

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN SISTEM PEMASARAN
CABAI RAWIT DI KECAMATAN GEDONG TATAAN
KABUPATEN PESAWARAN**

(Skripsi)

Oleh

Firlia Tetiq Nurhasanah
1914131001



**JURUSAN AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2024**

ABSTRACT

ANALYSIS OF FARM INCOME AND MARKETING SYSTEM OF CAYENNE PEPPER IN GEDONG TATAAN DISTRICT OF PESAWARAN REGENCY

By

Firlia Tetiq Nurhasanah

This study aims to analyze the farm income and marketing system of cayenne pepper in Gedong Tataan District, Pesawaran Regency. The research method used was the survey method. Data collection was carried out from July to August 2023. The data analysis used in this research is income analysis and R/C ratio and SCP analysis which includes market structure, market behavior, and market performance, to analyze the marketing system. The results showed that cayenne pepper farming in Gedong Tataan District was profitable and feasible, with a total income of Rp 24,074,027.85/ha for red cayenne pepper and Rp 22,234,089.73/ha for green cayenne pepper in one growing season, with R/C values of 1.90 and 1.86, respectively. The cayenne pepper marketing system in Gedong Tataan District is stated to be inefficient, because the market structure that occurs is an oligopsony market at the farm level and an oligopoly market at the level of intermediary traders and retailers causing the dominance of intermediary institutions in determining and forming prices, but still through the negotiation process. There are three marketing channels with relatively high marketing margins and uneven distribution of profit margin ratios among marketing intermediaries. However, the cayenne pepper marketing system, in terms of farmers share, has been efficient with a value of more than 60%; namely 100%, 72.98%, and 69.54% for red cayenne pepper, and 100%, 77.35%, and 73.45% for green cayenne pepper.

Keywords : cayenner peppers, farm income, marketing systems, SCP.

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN SISTEM PEMASARAN CABAI RAWIT DI KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN PESAWARAN

Oleh

Firlia Tetiq Nurhasanah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan usahatani dan sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2023. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan dan R/C ratio serta analisis SCP yang meliputi struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar, untuk menganalisis sistem pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan menguntungkan dan layak diusahakan, dengan pendapatan total sebesar Rp 24.074.027,85/ha untuk cabai rawit merah dan Rp 22.234.089,73/ha untuk cabai rawit hijau dalam satu musim tanam, dengan nilai R/C masing-masing sebesar 1,90 dan 1,86. Sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan dinyatakan belum efisien, karena struktur pasar yang terjadi adalah pasar oligopsoni pada tingkat petani dan pasar oligopoli pada tingkat pedagang pengumpul dan pengecer menyebabkan dominasi lembaga perantara dalam penentuan dan pembentukan harga, namun tetap melalui proses negosiasi. Terdapat tiga saluran pemasaran dengan margin pemasaran yang relatif tinggi dan distribusi ratio profit margin yang tidak merata di antara lembaga perantara pemasaran. Meskipun demikian, sistem pemasaran cabai rawit dilihat dari sisi farmers share, telah efisien dengan nilai lebih dari 60%; yaitu 100%, 72,98%, dan 69,54% untuk cabai rawit merah, serta 100%, 77,35%, dan 73,45% untuk cabai rawit hijau.

Kata kunci : cabai rawit, pendapatan usahatani, sistem pemasaran, SCP

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN SISTEM PEMASARAN
CABAI RAWIT DI KECAMATAN GEDONG TATAAN
KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh

Firlia Tetiq Nurhasanah

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA PERTANIAN**

Pada

**Jurusan Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul : **ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN
SISTEM PEMASARAN CABAI RAWIT DI
KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN
PESAWARAN**

Nama Mahasiswa : **Firfia Tetiq Nurhasanah**

NPM : **1914131001**

Jurusan : **Agribisnis**

Fakultas : **Pertanian**



1. **Komisi Pembimbing**

Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.
NIP 19620816 198703 2 002

Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.
NIP 19811118 200812 2 003

2. **Ketua Jurusan Agribisnis**

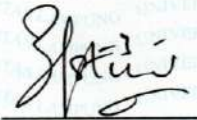
Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si.
NIP 19691003 199403 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Ir. Suriaty Situmorang, M.Si.**



Sekretaris

: **Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P.**



Penguji
Bukan Pembimbing

: **Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S.**



2. Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Kuswanta Futas Hidayat, M.P.
NIP 19641118 198902 1 002



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **11 September 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firlia Tetiq Nurhasanah
NPM : 1914131001
Program Studi : Agribisnis
Jurusan : Agribisnis
Alamat : Gedong Tataan, Pesawaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN SISTEM PEMASARAN
CABAI RAWIT DI KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN
PESAWARAN**

Adalah benar karya saya dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan di sebut dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 11 September 2024

Mahasiswa Yang Bersangkutan,



Firlia Tetiq Nurhasanah
NPM 1914131001

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Waylinti Kabupaten Pesawaran pada 25 Maret 2002. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari Bapak Suyitno dan Ibu Yuliana Sari. Penulis memulai pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 3 Wiyono pada tahun 2014, menempuh pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Pesawaran tahun 2014-2017 dan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Gedong Tataan tahun 2017-2019. Pada tahun 2019 Penulis diterima sebagai mahasiswa baru Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN.

Selama masa perkuliahan, pada tahun 2020 Penulis mengikuti kegiatan Praktik Pengenalan Pertanian (*Homestay*) di Pekon Lugusari, Pringsewu. Penulis juga mengikuti Program Pertukaran Mahasiswa Merdeka (PMM) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia di Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang Sulawesi Selatan, Universitas Padjajaran, dan Universitas Jember pada tahun 2021. Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Umum di PT Keong Nusantara Abadi (Wong Coco) pada bulan Juni sampai Juli 2022. Kemudian, Penulis mengikuti Program Magang Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka di Bakrie Center Foundation Project Gerakan Ayo Kuliah Lampung pada bulan Juli sampai Desember 2022. Pada akhir periode perkuliahan, Penulis berkesempatan mengikuti Program Magang Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh PT Pupuk Sriwidjaja Palembang dan ditempatkan di wilayah kerja Kabupaten Lampung Tengah pada bulan April sampai Agustus 2023.

Penulis memperoleh kesempatan untuk mengikuti *International Summer Course Program* yang diselenggarakan oleh IPB University pada bulan Agustus 2021, *International Short Course Program* oleh Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Indonesia pada bulan Oktober 2021, *Summer Course Program* oleh Universitas Diponegoro pada bulan September sampai Oktober 2021, dan *Future Skill Fisipol* Universitas Gajah Mada dengan Forum CSR DKI Jakarta selama satu semester pada bulan Agustus sampai Desember 2021.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam organisasi intrakampus di antaranya sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Unila (Himaseperta), Staf Ahli Kementerian Kepemudaan BEM U KBM Unila 2019 & 2020, Staf Bidang Kewirausahaan DPW I Perhimpunan Organisasi Profesi Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia (POPMASEPI) 2021-2023, dan Sekretaris Departemen Pengembangan Sumber Daya Manusia BEM Fakultas Pertanian Unila 2022. Selain itu, penulis aktif dalam organisasi ekstra kampus, yaitu Ikatan Mahasiswa Muslim Pesawaran sebagai sekretaris Departemen Sosial Masyarakat tahun 2021. Penulis juga terlibat aktif dalam kegiatan sosial yaitu World Clean Up Day Provinsi Lampung dan Project Gerakan Ayo Kuliah Lampung.

PERSEMBAHAN

Untuk Kedua Orang Tua Tercinta;

Ibu Yuliana Sari dan Bapak Suyitno

Atas doa-doa panjang yang tak pernah terhenti, pengorbanan, cinta dan kasih sayang yang mengantarkanku sampai untuk lebih jauh.

Terima kasih telah percaya.

MOTTO

Untuk perjalanan selanjutnya, mimpi-mimpi yang lebih besar, harap dan tuju yang akan dicapai, langkah yang semakin jauh dan terbang lebih tinggi, jadilah kuat dan tidak akan patah.

SANWACANA

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil' alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “**Analisis Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran**” tentunya dapat terselesaikan berkat bantuan, arahan, bimbingan, motivasi, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Kuswanta Futas Hidayat, M.P, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung
2. Dr. Teguh Endaryanto, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Agribisnis
3. Dr. Novi Rosanti, S.P., M.E.P, selaku Ketua Program Studi Agribisnis sekaligus Dosen Pembimbing Kedua atas segala dukungan, bantuan, bimbingan, motivasi, arahan, dan ilmu yang bermanfaat, yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Ir. Suriaty Situmorang, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Pertama dan Dosen Pembimbing Akademik atas bimbingan, motivasi, arahan, dan ilmu yang bermanfaat, yang telah diberikan kepada penulis selama perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Ir. Dwi Haryono, M.S, selaku Dosen Pembahas atas segala bimbingan, saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama Penulis menjadi mahasiswa di Jurusan Agribisnis.
7. Keluarga tercinta, Ibu, Bapak dan adik-adikku, Dinia Fitri dan Anindita Shakila; yang selalu menjadi penyemangat terbesar, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kepercayaan, dan semangat kepada Penulis.

8. Citra, Elva, dan Yuni, sebagai teman bercerita dan berjuang untuk selesai, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama proses penyusunan skripsi.
9. Septyan, Aulia, Royyan, Mba Dela, Stefany, Deby, Mba Candra, Leona, Satria, Senja, Alfaridzi, dan Dinda; terima kasih telah kebersamaan perjalanan panjang ini hingga sampai.
10. Teman-teman Jurusan Agribisnis Angkatan 2019, khususnya Kelas AGB A atas bantuan dan dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan.
11. Teman-teman BEM Fakultas Pertanian Tahun 2022, World Cleanup Day Lampung, Divisi Fundraising Bakrie Center Foundation, Tim Brigade Makmur Pusri Lampung Tengah, Keluarga Nusantara PMM 1 Inbound Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang.
12. Seluruh pihak yang telah membantu Penulis dan tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan masih jauh dari kata sempurna. Dengan segala kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Mohon maaf atas segala kesalahan dan kekhilafan selama proses penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik atas segala bantuan yang telah diberikan.

Bandar Lampung, 11 September 2024

Penulis

Firlia Tetiq Nurhasanah

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. Cabai Rawit.....	9
2. Konsep Pendapatan Usahatani	14
3. Konsep Pemasaran	16
a. Struktur Pasar (<i>Market Structure</i>)	17
b. Perilaku Pasar (<i>Market Conduct</i>)	18
c. Keragaan Pasar (<i>Market Performance</i>)	19
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran	31
III. METODE PENELITIAN	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional.....	34
C. Lokasi, Sampel, dan Waktu Penelitian.....	40
D. Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data	43
1. Metode Pengumpulan Data	43
2. Metode Analisis Data	43
a. Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Rawit.....	44
b. Analisis Pemasaran Cabai Rawit.....	45

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	49
A. Kabupaten Pesawaran	49
B. Kecamatan Gedong Tataan	51
C. Desa Wiyono	52
D. Desa Sukadadi	53
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Karakteristik Petani Cabai Rawit	54
B. Karakteristik Lembaga Perantara Pemasaran Cabai Rawit.....	57
C. Analisis Usahatani Cabai Rawit	59
1. Penggunaan Faktor Produksi Usahatani Cabai Rawit.....	59
2. Pola Tanam Usahatani Cabai Rawit.....	66
3. Produksi dan Penerimaan Usahatani Cabai Rawit	67
4. Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Rawit	71
D. Analisis Sistem Pemasaran Cabai Rawit.....	78
1. Analisis Struktur Pasar Cabai Rawit	78
a. Jumlah Lembaga Pemasaran	79
b. Hambatan Keluar Masuk Pasar	81
c. Differensiasi Produk.....	82
d. Tingkat Pengetahuan Pasar.....	83
2. Analisis Perilaku Pasar Cabai Rawit.....	84
a. Pembelian dan Penjualan.....	84
b. Pembentukan Harga	86
c. Sistem Pembayaran	87
3. Analisis Keragaan Pasar Cabai Rawit.....	87
a. Saluran Pemasaran.....	87
b. Margin Pemasaran	92
c. <i>Farmer's Share</i>	98
d. <i>Ratio Profit Margin (RPM)</i>	
	101
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
A. Kesimpulan	103
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Luas panen dan produksi cabai rawit Provinsi Lampung 2019-2021	2
2. Data produksi cabai rawit tahun 2019-2021 menurut kecamatan di Kabupaten Pesawaran	3
3. Penelitian terdahulu terkait analisis pendapatan usahatani dan sistem pemasaran cabai rawit	26
4. Sebaran produksi cabai rawit menurut desa di Kecamatan Gedong Tataan, tahun 2022	41
5. Karakteristik petani responden cabai rawit Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	54
6. Karakteristik lembaga perantara pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran tahun 2023	57
7. Sebaran luas lahan usahatani petani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	59
8. Sebaran penggunaan pupuk usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun .2023	61
9. Sebaran penggunaan pestisida usahatani cabai rawit di .Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun .2023	62
10. Sebaran penggunaan peralatan usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	64
11. Sebaran penggunaan tenaga kerja usahatani cabai rawit per hektar di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	65
12. Rata-rata produksi dan penerimaan usahatani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	67

