

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Negara Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki sektor pertanian sebagai sumber mata pencaharian utama dari mayoritas penduduknya. Pada kenyataannya sebagian besar penggunaan lahan diwilayah Indonesia dipergunakan untuk lahan pertanian, disamping itu lebih dari separuh masyarakat Indonesia menggantungkan hidupnya dalam sektor pertanian. Untuk itulah pertanian perlu dikembangkan agar menciptakan kesejahteraan perekonomian masyarakat.

Di antara berbagai komoditas pertanian yang dapat tumbuh di Indonesia khususnya di Provinsi Sumatera Utara, Tanaman Hortikultura merupakan salah satu komoditas yang mempunyai potensi besar untuk dikembangkan. Ketersediaan beragam jenis tanaman hortikultura yang meliputi tanaman buah-buahan, sayuran, biofarmaka dan bunga (tanaman hias) dapat menjadi kegiatan usaha ekonomi yang sangat menguntungkan apabila dapat dikelola secara baik dan optimal (Badan Pusat Statistik, 2014).

Cabai merah merupakan salah satu jenis tanaman sayuran yang bernilai ekonomi tinggi. Menurut Moekasan (2015), di daerah tropis seperti Indonesia tanaman cabai merah mempunyai daya adaptasi yang cukup luas, sehingga dapat ditanam di dataran rendah sampai di dataran tinggi. Dalam beberapa tahun terakhir terjadi lonjakan harga cabai merah di pasaran yang disebabkan rendahnya pasokan

yang disebabkan oleh menurunnya produktivitas karena pengaruh perubahan iklim dan serangan organisme pengganggu tumbuhan (OPT)

Menurut data Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2020, ada beberapa tanaman yang merupakan komoditas unggulan di Sumatera Utara pada tahun 2020 antara lain: cabai, kubis, tomat, kentang, petsai/sawi, ketimun, terung, wortel, kembang kol dan buncis. Sepuluh jenis tanaman unggulan ini mempunyai kapasitas produksi terbesar dibanding dengan jenis sayuran dan buah buahan semusim yang ada di Sumatera Utara yang dapat dilihat dari Tabel 1.1.

**Tabel 1.1 Luas Lahan dan Produksi Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara Tahun 2020**

NO	Nama Komoditi	Luas Lahan (ha)	Jumlah Produksi (Ton/Tahun)
1	Kentang	6.924	122.199
2	Ketimun	2.076	24.849
3	Kubis	7.707	201.769
4	Kembang Kol	3.090	58.201
5	Sawi	6008	76.496
6	Wortel	4.281	99.782
7	<b>Cabai Merah</b>	<b>18.509</b>	<b>185.834</b>
8	Buncis	2.503	37.036
9	Tomat	5.925	167.677
10	Terung	3.842	82.181

*Sumber : Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2021*

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat jumlah produksi tanaman sayuran unggulan di provinsi Sumatera Utara. Dimana jumlah produksi cabai merah termasuk menjadi yang tertinggi diantara yang lainnya yaitu dengan produksi sebesar 185.834 ton/tahun.

Adapun luas dan produksi cabai merah menurut kabupaten dapat dilihat pada tabel 1.2

**Tabel 1.2 Luas Panen dan Produksi Tanaman Cabai Merah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara tahun 2020**

Kabupaten/Kota	Luas Panen (ha)	Produksi (Ton)
Nias	51	187,9
Mandailing Natal	394	5348,4
Tapanuli Selatan	423	2435,5
Tapanuli Tengah	58	789,8
Tapanuli Utara	1.364	6222,4
Toba	104	712,2
Asahan	147	1786,0
Simalungun	3.221	49356,4
<b>Dairi</b>	<b>2.166</b>	<b>14514,1</b>
Karo	6.320	70482,3
Deli Serdang	366	2245,1
Langkat	462	11984
Nias Selatan	101	37,2
Humbang Hasundutan	770	4592,7
Pakpak Barat	74	117,1
Samosir	171	618,1
Serdang Bedagai	161	842,5
Batu Bara	1.428	10195,6
Padang Lawas	156	547,7
Labuhan Batu Selatan	89	397,6
Nias Utara	26	6,8
Kota Tanjung Balai	25	183,6
Kota Tebing Tinggi	2	24,8
Kota Medan	5	114,6
Kota Binjai	59	442,9
Kota Padangsidempuan	129	1452,9
Kota Gunungsitoli	38	43
<b>Sumatera Utara</b>	<b>18306</b>	<b>18547,2</b>

*Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara, 2021*

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa Kabupaten Dairi merupakan salah satu kabupaten penghasil cabai merah terbesar di Provinsi Sumatera Utara dengan luas panen sebesar 2.166 ha dan banyak produksi juga sebesar 14514 ton di tahun 2020.

Kabupaten Dairi merupakan salah satu sentra produksi cabai merah yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Dapat dilihat pada tabel 1.3 luas panen dan produksi cabai merah mulai dari tahun 2016-2020.

**Tabel 1.3 Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Cabai Merah di Kabupaten Dairi Tahun 2016-2020**

No	Tahun	Luas Panen (Ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/Ha)
1	2016	1.664	13.312	8,0
2	2017	2.899	17.726	6,1
3	2018	2.894	14.508	5,01
4	2019	1.533	19.441	12,7
5	2020	2.166	14.514	6,7

*Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Dairi 2021*

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa produksi tanaman cabai merah setiap tahunnya mengalami fluktuasi. Dimana produksi terbesar terjadi pada tahun 2019 dengan jumlah produksi sebesar 19.441 ton dan produksi terendah terjadi pada tahun 2016 dengan jumlah produksi sebesar 13.312 ton.

