

ANALISIS PEMASARAN USAHA TANI CABAI MERAH (*Capsicum Annum L*) DI DESA SAMBIREJO KECAMATAN SELUPU REJANG KABUPATEN REJANG LEBONG

Teri Lestari*, Mira Yanuarti, Dwita Prisdinawati

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pat Petulai, Jl. Basuki Rahmat
No.13, Dwi Tunggal, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu, Indonesia

*Email: tarygaming03@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian terhadap Analisis Pemasaran Usaha Tani Cabai Merah (*Capsicum Annum L*) Di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong, bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran cabai merah yang ada di Desa Sambirejo, menghitung margin pemasaran pada setiap lembaga yang ada di Desa Sambirejo dan mengetahui tingkat efisiensi pada lembaga-lembaga pemasaran yang ada di Desa Sambirejo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April – Mei di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang lebong, dengan pertimbangan bahwa mayoritas penduduk Desa Sambirejo adalah berusaha tani Cabai Merah.

Kata kunci: *Pemasaran Usaha Tani, Cabai Merah (Capsicum Annum L), Sambirejo*

Abstract

Research on Marketing Analysis of Red Chili (*Capsicum Annum L*) Farming Business in Sambirejo Village, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency, aims to determine the marketing channels for red chilies in Sambirejo Village, calculate the marketing margin at each institution in Sambirejo Village and determine the level efficiency of marketing institutions in Sambirejo Village. This research was carried out in April - May in Sambirejo Village, Selupu Rejang District, Rejang Lebong Regency, with the consideration that the majority of the population of Sambirejo Village is engaged in farming red chilies.

Keywords: *Farming Business Marketing, Red Chili (Capsicum Annum L), Sambirejo*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dimana pembangunan pertanian mempunyai kedudukan strategis dengan kegiatan yang berbasis pada tanaman pangan dan hortikultura. Sektor ini selain melibatkan tenaga kerja terbesar dalam kegiatan produksi, produknya juga merupakan bahan pangan pokok pada konsumsi nasional. Ditinjau dari sisi bisnis, kegiatan ekonomi yang berbasis tanaman pangan dan hortikultura merupakan kegiatan bisnis terbesar dan tersebar luas di seluruh Indonesia. (Zasriati, Masrida, 2022).

Cabai merah merupakan salah satu komoditi hortikultura yang memiliki peranan penting dalam suatu perekonomian negara serta keseharian masyarakat. Rasa yang pedas serta aroma yang khas menjadikan ketertarikan tersendiri bagi komoditi cabai merah. Bagi ibu rumah

tangga, tersedianya cabai merah sebagai bumbu dapur setiap hari merupakan suatu keharusan. (Novita Sari, 2019).

Provinsi Bengkulu merupakan salah satu Provinsi yang menjadi sentra pengembang tanaman cabai merah besar di Indonesia. berdasarkan data BPS Provinsi Bengkulu (2019-2020), luas areal penanaman dan produksi cabai di Provinsi Bengkulu pada tahun 2019 seluas 265 hektar dan pada tahun 2020 seluas 528 hektar dan memproduksi sebanyak 236 kuintal atau sama dengan 99,25 ton. Tanaman cabai tersebar hampir di seluruh kabupaten / kota yang ada di Provinsi Bengkulu. Wilayah yang menjadi sentra pengembangan cabai merah di Provinsi Bengkulu terletak di Kabupaten Rejang Lebong. Menurut data BPS Provinsi Bengkulu. Kabupaten Rejang Lebong mempunyai luas area 276 025 pada tahun 2019 dan 309 030 pada tahun 2020, Kabupaten Rejang Lebong memproduksi cabai merah besar sebanyak 33 005 kuintal atau ton.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode data kualitatif, yaitu data atau informasi yang diperoleh dari petani dan lembaga pemasaran baik berupa lisan maupun tulisan. Penjelasan dari wawancara, observasi dan dokumentasi di lapangan untuk mendukung penjelasan dalam analisis data. Yaitu teknik pengumpulan data dari bukti-bukti tertulis, seperti produksi (Kg/ton), harga (Rp), dan lain sebagainya. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan handphone (*recorder*).

