

**ANALISIS EFISIENSI DAN KEUNTUNGAN PEMASARAN CABAI MERAH  
(*Capsicum annum L.*) DI DESA MUARA BURNAI I KECAMATAN LEMPUING JAYA  
KABUPATEN OGAN KOMERING ILIR**

**MARKETING EFFICIENCY AND PROFIT ANALYSIS Red Chili (*Capsicum annum L.*)  
IN MUARA BURNAI I VILLAGE LEMPUING JAYA DISTRICT  
OGAN KOMERING ILIR REGENCY**

**Dedi Hermansyah<sup>1)</sup>, Rahmat Kurniawan<sup>1\*)</sup>**

<sup>1)</sup>Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang  
Jalan Jendral A.Yani10Ulu Palembang

\*email korespondensi: rahmat.kurniawan1@gmail.com

**ABSTRACT**

*This study was conducted to find out how much marketing profit each marketing agency in Muara Burnai I Village, Lempuing Jaya District, Ogan Komering Ilir Regency got and to determine the marketing efficiency of red chillies in Muara Burnai I Village, Lempuing Jaya District, Ogan Komering Ilir Regency. This research was conducted in the village of Muara Burnai I, Lempuing Jaya District in November 2021-January 2022. The research method used was a survey method, while the sampling method used in this study was proportional random sampling and snowball sampling, data processing and analysis methods used. is descriptive quantitative analysis. The results showed that the marketing margin in each channel was due to differences in marketing costs incurred with the marketing margin obtained in this study, which was Rp. 5,000 on channel I, Rp. 6,000 on channel II and Rp. 4,500 on channel III. The amount obtained in channel I at the auction market level is Rp. Rp1,950/Kg, and in channel III at village retailers it is Rp3,250/Kg. Economically, channel III is more efficient than channel I and II because the economic value is greater than that of other channels, which is 3.87. On the other hand, technically channel I is more efficient than channel II and III because the technical value of channel I is smaller than the technical value of other channels, which is 11.76.*

**Keywords:** Marketing, Marketing Advantage, Marketing Efficiency

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar keuntungan pemasaran yang diperoleh oleh masing-masing lembaga pemasaran yang ada di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran cabai merah yang ada di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya pada bulan November 2021-Januari 2022. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, sedangkan metode penarikan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proporsional random sampling dan snowball sampling*, metode pengolahan dan analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian diketahui bahwa margin pemasaran pada tiap-tiap saluran disebabkan adanya perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan dengan margin pemasaran yang didapatkan pada penelitian ini yaitu sebesar Rp5.000 pada saluran I, Rp6.000 pada saluran II dan Rp4.500 pada saluran III, keuntungan yang didapatkan pada saluran I ditingkat pasar lelang sebesar Rp420/Kg, pedagang besar sebesar Rp1.034/Kg pedagang pengecer kota sebesar Rp2.275/Kg, pada Saluran II ditingkat pedagang tengkulak sebesar Rp660/Kg pedagang besar Rp834/Kg pedagang pengecer kota sebesar Rp1.950/Kg, dan pada saluran III di pedagang pengecer desa sebesar Rp3.250/Kg. Secara ekonomis, saluran III lebih efisien dibandingkan dengan saluran I dan II karena nilai ekonominya lebih besar dibandingkan pada saluran lainnya, yaitu sebesar 3,87. Namun sebaliknya Secara teknis saluran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran II dan III karna nilai teknis saluran I lebih kecil dari pada nilai teknis pada saluran lainnya yaitu sebesar 11,76.

**Kata Kunci :** Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Efisiensi pemasaran

**PENDAHULUAN**

Tanaman cabai merah merupakan salah satu tanaman hortikultura yang dibudidayakan di daerah tropis dan memiliki peluang bisnis yang cukup baik. Permintaan cabai yang tinggi untuk kebutuhan bumbu masakan, industri makanan, dan obat-obatan merupakan potensi untuk meraup keuntungan. Sehingga menjadi salah satu komoditi hortikultura yang mengalami fluktuasi harga yang cukup besar. Harga cabai yang tinggi memberikan keuntungan yang paling tinggi pula bagi petani. Keuntungan yang diperoleh dari budidaya cabai merah umumnya lebih tinggi dibandingkan dengan budidaya sayuran lain. Namun pada saat tertentu harga komoditi cabai juga mengalami penurunan hingga harga terendah. Perubahan harga cabai biasanya terjadi karena produksi cabai bersifat musiman. Perubahan harga yang tidak bisa diprediksi ini membuat hasil usahatani cabai merah mempunyai risiko yang tinggi. Tanaman cabai memiliki kemampuan adaptasi yang cukup baik sehingga dapat tumbuh dengan baik dilahan, persawahan, tegalan, dataran tinggi atau pegunungan, daerah kering atau daerah pantai.