Kecamatan Sitanjo Kabupaten Dairi Provinsi Sumatera Utara merupakan salah satu sentra produksi cabai merah. Tanaman cabai merah banyak ditanam di Kecamatan Sitanjo Kabupaten Dairi. Luas panen dan produksi cabai merah di Kecamatan Sitanjo dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.3 Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Dairi 2020**

No	Kecamatan	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas ( ton/ha)
1	Sidikalang	88	442,8	5,03
2	Berampu	78	506,5	6,49
3	<b>Sitinjo</b>	<b>103</b>	<b>908,5</b>	<b>9,17</b>
4	Parbuluan	440	2329,7	5,29
5	Sumbul	758	5987,8	7,90
6	Silahisabungan	10	48	4,80
7	Silima Punggapungga	127	822,3	6,47
8	Lae Parira	32	70,9	2,22
9	Siempat Nempu	49	365,4	7,46
10	Siempat Nempu Hulu	95	576	6,06
11	Siempat Nempu Hilir	49	286,6	5,85
12	Tiga Lingga	51	478	9,37
13	Gunung Sitember	70	618,9	8,84
14	Pegangan Hilir	136	678,6	4,99
15	Tanah Pinem	80	394,8	4,94
	<b>Jumlah / Total</b>	<b>2166</b>	<b>14514,8</b>	<b>94,88</b>

*Sumber: BPS Kabupaten Dairi 2021*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa produksi cabai merah di Kecamatan Sitinjo termasuk yang terbesar di Kabupaten Dairi dengan jumlah produksi sebesar 908,5 ton.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pendapatan dan Efisiensi serta Sistem Pemasaran Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo?

2. Bagaimana efisiensi usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo?
3. Bagaimana sistem pemasaran (saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran) usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui bagaimana pendapatan usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo.
2. Untuk mengetahui bagaimana efisiensi usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo.
3. Untuk mengetahui sistem pemasaran (saluran pemasaran, margin pemasaran, dan efisiensi pemasaran) usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penelitian dalam hal ini diharapkan dapat berguna antara lain sebagai berikut :

1. Sebagai bahan informasi bagi petani cabai merah dalam mengembangkan usahataniya.
2. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.
3. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan kebijakan mengenai usahatani cabai merah.

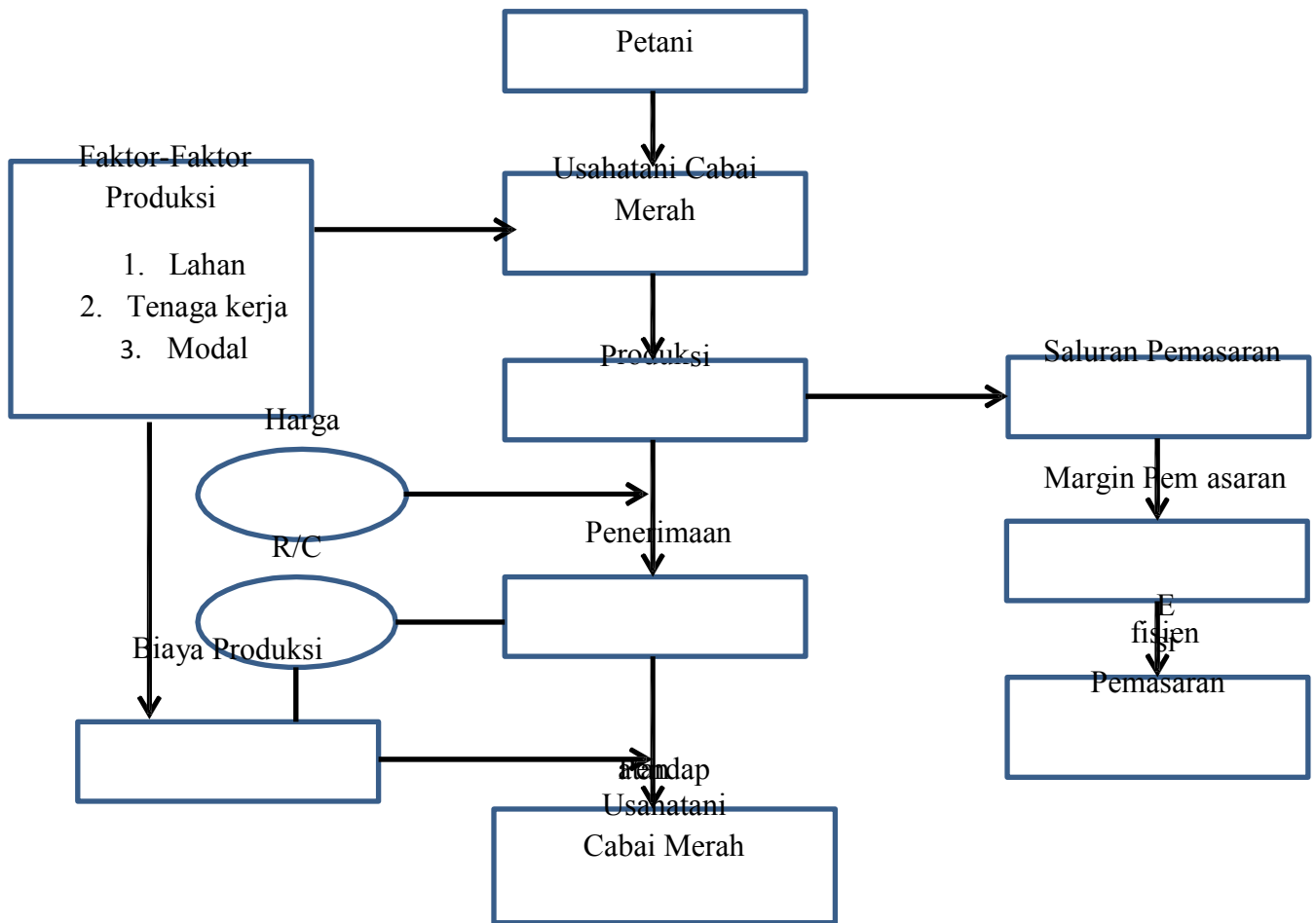
### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Petani cabai merah tidak selamanya mengalami keuntungan meskipun cabai merah merupakan salah satu komoditi yang sangat potensial untuk dibudidayakan.