Metode Penentuan Responden

Pengambilan responden dilakukan dengan metode *simple random sampling* secara acak sederhana. Penentuan responden pedagang digunakan dengan cara informasi dari petani. Dalam penelitian ini jumlah responden yang diambil sebanyak 30 responden dari 1 desa terpilih, yang terdiri dari 20 petani cabai merah, 5 pedagang pengepul, 2 pedagang besar, dan 3 pedagang pengecer.

Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, data primer yaitu data yang di peroleh dengan melakukan wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa kuesioner. Data sekunder adalah data yang di peroleh dengan mencatat data dari sumber yang telah ada sebelumnya seperti jurnal, situs web, buku, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan kualitatif dengan metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan lembaga dan saluran pemasaran. Analisis metode kualitatif dilakukan untuk menganalisis data yaitu margin pemasaran, efisiensi pemasaran dan nilai *farmer's share*. Analisis kualitatif diolah menggunakan program Microsoft Excel. Untuk mengetahui tujuan dari penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut.

1. Besarnya margin pemasaran dihitung dengan menggunakan rumus :

$$MP = Hp - Hb$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Hp = Harga jual ditingkat petani

Hb = Harga jual ditingkat konsumen

Untuk menghitung *farmer's share* (bagian) harga yang diterima petani dihitung dengan rumus:

$$fs = Pr / Pf \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Share (bagian) harga yang diterima petani (%) Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

(Kohls dan Uhl dalam Siti Clarisa Delia, 2017).

Indikator efisien pemasaran dapat diukur dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika share yang diterima petani lebih besar dan share yang diterima petani mendekati 100% saluran pemasaran tersebut dikategorikan efisien.
- Jika share harga yang diterima petani lebih kecil dan share margin pemasarannya besar, maka saluran pemasaran tersebut dapat dikategorikan tidak efisien.

Untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai pada masing-masing lembaga pemasaran digunakan rumus dari Soekartawi (2002) sebagai berikut:

$$Eps = BP/NP \times 100\%$$

Keterangan :

Eps = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total biaya pemasaran (Rp/Kg)

NP = Total produk yang dipasarkan (Rp/Kg) Kriteria :

Eps = Kurang dari 50% Tidak efisien Eps =

Lebih dari 50% Paling Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah jalur dari lembaga-lembaga penyalur mempunyai kegiatan menyalurkan barang dari produsen ke konsumen akhir. Saluran pemasaran komoditas cabai merah di Desa Sambirejo melalui beberapa lembaga diantaranya petani sebagai produsen komoditas cabai merah, pedagang pengepul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Pemasaran produk pertanian cabai merah selain dipasarkan di Desa Sambirejo sendiri oleh pengecer-pengecer lokal, ada juga yang dipasarkan ke luar daerah Provinsi Bengkulu oleh pedagang pengepul dan pedagang besar.

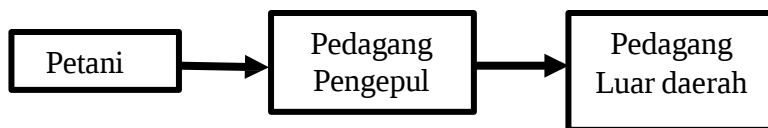
Pedagang pengepul pada penelitian ini di pilih dengan cara informasi yang didapat dari petani. Pedagang pengepul pada penelitian ini terdapat 5 orang. Pedagang pengepul ini membeli cabai merah langsung dari petani dan menjualnya ke luar daerah yaitu Bengkulu, Palembang dan Linggau.