Provinsi Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki luas wilayah 60.320,54 (km<sup>2</sup>) dengan populasi sekitar 6 juta jiwa lebih (BPS Sumatera Selatan, 2017). Hampir seluruh di wilayah kabupaten/kota di Sumatera Selatan memproduksi usahatani cabai merah baik untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun untuk dikonsumsi sendiri. Walaupun masih dikatakan dalam golongan rendah bahkan kurang dari 20% Sumatera Selatan dalam budidaya cabai di bandingkan dengan Jawa dan Sumatera Utara tetapi tidak sedikit pula masyarakat yang ikut dalam usahatani cabai.

Kabupaten Ogan Komering Ilir sendiri terutama pada Kecamatan Lempuing Jaya para petani membudidayakan cabai pada lahan persawahan setelah panen padi atau lebih tepatnya pada musim kemarau ada juga yang menanam pada lahan rawa, lahan kosong yang tidak dimanfaatkan oleh si pemilik lahan dan di dekat pekarangan rumah mereka. Salah satu faktor yang menyebabkan masyarakat ingin menjadi petani cabai yakni harganya yang tinggi dibandingkan budidaya sayuran lain sehingga menyebabkan petani mengharapkan mendapatkan keuntungan yang melimpah. Tetapi adanya fluktuasi harga dapat menyebabkan petani khawatir akan harga yang rendah dan menjadikan resiko bagi petani (Syarifudin, 2017).

Kecamatan Lempuing Jaya merupakan kecamatan yang memiliki luas panen cabai terbesar ketiga setelah kecamatan Jejawi dan Pedamaran. Dari data tersebut terlihat bahwa Kecamatan Lempuing Jaya merupakan kecamatan yang memproduksi cabai dengan cukup baik karena memiliki produksi sebesar 10.330 Ton dengan luas lahan panen sebesar 56 Hektar.

Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui Besarnya Keuntungan Pemasaran Cabai Merah di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir, dan Mengetahui Tingkat Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian Ini Telah Dilakukan Pada Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir. Pemilihan Lokasi Dilakukan Secara Sengaja. Waktu Penelitian Dilaksanakan Mulai Bulan Oktober Hingga Januari 2022.

Metode penentuan responden untuk menjawab tujuan Pertama menggunakan *proporsional random sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *proporsional random sampling* adalah cara pengambilan sampel dari anggota populasi dengan menggunakan cara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut. metode ini adalah untuk mengambil sampel petani dimana terbagi menjadi 2 tipe pemasaran yaitu pemasaran terorganisir (lelang) dan pemasaran tidak terorganisir (tengkulak/pengepul).

Kemudian untuk menjawab tujuan kedua menggunakan *snowball sampling*. Menurut Sugiyono (2014) *snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Sedangkan pada tujuan kedua untuk mengetahui berapa layak saluran pemasaran atau lembaga pemasaran dengan menghitung biaya pemasaran, margin pemasaran, dan keuntungan pemasaran serta Efisiensi saluran pemasaran sebagai berikut :

$$Bp = Bp1+Bp2+Bp+.....Bpn$$

Keterangan :

- Bp : Biaya pemasaran (Rp/Kg)
- Bp1...Bpn :Biaya pemasaran di tiap lembaga pemasaran

Sedangkan margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Mp = Pj - Pb$$

Keterangan :

- Mp : Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- Pj : Harga Jual Petani (Rp/Kg)
- Pb : Harga Beli Konsumen (Rp/Kg)

Keuntungan pemasaran dapat dinyatakan dengan rumus :

$$Kp = Mp - Bp$$

Keterangan :

- Kp : Keuntungan Pasar (Rp/Kg)
- Mp : Margin Pemasaran (Rp/Kg)
- Bp : Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