13. Rata-rata produksi dan penerimaan usahatani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	68
14. Analisis pendapatan usahatani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	72
15. Analisis pendapatan usahatani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	74
16. Sebaran petani yang menjual cabai rawit kepada pelaku pemasaran selanjutnya di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	89
17. Sebaran nilai margin pemasaran, RPM dan Farmer share usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan, tahun 2023.....	93
18. Farmer's share pada saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	99
19. Ratio Profit Margin pada saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	101
20. Identitas responden petani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	111
21. Data penggunaan benih cabai rawit merah petani responden di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	113
22. Data penggunaan benih cabai rawit hijau petani responden di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	114
23. Data penggunaan pupuk responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	115
24. Data penggunaan pupuk responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	117
25. Data penggunaan pestisida responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	119
26. Data penggunaan pestisida responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	121
27. Penggunaan polybag dan tali rafia responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	123

28. Penggunaan polybag dan tali rafia responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	124
29. Penggunaan karung dan mulsa usahatani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	125
30. Penggunaan karung dan mulsa usahatani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	126
31. Penggunaan peralatan produksi responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	127
32. Penggunaan peralatan produksi responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	130
33. Rincian penggunaan tenaga kerja responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	133
34. Rincian penggunaan tenaga kerja responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	154
35. Status kepemilikan lahan dan pajak responden petani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	175
36. Produksi dan penerimaan responden petani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	176
37. Rata-rata produksi dan penerimaan cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	182
38. Produksi dan penerimaan responden petani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	183
39. Rata-rata produksi dan penerimaan cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	190
40. Analisis pendapatan dan nilai R/C usahatani cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	191
41. Analisis pendapatan dan nilai R/C usahatani cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	194
42. Identitas responden pedagang pengumpul cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	195
43. Identitas pedagang pengecer cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023	195

44. Volume jual dan beli pedagang pengumpul cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	196
45. Volume jual dan beli pedagang pengumpul cabai rawit merah di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	197
46. Volume jual dan beli pedagang pengecer cabai rawit hijau saluran II di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	198
47. Volume jual dan beli pedagang pengecer cabai rawit merah saluran II di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	199
48. Biaya pemasaran pedagang pengumpul cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	200
49. Biaya pemasaran pedagang pengumpul cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	200
50. Biaya pemasaran pedagang pengecer cabai rawit hijau saluran II di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran.....	201
51. Biaya pemasaran pedagang pengecer cabai rawit hijau saluran II di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	201
52. Volume jual dan beli serta biaya pemasaran pedagang pengecer cabai rawit hijau saluran III di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	202
53. Volume jual dan beli serta biaya pemasaran pedagang pengecer cabai rawit merah saluran III di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	203
54. Sebaran margin pemasaran, RPM, dan farmer share cabai rawit merah dan cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023.....	204
55. Volume penjualan pedagang pengumpul dan pengecer saluran II di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran.....	206

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Data harga cabai rawit bulan Januari-Desember 2022.....	5
2. Pola umum saluran pemasaran produk-produk pertanian di Indonesia.....	21
3. Bagan alir Analisis Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran	33
4. Peta Administrasi Kabupaten Pesawaran	49
5. Pola tanam cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan	71
6. Saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan.....	88
7. Saluran Pemasaran I	89
8. Saluran Pemasaran II.....	90
9. Saluran Pemasaran III	91

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Cabai rawit merupakan komoditas pertanian strategis dan unggulan di Indonesia. Cabai rawit mempunyai nilai ekonomi yang tinggi karena peranannya yang cukup besar untuk memenuhi kebutuhan domestik rumah tangga dan industri pangan. Kebutuhan cabai rawit terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perkembangan industri yang membutuhkan cabai rawit. Beragamnya jenis masakan nusantara yang menggunakan cabai rawit sebagai bahan baku membuat kebutuhan cabai rawit masyarakat Indonesia semakin tinggi (Moekasan, Prabaningrum, & Yoga, 2014).

Provinsi Lampung merupakan provinsi dengan permintaan cabai rawit tertinggi ke tiga di Indonesia selama tahun 2019-2021. Permintaan cabai rawit Provinsi Lampung tahun 2019 yaitu 2,962 kg/kapita/tahun dan pada tahun 2020 yaitu 2,979 kg/kapita/tahun. Pada tahun 2021, permintaan cabai rawit meningkat tinggi menjadi 3,433 kg/kapita/tahun. Konsumsi cabai rawit diprediksikan akan meningkat pada tahun 2022 dan 2023 naik 6,69% dibandingkan tahun 2021. Lebih dari 57% produksi cabai rawit digunakan untuk konsumsi rumah tangga, 27% untuk bahan baku industri olahan, dan 15% untuk lainnya. Tingginya konsumsi cabai rawit menunjukkan tersedianya peluang pasar bagi petani untuk dapat meningkatkan produksinya (Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2020).

Pemenuhan kebutuhan konsumsi cabai rawit Provinsi Lampung yang semakin meningkat harus diimbangi oleh produksi cabai rawit. Provinsi Lampung merupakan salah satu provinsi yang memiliki potensi sumber daya lahan dan kesesuaian iklim untuk pengembangan usahatani cabai rawit. Namun, menurut Badan Pusat Statistika (2022), produksi cabai rawit Lampung selama tahun 2019-2021 cukup fluktuatif. Pada tahun 2019, luas lahan panen cabai rawit adalah 2.010 ha. Tahun berikutnya, pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan menjadi 1.907 ha dan 1.925 ha. Data luas lahan panen dan produksi cabai rawit Provinsi Lampung tahun 2019 sampai 2021 disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas panen dan produksi cabai rawit Provinsi Lampung 2019-2021

Kabupaten/Kota	Luas panen (ha)			Produksi cabai rawit (ton)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Lampung Barat	404	224	231	2.875,2	1.921	1.354,5
Tanggamus	172	179	148	524,0	711,6	471,3
Lampung Selatan	190	124	166	3.154,0	2.039,3	2.554,5
Lampung Timur	341	336	361	505,1	358,2	371,2
Pesawaran	145	115	130	1.380,5	324,2	726,0
Lampung Tengah	173	220	217	448,7	545,4	624,2
Lampung Utara	52	60	70	749,7	829,0	1.218,2
Way Kanan	113	103	107	132,7	170,2	310,1
Tulang Bawang	88	85	83	213,2	244,5	309,2
Pringsewu	89	198	109	1.515,0	1.993,4	630,5
Mesuji	59	69	102	786,0	645,0	1.296,0
Tulang Bawang Barat	38	59	54	245,9	414,9	517,2
Pesisir Barat	116	113	124	218,9	191,0	310,4
Bandar Lampung	26	18	15	22,4	162,9	194,0
Metro	4	4	8	24,5	7,5	340,0
Provinsi Lampung	2.010	1.907	1.925	12.795,8	10.558,1	10.921,3

Sumber: (Badan Pusat Statistika, 2022)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa produksi cabai rawit di Lampung mengalami penurunan produksi dari tahun 2019 hingga tahun 2021. Pada tahun 2019 produksi cabai rawit mencapai 12.795,8 ton dan menurun menjadi 10.558,1 ton, lalu hanya meningkat 3,4% di tahun 2021, yaitu 10.921,3 ton.

Kabupaten Pesawaran menjadi salah satu sentra penghasil cabai rawit di Provinsi Lampung. Dengan luas lahan yang dimilikinya, Kabupaten Pesawaran mampu memproduksi 1.380,5 ton cabai rawit pada tahun 2019, sehingga menempati posisi tertinggi ke empat penghasil cabai rawit di Provinsi Lampung. Namun, selama tiga tahun terakhir luas panen dan produksi cabai rawit di Kabupaten Pesawaran juga fluktuatif. Pada tahun 2020 produksinya menurun dan hanya mencapai 324,2 ton, kemudian meningkat kembali di tahun 2021 yaitu sebesar 726 ton (Badan Pusat Statistika, 2021). Data produksi cabai rawit di Kabupaten Pesawaran tahun 2019-2021 disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Data produksi cabai rawit tahun 2019-2021 menurut kecamatan di Kabupaten Pesawaran

Kecamatan	Produksi cabai rawit (ton)			Produksi tahun 2019-2021 (ton)	Presentase (%)
	2019	2020	2021		
Padang Cermin	119,5	122,5	198,0	440,0	18,09
Tegineng	483,5	70,5	186,0	740,0	30,45
Way Lima	311,0	59,2	66,0	436,2	17,95
Way Ratai	128,0	33,0	84,0	245,0	10,07
Kedondong	38,5	15,0	52,2	105,7	4,34
Marga Punduh	18,0	8,0	51,3	77,3	3,18
Gedong Tataan	170,0	12,0	12,0	194,0	8,0
Negeri Katon	23,5	-	1,5	25,0	1,02
Teluk Pandan	18,5	4,0	6,0	28,5	1,17
Punduh Pidada	70,0	-	69,0	139	5,71
Way Khilau	-	-	-	-	-
Total	1.380,6	324,4	726,0	2.431,0	100%

Sumber: (Badan Pusat Statistika, 2021)

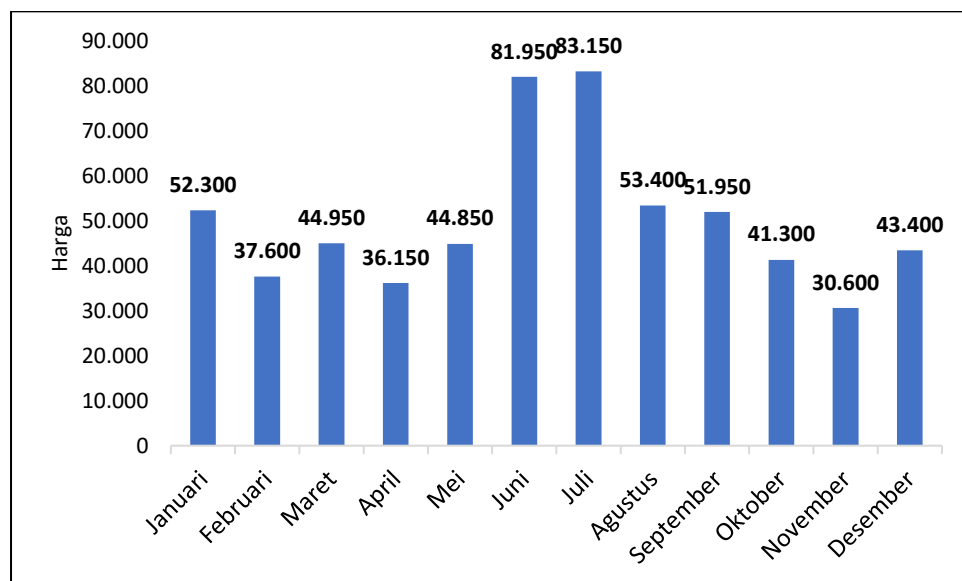
Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa total produksi cabai rawit di Kabupaten Pesawaran selama tahun 2019-2021 yaitu 2.431,0 ton dengan produksi masing-masing kecamatan yang cukup fluktuatif. Terdapat 10 dari 11 kecamatan yang memproduksi cabai rawit namun tidak semuanya unggul. Kecamatan Gedong Tataan merupakan salah satu daerah di Kabupaten Pesawaran yang memproduksi cabai rawit dengan produksi yang fluktuatif,

bahkan selama 2 tahun terakhir produksinya cukup rendah. Dapat dilihat bahwa jumlah produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan menurun drastis dari tahun 2019 ke tahun 2021.

Penurunan produksi cabai rawit di Lampung juga diikuti dengan penurunan produksi cabai merah. Pada tahun 2021, cabai merah mengalami penurunan 9,04% dari produksi sebelumnya (Badan Pusat Statistika, 2021). Penurunan produksi komoditas cabai juga dapat disebabkan oleh adanya peralihan lahan produksi cabai ke komoditas lain yang tidak berisiko tinggi. Penurunan luas panen dapat terjadi karena semakin beralihnya lahan pertanian ke-non pertanian untuk kebutuhan perumahan, perkantoran, dan lokasi industri yang diakibatkan oleh semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk dan berkembangnya industri (Safutri, 2014).

