

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

5.1.1 Karakteristik Responden Petani

Karakteristik responden menggambarkan beberapa aspek seperti, usia, pendidikan dan luas lahan. Seorang responden akan sangat membantu dalam proses penelitian karena dapat memberikan informasi. Responden pada penelitian ini yaitu petani berumur 25-66 tahun yang merupakan petani cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

5.1.2 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dari hasil pengisian kuesioner setiap responden di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

No.	Kriteria Umur (Tahun)	Total (Orang)	Persentase (%)
1.	25-38	27	27
2.	39-52	53	53
3.	53-66	20	20
Total		100	100
Minimum	25		
Maksimum	66		
Rata-rata	45		

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 11, menunjukkan bahwa responden yang berusia antar 25-38 yaitu berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, kemudian responden dengan umur antara 39-52 yaitu sebanyak 53 orang dengan persentase 53%, selanjutnya yaitu responden dengan umur antara 53-66 yaitu sebanyak 20 orang

dengan persentase 20%. Adapun umur terendah petani yaitu 25 tahun, umur tertinggi petani yaitu 66 tahun. Sedangkan umur rata-rata petani yaitu 45 tahun. Oleh karena itu dapat dilihat bahwa responden pada penelitian ini rata-rata masih produktif.

5.1.3 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan berdasarkan dari hasil pengisian kuesioner setiap responden di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

No.	Pendidikan	Total (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	10	10
2.	SMP	18	18
3.	SMA	68	68
4.	S1	4	4
Total		100	100

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 12, menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD yaitu berjumlah 10 orang persentase 10%, kemudian responden dengan tingkat pendidikan SMP yaitu berjumlah 18 orang persentase 18%, selanjutnya responden dengan tingkat pendidikan SMA yaitu berjumlah 68 orang persentase 68%, dan yang terakhir responden dengan tingkat pendidikan S1 yaitu berjumlah 4 orang persentase 4%. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 68 orang dengan persentase 68%.

5.1.4 Karakteristik Responden Petani Berdasarkan Luas Lahan

Karakteristik responden berdasarkan luas lahan dari hasil pengisian kuesioner setiap responden di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Luas Lahan di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

No.	Luas Lahan (Ha)	Total (Orang)	Persentase (%)
1.	0,21-0,80	56	56
2.	0,81-1,40	35	35
3.	1,41-2,00	9	9
Total		100	100
Minimum	0,21		
Maksimum	2		
Rata-rata	0,76		

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 13, menunjukkan bahwa responden yang memiliki luas lahan 0,21-0,80 Ha berjumlah 56 orang dengan persentase 56%, responden dengan luas lahan 0,81-1,40 Ha berjumlah 35 orang dengan persentase 35%, sedangkan responden yang memiliki luas lahan tertinggi yaitu 1,41-2 Ha berjumlah 9 orang dengan persentase 9%. Adapun jumlah keseluruhan luas lahan yaitu 74,96 Ha, sedangkan rata-rata luas lahan yang dikelola yaitu 0,76 Ha. Data tersebut menunjukkan bahwa luas lahan yang dikelola untuk menanam cabai rawit masih tergolong sempit.

5.1.5 Produksi

Adapun rekapitulasi hasil panen cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Panen Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang/ Musim Tanam.

No.	Hasil Panen (Kg)	Total (Orang)	Persentase (%)
1.	15-76	65	65
2.	77-138	27	27
3.	139-200	8	8
Total		100	100
Minimum	15		
Maksimum	200		
Rata-rata	68		

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 14, menunjukkan bahwa responden dengan jumlah hasil panen cabai rawit 15-76 Kg berjumlah 65 orang dengan persentase 65%, responden dengan jumlah hasil panen cabai rawit 77-138 Kg berjumlah 27 orang dengan persentase 27%, sedangkan responden dengan jumlah hasil panen cabai rawit 139-200 Kg berjumlah 8 orang dengan persentase 8%. Data ini menunjukkan bahwa setiap responden memiliki hasil panen cabai rawit yang berbeda-beda, dikarenakan adanya faktor serangan hama pada tanaman cabai rawit tersebut sehingga produksi yang dihasilkan tidak sama.

