

## Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi

*Analysis of Channels and Marketing Margins of Cayenne Pepper in Oloboju  
Village, Sigi Biromaru District, Sigi Regency*

<sup>1</sup>Wulandari\*, <sup>2</sup>Haeruddin, <sup>3</sup>Endah Wahyuning Asih  
<sup>1,2,3</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palu  
(\*Email Korespondensi : [wulandari.wlandari@gmail.com](mailto:wulandari.wlandari@gmail.com))

### Abstrak

Kabupaten Sigi merupakan salah satu penghasil cabai rawit di Sulawesi Tengah. Di Kabupaten Sigi hortikultura khususnya cabai rawit dapat diusahakan pada lahan tanaman pangan, namun dengan adanya pengolahan dan pemeliharaan yang baik tanaman cabai rawit dapat memberikan hasil produksi yang maksimal. Petani yang ada di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi sebagian membudidayakan cabai rawit, hasil panen cabai rawit dijual ke pedagang pengumpul dan pengecer di sekitar Desa Oloboju. Dari hasil penelitian ditemukan perbedaan harga cabai rawit yang dijual oleh petani, pedagang pengumpul, pengecer, sampai konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran pada komoditi cabai rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Penentuan responden dilakukan dengan cara sengaja (purposive). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Untuk metode analisis data yang digunakan yaitu berdasarkan data primer yang bersumber dari informan. Untuk mengetahui saluran dan margin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : saluran pemasaran cabai rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi terdiri dari 2 saluran yaitu : saluran 1: petani pedagang pengumpul pedagang pengecer konsumen dan margin di peroleh saluran 1 sebesar Rp. 25.000/Kg, sedangkan saluran ke2 yaitu: petani pedagang pengecer konsumen dan margin yang diperoleh saluran ke2 sebesar Rp. 20.000/Kg.

**Kata kunci:** Margin, Saluran, Cabai rawit

### Abstract

*Sigi regency is one of the producers of cayenne pepper in Central Sulawesi. In Sigi Horticultural Regency, especially cayenne pepper can be attempted on food crops, but with the processing and maintenance of good cayenne pepper plants can provide maximum production results. Farmers in Oloboju Village Sigi Biromaru District Sigi Regency partially cultivate cayenne pepper, the yield of cayenne pepper is sold to collectors and retailers around Oloboju Village. From the results of the study found differences in the price of cayenne pepper sold by farmers, collectors, retailers, and consumers. This research aims to find out the channels and marketing margins on cayenne pepper commodity in Oloboju Village Sigi Biromaru District Sigi Regency. The determination of the respondent is done in a purposive manner. The data collection methods used in this study use primary and secondary data. For the method of data analysis used is based on primary data sourced from informants. To find out the channels and margins. The results showed that: the marketing channel of cayenne pepper in Oloboju Village Sigi Biromaru District Sigi regency consists of 2 channels namely: channel 1: farmer merchant collector retailer konsumen and margin in obtaining channel 1 amounting to Rp. 25.000/Kg, while the 2nd channel is: farmer consumer retailer and the margin obtained by the 2nd channel amounts to Rp. 20,000/Kg.*

**Keywords:** Margin, Channel, Cayenne Pepper

## PENDAHULUAN

Cabai rawit merupakan salah satu komoditas hortikultura yang dibutuhkan dan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Menurut Direktorat Jenderal Hortikultura (2008) satu komoditi unggulan pada tanaman sayuran selain bawang merah adalah cabai rawit. Di Indonesia secara umum masyarakat mengenal dua jenis cabai yakni cabai besar dan cabai kecil (rawit). Cabai rawit merupakan salah satu jenis cabai yang banyak dikonsumsi sebagai bahan bumbu masakan sehari-hari. Beragamnya jenis masakan nusantara yang menggunakan cabai rawit sebagai bahan baku membuat kebutuhan akan cabai rawit pada masyarakat Indonesia semakin besar. Cabai rawit dipercaya dapat meningkatkan selera makan bagi sebagian orang (Setiadi, 2005)

Menurut Yantu 2008, di Indonesia terjadi peningkatan konsumsi cabai rawit dari tahun 2010 hingga 2017. Besar konsumsi cabai rawit pada tahun 2010 yang mencapai 1,298 kg/kapita dan mengalami peningkatan menjadi 2,352 kg/kapita pada tahun 2017 dengan rata-rata pertumbuhan setiap tahunnya mencapai 2,89%. Pemenuhan kebutuhan konsumsi cabai rawit nasional yang semakin meningkat dapat ditunjang oleh peningkatan produksi cabai rawit. Kemampuan produksi cabai rawit dipengaruhi oleh perkembangan luas lahan dan tingkat produktivitas cabai rawit pada suatu daerah tertentu.