Usahatani cabai rawit memiliki risiko cukup tinggi bagi petani. Permasalahan utama antara lain risiko gagal panen, tidak adanya kepastian penjualan, harga jual fluktuatif, dan akses pasar yang lemah. Faktor cuaca sangat berpengaruh terhadap usahatani cabai rawit. Tanaman cabai rawit sangat sensitif terhadap perubahan cuaca, sehingga menjadi salah satu hambatan kegiatan budidaya di tingkat petani. Musim hujan merupakan salah satu faktor dalam budidaya yang menyebabkan penurunan jumlah produksi cabai rawit. Air hujan yang sangat lebat dapat menyebabkan bunga sebagai bakal buah berguguran, sedangkan pada musim kemarau cabai rawit rentan terhadap serangan hama penyakit. Serangan hama dan penyakit dapat menyebabkan penurunan jumlah produksi sehingga berisiko menurunkan besar pendapatan yang diperoleh petani (Harpenas & Dermawan, 2010). Peningkatan produktivitas usahatani dapat dilakukan melalui perbaikan cara budidaya, penerapan teknologi produksi dan teknologi pascapanen untuk menekan kehilangan hasil. Peningkatan produktivitas juga dapat meningkatkan keuntungan pertanian terhadap nilai sewa lahan, upah buruh tani dan harga sarana produksi (Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2021).

Ketidakseimbangan antara jumlah pasokan dengan jumlah permintaan yang dibutuhkan konsumen merupakan faktor penyebab utama terjadinya fluktuasi harga pada komoditas pertanian (Pusat Data dan Informasi Pertanian, 2020). Cabai rawit termasuk salah satu komoditas pertanian utama di Indonesia yang mendapat perhatian karena fluktuasi harganya cukup besar. Terjadinya lonjakan harga pada cabai rawit dapat disebabkan oleh pasokan yang berkurang, sementara permintaan konstan setiap hari, bahkan meningkat pada musim tertentu. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Anwarudin (2015) bahwa faktor yang menyebabkan harga cabai berfluktuasi adalah permintaan dan penawaran. Farid dan Subekti (2012) menyatakan bahwa fluktuasi harga cabai terjadi karena produksi cabai bersifat musiman, faktor hujan, biaya produksi dan panjangnya saluran distribusi. Data harga cabai rawit pada tingkat konsumen di Provinsi Lampung pada Bulan Januari-Desember 2022 berdasarkan informasi dari Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN) disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Harga cabai rawit di tingkat konsumen Januari-Desember 2022
Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional (PIHPSN), 2022

Tingkat harga yang tidak menentu (relatif tidak stabil) berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang diperoleh petani cabai. Berdasarkan Gambar 1 dapat

diketahui bahwa harga cabai rawit pada Bulan Juli 2022 memperoleh harga tertinggi dengan rata-rata Rp 83.150,00. Kemudian, harga terendah dengan rata-rata Rp 30.600,00 pada bulan November. Harga cabai rawit juga menurun pada bulan April 2022 saat bertepatan dengan bulan Ramadhan, meskipun harga bahan pokok lainnya cenderung naik. Hal ini disebabkan oleh pasokan cabai yang melimpah karena memasuki musim panen (Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional, 2022). Terjadinya fluktuasi harga cabai rawit membuat petani menjadi pihak yang sering kali dirugikan. Sebagai produsen, petani tidak memiliki posisi tawar yang tinggi dalam penentuan harga di pasar, sehingga petani hanya berperan sebagai penerima harga (*price taker*). Petani juga harus menghadapi risiko produksi dalam kegiatan usahatani. Oleh karena itu, fluktuasi harga yang terjadi sangat mempengaruhi penerimaan yang diterima oleh petani.

Lonjakan harga cabai yang kerap terjadi juga dapat disebabkan karena kegagalan dalam mengatur tataniaga komoditi tersebut. Sistem pemasaran yang baik dan efisien mampu menyalurkan produk dengan biaya yang rendah, tingkat harga dan keuntungan yang wajar serta penjualan dapat dilakukan dengan tepat. Permasalahan yang sering dihadapi dalam mewujudkan sistem pemasaran cabai rawit yang efisien adalah tinggi-rendahnya tingkat harga yang diterima oleh petani yang erat kaitannya dengan pola pemasaran yang terbentuk dan besarnya margin pemasaran. Selain itu, besar kecilnya bagian yang diterima petani (*farmer's share*) menunjukkan apakah suatu sistem pemasaran berjalan efisien (Umar, Talumingan, & Pangemanan, 2020).

Proses mengalirnya barang dari produsen ke konsumen memerlukan biaya pemasaran. Dengan adanya biaya tersebut, maka suatu produk akan meningkat harganya. Semakin panjang saluran pemasaran, maka biaya yang dikeluarkan akan semakin tinggi. Rantai pemasaran yang panjang dan melibatkan banyak pelaku pemasaran tanpa adanya batas harga yang diatur, menyebabkan harga cabai rawit yang berlaku tidak stabil (Rasidin, Yusriadi, & Raman, 2018). Biaya pemasaran yang dikeluarkan sangat mempengaruhi

harga jual produk pertanian, termasuk komoditas cabai rawit yang merupakan produk segar, sehingga memerlukan perawatan dan penyimpanan yang baik untuk menjaga kualitas produk hingga sampai ke konsumen. Akibatnya, perbedaan harga di tingkat petani, pedagang dan konsumen sangat tinggi atau margin pemasaran semakin besar. Hal tersebut dapat mengakibatkan pendapatan petani produsen menjadi rendah. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran yang relatif besar merupakan salah satu hambatan pemasaran dan sering dijumpai dalam pemasaran komoditas pertanian (Asmayanti, 2012).

Lemahnya daya tawar petani dalam penetapan harga membuat petani menjadi pihak yang sering kali dirugikan ketika adanya fluktuasi harga karena petani hanya berperan sebagai *price taker*. Namun, lembaga perantara pemasaran memiliki akses lebih untuk memperoleh harga yang lebih tinggi karena memiliki peran dalam menentukan harga produk. Oleh karena itu, perlu dianalisis mengenai pendapatan usahatani yang merupakan bagian yang diperoleh petani dalam usahatani cabai rawit yang erat kaitannya dengan sistem pemasaran yang terjadi. Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah antara lain:

1. Bagaimana pendapatan usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran?
2. Bagaimana sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pendapatan usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran
2. Menganalisis sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi petani cabai rawit, sebagai informasi dan pertimbangan dalam kegiatan usahatani dan pemasaran cabai rawit guna memperoleh pendapatan usahatani cabai rawit yang lebih baik.
2. Bagi lembaga perantara pemasaran cabai rawit, sebagai informasi dalam penerapan strategi kegiatan pemasaran cabai rawit.
3. Bagi pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pengembangan usahatani dan meningkatkan efisiensi pemasaran cabai rawit.
4. Bagi peneliti lain, sebagai referensi untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan setelahnya.

II. TINJAUAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Cabai Rawit

Cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) merupakan komoditas hortikultura yang termasuk dalam suku terong-terongan (*Solanaceae*) dan merupakan tanaman yang mudah ditanam di dataran rendah ataupun di dataran tinggi. Menurut Setiadi (2006) dalam Putra (2021) cabai rawit mengandung vitamin C tinggi dan betakaroten (provitamin A).

Kandungan vitamin C pada cabai rawit segar dalam 100 gr adalah 70 mg.

Klasifikasi tata nama (sistem tumbuhan), cabai rawit masuk ke dalam (Lagiman & Supriyanta, 2021):

Divisi : *Spermatophyta*
Sub Divisi : *Angiospermae*
Kelas : *Dicotyledoneae*
Ordo : *Solanales*
Famili : *Solanaceae*
Genus : *Capsicum*
Spesies : *Capsium annum L*

Menurut Direktorat Tanaman Obat dan Sayuran (2023), tanaman cabai dibudidayakan hampir di seluruh wilayah Indonesia, baik di dataran rendah maupun tinggi, dari 0-1.400 m di atas permukaan laut. Kondisi yang baik untuk pertumbuhan cabai rawit yaitu suhu udara berkisar 25-28 derajat celcius pada siang hari dan 18-20 derajat celcius pada malam hari dengan curah hujan antara 600-3.000 mm/tahun dan tingkat kelembaban udara 80%. Pertumbuhan cabai rawit yang baik didukung dengan kondisi tanah yang subur dan gembur dengan pH tanah

yaitu 5,5-6,8. Untuk memperoleh hasil yang maksima dalam budidaya cabai rawit perlu diperhatikan tahapan-tahapan dalam budidaya, yaitu:

(1) Persiapan lahan

Persiapan lahan dilakukan dengan sebaik-baiknya untuk mendukung pertumbuhan tanaman yang optimal agar hasilnya maksimal. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam tahap ini adalah :

- a. Pemilihan lokasi yang tepat dengan tersedianya sumber air dan lahan yang datar atau dengan kemiringan maksimal 45 derajat.
- b. Pengolahan lahan dengan membersihkan lahan dari sisa tanaman, gulma dan sampah. Penggemburan lahan sampai kedalaman 30-40 cm dan dibalik. Pembuatan bedengan/guludan dengan lebar 1,2 m dan tinggi 30 cm dengan jarak antar bedengan 80-100 cm.
- c. Pemberian dolomit atau kapur pertanian jika kadar keasaman tanah kurang dari 5,5 bersamaan dengan pengolahan tanah, lalu didiamkan terkena sinar matahari selama 2 sampai 4 minggu.
- d. Pemupukan dasar dengan pupuk organik minimal 20 ton/ha dan pupuk anorganik NPK 16:16:16/NPK 15:15:15 dan KCL masing-masing 500 kg pada 2 minggu sebelum tanam.
- e. Pemasangan mulsa plastik hitam perak yang bertujuan untuk mengendalikan penguapan air dan mempertahankan suhu, kelembaban tanah, kandungan bahan organik, mengurangi jumlah dan kecepatan aliran permukaan, meningkatkan penyerapan air dan mengendalikan pertumbuhan gulma.
- f. Pembuatan lubang tanam dan lubang pupuk dengan jarak tanam minimal 50 cm x 50 cm. Lubang tanam dapat dibuat menurut sistem zigzag atau dua baris berhadapan. Target jumlah tanaman per hektar antara 15.000-20.000 tanaman.

(2) Penyemaian Benih

Penyemaian benih merupakan kegiatan menumbuhkan benih cabai hingga menghasilkan tanaman yang siap dipindahtanamkan ke lahan. Prosedur pelaksanaan penyemaian benih cabai rawit adalah:

- a. Pemilihan benih varietas unggul, berkualitas baik, tidak rusak dan tidak kadaluarsa. Rendam benih dalam air hangat selama 6-12 jam kemudian ditiriskan di atas kain.
- b. Penyiapan tempat dan media semai, dengan lebar 1-1,2 m dan tinggi minimal 50 cm dari tanah. Kemudian, campur tricoderma, pupuk organik dan tanah atau sekam.
- c. Penyemaian benih dalam bedengan dilakukan dengan menyebarkan benih dengan jarak antar larikan 3-6 cm dan tutup dengan lapisan media tanam tipis-tipis, setelah terbentuk 2-3 helai daun selama 14-16 hari setelah semai, pindahkan ke dalam polybag.
- d. Pemeliharaan semaian sebaiknya berada di tempat terbuka dan sirkulasi udara yang baik, serta lakukan pengamatan, penyiraman, dan pengendalian OPT selama di persemaian,
- e. Pemandahan semaian ke lahan setelah berumur 25-30 hari ditandai dengan adanya 5 helai daun sempurna.

(3) Penanaman

Penanaman bibit dari penyemaian sebaiknya dilakukan pada pagi atau sore hari agar bibit mempunyai waktu yang cukup untuk beradaptasi pada malam hari. Penanaman dilakukan dengan cara sebagian tanah pada lubang dikeluarkan sesuai ukuran *polybag*. Bibit yang sudah dikeluarkan dari *polybag* dimasukkan ke dalam tanah dan ditutupi tanah hingga dekat pangkal, lalu dilakukan penyiraman. Penyulaman dilakukan maksimal satu minggu setelah tanam.

(4) Pemasangan ajir

Pemasangan ajir dilakukan untuk membantu tanaman tumbuh tegak, mengurangi kerusakan fisik tanaman yang disebabkan oleh beban buah atau tiupan angin, memperbaiki pertumbuhan daun dan tunas serta mempermudah pemeliharaan sehingga pertumbuhan dan perkembangan tanaman optimal. Ajir berukuran 4 cm x 170 cm dan ditanam dengan kedalaman 15-20 cm. Pemasangan ajir maksimal 7 hst.

(5) Perempelan atau pemangkasan

Perempelan atau pemangkasan merupakan kegiatan membuang tanaman yang tidak produktif atau tidak diperlukan dalam pertumbuhan dan perkembangan tanaman untuk meningkatkan produktivitas tanaman. Perempelan dilakukan secara berkala pada umur 40-50 dan 70 hst.

(6) Pemupukan

Pemupukan dilakukan untuk mempertahankan ketersediaan hara tanah untuk memenuhi kebutuhan hara tanaman sehingga tanaman optimal dan menghasilkan produksi yang maksimal. Pemupukan dilakukan sesuai jenis, dosis, dan waktu yang tepat. Pupuk yang diaplikasikan dengan kocor/semprot perlu dilarutkan dengan ember terlebih dahulu sebelum diaplikasikan menggunakan sprayer. Pengaplikasian pupuk daun dilakukan dengan jarak satu minggu sekali dengan cara disemprotkan pada daun.