Serta efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus dari Calkins dan Hu-mei wang (1978) yang dilihat sebagai berikut:

Indeks efisiensi Teknis

$$T_{ij} = V_{ij} / W_{ij} / d_{ij}$$

Keterangan :

- $T_{ij}$  : Indeks efisiensi teknis
- $V_{ij}$  : Variabel biaya pemasaran (Rp/Kg)
- $W_{ij}$  : Berat Akhir Produk (Kg)
- $d_{ij}$  : Total jarak tempuh (KM)

Indeks efisiensi ekonomis (E)

$$E_{ij} = \frac{\sum k\{\pi_{ijk}\}}{V_{ij}}$$

Keterangan :

- $E_{ij}$  : Indeks efisiensi ekonomis
- $V_{ij}$  : Variabel biaya pemasaran (Rp/kg)
- $k$  : Jenis pedagang yang terlibat
- $i$  : Jenis komoditi
- $j$  : Jenis saluran tataniaga
- $\pi$  : Keuntungan agen pemasaran

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identitas petani dan pedagang

Kemampuan petani merupakan salah satu penentu keberhasilan pada usaha tani cabai merah keriting. Aktivitas petani sebagai pengelola mencakup kegiatan pemikiran yang didorong oleh kemauan dan kemampuan. Kemampuan petani dipengaruhi beberapa faktor antara lain jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan formal. Usahatani cabai merah banyak dijadikan sebagai mata pencaharian pokok karena menjanjikan pendapatan yang tinggi. Semakin tua umur petaniii kemampuan panca indera yang dimiliki semakin berkurang, sehingga dalam menerima teknologi akan semakin lambat dan cenderung kurang sempurna. Petani cabai merah tersebut mayoritas berusia produktif, berkisar antara usia 20 sampai 55 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa secara fisik petaniii cabai merah masih produktif.

Tabel 1. Profil Petani Cabai Merah Di Desa Muara Burnai I

No	keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur (tahun)		
	20-59	42	100
	60>	0	0
2	Pendidikan		
	SD	7	16,6
	SMP	10	23,9
	SMK	25	59,5

Petani cabai merah di desa Muara Burnai Kecamatan Lempuing Jaya sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya pendidikan karena tidak ditemukan petani yang tidak sekolah, bahkan ada

petani yang pendidikan terakhir pada tingkat SMK. Lebih dari 59% petani cabai merah.

Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai merah di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya yaitu pedagang Perantara (Pasar Lelang), pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul dan perantara adalah pedagang yang membeli cabai merah dari petani kemudian menjualnya ke pedagang lain yang masih ada dalam wilayah pemasaran Sumatera Selatan. Pedagang besar yaitu pedagang yang melakukan pembelian cabai merah keriting langsung dari petani maupun membeli dari pedagang pengumpul. Ruang lingkup penjualan pedagang besar tidak hanya lingkup Sumatera Selatan saja namun sudah keluar SUMSEL. Sedangkan pedagang pengecer, yaitu pedagang yang langsung berhubungan dengan konsumen akhir dan umumnya tempat penjualannya di pasar-pasar tradisional. Sebagian pedagang pengumpul berjenis kelamin laki-laki, sedangkan pedagang pengecer lebih banyak berjenis kelamin perempuan, hal ini dikarenakan pedagang pengecer ini langsung berhubungan dengan pembeli akhir yang umumnya ibu rumah tangga. Seluruh pedagang termasuk dalam kategori umur produktif yang berarti sudah cukup dewasa dan dapat mengambil sikap dan keputusan sendiri dalam usahanya. Keadaan tersebut juga didukung oleh tingkat pendidikan para pedagang. Seluruh pedagang pernah menempuh pendidikan formal, bahkan pedagang besar semuanya berpendidikan SMK.