Di Sulawesi Tengah sektor pertanian merupakan basis subsektor tanaman pangan setelah subsektor perkebunan. Salah satu subsektor tanaman pangan pada berbagai jenis sayuran di pasar termasuk juga cabai rawit mempunyai beberapa saluran pemasaran yang berbeda. Dari pemasaran ini, petani mendapat hasil penjualan untuk meningkatkan pendapatannya. Pemasaran cabai rawit yang efektif tentunya berpengaruh terhadap efisiensi yang menentukan pendapatan petani. Jika saluran pemasaran terlalu panjang tentu menambah biaya dan berimbas pada harga produk ditingkat petani. Begitu sebaliknya, saluran pemasaran yang pendek akan mendorong naiknya harga produk di tingkat petani sehingga pendapatan petani meningkat, (Yantu 2008)

Di agama ayat yang berkaitan tentang pemasaran sudah dijelaskan dalam fiqh muamalah jual beli dalam islam. Kita sebagai umat islam harus mematuhi dan menjalankan semua perintah yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Hadist. Adapun ayat tersebut yaitu :

(QS.An-Nisa' : 29)

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
*Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah SWT adalah Maha Penyayang kepadamu".*

Dalam kaitannya ayat tersebut diatas di Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi khususnya di Desa Oloboju telah mengembangkan usahatani dan pemasaran cabai rawit, yang merupakan salah satu penghasil cabai rawit di Sulawesi Tengah. Subsektor hortikultura khususnya cabai rawit yang ada di Kabupaten Sigi dapat diusahakan pada lahan tanaman pangan misalnya padi dan jagung, namun dengan adanya pengolahan dan pemeliharaan yang baik tanaman cabai rawit dapat memberikan hasil produksi yang maksimal, pada setiap tahun terus meningkat dimana perkembangan luas lahan sebesar 134-137/ha dengan produksi sebesar 873-903,50/kg serta produktivitas tanaman cabai rawit di Kabupaten Sigi sebesar 6,51-6,59 (BPS, 2012). Hal ini dipengaruhi adanya peranan sumberdaya manusia dalam mengelola usahatani cabai rawit yang baik.

Pemasaran cabai rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, terdapat permasalahan dalam hal pemasaran cabai rawit. Petani sebagian besar menjual hasil budidayanya kepada pedagang perantara. Selama ini petani cabai rawit belum memperhitungkan berapa banyak hasil usahatannya karena terbatasnya pengetahuan petani tentang jalur pemasaran yang ada. Problem komoditas cabai rawit menyangkut fluktuasi harga selalu menjadi kekhawatiran petani. Hal ini karena permintaan cenderung tetap, sementara produksi melimpah tentu sering menyebabkan anjloknya harga cabai rawit dipasaran. Maka peran pemasaran sangat penting untuk keberlangsungan budidaya cabai rawit. Berdasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana bentuk saluran pemasaran Cabai Rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dan berapa besar margin pemasaran Cabai Rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi ?

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran Cabai Rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dan untuk Mengetahui besarnya margin pemasaran Cabai Rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

### METODE

Penelitian ini dilaksanakan Bulan Agustus 2019 sampai dengan Bulan Oktober 2019. Penelitian mengambil lokasi di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi, dengan penetapan lokasi penelitian yang dilakukan secara sengaja (*purposive*). Penetapan lokasi berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Oloboju, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi, juga merupakan salah satu Desa sentra usahatani Cabai Rawit.

Penentuan responden dilakukan dengan cara sengaja (*purposive*), Respondem dalam penelitian ini diambil sebanyak 25 orang (semua petani yang berusahatani Cabai Rawit), 4 pedagang pengumpul dan 6 pedagang pengecer di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden dengan observasi dan melakukan wawancara langsung yang sudah dipersiapkan dengan menggunakan daftar pertanyaan dalam kuesioner. Sedangkan data sekunder di peroleh dari literatur, internet dan instansi pemerintah meliputi Kantor Desa Oloboju , Kecamatan Sigi Biromaru, UPT Penyuluhan Kabupaten Sigi serta Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sulawesi Tengah.

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui saluran dan margin pemasaran dengan analisis yang berdasarkan data primer yang bersumber dari responden. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit di Desa Oloboju, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi.