(7) Pengairan atau penyiraman

Penyiraman dilakukan secara rutin sesuai dengan kondisi cuaca dan kebutuhan tanaman. Pengairan dapat menggunakan selang yang dimasukkan dalam mulsa. Sistem pengairan pada lahan sawah dapat dilakukan dengan menggenangi saluran drainasi antar bedeng dengan ketinggian $\frac{3}{4}$ tinggi bedeng tersebut.

(8) Penyiangan

Penyiangan dilakukan dengan cara membersihkan gulma yang tumbuh di saluran antar bedengan. Penggunaan herbisida dilakukan jika diperlukan sesuai dengan kondisi lahan.

(9) Pengendalian OPT

Pengendalian OPT atau organisasi pengganggu tanaman merupakan kegiatan mencegah dan atau mengendalikan populasi/intensitas serangan OPT dengan tindakan terpadu dan aman bagi lingkungan, untuk mempertahankan produktivitas tanaman dalam kondisi optimal.

(10) Panen

Panen cabai rawit dapat dimulai pada umur 130-140 hst atau dengan tingkat kematangan 80-95% atau sesuai dengan permintaan pasar. Panen selanjutnya dapat dilakukan dengan interval 7-10 hari hingga umur 7-8 bulan setelah tanam.

(11) Pascapanen

Pascapanen merupakan kegiatan penanganan cabai setelah dipanen hingga siap didistribusikan ke konsumen dengan menjamin kesegaran, keseragaman ukuran dan kualitas cabai sesuai dengan permintaan pasar.

- a. Cabai rawit yang telah dipanen segera disortasi untuk mencegah kerusakan. Penundaan sortasi akan mempercepat pembusukan. Cabai rawit hasil sortasi yang berkualitas kurang baik masih dapat dipasarkan, meskipun harganya rendah.
- b. Cabai yang telah dipanen dapat disimpan di lapangan dan ruang tertutup, yaitu bangunan berventilasi, ruang ber-AC atau ruang tertutup yang konsentrasi gasnya berbeda dengan atmosfer. Penyimpanan yang baik dapat memperpanjang umur dan kesegaran cabai tanpa menimbulkan perubahan fisik atau

- kimia. Cara yang biasa digunakan adalah menyimpan cabai segar pada suhu dingin, sekitar 4°C.
- c. Kemasan yang biasa digunakan untuk memudahkan penyimpanan dan pengangkutan cabai di pasar domestik adalah karung, keranjang bambu, peti kayu, dan plastik.
 - d. Pengangkutan merupakan mata rantai penting dalam penanganan pascapanen dan distribusi cabai. Untuk memperpanjang kesegaran, biasanya pedagang memerlukan alat angkut yang cocok untuk memperlancar pemasaran. Pengangkutan yang biasa digunakan oleh petani adalah mobil, motor, sepeda, atau gerobak.

Tanaman cabai rawit termasuk tanaman musiman dengan waktu tanam mencapai tujuh sampai delapan bulan mulai dari pembibitan hingga pemanenan. Tanaman yang baik dapat menghasilkan buah 4 sampai 10 ton cabai rawit per hektar. Buah yang dipanen terlalu muda akan cepat layu, bobot cepat berkurang, cepat rusak, dan kurang tahan guncangan waktu pengangkutan.

2. Konsep Pendapatan Usahatani

Usahatani bertujuan untuk memperoleh produksi setinggi mungkin dengan biaya serendah-rendahnya. Usahatani yang baik adalah usahatani yang produktif dan efisien. Usahatani dikatakan produktif apabila usahatani tersebut memiliki produktivitas tinggi, yang ditentukan oleh penggunaan faktor produksi pertanian atau input seperti bibit, tenaga kerja, modal dan faktor-faktor produksi lainnya.

Usahatani yang efisien merupakan usahatani yang secara ekonomis menguntungkan, dimana biaya dan input-input yang dilakukan untuk produksi lebih kecil dari harga jual atau hasil penjualan yang diterima dari hasil produksi (Mubyarto, 1995).

Menurut Soekartawi (1995), pendapatan atau keuntungan merupakan selisih antara penerimaan dengan biaya produksi. Penerimaan adalah perkalian antara jumlah produksi cabai yang dihasilkan dengan harga jual cabai, sedangkan biaya adalah perkalian antara jumlah penggunaan faktor produksi dengan harga faktor produksi selama proses usahatani.

Soekartawi (2002) menjelaskan bahwa pendapatan usahatani dibedakan menjadi pendapatan atas biaya tunai, biaya diperhitungkan dan biaya total. Pendapatan atas biaya tunai adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh petani. Biaya diperhitungkan adalah biaya yang tidak secara nyata dikeluarkan oleh petani tetapi diperhitungkan sebagai biaya usahatani. Biaya total adalah semua input milik keluarga yang juga diperhitungkan sebagai biaya atau penjumlahan dari biaya tunai dan biaya diperhitungkan. Secara matematis, perhitungan pendapatan usahatani dirumuskan sebagai:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan: π : pendapatan (Rupiah)
 TR : total penerimaan (Rp/musim tanam)
 TC : total biaya usahatani (Rupiah)

Selain analisis pendapatan, perlu juga dilakukan analisis R/C rasio. Menurut Suratiyah (2009), R/C rasio atau *return cost ratio* adalah perbandingan antara penerimaan dengan total biaya usaha tani. R/C rasio bertujuan untuk mengukur efisiensi input-input dengan menghitung perbandingan antara penerimaan total dengan biaya produksi total. Perbandingan ini menunjukkan penerimaan kotor setiap rupiah yang digunakan dalam usahatani, secara sistematis dirumuskan sebagai (Suratiyah, 2009):

$$\text{Rasio R/C} = TR/TC \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan: R/C : nisbah penerimaan dan biaya
 TR : total *revenue* (penerimaan)
 TC : total *cost* (biaya)

Dengan kriteria:

- (1) Rasio $R/C > 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan yang lebih besar dari satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut layak dan menguntungkan.
- (2) Rasio $R/C = 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan sama dengan satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut berada pada titik impas, yaitu tidak untung dan tidak rugi.
- (3) Rasio $R/C < 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan yang lebih kecil dari satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut merugikan atau tidak efisien.

3. Konsep Pemasaran

Kotler (2002) berpendapat pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

Tataniaga pertanian adalah kegiatan menyalurkan produk-produk pertanian dan atau sarana produksi pertanian dari titik produksi sampai ke titik konsumsi disertai penciptaan kegunaan waktu, tempat, bentuk, dan pengalihan hak milik oleh lembaga-lembaga tataniaga dengan melakukan satu atau lebih fungsi-fungsi tataniaga (Hasyim, 2012).

Sistem pemasaran merupakan kegiatan yang menekankan pada keseluruhan sistem yang berlanjut secara terus menerus dan efisien dari seluruh sub-sub sistem yang ada pada aliran produk/jasa mulai dari produsen primer sampai ke konsumen akhir (Asmarantaka, Juniar, & Yanti, 2017). Ketika pemasaran dilaksanakan secara efisien, maka secara keseluruhan dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, peningkatan

keuntungan produsen dan meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut (Hasyim, 2012) organisasi pasar adalah suatu istilah umum yang mencakup seluruh aspek suatu sistem tataniaga. Pada dasarnya untuk melakukan analisis terhadap sistem atau organisasi pasar dapat dilakukan dengan model S-C-P (*Structure, Conduct dan Performance*). Organisasi pasar dapat dikelompokkan ke dalam tiga komponen, yaitu:

a. Struktur Pasar (*Market Structure*)

Struktur pasar (*Market Structure*) adalah karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat kompetisi dan harga di dalam pasar (Hasyim, 2012). Struktur pasar merupakan hubungan antara penjual dan pembeli yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar. Struktur pasar merupakan tipe atau jenis pasar yang didefinisikan sebagai hubungan antara pembeli dan penjual yang secara strategi mempengaruhi penentuan harga dan pengorganisasian pasar (Asmarantaka, 2009). Terdapat empat faktor penentu dari karakteristik struktur pasar yaitu konsentrasi pasar, hambatan keluar masuk pasar, differensiasi produk dan tingkat pengetahuan pasar.

Menurut Hasyim (2012), struktur pasar dibagi dalam dua golongan yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan sempurna ditandai oleh sifat-sifat diantaranya, barang yang diperjual-belikan bersifat homogen, jumlah penjualan atau pembelian amat banyak namun penjual dan pembeli tidak dapat mempengaruhi harga dari barang tersebut, tidak ada hambatan bagi produsen atau konsumen untuk keluar masuk pasar, dan penjual dan pembeli memiliki informasi yang sempurna tentang pasar. Pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari pasar monopoli, pasar monopolistik, dan pasar oligopoli. Pasar monopoli adalah pasar yang terdiri dari penjual tunggal

dengan jumlah pembeli yang banyak. Pasar monopolistik adalah struktur pasar yang ditandai oleh para produsen yang mampu membuat perbedaan-perbedaan pada produknya, kemampuan memperoleh informasi produk tidak sulit, mudah untuk keluar masuk pasar, dan perusahaan hanya mampu menerima keuntungan normal dalam jangka panjang. Pasar oligopoli adalah struktur pasar yang ditandai dengan hanya ada sejumlah kecil perusahaan yang memproduksi hampir semua output dan mempunyai keputusan saling mempengaruhi, adanya hambatan dalam memperoleh informasi produk, adanya kemampuan pengendalian harga tetapi sedikit, sebagian produk didiferensiasikan tetapi sedikit.

b. Perilaku Pasar (*Market Conduct*)

Menurut Asmarantaka (2009) perilaku pasar (*market conduct*) adalah strategi produksi dan konsumsi dari lembaga pemasaran dalam struktur pasar yang meliputi kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan harga, dan kerjasama antara lembaga-lembaga pemasaran yang ada. Perilaku pasar sering juga disebut sebagai tingkah laku dari lembaga pemasaran yang menyesuaikan dengan struktur pasar tempat lembaga tersebut melakukan kegiatan pembelian dan penjualan ((Hasyim, 2012).

Perilaku pasar juga dapat diketahui dengan mengamati praktik penjualan dan pembelian yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran, sistem penentuan harga, kemampuan pasar menerima jumlah produk yang dijual, stabilitas pasar dan pembayaran serta kerjasama diantara berbagai lembaga pemasaran.

c. Keragaan Pasar (*Market Performance*)

Keragaan pasar (*market performance*) merupakan gambaran gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dengan perilaku pasar (*market conduct*). Interaksi antara struktur dengan perilaku pasar cenderung bersifat kompleks dan saling mempengaruhi secara dinamis, terdiri dari beberapa indikator, yaitu:

(1) Saluran Pemasaran

Menurut Limbong & Sitorus (1985), saluran pemasaran adalah rangkaian lembaga-lembaga niaga yang dilalui barang dalam penyalurannya dari produsen ke konsumen, dimana di dalamnya terlibat beberapa lembaga perantara pemasaran.

Terdapat beberapa faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan saluran pemasaran, yaitu:

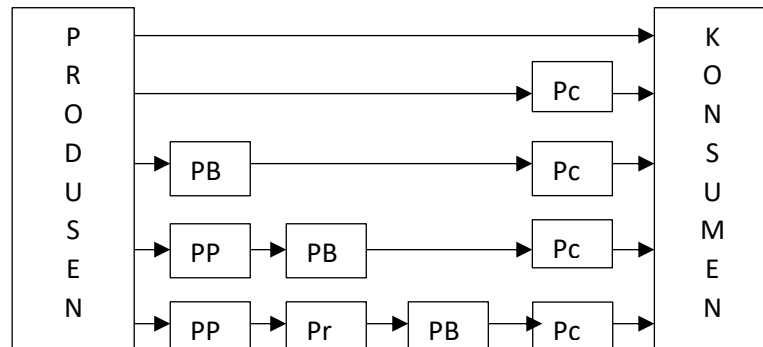
- (a) Pertimbangan pasar, meliputi konsumen akhir, dengan melihat potensi pembeli, geografi pasar, kebiasaan pembeli, dan volume tataniaga.
- (b) Pertimbangan barang, meliputi nilai barang per unit, besar, berat, harga, tingkat kerusakan, dan jenis barang,
- (c) Pertimbangan perusahaan, meliputi sumber permodalan, pengalaman manajemen, pengawasan, penyaluran dan pelayanan.
- (d) Pertimbangan terhadap lembaga dalam rantai tataniaga, meliputi segi kemampuan lembaga perantara dan kesesuaian lembaga perantara dengan kebijakan perusahaan.