5.1.6 Karakteristik Responden Pedagang

Karakteristik responden menggambarkan beberapa aspek seperti, usia dan pendidikan. Responden pada penelitian ini yaitu pedagang berumur 40-50 tahun yang merupakan pedagang cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

Tabel 15. Data Pedagang Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Status	Lama Bekerja (Tahun)
Nurhayati	Perempuan	40	SMA	Pedagang Pengumpul	12
Baharuddin	Laki-laki	45	SMA	Pedagang Pengumpul	16
Ica	Perempuan	44	SMA	Pedagang Pengumpul	14
Marwa	Perempuan	50	SMA	Pedagang Besar	24
Ana	Perempuan	45	SMA	Pedagang Besar	20
Nini	Perempuan	45	SMA	Pedagang Pengecer Dalam	15
Aji	Laki-laki	48	SMA	Pedagang Pengecer Luar	17

Sumber: Lampiran 4

Tabel 15, menunjukkan bahwa responden pedagang berjumlah 7 orang, diantaranya laki-laki sebanyak 2 orang dan perempuan sebanyak 5 orang, dengan rentang usia 40-50 tahun. Pendidikan responden didominasi di tingkat SMA, dengan waktu bekerja terlama 20 tahun lamanya dan yang terbaru 12 tahun.

5.2 Budidaya Cabai Rawit

5.2.1 Penyiapan Benih

Benih cabai rawit yang akan ditanam dari jenis terpilih yang dapat diperoleh dari Toko Tania tau dari cabai yang ditanam sendiri. Benih diambil dari buah matang (merah), bentuk sempurna, segar, dan tidak cacat dan tidak terserang penyakit. Bijinya dikeluarkan dengan mengiris buah secara memanjang, biji dicuci lalu keringkan. Pilih biji yang permukaan kulitnya bersih, tidak keriput, dan tidak cacat. Selanjutnya benih yang akan ditanam diseleksi dengan cara merendam dalam air, biji yang terapung dibuang.

5.2.2 Persemaian

Persemaian merupakan kegiatan untuk menghasikan kegiatan bibit tanaman atau calon tanaman yang baik. Ada dua metode persemaian yaitu melalui wadah semai dan pembuatan bedeng persemaian. Adapun tahapan persemaian adalah sebagai berikut:

1. Membuat bedengan persemaian

Bedeng persemaian dibuat dengan ukuran yaitu, lebar 1-1,2 m, Panjang 3-5 m dan tinggi bedeng 15-20 cm. Beri pupuk kandang dan pupuk kimia secukupnya untuk mempercepat proses pertumbuhan bibit cabai.

2. Penyemaian benih

Cara penyemaian benih dapat dilakukan dengan semai bebas atau ditabur merata, disemai dalam baris dan atau disemai berkelompok. Jangan lupa buat atap atau gulma/alang-alang kering yang disangga kayu. Jarak antara tanah bedengan dan atap sekitar 50 cm agar sinar matahari tidak masuk secara langsung ke semai bibit cabai rawit. Selanjutnya jaga kelembapan tanah bedengan seoptimal mungkin dengan cara minimal penyiraman setiap hari lewat atas gulma kering agar air yang jatuh tidak langsung ke tanah semai bibit cabai rawit. Bibit akan tumbuh setelah 4-7 hari sejak disemai. Biarkan tumbuh sampai minimal 4 helai daun sebelum dipindahkan ke lahan.