Tabel 2. Identitas Pedagang Cabai Merah Di Desa Muara Burnai I

No	keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Umur (tahun)		
	20-59	42	100
	60>	0	0
2	Pendidikan		
	SD	7	16,6
	SMP	10	23,9
	SMK	25	59,5
3	Pengalaman		
	<5 tahun	1	33,4
	>5 tahun	2	66,6

### Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran merupakan rangkaian kegiatan pemasaran cabai merah dari produsen ke konsumen. Saluran pemasaran yang terjadi dapat terdiri dari berapa banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran. Saluran pemasaran dapat terbentuk sederhana dan dapat pula rumit sekali, hal ini tergantung dari macam komoditas, lembaga pemasaran maupun sistem pasar (Soekartawi, 2003)



Gambar 1. Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Desa Muara Burnai I

Pada saluran pemasaran I, petani menjual hasil produksinya ke lembaga pasar lelang sebagai perantara rata-rata lembaga pasar lelang perharinya mampu menampung setidaknya 3.000 kg cabai merah segar yang kemudian dibukalah sistem lelang ke pedagang yang ada lalu pedagang yang mampu menawar dengan harga tertinggi akan menjadi pemenangnya, pada saluran pemasaran II petani menjual hasil produksinya ke pedagang tengkulak atau pedagang pengepul rata-rata pedagang pengumpul membeli cabai merah keriting dari petani sebesar 2.500 kg, lalu pedagang tengkulak menjual kembali barang dagangannya ke pedagang besar tingkat provinsi (pasar induk) dengan mengambil sedikit keuntungan.

Berdasarkan informasi dari pedagang besar, para pedagang pengecer yang ada di pasar induk membeli cabai merah dari pedagang besar berkisar antara 100 sampai 500 kg. Cabai tersebut oleh pedagang pengecer dibawa ke pasar baik tingkat kota maupun kabupaten untuk kemudian pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir, pada saluran pemasaran III petani memilih menjual barang dagangannya langsung kepada pedagang pengecer akan tetapi pedagang pengecer tingkat daerah hanya mampu menampung setidaknya 150kg perhari yang mengakibatkan hanya beberapa orang yang melakukan penjualan langsung ke pedagang pengecer.

**Kegiatan Lembaga Pemasaran**

1. Kegiatan ditingkat pedagang perantara (Lembaga Pasar Lelang)

Pedagang perantara dalam penelitian ini adalah suatu lembaga yang bergerak untuk membantu mensejahterakan petani dengan cara menghubungkan langsung petani kepada pedagang dengan tujuan untuk mempersempit saluran pemasaran sehingga tidak begitu banyak biaya pemasaran yang dikeluarkan. Cara pembelian barang juga sedikit berbeda dengan cara yang dilakukan oleh pedagang pengepul maupun pedagang pengecer, pembelian yang dilakukan lembaga pasar lelang dengan cara mendatangi langsung ke lahan petani yang dibantu oleh seluruh anggota pasar lelang kemudian di kumpulkan ke tempat pemasaran untuk dilakukan penimbangan barang, dari penimbangan juga dilakukan

potongan barang dengan 3 tingkatan yaitu barang yang berat kurang dari 30 kg dipotong 0.5kg, barang yang beratnya 50kg atau lebih di potong 1 kg dan barang yang beratnya lebih dari 80 kg dipotong 1.5 kg dengan sistem pembayaran jika barang sudah terjual habis baru dilakukan pembayaran barang. Setiap harinya lembaga pasar lelang mengirimkan barang sebesar 2.500 Kg per pengiriman.

2. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli produk pertanian dari petani produsen yang dikumpulkan pada suatu tempat untuk dijual kembali ke lembaga pemasaran lain. Ada satu orang pedagang pengumpul dalam penelitian ini yang berada di Desa Muara Burnai I dan mendapatkan cabai merah dengan cara membeli dari petani cabai merah serta menerima cabai merah dari petani tiap harinya sekitar 2.500 kilogram. Cara pembelian cabai merah pedagang pengumpul dengan cara mendatangi petani. Cabai merah di timbang dalam satuan kilogram dengan adanya potongan timbangan 1 kg setiap barang yang beratnya lebih dari 40 kg dan 0.5 kg setiap barang yang kurang dari 40 kg dengan harga sebesar Rp 14.000 /kg dibayar secara tunai sebelum pedagang pengumpul menjual produknya, terlebih dahulu pedagang pengumpul tersebut melakukan fungsi pemasaran sebelum menghubungi para pedagang besar. Setelah ada kesepakatan, pedagang pengumpul mengangkut produknya dari lokasi pedagang pengumpul dengan harga jual dari pedagang pengumpul sebesar Rp. 15.000/kg dengan jumlah volume jual sebanyak 2.500 kilogram. Pedagang pengumpul dalam menyalurkan lagi cabai merah ke pedagang besar atau pedagang pengecer. Semua pedagang pengumpul itu menjalankan usaha dagangnya dengan menggunakan modal sendiri. Biaya pemasaran cabai merah merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja dan penyusutan.