Saluran pemasaran dari suatu komoditas perlu diketahui agar dapat menentukan jalur mana yang efisien serta dapat mempermudah dalam menentukan besarnya margin

pemasaran yang diterima tiap lembaga yang terlibat. Mata rantai saluran pemasaran dan lembaga lembaga yang terkait di dalamnya harus diketahui agar penyaluran produk yang dihasilkan oleh petani kepada konsumen melalui perantara mampu memberikan pembagian keuntungan yang adil terhadap semua pelaku pemasaran. Dalam sistem pemasaran, terdapat lembaga-lembaga yang cukup penting, yaitu:

- (a) Pedagang pengumpul, yaitu pedagang yang membeli atau mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari produsen kemudian memasarkan dalam partai besar ke pedagang lain. Dalam hal ini pedagang pengumpul biasanya ada di setiap desa.
- (b) Pedagang besar, yaitu pedagang yang membeli dari pedagang pengumpul dalam partai besar dan mendistribusikan ke setiap pedagang pengecer ataupun pasar.
- (c) Koperasi, yaitu badan usaha berbadan hukum yang selain membantu petani dalam permodalan juga membantu petani menyalurkan hasil panennnya.
- (d) Pengecer, yaitu pedagang yang membeli barang dari pedagang besar dan mendistribusikannya secara langsung ke konsumen akhir.

Lembaga pemasaran membentuk pola pemasaran yang biasa disebut saluran pemasaran. Pola umum saluran pemasaran barang konsumsi disajikan pada Gambar 2.



Keterangan : Pc = Pengecer, PB = Pedagang Besar,
PP = Pedagang Pengumpul, Pr = Pabrik

Gambar 2. Saluran Tataniaga Barang Konsumsi

Sumber : Hasyim, 2012

Banyaknya jumlah lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran dipengaruhi oleh jarak dari produsen ke konsumen. Semakin jauh jarak antara produsen ke konsumen mengakibatkan panjangnya rantai pemasaran, serta banyaknya aktivitas bisnis yang dilakukan melibatkan banyak pelaku pemasaran. Selain itu, banyaknya lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran juga dipengaruhi oleh sifat komoditinya apakah cepat rusak atau tidak. Komoditi yang mudah rusak membutuhkan rantai pemasaran yang pendek dan harus dengan cepat diolah atau langsung diterima oleh konsumen, namun komoditi yang tidak mudah rusak dapat bertahan dalam rantai pemasara yang cukup panjang dengan waktu yang lama. Saluran pemasaran juga tergantung pada skala produksi. Bila produksi berlangsung dalam ukuran kecil, maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula, dan akan tidak menguntungkan jika produsen menjual langsung ke pasar. Dalam keadaan demikian, kehadiran pedagang perantara diharapkan dan saluran yang akan dilalui produk cenderung panjang. Kekuatan modal dan sumberdaya

yang dimiliki juga berpengaruh bagi keterlibatan lembaga-lembaga tersebut dalam saluran pemasaran karena produsen atau pedagang yang posisi modalnya kuat dapat melakukan lebih banyak fungsi pemasaran sehingga saluran pemasaran dapat diperpendek.

(2) Marjin Pemasaran

Menurut Hasyim (2012) marjin pemasaran diperlukan untuk melihat efisiensi pemasaran cabai rawit. Marjin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran. Besarnya marjin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga perantara pemasaran, dapat dirumuskan sebagai:

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots(3)$$

Marjin pemasaran merupakan perbedaaan harga pada tingkat produsen (P_f) dengan harga di tingkat konsumen atau pengecer (P_r) yang terdiri dari keuntungan dan biaya dengan total marjin pemasaran dalam saluran pemasaran tertentu, dirumuskan sebagai (Hasyim A. , 2012) :

$$M_{ji} = P_r - P_f \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan: m_{ji} : marjin pada lembaga pemasaran tingkat ke-I
 P_{si} : harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-I
 P_{bi} : harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-I
 b_{ti} : biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
 π_i : keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
 M_{ji} : total marjin pemasaran

Pr : Harga pada tingkat konsumen
 Pf : harga pada tingkat produsen
 i : 1,2,3,...,n

Pada umumnya besarnya margin pemasaran merupakan indikator yang paling sering digunakan untuk mendeteksi terjadinya efisiensi pemasaran. Margin pemasaran yang rendah belum tentu dapat mencerminkan pasar itu sudah efisien. Namun, margin yang tinggi juga tidak selalu ditunjukkan oleh adanya keuntungan pedagang yang berlebihan. Hal ini karena besarnya margin pemasaran tersebut pada dasarnya merupakan total biaya pemasaran yang meliputi biaya operasional pemasaran yang dikeluarkan pedagang (biaya pengangkutan, penyimpanan, sortasi, grading) dan keuntungan pedagang (Irawan, 2007).

Ketika nilai margin pemasaran tinggi sebagai akibat adanya pengolahan dan penanganan produk lebih lanjut dan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen, maka tingginya margin pemasaran mengindikasikan sistem pemasaran tersebut berlangsung secara efisien. Nilai margin pemasaran dipengaruhi oleh sifat barang yang diperdagangkan, tingkat pengolahan, biaya pemasaran, keuntungan lembaga pemasaran, harga eceran dan harga produsen. Sifat komoditas atau barang juga mempengaruhi margin pemasaran dan jarak pengiriman antar daerah dari produsen dengan konsumen, serta biaya-biaya tidak resmi.

(3) Pangsa Produsen (*Farmer's Share*)

Salah satu indikator untuk melihat efisiensi pemasaran adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Analisis pangsa produsen bertujuan untuk mengetahui

bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila pangsa produsen semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen (Kesuma, Zakaria, & Situmorang, 2016). Secara matematis pangsa produsen dapat dirumuskan sebagai:

$$Fs = Pf/Pr \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan: Fs : *farmer's share* (pangsa produsen) (%)
 Pf : harga di tingkat petani (Rp/Kg)
 Pr : harga di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Pangsa produsen adalah perbandingan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen, yang dinyatakan dalam persentase. Apabila pangsa produsen semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen.

Besarnya *farmer's share* dipengaruhi oleh tingkat pemrosesan, biaya transportasi, keawetan produk, dan jumlah produk. Semakin tinggi *farmer's share* menyebabkan semakin tinggi bagian yang diterima petani.

(4) *Rasio Profit Margin* (RPM)

Menurut Azzaino (1982) dalam (Prayitno, Hasyim, & Situmorang, 2013) *Rasio Profit Margin* (RPM) merupakan perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Secara matematis, perhitungan *ratio profit margin* (RPM) dapat dirumuskan sebagai:

$$RPM = \pi_i/bt_i \dots\dots\dots(6)$$

Keterangan: *bt_i* : Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
π_i : Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan hasil-hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Hasil penelitian terdahulu yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai analisis pendapatan dan pemasaran cabai rawit.

Tabel 3. Penelitian terdahulu terkait analisis pendapatan usahatani dan sistem pemasaran cabai rawit

No	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil Penelitian
1	(Nisa, Haryono, & Murniati, 2018)	Pendapatan Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan	Mengetahui tingkat pendapatan usahatani cabai merah di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan	1. Analisis Pendapatan 2. Analisis R/C Ratio	Usahatani cabai merah di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan menguntungkan, dengan nilai R/C atas biaya total sebesar 2,95 dan pendapatan atas biaya total sebesar Rp 91.519.527,08/ha.
2	(Nooyo & Fatmawati, 2021)	Analisis Pemasaran Cabai Rawit (<i>Capsium frutescens L</i>) di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilaggio Kabupaten Pohuwato	1. Mengetahui saluran pemasaran cabai rawit 2. Mengetahui margin pemasaran cabai rawit 3. Mengetahui efisiensi pemasaran cabai rawit	1. Analisis margin pemasaran 2. Analisis efisiensi pemasaran	1. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilaggio memiliki 2 saluran pemasaran 2. Margin pemasaran pada usahatani cabai rawit tertinggi pada saluran pemasaran dua yaitu sebesar Rp. 7.360/Kg 3. Saluran pemasaran cabai rawit sudah efisien diketahui dari nilai efisiensi saluran pemasaran I sebesar 0,43% dan pada saluran pemasaran II sebesar 0,15%
3	(Adityas, Hasyim, & Affandi, 2018)	Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Sayuran Unggulan di Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus	Menganalisis pendapatan usahatani dan pemasaran komoditas sayuran kubis, cabai dan kacang panjang di Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus	1. Analisis pendapatan 2. Analisis R/C Ratio 3. Analisis model SCP	1. usahatani sayuran di Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus layak untuk diusahakan dengan nilai R/C>1 untuk ketiga jenis sayuran. 2. Pemasaran sayuran di Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus belum dapat dikatakan efisien dikarenakan nilai ratio profit margin tidak tersebar merata atau sama dengan nol.
4	(Rasidin, Yusriadi, & Raman, 2018)	Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Cabai	Menganalisis pendapatan dan efisiensi pemasaran cabai merah di Desa Cirocroe,	Analisis deskriptif	1. Besarnya rata-rata pendapatan yang diperoleh selama satu musim tanam pada usahatani cabai merah di Desa

		Merah (<i>Capsicum annum L</i>) di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap	Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap	kualitatif dan kuantitatif. 1. Analisis R/C ratio 2. Analisis model SCP	Cirociroe Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap sebesar Rp.46.336.000,00 dengan R/C ratio usahatani cabai merah daerah ini 9.48 dan tentu lebih besar dari 1, sehingga usaha tani komoditi tersebut sangat efisien untuk diusahakan. 2. Efisiensi pemasaran cabai merah terlihat dari tiga saluran pemasaran yang teridentifikasi. Saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling efisien dibanding saluran lainnya dengan nilai 4.87%.
5	(Agnes & Antara, 2017)	Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Cabai Rawit di Desa Sunju Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi	1. Mengetahui pendapatan usahatani cabai rawit. 2. Mengetahui kelayakan usahatani cabai rawit.	1. Analisis pendapatan 2. Analisis kelayakan usahatani	1. Total penerimaan yang diperoleh petani responden dalam usahatani Cabai Rawit untuk satu kali musim tanam adalah sebesar Rp.240.645,000,00,00 dengan rata-rata penerimaan yang diperoleh sebesar Rp. 8.021.500,00.-. 2. Usahatani Cabai Rawit di Desa Sunju, layak untuk diusahakan dengan melihat nilai R/C sebesar 2,69 yang artinya setiap pengeluaran sebesar Rp. 100.- akan memperoleh penerimaan sebesar Rp. 269
6	(Mala, Prasmatiwi, & Sayekti, 2021)	Analisis Pendapatan dan Risiko Usahatani Cabai di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus	Menganalisis perbandingan pendapatan dan risiko usahatani cabai besar dan cabai rawit di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus	1. Analisis pendapatan usahatani 2. Analisis R/C rasio,	Pendapatan usahatani cabai besar lebih tinggi dibandingkan pendapatan usahatani cabai rawit di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus dengan jumlah pendapatan yang didapatkan oleh petani cabai besar yaitu Rp119.047.409,08/ha dan pendapatan usahatani cabai rawit ialah sebesar Rp49.579.540,49/ha.

7	(Novitasari, 2014)	Pemasaran dan Pendapatan Usahatani Cabai Merah Keriting Anggota dan Non Anggota Gapoktan Rukun Tani, Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor	Mengidentifikasi dan membandingkan karakteristik usahatani, pedagang, lembaga dan saluran pemasaran, fungsi pemasaran, efisiensi pemasaran, dan pendapatan usahatani cabai merah keriting petani anggota dan non anggota Gapoktan Rukun Tani.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Marjin pemasaran, <i>farmer's share</i>, dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. 2. Analisis R/C ratio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saluran 2 pemasaran cabai merah keriting non anggota Gapoktan (petani langsung menjual kepada pedagang pengecer Bogor) merupakan saluran pemasaran yang paling efisien karena memiliki marjin pemasaran terendah, <i>farmer's share</i> terbesar, dan rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran terbesar. 2. Pendapatan dan R/C ratio atas biaya tunai dan biaya total usahatani cabai merah keriting non anggota Gapoktan lebih menguntungkan dibandingkan usahatani cabai merah keriting anggota Gapoktan.
8	(Asmayanti, 2012)	Sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah (<i>Capsicum frutescens</i>) di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis saluran pemasaran, fungsi pemasaran cabai rawit merah, struktur pasar, dan perilaku pasar 2. Menganalisis marjin pemasaran, <i>farmer's share</i>, rasio keuntungan dan biaya, serta keterpaduan pasar vertikal cabai rawit merah antara pasar di tingkat petani di Desa Cigedug sebagai pasar lokal dengan Pasar Induk Kramat Jati sebagai pasar acuan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis saluran pemasaran 2. Analisis fungsi pemasaran 3. Analisis struktur pasar 4. Analisis marjin pemasaran 5. Analisis <i>farmers share</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat lima saluran pemasaran cabai rawit merah di Desa Cigedug yang melibatkan beberapa lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul desa (PPD), pedagang besar, dan pedagang pengecer. 2. Fungsi pemasaran yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran sebagian besar melakukan ketiga fungsi utama yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas, namun fungsi penyimpanan yang termasuk dalam fungsi fisik hanya dilakukan oleh pedagang pengecer. 3. Struktur pasar yang dihadapi oleh lembaga pemasaran cabai rawit merah di Desa Cigedug yaitu cenderung berada pada kondisi pasar oligopsoni.