Pedagang besar yaitu pedagang yang membeli dalam jumlah besar dan langsung dari petani untuk dijual kembali seperti grosir, pengecer, ekspor, dan imfort, ke luar daerah, dalam penelitian ini di Desa Sambirejo ada 2 orang pedagang besar. Pedagang pengecer yaitu pedagang yang membeli cabai merah dari petani kemudian di ecerkan ke pasar, Alpk Bandung, di penelitian ini pedagang pengecer ada 3 orang, yang menjual cabai merah baik membeli dari petani maupun membeli dari luar daerah yang kemudian dijual ke pasar-pasar dalam daerah.

Berikut adalah saluran pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Saluran I : Petani – Pedagang Pengepul – Konsumen (Luar Daerah)
 Saluran II : Petani – Pedagang Besar – Pedagang Luar daerah
 Saluran III : Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen

Pada saluran I dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 1. Alur Pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang, Petani menjual cabai merah ke pedagang pengepul dengan jumlah 4200Kg (4,2 ton). Pedagang pengepul, pertama membeli cabai merah dari petani yang di jemput langsung oleh pedagang pengepul, kemudian di jual kembali keluar daerah yakni Bengkulu, Lubuk Linggau dan Palembang. Harga jual dari petani ke pedagang pengepul yakni Rp 30.400,00/kg. Harga dari pedagang pengepul ke konsumen luar daerah adalah Rp.48.000,00/kg. Saluran pemasaran ini masuk dalam kategori saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran II cabai merah dapat dilihat pada gambar 4 berikut.



Gambar 2. Alur pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Saluran II memiliki alur pemasaran dari petani menjual langsung ke pedagang besar yang di jemput langsung oleh pedagang besar dengan jumlah 7000Kg (7ton), kemudian di jual pedagang luar daerah, yang di antar langsung oleh pedagang besar ke pedagang luar daerah. Harga jual dari petani ke pedagang besar yakni Rp.30.500,00/kg. Harga jual dari pedagang pengepul besar ke konsumen pedagang luar daerah, adalah Rp 48.000,00/kg. Saluran pemasaran ini masuk dalam kategori saluran pemasaran tidak langsung. Saluran pemasaran III cabai merah dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Alur pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Pada gambar 3. Di Desa Sambirejo saluran pemasaran III tersebut, memiliki alur pemasaran dari petani menjual hasil produksinya kepedagang pengecer yang dijemput langsung oleh pengecer ke produsen petani cabai merah dengan jumlah 700Kg, kemudian pedagang pengecer langsung menjualnya kepada konsumen pasar, dan ke Apk Bandung, tanpa ada pihak lagi. Harga jual dari petani ke pedagang pengecer yakni Rp.30.000,00/kg. Harga jual dari pedagang pengecer ke konsumen pasar adalah Rp 49.333,00/kg. Saluran pemasaran ini masuk dalam kategori saluran pemasaran tidak langsung.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir. Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang Kabupaten Rejang Lebong mencakup sejumlah pengeluaran,

yang dilakukan untuk keperluan pelaksanaan berhubungan dengan penjualan Cabai Merah dari petani maupun dari pedagang ke konsumen, masing-masing saluran pemasaran memerlukan biaya tertentu meliputi biaya tenaga kerja, dan biaya transportasi. Data biaya pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong terlihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 1. Rata-rata biaya pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Uraian Biaya	Saluran		
	I Pedagang pengepul	II Pedagang Besar	III Pedagang Pengecer
Biaya Tenaga Kerja (Rp/Hari)	272.000	680.000	-
Biaya Transportasi (Rp/Hari)	177.000	150.000	280.000
Jumlah Pemasaran	449.000	830.000	280.000

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 1. Saluran Pemasaran III dapat dilihat rata-rata jumlah biaya pedagang pengecer lebih sedikit di banding dengan biaya pada saluran I dan II, hal ini dikarenakan saluran pemasaran ke III tidak menggunakan biaya tenaga kerja, hanya menggunakan biaya transportasi saja, karena pedagang pengecer mengangkutnya sendiri dari petani dan dijual ke pasar. Dapat kita lihat pada saluran ke III rata-rata biaya transportasi 280.000, rata-rata jumlah pemasaran dari 3 orang pedagang pengecer di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang.