5.2.3 Penyiapan Lahan

Tanah diolah dengan menggunakan bajak atau cangkul selama 25 – 30 cm hingga tanah menjadi gembur. Setelah itu biarkan 7 - 14 hari untuk mendapatkan sinar matahari. Sedapat mungkin berbagai jenis gulma dibersihkan dari lahan

budidaya. Selanjutnya buat bedeng-bedeng dengan lebar 100 – 120 cm, panjangnya disesuaikan dengan petakan lahan yang ada dengan maksud untuk menjaga tanaman sedemikian rupa sehingga bebas dari genangan air, dan tinggi disesuaikan dengan musim tanam. Pada musim penghujan tinggi bedengan dibuat 40 – 50 cm, sedangkan pada musim kemarau dapat dibuat antara 30 – 40 cm. Jarak antara bedeng dengan bedeng lainnya antara 30 – 50 cm, disesuaikan dengan kemudahan pemeliharaan dan agar drainasenya dapat berlangsung dengan baik. Arah bedeng sebaiknya dibuat memanjang ke utara selatan.

5.2.4 Penanaman

Bibit tanaman cabai rawit yang telah berumur 1 – 1,5 bulan (minimal 4 helai daun) segera ditanam. Penanaman sebaiknya pada sore hari agar tanaman tidak layu. Syarat bibit yang baik untuk ditanam adalah yang berumur 1 – 1,5 bulan, tidak terserang hama dan penyakit, dan pertumbuhan tanaman seragam.

Penanaman cabai rawit dapat dilakukan dengan jarak tanam 60 cm dalam barisan dan 70 cm antar barisan. Atau dengan jarak tanam 50 cm dalam yang telah ditentukan dibuatkan lubang tanam pada mulsa plastik dengan menggunakan kaleng yang dipanaskan. Lubang tanam dibuat dengan kedalaman 15 – 20 cm dengan diameter 20 – 25 cm, dan dibiarkan satu malam baru kemudian keesokan harinya bibit dapat ditanam.

5.2.5 Pemeliharaan

Pemeliharaan tanaman cabai rawit meliputi:

- a. Perempelan, yaitu kegiatan yang membuang tunas-tunas baru yang tumbuh pada batang utama, pada saat tanaman yang berumur 45 – 50 hari setelah tanam.
- b. Penyulaman, yaitu mengganti bibit yang rusak/mati karena berbagai sebab dilapangan. Penyulaman dapat dilakukan maksimal 2 minggu setelah tanam. Jumlah bibit persediaan untuk cadangan berkisar antara 5 – 10% dari jumlah total kebutuhan.
- c. Pengajiran, merupakan alat bantu yang terbuat dari bilah bambu yang berfungsi membantu tegaknya tanaman cabai rawit. Dibuat dengan ukuran panjang 125 – 150 cm, lebar 4 cm dan tebal 2 cm.
- d. Pengairan, sangat penting terutama setelah bibit ditanam diladang, agar tanaman tidak kekeringan terutama pada musim kemarau. Pengairan/penyiraman dilakukan 2 kali sehari atau disesuaikan dengan keadaan tanah.
- e. Saluran drainase harus tetap diperhatikan terutama pada musim penghujan agar tanaman tidak tergenang air, karena hal tersebut dapat meningkatkan serangan penyakit akibat kelembaban yang tinggi.
- f. Kebersihan lingkungan, pemeliharaan kebersihan termasuk penyiangan terhadap gulma dilakukan pada umur tanaman 1 bulan setelah tanam, hal ini perlu dilakukan untuk mengurangi kompetisi tanaman dengan gulma dalam mendapatkan unsur hara. Bahkan dalam lokasi pertanaman dapat dibebaskan dari segala benda atau bahan-bahan tanaman yang membusuk.