Perkembangan teknologi menjadi salah satu penentu pada peningkatan produksi dan produktivitas budidaya cabai merah.

Permasalahan yang dihadapi petani cabai merah yaitu produksi cabai merah yang cenderung mengalami penurunan. Hal ini berdampak pada penurunan penerimaan dan pendapatan usahatani. Pendapatan yang diterima petani merupakan jumlah penerimaan petani cabai merah yang dikurangi oleh total biaya produksi. Usahatani cabai merah ini nantinya akan dianalisis dengan menghitung R/C ratio dan B/C ratio. Jika usahatani cabai merah sesuai dengan kriteria kelayakan secara finansial maka usahatani ini layak untuk dikembangkan dan menguntungkan atau memberi manfaat bagi petani cabai merah.

Setelah melakukan kegiatan usahatani petani perlu melakukan kegiatan pemasaran. Harga di tingkat petani dan harga di tingkat konsumen berbeda nyata, sehingga perlu dilakukannya analisis pemasaran dengan melihat efisiensi pemasarannya. Secara skematis kerangka pemikiran dapat dilihat pada skema dibawah ini.



**Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Serta Saluran Pemasaran Usaha Tani Cabai Merah Di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi**



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Aspek Ekonomi Cabai Merah**

Cabai merah merupakan tanaman sayuran yang banyak dibudidayakan oleh petani karena permintaannya yang cenderung meningkat setiap tahunnya seiring bertambahnya jumlah penduduk serta berkembangnya industri olahan yang membutuhkan bahan baku cabai merah. Hal ini menjadikan cabai merah sebagai komoditas sayuran yang diunggulkan secara nasional. Menurut Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Lampung (2010), permintaan cabai merah di tingkat nasional mencapai 1.220.088 ton dengan rata-rata konsumsi per kapita per tahun mencapai 4–5 kg. (Dinda. dkk 2019)

Cabai merupakan tanaman tahunan yang tumbuh tegak dengan batang berkayu, banyak cabang, serta ukuran yang mencapai tinggi 120 cm dan lebar tajuk tanaman hingga 90 cm. Umumnya, daun cabai berwarna hijau muda sampai hijau gelap, tergantung varietasnya. Daun cabai yang ditopang oleh tangkai daun mempunyai tulang menyirip. Daun cabai berbentuk bulat telur, lonjong, ataupun oval dengan ujung meruncing, tergantung spesies dan varietasnya (Yulizar 2015).

Beberapa alasan penting pengembangan komoditas cabai merah, antara lain adalah (1) tergolong sebagai komoditas bernilai ekonomi tinggi, (2) merupakan salah satu komoditas sayuran unggulan nasional, (3) menduduki posisi penting dalam hampir seluruh menu masakan di Indonesia, (4) memiliki prospek ekspor yang baik,

(5) mempunyai daya adaptasi yang luas, dan (6) bersifat intensif dalam menyerap tenaga kerja (Saptana, dkk 2010). Cabai merah juga salah satu komoditi yang dipantau untuk inflasi di Indonesia.

## **2.2 Produksi Usaha Tani**

Proses produksi adalah suatu kegiatan untuk menghasilkan barang-barang dan jasa dari bahan-bahan atau faktor-faktor produksi dengan tujuan untuk mendapatkan nilai yang lebih besar. Keputusan dalam berproduksi ini terdiri dari keputusan dalam jangka waktu yang pendek dan jangka waktu yang panjang. Menurut Maharani (2020), produksi adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk mengubah input menjadi output atau dapat dipahami dengan kegiatan untuk menambah nilai pada suatu barang atau jasa dengan melibatkan faktor produksi sebagai inputnya. Kegiatan ini merupakan mata rantai dari kegiatan ekonomi sehingga sangatlah penting bagi kelangsungan hidup masyarakat dan sebaiknya tetap dijalankan dengan baik oleh pihak swasta maupun pemerintah.

Produksi juga merupakan suatu kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaatnya atau penciptaan faedah baru. Faedah atau manfaat ini terdiri dari beberapa macam, misalnya faedah bentuk, faedah waktu, faedah tempat, serta kombinasi dari beberapa faedah tersebut di atas. Dengan demikian produksi tidak terbatas pada pembuatan, tetapi sampai pada distribusi. Namun komoditi bukan hanya dalam bentuk output barang, tetapi juga jasa.