Pada Saluran ke II dapat dilihat jumlah biaya lebih besar, karena pada saluran ke II pedagang besar mengeluarkan biaya transportasi dan biaya tenaga kerja lebih besar, dengan jumlah tenaga kerja 680.000/hari dengan jumlah tenaga kerja rata-rata 8 orang dari jumlah 2 orang pedagang besar. dimulai kerja dari jam 07:00 sampai jam 4:30 sore, dan biaya transportasi 150.000 2 kali angkutan dari kebun petani dengan jumlah biaya rata-rata 830.000/hari dari 2 orang pedagang besar di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Pada saluran pemasaran ke I dapat di lihat jumlah biaya tidak terlalu besar dibandingkan pada saluran II, karena pedagang pengepul mengeluarkan biaya tenaga kerja dan transportasi lebih sedikit. pedagang pengepul mengeluarkan rata-rata biaya tenaga kerja yaitu Rp. 272.000/hari dengan 3 orang tenaga kerja, dari jam 07:00 sampai jam 4:30 WIB. dan biaya transportasi Rp.177.000 2 kali angkutan dari kebun petani, sehingga saluran pemasaran ke I mengeluarkan biaya pemasaran rata-rata sebesar Rp.449.000/hari dari 5 orang pedagang pengepul di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang.

Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang dibayarkan oleh petani. Besarnya marjin pemasaran akan mempengaruhi keuntungan yang didapat oleh lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, maka marjin pemasaran semakin besar. Sebaliknya semakin pendek saluran pemasaran, marjin pemasaran semakin kecil.

Untuk mengetahui rata-rata margin pemasaran di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya pemasaran adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir. Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong mencakup sejumlah pengeluaran, yang dilakukan untuk keperluan pelaksanaan berhubungan dengan penjualan Cabai Merah dari petani maupun dari pedagang ke konsumen, masing-masing saluran pemasaran memerlukan biaya tertentu meliputi biaya tenaga kerja, dan biaya transportasi. Data biaya pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong terlihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Rata-rata biaya pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Uraian Biaya	Saluran		
	I Pedagang pengepul	II Pedagang Besar	III Pedagang Pengecer
Biaya Tenaga Kerja (Rp/Hari)	272.000	680.000	-
Biaya Transportasi (Rp/Hari)	177.000	150.000	280.000
Jumlah Pemasaran	449.000	830.000	280.000

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 2. Saluran Pemasaran III dapat dilihat rata-rata jumlah biaya pedagang pengecer lebih sedikit di banding dengan biaya pada saluran I dan II, hal ini dikarenakan saluran pemasaran ke III tidak menggunakan biaya tenaga kerja, hanya menggunakan biaya transportasi saja, karena pedagang pengecer mengangkutnya sendiri dari petani dan dijual ke pasar. Dapat kita lihat pada saluran ke III rata-rata biaya transportasi 280.000, rata-rata jumlah pemasaran dari 3 orang pedagang pengecer di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang.

Pada Saluran ke II dapat dilihat jumlah biaya lebih besar, karena pada saluran ke II pedagang besar mengeluarkan biaya transportasi dan biaya tenaga kerja lebih besar, dengan jumlah tenaga kerja 680.000/hari dengan jumlah tenaga kerja rata-rata 8 orang dari jumlah 2 orang pedagang besar. dimulai kerja dari jam 07:00 sampai jam 4:30 sore, dan biaya transportasi 150.000 2 kali angkutan dari kebun petani dengan jumlah biaya rata-rata 830.000/hari dari 2 orang pedagang besar di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong.