Margin pemasaran merupakan selisih harga ditingkat konsumen dan harga ditingkat produsen. Untuk menghitung margin dari setiap lembaga pemasaran digunakan rumus :

$$M_p = H_p - H_b$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin pemasaran

$H_p$  = Harga Penjualan

$H_b$  = Harga Pembelian

Margin total pemasaran (MT) adalah jumlah margin dari semua lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit. Margin total (MT) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$MT = M_1 + M_2 + M_3 + \dots + M_n$$

Dimana :  $MT$  : Margin total pemasaran  
 $M_1 + M_2 + \dots + M_n$  : Margin dari setiap lembaga pemasara

### HASIL DAN PEMBAHASAN

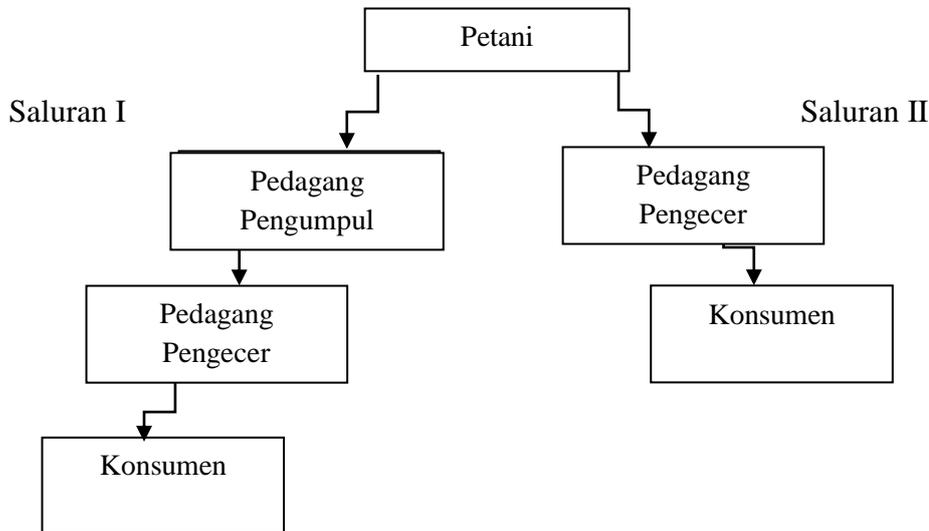
#### Saluran Pemasaran Cabai Rawit

Pemasaran cabai rawit menempatkan pedagang pengumpul pada posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan dengan petani pada penentuan harga jual. Pada masa panen cabai rawit, petani menjual hasil panen kepada beberapa orang pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dari awal panen hingga akhir panen. Pemasaran cabai rawit selalu melibatkan berbagai lembaga pemasaran pada berbagai tingkat saluran distribusi. Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat menunjukkan bahwa sistem pemasaran yang terjadi tidak efisien dan farmer's share (persentase perbandingan) yang diperoleh tidak sebanding dengan harga di tingkat konsumen akhir. (Anonim, 2008).

Tujuan dari pemasaran adalah untuk memperlancar arus barang dari tangan produsen ke tangan konsumen. Pada prinsipnya, pemasaran dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Makin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyaluran suatu barang, makin rendah bagian harga yang diterima petani. Adapun saluran pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit dari produsen ke konsumen yaitu :

1. Petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen
2. Petani → pedagang pengecer → konsumen

Untuk melihat jelas tentang saluran pemasaran cabai rawit di Desa Oloboju, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi, dapat dilihat pada gambar 1 berikut :



**Gambar 1.** Saluran Pemasaran Cabe Rawit di Desa Oloboju, Kecamatan Sigi Biromaru, Kabupaten Sigi 2019

Gambar 1, menunjukkan saluran pemasaran cabai rawit yang terjadi di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi dari petani sampai pada konsumen dengan melalui beberapa saluran pemasaran yang terlibat.

Saluran pemasaran I, petani menjual hasil produksinya melalui pedagang pengumpul ke pedagang pengecer yang ada di Kota Palu, kemudian pedagang pengecer langsung memasarkannya ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran II, petani menyalurkan hasil produksinya langsung ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer langsung datang ke lokasi lahan petani tanpa melalui pedagang pengumpul kemudian menjualnya langsung kepada konsumen akhir.

**Tabel 1.** Harga Pada Masing Masing Saluran Pemasaran Cabai Rawit, 2019

No.	Saluran Pemasaran	Produsen/ petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Pengecer	Konsumen
1	Saluran I	65.000	65.000	75.000	90.000
2	Saluran II	70.000	-	70.000	90.000

Sumber : Data Primer Setelah diolah, 2019

Pada Tabel 1 menunjukkan bahwa saluran 1 yaitu petani responden yang menjual produksinya melalui pedagang pengumpul dengan volume penjualan 310 kg dan menjual dengan harga Rp. 65.000,-/kg. sedangkan pada saluran 2 petani responden yang menjual produksinya melalui pedagang pengecer dengan volume penjualan 138 kg dan menjual dengan harga Rp. 70.000,-/kg. Volume pembelian pedagang pengecer terbatas dibanding pedagang pengumpul karena pedagang pengecer yang ada di desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru terbatas hanya menjual eceran dalam jumlah sedikit.