Fungsi produksi adalah suatu fungsi yang menunjukkan hubungan antara hasil produksi fisik (output) dengan faktor-faktor produksi (input). Fungsi produksi yaitu

juga merupakan semua korbanan yang diberikan pada tanaman agar tanaman tersebut mampu tumbuh dan menghasilkan dengan baik.

### **2.3 Faktor Produksi Usahatani**

Menurut Suratiyah, (2015) faktor yang sangat mempengaruhi kegiatan usahatani adalah faktor alam. Faktor alam dibagi menjadi dua, yaitu: (1) faktor tanah. Tanah merupakan faktor yang sangat penting dalam kegiatan usahatani karena tanah merupakan tempat tumbuhnya tanaman. Tanah merupakan faktor produksi yang istimewa karena tanah tidak dapat diperbanyak dan tidak dapat berubah tempat, (2) faktor iklim. Iklim sangat menentukan komoditas yang akan diusahakan harus sesuai agar dapat memperoleh produktivitas yang tinggi dan manfaat yang baik. Faktor iklim juga dapat mempengaruhi penggunaan teknologi dalam usahatani. Petani akan menghasilkan produktivitas usahatani yang tinggi apabila mereka dapat mengalokasikan sumberdaya dengan seefisien dan seefektif mungkin. Faktor produksi usahatani memiliki kemampuan yang sangat terbatas untuk memproduksi secara berkelanjutan, namun nilai produktivitas dapat ditingkatkan apabila dengan pengelolaan yang sesuai. Unsur usahatani meliputi :

1. Tanah (Land)

Tanah merupakan bagian yang paling penting dalam pembentuk usahatani karena tanah merupakan media yang digunakan sebagai media tumbuh bagi tanaman. Besar kecilnya luas lahan yang dimiliki oleh petani dapat mempengaruhi dalam menerapkan cara berproduksi. Luas lahan kecil

menjadikan petani sulit untuk mengkombinasikan cabang usahatani sedangkan luas lahan besar memudahkan petani dalam mengkombinasikan cabang usahatani yang bermacam macam sehingga lebih menguntungkan bagi petani.

## 2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah energi yang dikeluarkan pada suatu kegiatan untuk menghasilkan suatu produk Jenis tenaga kerja dalam usahatani dapat dibedakan menjadi tiga yaitu : manusia, hewan dan mesin. Tenaga kerja manusia terdiri dari tenaga kerja laki-laki dan wanita. Tenaga kerja laki-laki, umumnya dapat mengerjakan seluruh pekerjaan sedangkan tenaga kerja wanita biasanya hanya membantu pekerjaan laki-laki, pekerjaan yang biasa dikerjakan oleh tenaga kerja wanita misalnya menanan, menyiang tanaman dan panen.

## 3. Modal

Modal merupakan hal terpenting selain tanah dalam usahatani. Beberapa jenis modal dalam usahatani yaitu tanah, bangunan (gudang, tempat seleb, kandang dan sebagainya), alat pertanian (traktor, garu, sprayer, sabit, cangkul dan sebagainya), sarana produksi (pupuk, benih, obat-obatan), uang tunai dan uang pinjaman dari bank. Sumber modal dapat berasal dari modal sendiri, pinjaman, warisan dan kontrak sewa.

## **2.4 Biaya Produksi, Penerimaan, dan Pendapatan Usahatani**

### **2.4.1 Biaya Produksi**

Biaya produksi adalah semua faktor produksi yang digunakan, baik dalam bentuk benda maupun jasa selama produksi berlangsung. Biaya produksi adalah sebagai kompensasi yang diterima oleh para pemilik faktor-faktor produksi atau biaya-biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam proses produksi, baik secara tunai maupun tidak tunai (Faisal, 2015).

Biaya produksi dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$\mathbf{TC = FC + VC}$$

Keterangan :

TC = Total Biaya (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

VC = Biaya variabel (Rp)

### **2.4.2 Penerimaan**

Penerimaan petani dipengaruhi oleh hasil produksi. Petani menambah hasil produksi bila tiap tambahan produksi tersebut menaikkan jumlah penerimaan yang di peroleh. Penerimaan (revenue) adalah penerimaan dari hasil penjualan outputnya (Faisal, 2015).

Penerimaan dapat dihitung dengan Rumus.

$$\mathbf{TR = Y.PY}$$

Keterangan :

TR = Penerimaan Total Perusahaan

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani (kg)

PY = Harga Y (Rp/kg)

### **2.4.3 Pendapatan Usahatani**

Pendapatan adalah hasil dari usaha tani, yaitu hasil kotor (bruto) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih usaha tani. Pendapatan dibidang pertanian adalah produksi yang dinyatakan dalam bentuk uang setelah dikurangi dengan biaya selama kegiatan usaha tani (Faisal,2015).

Pendapatan adalah hasil dari usaha tani, yaitu hasil kotor (bruto) dengan produksi yang dinilai dengan uang, kemudian dikurangi dengan biaya produksi dan pemasaran sehingga diperoleh pendapatan bersih usaha tani (Wanda,2015).

Menurut Sadono Sukirno dalam teori ekonomi mikro bahwa pendapatan adalah perolehan yang berasal dari biaya-biaya faktor produksi atau jasa-jasa produktif. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa pendapatan adalah seluruh perolehan baik yang berasal dari biaya faktor produksi maupun total output yang dihasilkan untuk seluruh produksi dalam suatu perekonomian dalam jangka tertentu (Siti,2016)

Pendapatan sebagai salah satu unsur kesejahteraan. Harga dan Pendapatan merupakan faktor yang menentukan besar kecilnya permintaan barang dan jasa.