Pada saluran pemasaran ke I dapat di lihat jumlah biaya tidak terlalu besar dibandingkan pada saluran II, karena pedagang pengepul mengeluarkan biaya tenaga kerja dan transportasi lebih sedikit. pedagang pengepul mengeluarkan rata-rata biaya tenaga kerja yaitu Rp. 272.000/hari dengan 3 orang tenaga kerja, dari jam 07:00 sampai jam 4:30 WIB. dan biaya transportasi Rp.177.000 2 kali angkutan dari kebun petani, sehingga saluran pemasaran ke I mengeluarkan biaya pemasaran rata-rata sebesar Rp.449.000/hari dari 5 orang pedagang pengepul di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang dibayarkan oleh petani. Besarnya margin pemasaran akan mempengaruhi keuntungan yang didapat oleh lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran. Semakin panjang saluran pemasaran, maka margin pemasaran semakin besar. Sebaliknya semakin pendek saluran pemasaran, margin pemasaran semakin kecil.

Untuk mengetahui rata-rata margin pemasaran di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Rata-rata Margin Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Saluran I (Tidak Langsung)

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Keterangan Biaya
1	Petani		
	Harga Jual	30.400	Kg
2	Pedagang Pengepul		
	Harga Beli	30.400	Kg
	Biaya Pemasaran	449.000	Per Hari (2x
	- Transfortasi	177.000	Angkutan) Per Hari
	- Tenaga kerja	272.000	(3 Orang)
	Keuntungan	17.600	Perhari
	Harga Jual	48.000	Kg
3	Konsumen Akhir		
	Harga Beli	48.000	Kg
	Margin Pemasaran	17.600	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 3. Menunjukkan total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran I yaitu Rp.449.000 dengan rincian pembiayaan antara lain pengangkutan transfortasi yaitu mobil untuk mengangkut cabai merah dan tenaga kerja. Pemasaran pada saluran I mempunyai keuntungan yaitu sebesar Rp.17.600 Perhari.

Tabel 4. Rata-rata Margin Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Saluran II (Tidak Langsung)

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Keterangan Biaya
1	Petani		
	Harga Jual	30.500	Kg
2	Pedagang Besar		
	Harga Beli	30.500	Kg
	Biaya Pemasaran	830.000	Per Hari (3x angkutan) Per Hari
	- Transfortasi	150.000	(8 Orang)
	- Tenaga kerja	680.000	
	Keuntungan	17.500	Per Hari
	Harga Jual	48.000	Kg
3	Konsumen Akhir		
	Harga Beli	48.000	Kg
	Margin Pemasaran	17.500	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 4. Menunjukkan total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran II yaitu Rp.830.000 dengan rincian pembiayaan antara lain pengangkutan transportasi sebesar Rp.150.000 yaitu mobil untuk mengangkut cabai merah dan tenaga kerja Rp.680.000/Hari dengan jumlah 8 orang tenaga kerja, untuk membantu pengangkutan dan pengemasan cabai merah. Pemasaran pada saluran II mempunyai keuntungan yaitu sebesar Rp.17.500 per hari.

Tabel 5. Rata-rata Marjin Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong Saluran III (Tidak Langsung)

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)
2	Harga Jual		/Kg
	Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	30.000	/Kg
	Biaya Pemasaran - Transfortasi	280.000	Per Hari (2 X Angkutan)
	Keuntungan	19.333	Per Hari
3	Harga Jual	49.333	/Kg
	Konsumen Akhir		
	Harga Beli	49.333	/Kg
	Marjin Pemasaran	19.333	

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pada tabel 5. Menunjukkan total biaya pemasaran yang dikeluarkan pada saluran III yaitu Rp.280.000 dengan rincian pembiayaan antara lain pengangkutan transportasi yaitu menggunakan motor untuk mengangkut cabai merah pemasaran pada saluran III mempunyai keuntungan yaitu sebesar Rp.19.333/hari.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah salah satu aspek pemasaran dalam upaya meningkatkan pergerakan barang kekonsumen. Pada penelitian ini saluran yang efisien yaitu pada saluran III dimana pada saluran ini biaya transportasi yang sedikit dan tidak menggunakan tenaga kerja sehingga mengurangi biaya pemasaran.