3. Kegiatan di Tingkat Pedagang Besar

Pedagang besar adalah pedagang yang membeli cabai merah dalam jumlah banyak yang umumnya berasal dari pedagang pengumpul dan dijual kembali kepada pedagang pengecer.

Pedagang besar terdapat dua pedagang cabai merah yang terdapat di Pasar Induk Jakabaring Palembang. Pedagang besar mendapatkan cabai merah dari pedagang pengumpul yang berada di Desa Muara Burnai I, kemudian memasarkan cabai merah tersebut ke konsumen di wilayah Palembang dan sekitarnya. Konsumen luar merupakan pedagang pengecer yang berada ditingkat kabupaten atau kota. Pedagang besar ini mendapatkan cabai merah dari pedagang pengumpul tiap harinya sekitar 2.500 kilogram dari berbagai daerah. Setelah mendapatkan cabai merah, pedagang besar mengemasnya terlebih dahulu dengan plastik sebelum dijual. Pedagang besar mengemas cabai merah 5-10 kilogram tiap plastiknya. Dalam memasarkan cabai merah ke luar kota, pedagang besar selain mengeluarkan untuk biaya pengemasan, pedagang besar mengeluarkan untuk biaya transportasi, bongkar muat. Pedagang besar dalam menjalankan usahanya ini menggunakan modal sendiri. Cara pembelian cabai merah oleh pedagang besar yaitu dengan cara mendatangkan pedagang pengumpul disekitar daerah. Cabai merah dengan harga Rp 17.200/kg, cabai merah tersebut langsung dijual ke pedagang pengecer dan dibayar dengan cara tunai. Biaya pemasaran cabai merah merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung, mulai dari tangan produsen hingga diterima oleh konsumen. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja dan penyusutan.

4. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengecer kota

Pedagang Pengecer adalah pedagang yang membeli cabai merah dari pedagang besar yang ada di Pasar Induk Jakabaring untuk dijual atau diecerkan kepada konsumen. Pedagang pengecer Dalam menjalankan usaha dagangnya menggunakan modal sendiri. Cara pembelian cabai merah oleh pedagang pengecer dengan cara mendatangi langsung ke Pasar Induk Jakabaring atau bisa juga menghubungi langsung ke pedagang besar untuk dikirimkan barang. Pedagang pengecer membeli cabai dari pasar seharga Rp 17.200,00 /kg dan dijual seharga Rp 20.000/kg. dibayar dengan cara tunai. Biaya pemasaran cabai merah merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung. Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh Biaya pemasaran tersebut di tanggung oleh lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja dan penyusutan. lembaga pemasaran yang terlibat berupa biaya transportasi, tenaga kerja dan penyusutan.

5. Kegiatan di Tingkat Pedagang Pengecer daerah

Pedagang pengecer yang dimaksud disini adalah pedagang pengecer yang ada di desa Muara Burnai I. Modal yang digunakan oleh pedagang pengecer adalah modal sendiri, cara mendapatkan cabai merah dengan cara membeli dari petani dengan kapasitas maksimum sebesar 250 kg/hari. Cara pembelian cabai merah pedagang pengecer dengan cara komunikasi melalui telepon atau bisa

juga didatangi langsung oleh petani. Cabai merah di timbang dalam satuan kilogram dengan adanya potongan timbangan 1 kg setiap barang yang beratnya lebih dari 40 kg dan 0.5 kg setiap barang yang kurang dari 40 kg dengan harga beli sebesar Rp 15.500 /kg dibayar secara tunai dan dijual ke konsumen akhir dengan harga 20.000/kg.

**Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga 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. (Sudiyono,2004).

Biaya pemasaran cabai merah pada tiap-tiap lembaga pemasaran berbeda-beda, baik pada saluran I, II dan III. Besarnya biaya pemasaran tergantung pada kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh tiap-tiap lembaga pemasaran tersebut. Terdapat beberapa komponen biaya pemasaran cabai merah di Desa Muara Burnai.