				<ol style="list-style-type: none"> 4. Hasil analisis margin bahwa margin pemasaran terkecil terdapat pada saluran II yaitu 55 persen. 5. Farmer's share terbesar terdapat pada saluran II sebesar 45,00 persen dan rasio π/C_i terbesar terdapat pada saluran IV sebesar 3,251. 	
9	(Lubis, 2022)	Analisis Pendapatan dan Pemasaran Cabai Rawit di Desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menganalisis karakteristik pengusaha dan profil usahatani cabai rawit 2. Menganalisis teknologi budidaya, penggunaan faktor-faktor produksi, biaya produksi, produksi, pendapatan dan efisiensi pemasaran cabai rawit 3. Menganalisis pemasaran meliputi lembaga dan saluran pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, biaya pemasaran, margin dan profit margin, efisiensi pemasaran dan <i>farmers share</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis pendapatan 2. Analisis pemasaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik petani dan pedagang rata-rata umurnya berada pada usia produktif yakni 36 tahun, tingkat pendidikan 9 tahun, pengalaman berusahatani petani 5 tahun, pedagang 7 tahun dan jumlah tanggungan keluarga 3 jiwa. 2. Teknologi budidaya tanaman cabai rawit melewati tahap penyemaian benih, tahap pengolahan tanah, pemupukan dasar, tahap penanaman, pemupukan susulan, penyiraman, pengendalian hama penyakit dan tahap pemanenan 3. Usahatani cabai rawit sudah efisien dengan nilai RCR yakni 1,72. Saluran pemasaran cabai rawit terdapat 2 saluran, yaitu saluran I dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen akhir dan saluran II dari petani ke pedagang pengecer ke konsumen akhir, saluran ke II ($E_p = 3,36\%$) lebih efisien pemasarannya.
10	(Umar, Talumingan,	Analisis Margin Pemasaran Cabai	Menganalisis margin pemasaran cabai rawit di	1. Analisis Margin Pemasaran	1. Margin pemasaran cabai rawit di Desa Toluaya yang paling besar adalah pada

& Pangemanan, 2020)	Rawit di Desa Toluaya Kecamatan Bolaang Uki Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan	Desa Toluaya dan menganalisis <i>farmer's share</i> di setiap saluran pemasaran di Desa Toluaya.	<ul style="list-style-type: none"> 2. Analisis Biaya Pemasaran 3. Analisis Keuntungan Pemasaran 4. Analisis <i>Farmers Share</i> 	<p>saluran III tingkat, karena jarak tempuh yang memperbesar biaya, keuntungan dan margin pemasaran.</p> <p>2. <i>Farmer's share</i> yang diterima petani cabai rawit di Desa Toluaya, yang paling besar adalah pada saluran nol tingkat, merupakan saluran pemasaran cabai rawit yang paling pendek dan lebih efisien secara teknis maupun ekonomis, karena persentase margin pemasaran terendah dan <i>farmer's share</i> tertinggi.</p>
---------------------	---	--	---	--

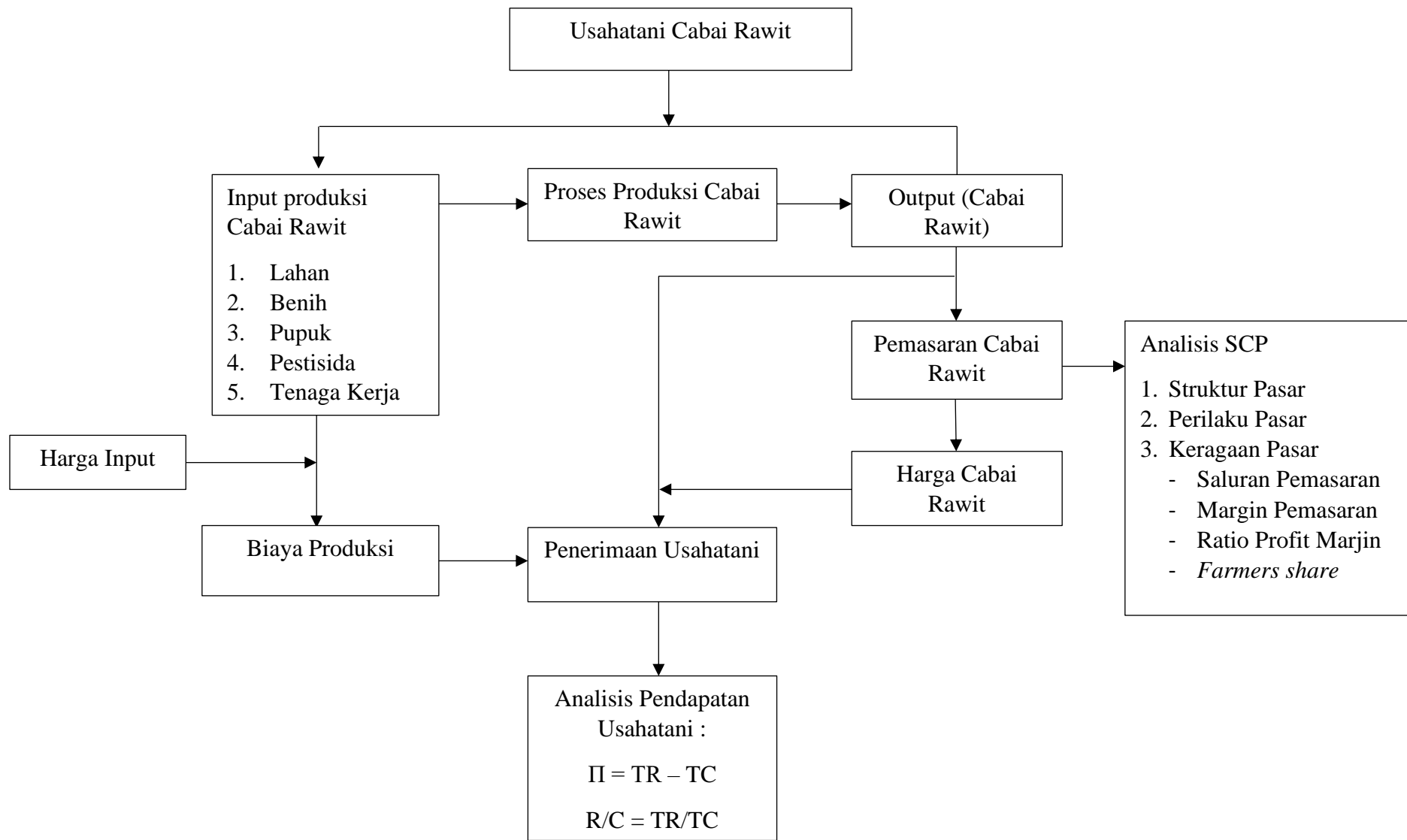
C. Kerangka Pemikiran

Cabai rawit termasuk salah satu komoditas pertanian yang mendapat perhatian karena fluktuasi harganya cukup besar. Ketidakseimbangan antara jumlah pasokan dengan jumlah permintaan merupakan faktor penyebab utama terjadinya fluktuasi harga pada komoditas pertanian. Adanya ketidakstabilan harga dan produksi akan mempengaruhi pendapatan yang diterima petani. Sebagai produsen, petani tidak memiliki posisi tawar yang tinggi dalam penentuan harga di pasar, sehingga petani hanya berperan sebagai *price taker*. Oleh karena itu, fluktuasi harga yang terjadi sangat mempengaruhi penerimaan petani. Besarnya penerimaan yang diperoleh sangat berpengaruh terhadap pendapatan petani.

Usahatani cabai rawit merupakan kegiatan petani mengalokasikan sumberdaya secara efektif dan efisien untuk memperoleh hasil produksi cabai rawit yang maksimal. Penggunaan input produksi sangat berpengaruh terhadap hasil produksi cabai rawit. Input produksi utama dalam usahatani cabai rawit adalah lahan, benih, pupuk, pestisida, dan tenaga kerja. Penggunaan input tersebut diharapkan dapat menghasilkan output maksimal dalam usahatani cabai rawit dengan tujuan memperoleh pendapatan yang setinggi-tingginya. Produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan selama beberapa tahun terakhir cukup fluktuatif, sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima petani. Pendapatan yang diperoleh petani cabai rawit tidak hanya ditentukan oleh tingkat produksi cabai rawit yang dihasilkan tetapi juga ditentukan oleh tingkat harga dan sistem pemasaran cabai rawit yang terjadi di Kecamatan Gedong Tataan.

Penelitian ini menganalisis pendapatan usahatani dan sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan. Pendapatan dapat diperoleh setelah melakukan perhitungan terhadap penerimaan petani cabai rawit merah dan hijau dengan total biaya usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dengan rumus $\pi = TR - TC$. Selanjutnya, diikuti dengan analisis R/C rasio untuk mengukur efisiensi kelayakan dalam usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dengan menghitung perbandingan antara penerimaan total cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dengan biaya produksi total cabai rawit merah dan cabai

rawit hijau. Sistem pemasaran cabai rawit dianalisis dengan analisis model SCP (*Structure, Conduct, Performance*) yang mencakup seluruh aspek suatu sistem pemasaran. Struktur pasar cabai rawit dianalisis dengan melihat hubungan antara penjual dan pembeli yang membentuk pasar bersaing secara sempurna atau tidak bersaing secara sempurna. Perilaku pasar cabai rawit dianalisis dengan melihat pola tingkah laku dari lembaga pemasaran cabai rawit khususnya dalam penentuan harga. Kemudian, keragaan pasar cabai rawit dianalisis melalui beberapa indikator, yaitu saluran pemasaran, margin pemasaran, *farmers share*, dan *rasio profit margin* (RPM). Bagan alir “Analisis Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran, tahun 2023” dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Bagan alir “Analisis Pendapatan Usahatani dan Sistem Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran tahun 2023”

III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Sekaran (2006), metode survei merupakan metode yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik populasi yang digambarkan oleh sampel dari populasi di lokasi penelitian. Metode survei menurut Singarimbun dan Effendi (1995) adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

B. Konsep Dasar dan Batasan Operasional

Konsep dasar dan batasan operasional mencakup pengertian yang digunakan untuk memperoleh data dan melakukan analisis sehubungan dengan tujuan penelitian yang akan dicapai.

Usahatani cabai rawit adalah pengelolaan input atau faktor-faktor produksi (tanah, tenaga kerja, modal, teknologi, pupuk, benih, dan pestisida) dengan efektif dan efisien untuk menghasilkan produksi cabai rawit merah dan cabai rawit hijau yang maksimal.

Produksi cabai rawit adalah jumlah output dari usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau selama satu musim tanam. Satu musim tanam dalam usahatani cabai rawit mulai dari pengolahan lahan sampai tanaman tidak produktif adalah delapan bulan. Produksi cabai rawit merah dan cabai rawit hijau diukur dalam satuan kilogram (kg).

Luas lahan cabai rawit adalah luas areal usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau yang digunakan untuk melakukan budidaya cabai, diukur dalam satuan hektar.

Benih cabai rawit merupakan jumlah benih cabai rawit merah dan cabai rawit hijau yang digunakan per satuan luas usahatani cabai rawit pada satu kali musim tanam, diukur dalam satuan kg/ha.

Pupuk yaitu jumlah pupuk yang digunakan oleh petani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau pada usahatani cabai rawit dalam satu kali musim tanam, diukur dalam satuan kg/ha.

Pestisida adalah banyaknya pestisida yang digunakan petani untuk menanggulangi hama dan penyakit dalam proses usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau, diukur dalam satuan liter bila berbentuk cair dan kg bila berbentuk padat/butiran.

Tenaga kerja adalah jumlah tenaga kerja yang melakukan kegiatan usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dalam satu kali musim tanam, diukur dalam satuan hari kerja pria (HKP).

Harga benih cabai rawit adalah jumlah yang harus dikeluarkan petani untuk membeli benih cabai rawit dalam usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau pada setiap musim tanam, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga pupuk adalah jumlah uang yang harus dikeluarkan oleh petani untuk membeli pupuk kandang, pupuk urea dan pupuk NPK, dolomit dan gandasil untuk usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau per musim tanam, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Harga pestisida adalah jumlah uang yang dikeluarkan oleh petani untuk membeli pestisida untuk usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau yang dihitung dengan mengalikan jumlah pestisida yang digunakan dengan harga satuan pestisida, diukur dalam satuan rupiah per liter atau rupiah per kilogram (Rp/lit/kg).

