensi pemasaran sebagaimana yang dikemukakan pada Tabel 3 di atas maka dapatlah dikemukakan bahwa saluran pemasaran 1 relatif lebih efisien dari saluran pemasaran 2.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan:

1. Pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya memiliki 2 saluran pemasaran. Saluran pemasaran-1 terdiri atas: petani - pedagang pengumpul - konsumen. Margin pemasaran saluran-1 sebesar Rp5.000/kg, yang terdiri atas biaya pemasaran sebesar Rp3.910/kg, keuntungan sebesar Rp1.090/kg. Saluran pemasaran-2, yang terdiri atas petani – pedagang pengumpul – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen. Margin pemasaran cabai rawit saluran pemasaran-2 sebesar Rp45.000/kg, terdiri atas: biaya pemasaran Rp18.965/kg, dan keuntungan sebesar Rp26.036/kg.
2. Pemasaran cabai rawit di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur pada saluran pemasaran-1 lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran-2. Proporsi biaya pemasarannya terhadap harga yang bayarkan konsumen akhir relatif lebih kecil, yaitu hanya 9.78 persen pada saluran pemasaran-1 dibandingkan

dengan saluran pemasaran-2 yang nilainya sebesar 23.70 persen.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian, antara lain:

1. Pemasaran cabai rawit khususnya pada saluran-2, yaitu dari Desa Tutuling Jaya ke kota Maba sebagai Ibukota Kabupaten Halmahera Timur perlu diperbaiki untuk meningkatkan efisiensi pemasarannya. Biaya transportasi dapat ditekan dengan volume pengangkutan yang relatif lebih besar sehingga biaya per satuan angkut cabai rawitnya menjadi lebih kecil.
2. Keuntungan usaha pemasaran cabai rawit di desa Tuling Jaya perlu dibagi secara proporsional dan lebih adil. Untuk itu disarankan agar ke depan perlu diteliti pembentukan rantai pasokan yang efisien dan adil.

DAFTAR PUSTAKA

- Barus, W. A. 2006. *Pertumbuhan dan Produksi Cabai (Capsicum Annum L.) Dengan Menggunakan Mulsa Dan Pemupukan Npk.*
- BPS Provinsi Maluku Utara. 2020. *Jumlah Produksi Cabai Rawit Dihalmahera Timur.* Halmahera Timur.
- Ratya, A. dan Baladina. 2017. *Pola konsumsi ubi kaya di Indonesia. Prosiding seminar nasional pembangunan pertanian II.*
- Soekartawi. 2002. *Prinsip dasar manajemen pemasaran hasil-hasil pertanian. Teori dan Aplikasinya.* PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Tomek, E. & K.L. Robinson. 2011. *Agricultural Product Price, Second Edition.* Cornell University Press, Ithaca.