Tabel 3. Biaya Pemasaran Cabai Merah di Desa Muara Burnai I

No	Lembaga pemasaran	Saluran Rp/Kg		
		I	II	III
<b>Lembaga Pasar lelang</b>				
1	a. Biaya Carter Kendaraan	520	-	-
	b. Biaya transportasi	40	-	-
	c. Biaya konsumsi	20	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>580</b>		
<b>Tengkulak</b>				
2	a. Biaya transportasi kendaraan	-	120	-
	b. Upah sopir	-	60	-
	c. Penanggung risiko penyusutan	-	40	-
	d. Biaya konsumsi	-	118	-
	e. Parkir kendaraan	-	2	-
<b>Jumlah</b>			<b>340</b>	
<b>Pedagang besar</b>				
3	a. Retribusi pasar	4	4	-
	b. Kuli panggul	60	60	-
	c. Tenaga kerja	60	60	-
	d. Penanggung resiko	-	200	-
	e. Biaya konsumsi	40	40	-
	f. Parkir kendaraan	2	2	-
<b>Jumlah</b>		<b>166</b>	<b>366</b>	
<b>Pedagang pengecer</b>				
4	a. Retribusi pasar	-	25	25
	b. Biaya transportasi kendaraan	250	500	750
	c. Biaya konsumsi	250	250	300
	d. Parkir kendaraan	25	25	25
	e. Kuli panggul	-	50	150
<b>Jumlah</b>		<b>525</b>	<b>850</b>	<b>1.250</b>
<b>Total</b>		<b>1.271</b>	<b>1.556</b>	<b>1.250</b>

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

**Margin Pemasaran**

Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran berbeda baik dalam saluran yang sama maupun saluran yang berbeda. Beberapa harga jual baik dari petani hingga ke pedagang. Pada margin pemasaran dapat dilihat bahwa pada saluran I terdapat margin pemasaran sebesar Rp5.000/Kg,

saluran II sebesar Rp.6.000/Kg dan saluran III sebesar Rp4.500/Kg. Nilai tersebut didapatkan berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan mempertimbangkan nilai rata-rata pengiriman perharinya sebesar 2.500 Kg pada tingkat pedangan tengkulak dan pasar lelang serta rata-rata pengiriman 250 Kg per hari pada tingkat pedagang pengecer Daerah.

**Keuntungan Pemasaran**

Keuntungan diperoleh dari selisih antara margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat keuntungan dari hasil pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran, Perbedaan keuntungan pemasaran pada tiap-tiap saluran disebabkan adanya perbedaan biaya pemasaran yang dikeluarkan dan margin pemasaran

Tabel 4. Keuntungan Pemasaran Cabai Merah di Desa Muara Burnai I

No.	Uraian	Satuan (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1.	Harga penjualan petani	15.000	-
	Pasar lelang		
	- Harga beli	15.000	-
	- Harga jual	16.000	-
	- Biaya Pemasaran	580	1.000
<b>Keuntungan pemasaran</b>			<b>420</b>
Pedagang besar			
	- Harga beli	16.000	-
	- Harga jual	17.200	-
	- Biaya pemasaran	166	1.200
	<b>Keuntungan pemasaran</b>		
Pedagang pengecer			
	- Harga beli	17.200	-
	- Harga jual	20.000	-
	- Biaya pemasaran	525	2.800
	<b>Keuntungan pemasaran</b>		
<b>Total keuntungan</b>			<b>3.729</b>
2.	Harga penjualan petani	14.000	-
	Pedagang tengkulak		
	- Harga beli	14.000	-
	- Harga jual	15.000	-
	- Biaya pemasaran	340	1.000
<b>Keuntungan pemasaran</b>			<b>660</b>
Pedagang besar			
	- Harga beli	15.000	-
	- Harga jual	17.200	-
	- Biaya pemasaran	366	2.200
	<b>Keuntungan pemasaran</b>		
Pedagang pengecer			
	- Harga beli	17.200	-
	- Harga jual	20.000	-
	- Biaya pemasaran	850	2.800
	<b>Keuntungan pemasaran</b>		
<b>Total keuntungan</b>			<b>4.444</b>
3.	Harga penjualan petani	15.500	-
	Pedagang pengecer		
	- Harga beli	15.500	-
	- Harga jual	20.000	-
	- Biaya pemasaran	1.250	4.500
<b>Keuntungan pemasaran</b>			<b>3.250</b>
<b>Total keuntungan</b>			<b>3.250</b>

**Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran cabai merah yang ada di Desa Muara Burnai I Kecamatan Lempuing Jaya, dilakukan dengan membandingkan nilai Indeks Efisiensi Ekonomis (IEE) dan nilai Indeks Efisiensi Teknis (IET). Semakin rendah nilai IEE dan IET maka semakin tinggi efisiensi pemasarannya. Secara ekonomis, saluran III lebih efisien dibandingkan dengan saluran II dan I karena Tidak banyaknya rantai pemasaran atau tidak banyaknya lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran sehingga nilai indeks ekonomisnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai indeks pada saluran I dan II. Secara teknis saluran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran II dan III. Hal ini disebabkan jarak pemasarannya yang lebih jauh dibandingkan dengan jarak pemasaran pada saluran III, maka biaya pemasaran yang dikeluarkan relatif kecil.

Tabel 5. Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Desa Muara Burnai I

No.	Keterangan	Saluran Pemasaran		
		I	II	III
1	Biaya Pemaaran (RP/Kg)	1.271	1.556	1.250
2	Keuntungan (Rp/Kg)	3.729	4.444	3.250
3	Jarak (Km)	108	108	45
4	Indeks Efisiensi Ekonomi (IEE)	2,93	2,85	3,47
5	Indeks Efisiensi Teknis (IET)	11,76	14,40	27,77

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

**KESIMPULAN**

- Keuntungan yang didapatkan pada saluran I ditingkat pasar lelang sebesar Rp420/Kg, pedagang besar sebesar Rp1.034/Kg pedagang pengecer kota sebesar Rp2.275/Kg, pada Saluran II ditingkat pedagang tengkulak sebesar Rp660/Kg pedagang besar Rp834/Kg pedagang pengecer kota sebesar Rp1.950/Kg, dan pada saluran III di pedagang pengecer desa sebesar Rp3.250/Kg. Untuk keuntungan yang didapatkan persaluran pemasaran yaitu pada saluran pemasaran I sebesar Rp 3.729/Kg, pada saluran II sebesar Rp 4.444/Kg, dan pada saluran III sebesar Rp 3.250/Kg.
- Efisiensi Pemasaran Secara ekonomis, saluran III lebih efisien dibandingkan dengan saluran I dan II karena nilai ekonominya lebih besar yaitu sebesar 3,47 sedangkan pada saluran I sebesar 2,93 dan saluran II sebesar 2,85. Namun sebaliknya Secara teknis saluran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran lainnya karna nilai teknis saluran I lebih kecil dari pada nilai teknis pada saluran lainnya yaitu sebesar 11,76 sedangkan pada saluran II sebesar 14,40 dan Saluran III sebesar 27,77.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Apriansyah (2019), *Studi Pemasaran dan Pendapatan Petani Cabej Dengan Sistem Lelang di Desa Budi Mulya Kecamatan Air Kumbang Kabupaten Banyuasin*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang. (Tidak dipublikasikan).
- Arpandi. 1994 .*Dalam redaksi trubus*. Majalah trubus. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Ogan Komering Ilir.2017. Hasil Survei Pertanian Antar Sensus.
- Badan Pusat Statistik. 2020. Kabupaten Ogan Komering Ilir Dalam Angka 2020. Kayu Agung.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan. 2015. *Luas panen dan produksi sayuran menurut kabupaten kota di provinsi sumatera selatan*. <http://palembang.kota.bps.go.id>. diakses 12 januari 2018.
- Barbados. 2020. *Analisis Pendapatan dan Tingkat Keuntungan Usahatani Cabai Rawit di Kelurahan Talang Keramat Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang. (Tidak dipublikasikan)
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan Dan Hortikultura Sumatera Selatan. 2017. Laporan Tahunan. Palembang.
- Estiyanti, Eni. 2010. *Efisiensi pemasaran cabai merah kriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman*. Jurnal penelitian. Yogyakarta.
- Herpenas, A dan R Dermawan. 2010. Budidaya Cabai Unggul. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Mulya, Tri. 2019. *Perilaku Petani Dalam Meningkatkan Pendapatan Usahatani Cabai Merah Di Desa Kepahyang Kecamatan Lempuing Kabupaten Ogan Komering Ilir*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang. (Tidak dipublikasikan).