Biaya produksi usahatani cabai rawit adalah total biaya yang dikeluarkan pada usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dalam satu musim tanam selama delapan bulan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Upah tenaga kerja merupakan jumlah upah yang dikeluarkan petani untuk membayar upah tenaga kerja yang dihitung dengan mengalikan jumlah penggunaan tenaga kerja (HKP) dengan upah tenaga kerja yang berlaku pada saat tersebut, diukur dalam satuan rupiah per HKP (Rp/HKP).

Biaya tunai usahatani cabai rawit adalah biaya yang langsung dikeluarkan oleh petani pada usahatani cabai rawit dalam satu musim tanam selama delapan bulan, seperti biaya benih, pupuk, pestisida, upah tenaga kerja luar keluarga, pajak, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya diperhitungkan usahatani caba rawit adalah biaya yang tidak dikeluarkan secara tunai oleh petani tetapi tetap diperhitungkan sebagai biaya usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dalam satu musim tanam selama delapan bulan, seperti biaya penyusutan peralatan dan upah tenaga kerja dalam keluarga, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Biaya total usahatani cabai rawit adalah keseluruhan biaya tunai dan biaya diperhitungkan pada usahatani cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dalam satu musim tanam selama delapan bulan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penerimaan usahatani cabai rawit merah adalah seluruh hasil yang diterima oleh petani dalam usahatani cabai rawit merah yang dihitung dari perkalian antara jumlah produksi dalam satu musim tanam selama delapan bulan dengan harga jual di tingkat petani, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Penerimaan usahatani cabai rawit hijau adalah seluruh hasil yang diterima oleh petani dalam usahatani cabai rawit hijau yang dihitung dari perkalian antara jumlah produksi dalam satu musim tanam selama delapan bulan dengan harga jual di tingkat petani, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan usahatani cabai rawit merah adalah penerimaan usahatani cabai rawit merah dikurangi dengan biaya total yang dikeluarkan pada usahatani cabai rawit merah dalam satu musim tanam selama delapan bulan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

Pendapatan usahatani cabai rawit hijau adalah penerimaan usahatani cabai rawit hijau dikurangi dengan biaya total yang dikeluarkan pada usahatani cabai rawit hijau dalam satu musim tanam selama delapan bulan, diukur dalam satuan rupiah (Rp).

R/C ratio cabai rawit merah adalah perbandingan antara penerimaan usahatani cabai rawit merah dengan total biaya usahatani cabai rawit merah. Perbandingan ini menunjukkan penerimaan setiap rupiah yang dikeluarkan dalam usahatani cabai rawit merah.

R/C ratio cabai rawit hijau adalah perbandingan antara penerimaan usahatani cabai rawit hijau dengan total biaya usahatani cabai rawit hijau. Perbandingan ini menunjukkan penerimaan setiap rupiah yang dikeluarkan dalam usahatani cabai rawit hijau.

Sistem pemasaran cabai rawit adalah segala bentuk kegiatan penyaluran produk cabai rawit merah dan cabai rawit hijau, dimulai dari petani cabai rawit hingga ke tangan konsumen akhir.

Lembaga pemasaran cabai rawit adalah pihak-pihak yang melakukan kegiatan pemasaran cabai rawit merah dan cabai rawit hijau, mulai dari petani sampai ke konsumen akhir.

Lembaga perantara pemasaran cabai rawit adalah pihak-pihak yang melakukan distribusi cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dari petani kepada konsumen akhir, seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Saluran pemasaran cabai rawit adalah suatu pola yang menggambarkan seluruh lembaga pemasaran yang berkaitan dengan kegiatan penyampaian komoditas cabai rawit dari petani hingga konsumen akhir.

Biaya pemasaran cabai rawit merah adalah biaya biaya yang dikeluarkan, baik oleh produsen maupun lembaga perantara pemasaran untuk memasarkan cabai rawit merah sampai ke konsumen akhir, meliputi biaya pengangkutan, biaya penyusutan dan biaya-biaya lainnya, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Biaya pemasaran cabai rawit hijau adalah biaya biaya yang dikeluarkan, baik oleh produsen maupun lembaga perantara pemasaran untuk memasarkan cabai rawit hijau sampai ke konsumen akhir, meliputi biaya pengangkutan, biaya penyusutan dan biaya-biaya lainnya, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Struktur pasar cabai rawit adalah karakteristik organisasi dari pasar cabai rawit merah dan cabai rawit hijau, meliputi hubungan antara penjual dan pembeli, yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, kondisi keluar masuk pasar dan tingkat pengetahuan pasar.

Perilaku pasar cabai rawit merupakan pola tingkah laku lembaga pemasaran pada pemasaran cabai rawit merah dan cabai rawit hijau dalam menghadapi struktur pasar tertentu, dilihat dari kegiatan pembelian dan penjualan, pembentukan harga, serta sistem pembayaran.

Keragaan pasar cabai rawit merupakan gambaran gejala pasar yang muncul akibat interaksi antara struktur pasar dengan perilaku pasar, meliputi saluran pemasaran, *margin* pemasaran, *farmers share* dan *ratio profit margin*

Margin pemasaran cabai rawit merah adalah perbedaan harga di antara tingkat lembaga pemasaran cabai rawit merah atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen akhir dengan jumlah yang diterima petani, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Margin pemasaran cabai rawit hijau adalah perbedaan harga di antara tingkat lembaga pemasaran cabai rawit hijau atau perbedaan antara jumlah yang dibayar konsumen akhir dengan jumlah yang diterima petani, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Profit margin cabai rawit merah adalah margin keuntungan lembaga perantara pemasaran, dihitung dengan cara mengurangi nilai margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Profit margin cabai rawit hijau adalah margin keuntungan lembaga perantara pemasaran, dihitung dengan cara mengurangi nilai margin pemasaran dengan biaya pemasaran yang dikeluarkan, dinyatakan dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).

Farmers share adalah bagian dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang diterima oleh petani cabai rawit merah sebagai produsen, dinyatakan dalam satuan persen (%).

Farmers share adalah bagian dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir yang diterima oleh petani cabai rawit hijau sebagai produsen, dinyatakan dalam satuan persen (%).

Ratio profit margin cabai rawit merah adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga perantara pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran cabai rawit merah, dinyatakan dalam satuan persen (%).

Ratio profit margin cabai rawit hijau adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh lembaga perantara pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran cabai rawit hijau, dinyatakan dalam satuan persen (%).

C. Lokasi, Sampel, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Penentuan lokasi dilakukan secara *sengaja (purposive)* dengan pertimbangan bahwa Kecamatan Gedong Tataan merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Pesawaran yang memproduksi cabai rawit dengan produksi tinggi namun fluktuatif. Berdasarkan data oleh Badan Pusat Statistik (2022) diketahui bahwa produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan pada tahun 2019 mencapai 170,0 ton. Namun, produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan hanya mencapai 12,0 ton sebagaimana pada Tabel 2. Kemudian, produksi cabai rawit pada tahun 2022 yang disajikan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa jumlah produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan mencapai 62,0 ton.

Tabel 4. Sebaran produksi cabai rawit menurut desa di Kecamatan Gedong Tataan, tahun 2022

No	Desa	Produksi (ton)
1	Sukadadi	21,0
2	Wiyono	16,0
3	Sukabanjar	15,0
4	Kebagusan	6,0
5	Gedong Tataan	4,0
Total		62,0

Sumber: UPTD BP3 Kecamatan Gedong Tataan, 2022

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa produksi cabai rawit pada tahun 2022 adalah 62,0 ton. Pada tahun 2022 produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan kembali meningkat dibandingkan 2 tahun sebelumnya yaitu 2020 dan 2021 yang hanya mencapai 12,0 ton. Kondisi ini menunjukkan bahwa produksi cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan fluktuatif.

Kecamatan Gedong Tataan terdiri dari 11 desa, namun hanya 5 desa yang memproduksi cabai rawit. Berdasarkan data pada Tabel 4, dipilih 2 desa dengan produksi tertinggi, yaitu Desa Sukadadi dan Desa Wiyono. Lokasi penelitian ini ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Sukadadi dan Desa Wiyono merupakan desa dengan produksi cabai rawit tertinggi di Kecamatan Gedong Tataan pada tahun 2022.

Sampel dalam penelitian ini terdiri dari petani cabai rawit dan lembaga perantara pemasaran cabai rawit. Penentuan sampel lembaga perantara pemasaran cabai rawit dilakukan dengan mengikuti alur pemasaran cabai rawit. Populasi petani cabai rawit di Desa Sukadadi dan Desa Wiyono adalah 67 petani, dengan rincian 37 petani Desa Sukadadi dan 30 petani Desa Wiyono (UPTD BP3 Kecamatan Gedong Tataan, 2022). Populasi tersebut selanjutnya ditentukan jumlah sampel yang akan diambil.

Penentuan jumlah sampel petani cabai rawit menggunakan rumus yang merujuk pada teori Sugiarto, dkk (2003), yaitu:

$$n = \frac{NZ^2S^2}{Nd^2+Z^2S^2} \dots\dots\dots(7)$$

$$n = \frac{67 \times (1,96)^2 \times 0,05}{67(0,05)^2 + (1,96)^2 \times 0,05} \dots\dots\dots(8)$$

$$n = 35,78 = 36 \text{ jiwa} \dots\dots\dots(9)$$

Keterangan: n : jumlah sampel
 N : jumlah populasi (67)
 S² : variasi sampel (5% = 0,05)
 Z : tingkat kepercayaan (95% = 1,96)
 d : derajat penyimpangan (5% = 0,05)

Berdasarkan penentuan sampel pada persamaan 8, maka diperoleh jumlah sampel sebanyak 36 petani. Alokasi proporsi sampel tiap desa diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$n_a = \frac{N_a}{N_{ab}} \times n_{ab} \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan: n_a : jumlah sampel desa A
 n_{ab} : jumlah sampel keseluruhan
 N_a : jumlah populasi desa A
 N_{ab} : jumlah populasi keseluruhan

Sampel di Desa Sukadadi adalah

$$n_a = \frac{37}{67} \times 36 \dots\dots\dots(11)$$

$$= 20 \dots\dots\dots(12)$$

Sampel di Desa Wiyono adalah

$$n_a = \frac{30}{67} \times 36 \dots\dots\dots(13)$$

$$= 16 \dots\dots\dots(14)$$

Berdasarkan persamaan 11 diperoleh alokasi sampel petani Desa Sukadadi sebanyak 20 petani dan sampel petani Desa Wiyono sebanyak 16 petani. Pengumpulan data melalui wawancara terhadap responden petani dan lembaga perantara pemasaran dilaksanakan pada Juli sampai Agustus 2023.

Jumlah responden dalam analisis pendapatan usahatani cabai rawit adalah 36 petani cabai rawit responden yang terdiri dari 14 petani cabai rawit merah dan 22 petani cabai rawit hijau, sedangkan responden dalam analisis sistem pemasaran cabai rawit terdiri 36 petani, 4 pedagang pengumpul dan 21 pedagang pengecer.

D. Metode Pengumpulan Data dan Metode Analisis Data

1. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara mewawancarai responden secara langsung dengan menggunakan kuesioner penelitian. Wawancara merupakan tahap penggalan informasi dan data berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan sebagai alat bantu pengumpulan data dan pengamatan serta pencatatan langsung dari lokasi penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai literatur, buku, jurnal, instansi terkait seperti Badan Pusat Statistika, Pusat Data dan Informasi Pertanian dan pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

2. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif dan data kuantitatif. Analisis data kualitatif dilakukan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku pasar, dan saluran pemasaran. Analisis data kuantitatif digunakan untuk menganalisis pendapatan usahatani cabai rawit dan R/C ratio, sedangkan untuk mengetahui sistem pemasaran cabai rawit digunakan analisis deskriptif kuantitatif melalui margin pemasaran, *farmers share*, dan *ratio profit margin*.

a. Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Rawit

Pendapatan usahatani cabai rawit dikaji dengan dua indikator, yaitu pendapatan usahatani cabai rawit dan R/C rasio. Analisis pendapatan digunakan untuk melihat manfaat atau keuntungan dari suatu usahatani, sehingga dapat dinilai tingkat kelayakan suatu usahatani tersebut.

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa pendapatan usahatani dibedakan menjadi pendapatan atas biaya tunai, biaya diperhitungkan dan biaya total. Biaya tunai adalah biaya yang benar-benar dikeluarkan oleh petani. Biaya diperhitungkan adalah biaya yang tidak secara nyata dikeluarkan oleh petani tetapi diperhitungkan sebagai biaya usahatani. Biaya total adalah penjumlahan dari biaya tunai dan biaya diperhitungkan. Secara matematis perhitungan pendapatan usahatani dirumuskan sebagai:

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(15)$$

Keterangan: π : pendapatan (Rupiah)
 TR : total penerimaan (Rp/musim tanam)
 TC : total biaya usahatani (Rupiah)

Analisis R/C rasio digunakan untuk mengetahui kelayakan dari kegiatan usahatani yang dilaksanakan dengan membandingkan antara total penerimaan dengan total biaya (R/C Rasio). Secara matematis R/C rasio dirumuskan sebagai (Soekartawi, 2002):

$$R/C = TR/TC \dots\dots\dots(16)$$

Keterangan: R/C : Nisbah penerimaan dan biaya
 TR : Total *Revenue* (Penerimaan)
 TC : Total *Cost* (biaya)

Dengan kriteria:

- (1) Rasio $R/C > 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan yang lebih besar dari satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut menguntungkan.