Pendapatan menurut pengertian umum adalah balas jasa yang diterima oleh seorang individu setelah melaksanakan suatu pekerjaan atau nilai barang dan jasa yang diterima oleh seorang individu melebihi hasil penjualannya (Siti,2016).

Pendapatan dapat diperoleh dengan rumus.

$$\pi = TR-TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Income (Pendapatan)

TR = Total Revenue (Total Penerimaan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

## **2.5 Efisiensi Usahatani**

Efisiensi usahatani adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah usahatani yang dilakukan oleh petani sudah efisien, impas, atau tidak efisien. Analisis efisiensi dilakukan dengan membandingkan penerimaan yang diterima oleh petani dengan biaya usahatani yang dikeluarkan (Putra,2016)

Efisiensi merupakan perbandingan antara sumber-sumber yang digunakan dengan output yang dihasilkan. Beberapa faktor yang ikut menentukan efisiensi sebuah usaha seperti biaya tenaga kerja, produktivitas, biaya input dan kemajuan teknologi yang dimiliki. Suatu unit kegiatan ekonomi dikatakan efisien secara teknis apabila menghasilkan output maksimal dengan sumber daya tertentu atau memproduksi sejumlah tertentu output menggunakan sumber daya yang minimal.

Untuk mengetahui apakah usahatani menguntungkan atau tidak secara ekonomi, dapat dianalisis dengan menggunakan analisis Return Cost Ratio (R/C) yaitu perbandingan antara jumlah penerimaan dengan jumlah biaya. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$R/C = TR/TC$$

Keterangan :

R/C = Nisbah penerimaan dan biaya

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $R/C > 1$ , maka usahatani memperoleh keuntungan karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- b. Jika  $R/C < 1$ , maka usahatani mengalami kerugian karena penerimaan lebih besar dari biaya.
- c. Jika  $R/C = 1$ , maka usahatani mengalami impas karena penerimaan lebih besar dari biaya

## **2.6 Sistem Pemasaran**

### **2.6.1 Saluran Pemasaran**

Pemasaran atau tataniaga adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen secara paling efisien



dengan maksud menciptakan permintaan efektif. Tataniaga atau pemasaran adalah proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang ditujukan untuk memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan melibatkan pihak produsen, konsumen, dan lembaga perantara pemasaran dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di satu pihak dan kepuasan di pihak lain (Saputra, 2017).

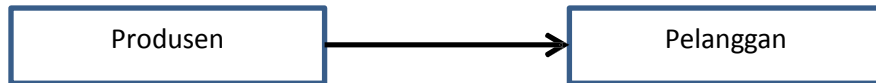
Pemasaran yaitu aliran produk secara fisik dan ekonomik dari produsen melalui pedagang perantara ke konsumen. Suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu/kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada orang lain (Ginting, 2018).

Menurut Abidin (2015) menjelaskan bahwa saluran pemasaran adalah beberapa organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses mengupayakan agar produk atau jasa tersedia untuk dikonsumsi. Keputusan keputusan saluran pemasaran termasuk diantara keputusan paling penting yang dihadapi konsumen. Saluran yang dipilih sangat mempengaruhi keputusan pemasaran lainnya. Saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.

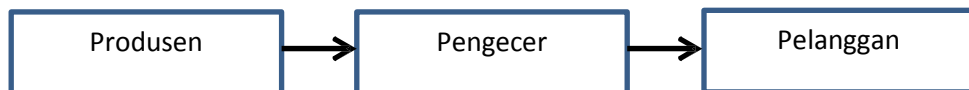
Menurut Pranatagama (2015), saluran distribusi pemasaran pertanian menyelenggarakan komoditas pertanian dari produsen ke konsumen. Alur komoditas dari produsen sampai ke konsumen disebut saluran pemasaran. Setiap macam

komoditas pertanian mempunyai saluran pemasaran yang berlainan satu dengan yang lain, bahkan satu macam komoditas yang sama mempunyai saluran dari yang paling sederhana sampai dengan saluran yang kompleks. Adapun tingkatan mata rantai saluran pemasaran tersebut ada empat yaitu :

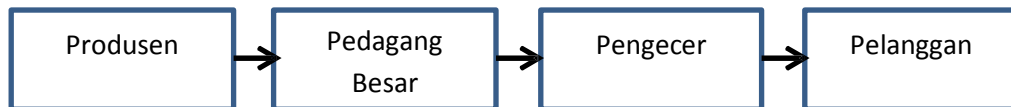
- a. Saluran tingkat nol lebih dikenal juga dengan sebutan saluran langsung. dikatakan saluran langsung karena produsen langsung menjual barangnya kepada konsumen, jadi tidak menggunakan perantara sama sekali.