- g. Pemupukan, pemupukan disesuaikan dengan kondisi lahan setempat. Kebutuhan pupuk meliputi pupuk kandang, urea, SP, dan KCI. Jika kondisi tanah terlalu masam dapat diberikan dolomit. Pemberian pupuk kandang dan dolomit (kapur pertanian) dilakukan pada saat pembuatan bedengan, yaitu 2 – 3 minggu sebelum tanam, dengan cara seluruh dosis pupuk kandang dan dolomit ditaburkan tipis dipermukaan tanah kemudian dicampur rata dengan tanah. Sedangkan pupuk anorganik sebagai pupuk dasar diberikan dengan cara membuat larikan berjarak sekitar 30 cm dari tepi bedeng dengan kedalaman 10 – 15 cm, kemudian taburkan pupuk secara merata pada larikan tersebut. Pemberian pupuk dasar ini dilakukan sebelum pemasangan mulsa plastik hitam perak. Kemudian mulsa plastik perak hitam dipasang. Pemasangan mulsa plastik perak hitam selain untuk menekan pertumbuhan gulma juga membantu menjaga kelembaban tanah dan untuk mengurangi populasi hama. Pemupukan susulan dilakukan pada saat tanaman berumur satu bulan dengan cara dikocor. Setiap tanaman disiram dengan 150 – 250 ml larutan pupuk. Larutan pupuk dibuat dengan mengencerkan 1,5 – 3 kg pupuk anorganik dalam 100 liter air. Cabai rawit sebaiknya dilakukan pemupukan sesuai dengan kebutuhan agar produksinya terus bertahan.
- h. Pengendalian hama dan penyakit, hama yang sering menyerang tanaman cabai rawit adalah hama lalat buah dengan pemasangan perangkap lalat buah yang mengandung bahan aktif metil eugenol. Hama-hama pengisap seperti kutu daun, trips dan kutu kebul dapat dikendalikan dengan pemasangan perangkap lekat kuning. Penyakit antraknose dapat dicegah dengan menggunakan varietas

tanah atau penggunaan fungisida secara selektif. Dalam pengendalian OPT menggunakan pestisida, maka harus benar dalam pemilihan jenis, dosis, volume semprot, cara aplikasi, interval dan waktu aplikasi.

5.2.6 Panen dan Pasca Panen

Umumnya buah cabai rawit dipetik apabila telah masak penuh, ciri-cirinya seluruh bagian buah berwarna merah. Didataran rendah masa panen pertama adalah pada umur 75 – 80 hari setelah tanam, dengan interval waktu 2 – 3 hari. Sementara didataran tinggi agak lambat yaitu pada umur 90 – 100 hari setelah tanam dengan interval panen 3 – 5 hari. Produksi puncak panen adalah pada pemanenan hari ke- 30. Buah cabai rawit yang dipanen tepat masak dan tidak segera dipasarkan akan terus melakukan proses pemasakan, sehingga perlu adanya penempatan khusus. Oleh karena itu hasil produksi cabai rawit sebaiknya ditempatkan pada ruang yang sejuk, terhindar dari sinar matahari, cukup oksigen dan tidak lembab. Cabai rawit dapat dipanen hijau (muda) dan dan dipanen merah atau sudah masak, bila cabai rawit dipanen hijau, pilih cabai yang kelihatan bernas dan berisi.