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Desa Sambirejo Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong

No	Uraian	Saluran		
		I	II	III
A	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)			
	Biaya Transfortasi	177.000	150.000	280.000
	Biaya Tenaga Kerja	272.000	650.000	0
	Jumlah	449.000	830.000	280.000
B	Nilai produk yang dipasarkan (Rp/Kg)	840Kg	3500Kg	233Kg
C	Harga jual ditingkat petani (Rp/Kg)	30.400	30.500	30.000
D	Harga beli ditingkat konsumen (Rp/Kg)	48.000	48.000	49.333
	Efisiensi pemasaran (%) (A/B*100%)	53%	23%	120%
	Margin pemasaran (%) (D-C)/D*100%)	17,6%	17,5%	19,3%
	Farmers's share (%) (C/D*100%)	63%	64%	62%

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dapat dilihat pada tabel 6. Masing-masing biaya pemasaran berbeda-beda tergantung banyaknya jumlah lembaga. Pada efisiensi saluran I yaitu terdapat sebesar 53% dengan lembaga-lembaga yang mempengaruhinya adalah pada biaya pemasaran sebesar Rp.449.000 dan nilai produk yang dipasarkan adalah sebesar 840Kg. Sedangkan nilai persentase margin pemasarannya sebesar 17,6%. Dan nilai *farmer's share* sebesar 63%. Pada saluran I terdapat satu lembaga pemasaran yang dilalui hingga sampai kepedagang konsumen (luar daerah). Hal ini mempengaruhi nilai *farmer's share* kurang dari 100%.

Pada saluran II terdapat nilai efisiensi sebesar 23% dengan unsur lembaga yang mempengaruhinya adalah biaya pemasaran sebesar Rp.830.000 dan nilai produk yang dipasarkan yaitu sebesar 3500Kg. Sedangkan persentase margin pemasarannya adalah sebesar 17,5% dan persentase *farmer's share* sebesar 64%. Pada saluran II terdapat satu lembaga pemasaran yang dilalui hingga sampai kepedagang konsumen (pedagang luar daerah).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa :Saluran pemasaran cabai merah di Desa Sambirejo. terdiri dari 3 (tiga) tipe saluran pemasaran yaitu.

Saluran I : Petani – Pedagang Pengumpul – Konsumen (Pedagang Luar Daerah) Saluran II : Petani – Pedagang Besar – Pedagang Luar daerah Saluran III : Petani – Pedagang Pengecur – Konsumen. Saluran pemasaran cabai merah yang ada di Desa Sambirejo Kecamatan Selupui Rejang Kabupaten Rejang Lebong secara ekonomi lebih efisien terdapat pada saluran pemasaran ke II.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkair, M. Zulfikar. Sistem Agribisnis Pada Sawah di Desa Pemaitang Sikek Kecamatan Rimbai Melintang Kabupaten Rokan Hilir Provinsi Riau. Diss. Universitas Islam Riau, 2021.
- Ditai BPS Provinsi Bengkulu.
<https://ketahainanpaingain.rejanglebongkab.go.id/informasi/informasi-hairai>
- Fitri, Indai. "Analysis Of Farming And Factors Affecting The Income Of Cairrot Farming In Air Duik Village, Selupui Rejang Suib-District, Rejang Lebong District." Jurnal Agroqui: Media Informasi Agronomi dan Budidaya Perairan 21.1 (2023).
- Haryanto dan Saiparso. 2018. Pertumbuhan dan Hasil Cabai Merah pada Berbagai Metode Irigasi dan Pemberian Pupuk Kandang di Wilayah Pesisir Pantai, Seminar Nasional.
- Haismir, Firdausy, et al. "ANALISIS PEMASAIRAN BAWANG MERAH DI DESA PAINDUNG BAITUI KECAIMAITAN BAIKAI KAIBUPAITEN

ENREKAING." Fruitset Saiins: Juirnail Pertainiain AAgroteknologi 11.2 (20
(JIBIOMA) 2(2):69–77. doi: 10.31289/jibioma.v2i2.259.