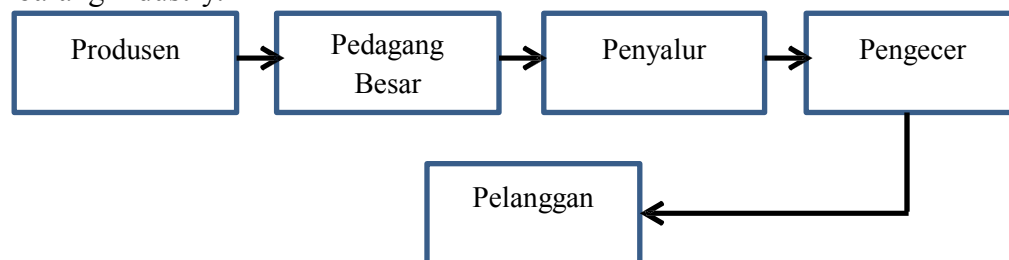
- b. Saluran tingkat satu hanya satu lembaga perantara Lembaga perantara untuk barang konsumen pada umumnya adalah pengecer, sedangkan untuk barang industri pada umumnya adalah agen penjualan



- c. Saluran tingkat dua memiliki dua perantara. Barang konsumen pada umumnya lembaga perantaranya adalah pedagang besar dan pengecer, sedangkan untuk barang industri lembaga perantaranya adalah distributor dan dealer.



- d. Saluran tingkat banyak memiliki saluran yang bertingkat banyak karena menggunakan banyak perantara, biasanya diantara pedagang besar dan pengecer terdapat pedagang pengumpul yang terstruktur, dimana setiap perantara membawai beberapa perantara lain. Oleh karena itu saluran pemasaran ini dischut sebagai "Multi Level Marketing". Bentuk ini terutama cocok untuk memasarkan atau menyalurkan barang konsumsi dan bukan barang industry.



Pranatagama (2015), mengatakan bahwa semakin pendek rantai tata niaga suatu barang hasil pertanian maka: (1) biaya tata niaga semakin rendah; (2) margin tata niaga juga semakin rendah; (3) harga yang harus dibayarkan konsumen semakin rendah; dan (4) harga yang diterima produsen semakin tinggi.

### 2.6.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran yaitu selisih harga ditingkat produsen dengan ditingkat konsumen. Margin pemasran berbeda dengan biaya pemasaran meskipun ada kemungkinan besarnya margin pemasaran sama dengan biaya pemasaran. Terkadang margin pemasaran lebih kecil dari pada biaya pemasaran karena ada pelaku pasar yang menanggung kerugian (Ginting, 2018).

Dalam teori harga pada penelitian Menurut Saefuddin dalam (Fardani, 2015), diasumsikan bahwa produsen dan konsumen bertemu secara langsung, tetapi ternyata barang yang diproduksi oleh produsen sampai ketangan konsumen setelah melewati beberapa lembaga pemasaran. Perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima produsen inilah yang disebut dengan margin pemasaran, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\mathbf{MP = Pr - Pf}$$

Keterangan :

MP =Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr =Harga di tingkat lembaga tujuan pemasaran petani(Rp/kg)

Pf =Harga yang diterima produsen (Rp/kg)

### **2.6.3 Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi pemasaran adalah Peningkatan radio output/input yang umumnya didapat didapat dengan salah satu dari empat :

1. Output tetap konstan, sedangkan input turun,
2. Output naik, sedangkan input tetap konstan,
3. Output naik dalam tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan input, dan
4. Output turun dalam tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat penurunan input.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan rumus:

---

Kriteria pengambilan keputusan efisien atau tidak yaitu :

EP sebesar 0-50% maka saluran pemasaran efisien

EP lebih besar 50% maka saluran pemasaran kurang efisien

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Siregar (2011) dengan judul skripsi “Analisis Pendapatan Usahatani dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Cabai Merah Keriting Di Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor” menyimpulkan bahwa usahatani cabai merah yang dilakukan oleh petani responden di Desa Citapen secara umum dikatakan menguntungkan dan layak untuk diusahakan, karena nilai R/C atas biaya tunai dan R/C atas biaya total menunjukkan nilai lebih dari satu, yakni sebesar 2,65 dan 2,46; dengan artian bahwa penerimaan yang diperoleh petani responden dalam mengusahakan cabai merah dapat menutupi biaya usaha tani yang dikeluarkan. Besarnya rata-rata pendapatan yang diperoleh selama satu musim tanam pada usahatani cabai sebesar Rp. 86.186.000,- dengan R/C ratio usahatani cabai lebih besar dari 1, jadi usahatani cabai sangat efisien untuk diusahakan.

Wiji Dinda S (2018) Pendapatan Dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Salak Di Desa Wonoharjo Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus. Tujuan

penelitian ini adalah untuk menjelaskan tingkat kesejahteraan petani salak di Desa Wonoharjo. Penelitian ini menggunakan metode survei dan penentuan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usahatani salak menguntungkan yaitu sebesar Rp10.194.376,75 tahun per luas lahan 0,35 ha. Kontribusi pendapatan usahatani salak terhadap pendapatan rumah tangga petani salak yaitu mencapai 48,53 persen, sedangkan kontribusi pendapatan usahatani on farm non salak sebesar 20,18 persen, untuk off farm sebesar 14,71 persen dan non farm sebesar 18,34 persen. Petani salak di Desa Wonoharjo berada dalam kategori cukup sejahtera .