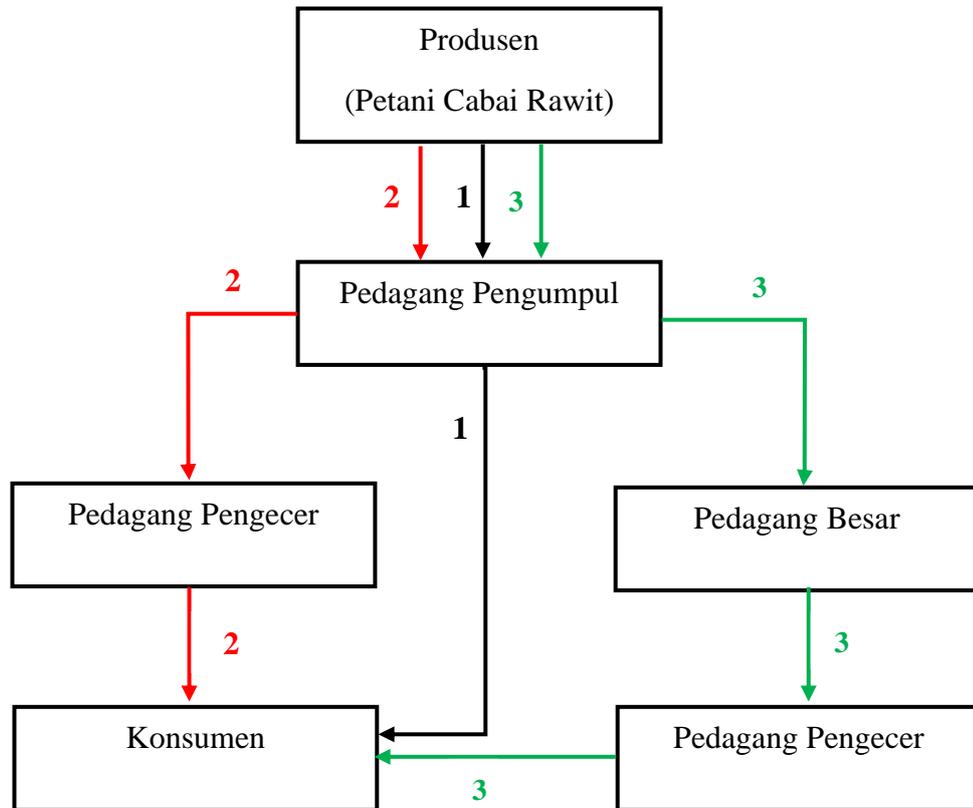
5.3 Sistem Pemasaran Cabai Rawit

Sistem pemasaran adalah kumpulan Lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya (Sari dan Ratnaningsih, 2020).

5.3.1 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dalam penelitian ini 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 Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan cabai rawit yaitu petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Dari informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan responden, saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

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 di Kecamatan Alla dan menjualnya kepada pengecer sekaligus ke konsumen yang ada di Makassar, pedagang pengecer adalah perantara yang menjual cabai rawit kepada konsumen di pasar eceran, setelah melakukan panen produsen cabai rawit hal yang dilakukan produsen adalah menyalurkan cabai rawitnya.



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

Gambar 2. Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang.

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 ke 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 tempat khusus.

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

5.3.2 Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga ditingkat produsen atau merupakan jumlah biaya pemasaran dengan keuntungan yang diharapkan oleh masing-masing lembaga pemasaran, analisa margin pemasaran dapat mencerminkan mengaktifitaskan saluran-saluran pemasaran, namun dengan hanya melihat besarnya marjin pemasaran 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.

Tabel 16. Analisis Marjin pada Tiga Saluran di Kecamatan Alla

Lembaga Pemasaran	Saluran I	Saluran II	Saluran III
	Nilai (Kg/Rp)	Nilai (Kg/Rp)	Nilai (Kg/Rp)
Petani	40.000	40.000	40.000
Pedagang Pengumpul			
Pembelian Pedagang Pengumpul	40.000	40.000	40.000
Biaya Pemasaran:			
Kantong Plastik	600	600	600
Harga Penjualan	46.000	46.000	46.000
Keuntungan	5.400	5.400	5.400
Pedagan Besar			
Pembelian Pedagang Besar			46.000
Biaya Pemasaran:			
Transportasi			1.500
Kantong Plastik			600
Tenaga Kerja			1.000
Harga Penjualan			56.000
Keuntungan			6.900
Pedagang Pengecer Lokal			
Pembelian Pedagang Pengecer Lokal		46.000	
Biaya Pemasaran:			
Kantong Plastik		600	
Harga Penjualan		53.000	
Keuntungan		6.400	
Pedagang Pengecer Luar			
Pembelian Pedagang Pengecer Luar			56.000
Biaya Pemasaran:			
Kantong Plastik			600
Harga Penjualan			65.000
Keuntungan			8.400
Total Biaya Pemasaran	600	1.200	4.300
Total Keuntungan	5.400	11.800	20.700
Total Margin Pemasaran	6.000	13.000	25.000

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 16 menunjukkan distribusi marjin pada lembaga pemasaran pada berbagai saluran pemasaran dan masing-masing tingkat pemasaran. Lembaga

pemasaran yang terlibat pada saluran I terdiri dari pedagang pengumpul dalam kecamatan mengenai besarnya margin, biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai rawit.