**Pemasaran di Tingkat Petani**

Cabai rawit setelah dipanen/dipetik langsung dijual ke pedagang, baik itu ke pedagang pengumpul atau pedagang pengecer yang berada di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

Harga yang dibayarkan pedagang pengumpul sebesar Rp. 65.000,-/kg sedangkan yang dijual ke pedagang pengecer yang ada di Desa Oloboju sebesar Rp.75.000,-/kg

Petani cabai rawit biasa juga menjual langsung ke pedagang pengecer yang bertempat tinggal di Desa Oloboju. Harga yang dibayarkan pedagang pengecer sebesar Rp. 70.000,-/kg sedangkan yang dijual ke konsumen sebesar Rp.90.000,-/kg ,

### Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul, membeli atau menerima cabai rawit untuk dijual kembali ke pedagang pengecer yang berada di Kota Palu. Harga cabai rawit yang dibeli dari petani sebesar 65.000 Kg. Cabai Rawit yang telah dibeli diangkut menggunakan mobil dan biaya pengepakan, pedagang pengumpul menjual hasil produksinya ke pedagang pengecer dengan harga Rp. 75.000,-/Kg. Untuk lebih jelasnya terlihat pada lampiran 5 dan 6.

### Pemasaran di Tingkat Pedagang Pengecer di Desa Oloboju

Pedagang pengecer yang ada di Desa Oloboju ada 2 macam ada yang membeli dari produsen dan ada yang membeli dari pedagang pengumpul . Pedagang pengecer yang membeli langsung cabai rawit dari petani dengan harga Rp. 70.000 /kg sedangkan dari pedagang pengumpul Rp. 75.000. /kg Pedagang pengecer menjual cabai rawit langsung ke konsumen seharga per kg Rp. 90.000/kg, terlihat pada lampiran 6 dan 7.

### Margin Pemasaran Cabai Rawit

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Biaya-biaya yang dikeluarkan meliputi biaya transportasi, biaya pengepakan dan retribusi merupakan selisih harga tersebut, besarnya keuntungan yang diterima saluran-saluran dari setiap rantai saluran pemasaran. Sehingga diketahui bahwa tingkat margin yang diterima setiap saluran berbeda-beda.

### Margin Pemasaran Saluran I

Pada saluran 1 mempunyai saluran pemasaran yang panjang, yang melibatkan dua lembaga pemasaran. Maka margin totalnya semakin banyak yaitu Rp. 25.000,-/Kg.

Harga dan Margin Pemasaran yang diterima melalui saluran 1 dapat dilihat pada tabel 2.

**Tabel 2.** Harga Pembelian dan Margin Pemasaran Saluran 1

NO.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1	Petani atau produsen	-	65.000	-
2	Pedagang Pengumpul	65.000	75.000	10.000
3	Pedagang pengecer	75.000	90.000	15.000
4	Konsumen			
Total				25.000

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

### Margin Pemasaran Saluran II

Harga dan Margin Pemasaran yang diterima melalui saluran II dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3.** Harga Pembelian dan Margin Pemasaran Saluran 1

NO.	Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1	Petani atau produsen	-	65.000	-
2	Pedagang Pengumpul	65.000	75.000	10.000
3	Pedagang pengecer	75.000	90.000	15.000
4	Konsumen			

---

Total	25.000
-------	--------

---

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2019

Tabel 3, menunjukkan margin untuk saluran II, yaitu petani, pedagang pengecer dan konsumen. Dengan semakin pendek saluran pemasaran maka total margin yang diterima semakin kecil yaitu Rp.20.000,-/Kg

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil analisis data dan pembahasan, ini adalah :

1. Ada 2 ( dua ) saluran yang terjadi pada pemasaran cabai rawit di Desa Oloboju Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi :
  - a. Saluran I :  
Petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen.
  - b. Saluran ke II :  
Petani → pedagang pengecer → konsumen.
2. Margin yang diperoleh dari kedua saluran tersebut :
  - a. Saluran pertama I : Margin yang diperoleh dalam saluran ini yaitu sebesar Rp. 25.000,-/Kg,
  - b. Saluran ke II : Margin yang diperoleh dalam saluran ini yaitu sebesar Rp. 20.000,-/Kg.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta Penerbit Erlangga. Chandrasari, Julianti. 1997  
BPS, 2012. Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah  
Direktorat Jenderal Hortikultura 2008, Cabai Rawit di Indonesia, Jakarta  
Setiadi, 2005. Bertanam Cabai.: PT Penebar swadaya. Jakarta  
Yantu, M.R., Sisfayuni, Ludin dan Taufik, 2008. Komposisi Industri Subsektor-Subsektor Di Kelembagaan Sektor Pertanian Sulawesi Tengah,