Penelitian yang dilakukan oleh Yulizar, (2015) dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Merah” Studi Kasus di Kecamatan Woyla Kabupaten Aceh Barat. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa pendapatan petani cabai merah dan mengetahui kelayakan usaha tani cabai merah di Kecamatan Woyla Kabupaten Aceh Barat. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Pendapatan usaha tani cabai merah yang diterima petani dari usahatani cabai merah per musim tanam dengan luas lahan rata-rata 0,09 di daerah penelitian sebesar Rp. 7.901.250. Biaya produksi usahatani cabai di Desa Pasi Ara dan Drien Mangko sebesar Rp 3.935.100, maka pendapatan bersih sebesar Rp. 3.966.150, maka dikatakan layak untuk diusahakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Lindi Fidalia (2018), dengan judul “Efektivitas Kelompok Tani Dalam Meningkatkan Pendapatan Usahatani Cabai Merah (Capsicum

Annum L) Dan Jagung (Zee Mass)” Studi Kasus di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat pendapatan usahatani anggota kelompok tani cabai merah (*Capsicum annum L.*) dan jagung (zee mass), (2) Efektivitas kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan usahatani anggota kelompok tani cabai merah (*Capsicum annum L.*) dan (3) Faktor-faktor yang berhubungan dengan efektivitas kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan usahatani anggota kelompok tani cabai merah (*Capsicum annum L.*). Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ialah (1) tingkat pendapatan petani cabai per tahun per hektar ialah Rp81.760.810 dan pendapatan petani jagung per tahun per hektar Rp 6.061.971, (2) efektifitas kelompok tani dalam meningkatkan pendapatan anggota kelompok tani cabai termasuk dalam klasifikasi tinggi; (3) Faktor-faktor yang berhubungan dengan eektivitas kelompok tani adalah kepemimpinan kelompok, motivasi anggota kelompok, partisipasi anggota, dan komunikasi kelompok.

Penelitian yang dilakukan oleh Reigana Gabriel Laurens, (2017), dengan judul “Analisis Kelayakan Finansial Usahatani Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*)” Studi Kasus Desa Telaga Jernih, Kecamatan Secanggang, Kabupaten Langkat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pendapatan usahatani cabai merah dan menganalisis kelayakan finansial serta break event point (titik impas). Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian penelitian menyimpulkan bahwa pendapatan usahatani cabai 15 merah menguntungkan yaitu sebesar Rp. 21.183.270 per petani per musim tanam atau

sebesar Rp. 90.052.052,51 per hektar per musim tanam dan usahatani cabai merah tergolong layak diusahakan secara finansial ( $R/C = 3,10$  dan  $B/C = 2,10$ ) serta telah melewati titik impas produksi dan titik impas harga (BEP Produksi = 664,31 Kg dan BEP Harga = Rp. 5.065/Kg).

Penelitian yang dilakukan oleh Frisca Rezky Merlinda, (2018), Dengan Judul “Analisis Produksi Dan Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*)” Studi Kasus Di Desa Margototo Kecamatan Metro Kibang Kabupaten Lampung Timur. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor produksi terhadap produksi cabai merah (*Capsicum annum L.*) dan sistem pemasaran cabai merah (*Capsicum annum L.*) di daerah penelitian. Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi produksi cabai merah adalah luas lahan, pupuk SP36, pupuk urea, dan tenaga kerja. Sistem pemasaran cabai merah belum efisien



## BAB III METODE

### PENELITIAN

#### 3.1 Metode Penentuan Daerah Penelitian

Penelitian dilakukan di Desa Sitinjo, Desa Sitinjo II, dan Panji Dabutar Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan daerah yang mengusahakan tanaman cabai merah dengan hasil produktivitas tertinggi, sedang, dan terendah. Metode penentuan daerah penelitian dilakukan secara purposive atau secara sengaja yaitu teknik penentuan suatu daerah berdasarkan pertimbangan tertentu yang telah dibuat terhadap suatu objek yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut ditunjukkan luas lahan dan hasil produksi cabai merah menurut desa di Kecamatan Sitinjo Kabupaten Dairi tahun 2020 yang disajikan pada tabel 3.1

**Tabel 3.1 Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah Menurut Desa di Kecamatan Sitinjo Tahun 2020**

No	Desa	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)	Produktivitas (ton/ha)	Jumlah penduduk (jiwa)
1	Sitinjo	23,00	199,2	8,6	4.426
2	Sitinjo I	24,00	230,8	9,6	1.984
3	Sitinjo II	29,00	210,9	7,2	4.282
4	Panji Dabutar	27,00	267,6	9,9	3.737

*Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Dairi 2021*

Berdasarkan tabel 3.1 dapat kita lihat bahwa Panji Dabutar memiliki tingkat produksi terbesar diantara ke empat desa yang ada di Kecamatan Sitinjo dan Desa Sitinjo memiliki tingkat produksi terendah di Kecamatan Sitinjo.

Berikut ditunjukkan jumlah petani cabai merah (KK) menurut desa di Kecamatan Sitinjo tahun 2020 yang disajikan pada tabel 3.2

**Tabel 3.2 Jumlah Petani cabai merah menurut desa di Kecamatan Sitinjo**

No	Desa	Jumlah Petani (KK)
1	Sitinjo	178
2	Sitinjo I	37
3	Sitinjo II	225
4	Panji Dabutar	297
	<b>Total</b>	<b>737</b>

*Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Dairi*

### 3.2 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah seluruh petani yang berusahatani cabai merah yang berjumlah sebanyak 700 KK dari Desa Sitinjo, Sitinjo II, dan Panji Dabutar di Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi. Dan pada tabel 3.3 dapat kita lihat jumlah masing-masing petani dari ke 3 desa terpilih.