Pada saluran I menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul di Kecamatan Alla yaitu membeli langsung ke petani dengan harga Rp.40.000 per kilo dan menjual ke konsumen. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.5.400 per kilo serta margin pemasarannya diperoleh sebesar Rp.6.000 per kilo. Jadi total margin pada pemasaran I sebesar Rp.6.000.

Lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran II terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dalam kecamatan mengenai besarnya margin, Biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai rawit.

Pada saluran II menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul di Kecamatan Alla yaitu membeli langsung ke petani dengan harga Rp.40.000 per kilo dan menjual ke pedagang pengecer lokal. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.5.400 per kilo serta margin pemasarannya diperoleh sebesar Rp.6.000 per kilo.

Analisis margin, biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang pengecer dalam Kecamatan menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengecer dalam Kecamatan yaitu membeli dari pedagang pengumpul sebesar Rp.46.000 per kilo kemudian menjual ke konsumen sebesar Rp.53.000 per

kilo. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp 6.400 per kilo serta margin pemasarannya sebesar Rp 7.000 per kilo.

Jadi untuk total margin pemasaran pada saluran II dengan melalui dua tahap penjualan yaitu dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer dalam kecamatan diperoleh sebesar Rp.13.000.

Lembaga pemasaran yang terlibat pada saluran III terdiri dari pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dalam kecamatan mengenai besarnya margin, Biaya dan keuntungan pemasaran pada masing-masing lembaga yang terlibat dalam mendistribusikan cabai rawit.

Pada saluran III menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengumpul di Kecamatan Alla yaitu membeli langsung ke petani dengan harga Rp.40.000 per kilo dan menjual ke pedagang besar. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.5.400 per kilo serta margin pemasarannya diperoleh sebesar Rp.6.000 per kilo.

Analisis margin, biaya dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang besar dalam Kecamatan menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang besar dalam Kecamatan yaitu membeli dari pedagang pengumpul dalam Kecamatan sebesar Rp.46.000 per kilo kemudian menjual ke pedagang pengecer luar sebesar Rp.56.000 per kilo dan pedagang pengecer luar Kecamatan menjual ke konsumen. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.3.100 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.6.900 per kilo serta margin pemasarannya diperoleh sebesar Rp.10.000 per kilo.

Adapun marjin, biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran pada tingkat pedagang pengecer luar Kecamatan menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh pedagang pengecer luar Kecamatan yaitu membeli dari pedagang besar dalam kecamatan sebesar Rp.56.000 per kilo kemudian menjual kekonsumen sebesar Rp.65.000 per kilo. Biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp.600 per kilo dan keuntungan pemasaran sebesar Rp.8.400 per kilo serta marjin pemasarannya sebesar Rp.9.000 per kilo.

Jadi untuk total marjin pemasaran pada saluran III dengan melalui tiga tahap penjualan yaitu dari pedagang pengumpul ke pedagang pedagang besar kemudian ke pedagang pengecer luar kecamatan diperoleh sebesar Rp.25.000.

Oleh karena itu marjin pemasaran pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dari ketiga saluran pemasaran, marjin pemasaran pada saluran III yang paling tinggi dengan jumlah perantara dalam pemasaran yang terbanyak, maka hipotesis satu diterima bahwa semakin banyak lembaga yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit maka marjinnnya akan semakin besar.