**Tabel 3.3 Jumlah Populasi Petani cabai merah menurut desa di Kecamatan Sitinjo**

No	Desa	Jumlah Populasi Petani (KK)
1	Sitinjo	178
2	Sitinjo II	225
3	Panji Dabutar	297
	<b>Total</b>	<b>700</b>

*Sumber : Dinas Pertanian Kabupaten Dairi*

#### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, yaitu suatu metode

penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

Singarimbun dan Efendi (1995) yang mengatakan bahwa jumlah minimal uji coba kuisioner adalah minimal 30 responden. Dalam penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 30 responden dari tiga desa terpilih dengan menggunakan rumus :

—

Keterangan :

$n_i$  = Jumlah sampel petani pada setiap desa

$N_k$  = Jumlah populasi petani cabai merah dari desa terpilih

$N$  = Total populasi petani

$n$  = Jumlah sampel petani yang akan dikehendaki

Metode ini dipilih karena jumlah sampel yang akan dipilih cukup besar. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 30 responden yang ada di tiga desa terpilih dan penentuan pedagang tanaman cabai merah digunakan Metode *Snowball Sampling* yaitu ditelusuri berdasarkan informasi yang diperoleh dilapangan. Dan didapatkan sebanyak 6 sampel pedagang cabai merah yang dimana dari setiap desa diambil sebanyak 2 sampel pedagang.

Berdasarkan rumus tersebut dapat dilihat jumlah sampel petani cabai merah pada tabel 3.4 berikut.

**Tabel 3.4 Jumlah sampel petani cabai merah di Kecamatan Sitinjo**

No	Desa	Jumlah Populasi Petani (KK)	Jumlah Sampel	Jumlah Sampel Pedagang Cabai Merah
1	Sitinjo	178	8	2
2	Sitinjo II	225	10	2
3	Panji Dabutar	297	12	2
	<b>Total</b>	<b>700</b>	<b>30</b>	<b>6</b>

*Sumber : Data Primer Diolah 2022*

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari petani dengan wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari lembaga serta instansi yang terkait seperti Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian, Badan Penyuluh Pertanian Kecamatan Sitinjo, serta instansi lain yang terkait dengan penelitian.

### 3.4 Metode Analisis Data

- a. Untuk menyelesaikan masalah 1 digunakan metode deskriptif yaitu menganalisis tingkat pendapatan usahatani cabai merah di Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

$$TR = Y.PY$$

$$TC = FC + VC$$

Keterangan :

$\pi$  = Pendapatan (Rp)

TR = Total Penerimaan (Rp)

TC = Total Biaya (Rp)

Y = Produksi yang diperoleh dalam suatu usahatani (kg)

PY = Harga Y (Rp/kg)

TC = Total biaya (Rp)

FC = Biaya tetap (Rp)

VC = Biaya variabel (Rp)

- b. Untuk menyelesaikan masalah yang kedua digunakan analisis deskriptif yaitu menganalisis tingkat efisiensi petani cabai merah di Kecamatan Sitinjo.

Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Efisiensi} = R/C$$

Keterangan :

R = Total Penerimaan (Rp)

C = Total Biaya (Rp)

Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah :

1. Jika  $R/C > 1$ , maka usahatani memperoleh keuntungan karena penerimaan lebih besar dari biaya.
2. Jika  $R/C < 1$ , maka usahatani mengalami kerugian karena penerimaan lebih kecil dari biaya.

3. Jika  $R/C = 1$ , maka usahatani mengalami impas karena penerimaan sama dengan biaya.

- c. - Untuk menyelesaikan masalah ketiga digunakan analisis deskriptif yaitu dengan mewawancarai langsung petani dan pedagang cabai merah di Kecamatan Sitinjo untuk mengetahui bagaimana saluran pemasarannya.
- Menghitung margin pemasaran yaitu untuk mengetahui saluran dan besar margin pemasaran setiap saluran pemasaran yang secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat lembaga tujuan pemasaran petani (Rp/kg)

Pf = Harga yang diterima produsen (Rp/kg)

- Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan analisis kualitatif dengan rumus :

---

Kriteria pengambilan keputusan efisien atau tidak yaitu :

EP sebesar 0-50% maka saluran pemasaran efisien

EP lebih besar 50% maka saluran pemasaran kurang efisien

### **3.5 Definisi dan Batasan Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini, maka perlu adanya definisi dan batasan operasional sebagai berikut :

#### **3.5.1 Definisi**

1. Usahatani cabai merah adalah kegiatan budidaya tanaman yang dilakukan petani dengan cabai merah sebagai komoditasnya.
2. Produksi cabai merah adalah hasil panen dari cabai merah yang bernilai ekonomis yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg).
3. Faktor produksi (input) adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan proses produksi untuk menghasilkan output.
4. Penerimaan usahatani cabai merah adalah jumlah produksi cabai merah dikali dengan harga jual cabai merah yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
5. Pendapatan usahatani cabai merah adalah selisih dari total penerimaan usahatani cabai merah yang diperoleh dengan seluruh biaya yang dikeluarkan oleh petani untuk usahatani cabai merah yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).
6. Efisiensi usahatani adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui apakah usahatani yang dilakukan oleh petani sudah efisien, impas, atau tidak efisien. Analisis efisiensi dilakukan dengan membandingkan penerimaan yang diterima oleh petani dengan biaya usahatani yang dikeluarkan.

7. Pemasaran cabai merah adalah proses menyampaikan produksi cabai merah dari petani ke konsumen.
8. MP atau margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat konsumen dengan ditingkat produsen.

### **3.5.2 Batasan Operasional**

Adapun batasan operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian dilakukan di Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara.
2. Sampel penelitian adalah petani cabai merah di Kecamatan Sitinjo, Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara serta lembaga pemasaran yang terkait.
3. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2022