5.3.3 Farmer's Share

Analisis farmer's share pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 17. Analisis Farmer's Share Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang

Saluran Pemasaran	Harga Jual Petani (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen Akhir (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)	Kategori
Saluran I	40.000	46.000	86,96	Efisien
Saluran II	40.000	53.000	75,47	Efisien
Saluran III	40.000	65.000	61,53	Efisien

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 17, menunjukkan bahwa farmer's share pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang diukur dengan rumus Harga Jual Petani (Pf) dibagi dengan Harga Beli Konsumen Akhir (Pr) dikalikan 100% maka diperoleh farmer's share pada Saluran I adalah 86,96% (>50%) sehingga dapat dikatakan efisien, kemudian farmer's share pada Saluran II sebesar 75,47% (>50%) sehingga hasilnya efisien, adapun farmer's share pada Saluran III sebesar 61,53% (>50%) sehingga dapat dikatakan efisien.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 16, dapat diketahui bahwa farmer's share terbesar dimiliki oleh saluran pemasaran I, kemudian saluran pemasaran II, dan yang terakhir saluran pemasaran III. Oleh karena itu analisis farmer's share pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang pada ketiga saluran pemasaran dikatakan efisien maka dari itu hipotesis dua diterima, bahwa farmer's share pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang sudah efisien.

5.3.4 Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18. Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang

Saluran Pemasaran	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)	Kategori
Saluran I	600	46.000	1,30	Efisien
Saluran II	1.200	99.000	1,21	Efisien
Saluran III	4.300	167.000	2,57	Efisien

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 18, dapat diketahui bahwa efisiensi pemasaran di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang yang paling efisien dimiliki

oleh saluran pemasaran II, kemudian saluran pemasaran I, dan yang terakhir saluran pemasaran III.

Berdasarkan hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur. dkk., (2018) dengan judul penelitian Analisis Sistem Pemasaran Cengkeh (Studi Kasus di Desa Pattalasang, Kecamatan Tompobulu, Kabupaten Bnataeng), yang menjelaskan bahwa efisiensi pemasaran dapat dilihat yang paling efisien adalah dengan biaya yang lebih kecil berdasarkan harga jual dari tingkat produsen ke konsumen. Oleh karena itu analisis efisiensi pemasaran pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang pada ketiga saluran pemasaran dikatakan efisien, maka dari itu hipotesis tiga diterima, efisiensi pemasaran pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang sudah efisien.

5.3.5 Profitability Index

Analisis *profitability index* pemasaran cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19. Analisis *Profitability Index* Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang

Saluran Pemasaran	Total Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	<i>Profitability Index</i>	Kategori
Saluran I	5.400	600	9,00	Efisien
Saluran II	11.800	1.200	9,83	Efisien
Saluran III	20.700	4.300	4,81	Efisien

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan Tabel 18, menunjukkan bahwa *profitability index* pemasaran pada cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang diukur dengan rumus total keuntungan biaya pemasaran (ki) dibagi dengan total biaya pemasaran (bi) maka diperoleh *profitability index* pada Saluran I adalah 9,00 dimana angka

tersebut lebih dari 1 sehingga dapat dikatakan efisien, kemudian *profitability index* pada Saluran II adalah 9,83 dimana angka tersebut lebih dari 1 sehingga dapat dikatakan efisien, juga, adapun *profitability index* pada Saluran III sebesar 4,81 dimana angka tersebut juga lebih dari 1 sehingga dapat dikatakan juga efisien.

Berdasarkan hasil perhitungan Tabel 19, dapat diketahui bahwa *profitability index* pemasaran cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang yang paling efisien dimiliki oleh saluran pemasaran II Karena memiliki angka *profitability index* yang tertinggi, yang kedua saluran pemasaran I, dan yang terakhir pada saluran pemasaran III.

Oleh karena itu analisis *profitability index* pemasaran cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang pada ketiga saluran pemasaran dikatakan efisien, maka dari itu hipotesis empat diterima, bahwa *profitability index* pemasaran cabai rawit di Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang sudah efisien.