- (2) Rasio $R/C = 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan sama dengan satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut dalam kondisi *break event point* (BEP), yaitu tidak untung dan tidak rugi.
- (3) Rasio $R/C < 1$, menunjukkan bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan dalam usaha tersebut akan menghasilkan penerimaan yang lebih kecil dari satu rupiah. Dengan kata lain, usaha tersebut merugikan atau tidak efisien.

b. Analisis Pemasaran Cabai Rawit

Dalam penelitian ini untuk menganalisis sistem pemasaran cabai rawit dianalisis dengan model S-C-P (*Structure, Conduct, Performance*) yang terdiri dari :

(1) Struktur Pasar (*Market Structure*)

Struktur pasar merupakan karakteristik pasar yang menggambarkan hubungan antara penjual dan pembeli. Untuk melihat struktur pasar digunakan analisis deskriptif terhadap jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, kondisi keluar masuk pasar dan tingkat pengetahuan pasar.

(2) Perilaku Pasar (*Market Conduct*)

Perilaku pasar dapat dilihat dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu kegiatan pembelian dan penjualan, pembentukan harga, serta sistem pembayaran.

(3) Keragaan Pasar (*Market Performance*)

Keragaan pasar dalam penelitian ini dapat dianalisis dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu:

(a) Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran cabai rawit dianalisis dengan mengamati dan menelusuri kegiatan pemasaran mulai dari petani sampai konsumen akhir, sehingga akan membentuk pola saluran pemasaran yang terjadi dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Analisis ini juga digunakan sebagai acuan dalam menghitung biaya yang dikeluarkan setiap lembaga pemasaran sehingga diperoleh margin pemasaran, *farmers share* dan *rasio profit margin*.

(b) Marjin Pemasaran

Marjin pemasaran dihitung berdasarkan pengurangan harga penjualan dengan harga pembelian pada setiap lembaga pemasaran (Hasyim, 2012). Besarnya marjin pemasaran merupakan penjumlahan dari biaya-biaya pemasaran dan keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing lembaga perantara pemasaran, dapat dirumuskan sebagai:

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots(17)$$

Marjin pemasaran merupakan perbedaaan harga pada tingkat produsen (P_f) dengan harga di tingkat konsumen atau pengecer (P_r) yang terdiri dari keuntungan dan biaya dengan total marjin pemasaran

dalam saluran pemasaran tertentu, dirumuskan sebagai (Hasyim, 2012) :

$$M_{ji} = P_r - P_f \dots\dots\dots(18)$$

Keterangan: m_{ji} : margin pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 P_{si} : harga jual pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 P_{bi} : harga beli pada lembaga pemasaran tingkat ke-i
 b_{ti} : biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i
 π_i : keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
 M_{ji} : Total margin pada satu saluran
 P_r : harga pada tingkat konsumen akhir
 P_f : harga pada tingkat produsen
 i : 1,2,3,..., n

(c) *Farmer's Share*

Analisis *Farmer's Share* (FS) digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima produsen (petani cabai rawit) dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, dinilai dalam bentuk persentase. Semakin tinggi pangsa produsen, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. *Farmers share* diperoleh dengan menggunakan rumus (Hasyim, 2012):

$$F_s = P_f/P_r \times 100\% \dots\dots\dots(19)$$

Keterangan: F_s : persentase yang diterima petani
 P_f : harga di tingkat petani
 P_r : harga di tingkat konsumen

(d) *Ratio Profit Margin* (RPM)

Rasio profit margin merupakan perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang

dikeluarkan oleh lembaga perantara pemasaran yang sama. Secara matematis, perhitungan ratio profit margin (RPM) dapat dirumuskan sebagai (Hasyim, 2012) :

$$\text{RPM} = \pi_i / b_{ti} \dots\dots\dots(20)$$

Keterangan: b_{ti} : biaya pemasaran lembaga perantara pemasaram tingkat ke-i
 π_i : keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i

IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Kabupaten Pesawaran

Kabupaten Pesawaran merupakan kabupaten kesebelas yang ada di Provinsi Lampung. Kabupaten Pesawaran terbentuk pada tahun 2007 berdasarkan Undang-undang No. 33 tahun 2007. Ibukota Kabupaten Pesawaran berada di Kecamatan Gedong Tataan yang berjarak 27 km dari Bandar Lampung (Ibukota Provinsi Lampung). Secara geografis Kabupaten Pesawaran terletak di antara 5°10' - 5°50' Bujur Timur dan antara 105°-105°20' Lintang Selatan, dengan luas wilayah secara keseluruhan 1.173,77 km² (Badan Pusat Statistika, 2022).



Gambar 4. Peta Administrasi Kabupaten Pesawaran
Sumber : Pemerintah Kabupaten Pesawaran, 2022

Berdasarkan data oleh Badan Pusat Statistik (2022), jumlah kecamatan di Kabupaten Pesawaran telah mengalami perubahan pada tahun 2007 hingga sekarang akibat adanya pemekaran dengan penambahan 4 kecamatan. Saat ini, total kecamatan di Kabupaten Pesawaran adalah 11 kecamatan, yaitu; Padang Cermin, Punduh Pidada, Kedondong, Way Lima, Gedong Tataan, Negeri Katon, Tegineneng, Marga Punduh, Way Khilau, Way Ratai dan Teluk Pandan. Batas wilayah administrasi Kabupaten Pesawaran adalah di:

- (a) sebelah Utara, berbatasan dengan Kabupaten Lampung Tengah,
- (b) sebelah Selatan, berbatasan dengan Teluk Lampung Kabupaten Tanggamus,
- (c) sebelah Barat, berbatasan dengan Kabupaten Tanggamus, dan
- (d) sebelah Timur, berbatasan dengan Kabupaten Lampung Selatan dan Kota Bandar Lampung.

Kabupaten Pesawaran merupakan daerah tropis, dengan curah hujan rata-rata antara 23-312 mm, suhu udara rata-rata antara 26,05-27,47°C, dan rata-rata kelembaban udara antara 80,37-87,51%. Kontur wilayah Kabupaten Pesawaran bervariasi mulai dari daerah pesisir hingga perbukitan. Sebanyak 4 kecamatan terletak di wilayah pesisir, yaitu Kecamatan Punduh Pidada, Kecamatan Marga Punduh, Kecamatan Padang Cermin, dan Kecamatan Teluk Pandan. Kecamatan Punduh Pidada merupakan kecamatan di wilayah pesisir yang memiliki jumlah pulau terbanyak mencapai 29 pulau, sedangkan wilayah perbukitan paling tinggi berada di Kecamatan Way Lima yang mencapai 700 mdpl (Badan Pusat Statistika, 2022).

Luas wilayah Kabupaten Pesawaran adalah 1.173,77 km² dengan jumlah penduduk 481.708 jiwa yang terdiri atas 248.028 jiwa penduduk laki-laki dan 233.680 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk di Kabupaten Pesawaran pada tahun 2021 mencapai 410,39 jiwa/km². Kepadatan penduduk di 11 kecamatan cukup beragam dengan kepadatan penduduk tertinggi berada di Kecamatan Gedong Tataan (1.116,06 jiwa/km²) dan terendah di Kecamatan Punduh Pidada (138,15 jiwa/km²).

Mata pencaharian penduduk di Kabupaten Pesawaran mayoritas bergerak pada bidang pertanian, manufaktur dan jasa. Sektor pertanian memegang peran yang sangat penting di Kabupaten Pesawaran. Produksi tanaman hortikultura tertinggi dalam komoditas sayuran di Kabupaten Pesawaran adalah cabai, dengan luas panen mencapai 602 hektar dengan produksi 4.038,8 ton. Sementara itu, dalam komoditas buah-buahan, produksi tanaman hortikultura tertinggi adalah pisang, dengan total produksi mencapai 366.495,3 ton. Di sisi lain, produksi dan luas areal tanaman perkebunan terbesar di Kabupaten Pesawaran berasal dari komoditas kakao, dengan luas panen 23.909 hektar dan total produksi mencapai 28.468,55 ton.

B. Kecamatan Gedong Tataan

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2022) diketahui bahwa Kecamatan Gedong Tataan adalah sebuah kecamatan yang juga menjadi ibu kota dan pusat pemerintahan Kabupaten Pesawaran yang terdiri dari 19 desa. Secara administratif, letak Kecamatan Gedong Tataan menurut batas wilayah berbatasan dengan :

- (a) Kecamatan Negri Katon dan Kabupaten Pringsewu di sebelah Utara,
- (b) Kecamatan Padang Cermin dan Kecamatan Kedondong, Kabupaten Pesawaran di sebelah Selatan,
- (c) Kecamatan Way Lima dan Kecamatan Kedondong, Kabupaten Pesawaran di sebelah Barat, dan
- (d) Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung di sebelah Timur.

Kecamatan Gedong Tataan memiliki luas wilayah 97,06 km² dengan jumlah penduduk sebanyak 106.120 jiwa yang terdiri dari 54.190 jiwa penduduk laki-laki dan 51.930 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk di Kecamatan Gedong Tataan tahun 2020 mencapai 535,03 jiwa/km². Peranan sektor pertanian di Kecamatan Gedong Tataan memiliki peran penting dalam perekonomian rakyat dengan total luas lahan 9.706 hektar. Beberapa jenis

komoditas unggulan pertanian di Kecamatan Gedong Tataan, yaitu Padi, Pisang, Durian, Jeruk, Bayam, Cabai, Bawang Merah, dan Ketimun.

C. Desa Wiyono

Berdasarkan data pada Arsip Desa Wiyono (2019), Desa Wiyono merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran. Desa Wiyono memiliki luas 1912 ha yang terdiri dari delapan dusun, yaitu Dusun Wiyono, Dusun Way Linti, Dusun Sukatinggi, Dusun Way Hui, Dusun KM 21, Dusun Dam C, Dusun Gunung Rejo, dan Dusun Candi Rejo. Secara administratif, batas wilayah Desa Wiyono adalah di:

- (a) sebelah Utara, berbatasan dengan Desa Tanjung Rejo dan Desa Taman Sari,
- (b) sebelah Timur, berbatasan dengan Desa Sukabanjar dan Desa Negeri Sakti,
- (c) sebelah Barat, berbatasan dengan Desa Kebagusan dan Desa Tanjung Rejo, dan
- (d) sebelah Selatan, berbatasan dengan Desa Bogorejo dan Kota Bandar Lampung.

Jumlah penduduk Desa Wiyono adalah 7.732 jiwa, yang terdiri dari 3.992 jiwa penduduk laki-laki dan 3.740 jiwa penduduk perempuan. Masyarakat Desa Wiyono mayoritas bekerja sebagai petani, pedagang, dan swasta. Dengan kegiatan perekonomian penduduk pada bidang pertanian, guna lahan di Desa Wiyono terdiri dari 69,8% lahan untuk pertanian, 28,61% untuk pemukiman dan perdagangan, serta 0,68% untuk jalan. Beberapa usaha pertanian yang terdapat di Desa Wiyono diantaranya usahatani padi dan sayuran; perkebunan seperti kakao, kopi, lada, karet, pala; dan peternakan seperti kambing, sapi dan unggas.

D. Desa Sukadadi

Berdasarkan data yang diperoleh dari Arsip Desa Sukadadi (2020), Desa Sukadadi merupakan salah satu desa di Kecamatan Gedong Tataan, memiliki luas wilayah 1.005 hektar yang terbagi atas permukiman 150 hektar, lahan pertanian 727 hektar, dan lainnya. Desa Sukadadi terdiri dari sepuluh dusun yaitu Dusun I (Sukamulya), Dusun II (Sukasari), Dusun III (Sukadadi), Dusun IV (Sukodadi), Dusun V (Sukadadi), Dusun VI (Sukadadi) Dusun VII (Sepakat), Dusun VIII (Karangsari) Dusun IX (Sukajaya), Dusun X (Sukadadi).

Jumlah penduduk Desa Sukadadi adalah 5735 jiwa yang terdiri dari 2.930 penduduk laki-laki dan 2.805 jiwa penduduk perempuan. Kepadatan penduduk Desa Sukadadi mencapai 467,50 jiwa per km². Sebagian besar penduduk Desa Sukadadi bekerja sebagai petani dengan sebagian besar wilayahnya dijadikan usaha pertanian, seperti padi dan sayuran; perkebunan kopi dan karet; serta peternakan (Badan Pusat Statistika, 2022).

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan menguntungkan dan layak diusahakan, dengan pendapatan total sebesar Rp 24.074.027,85/ha untuk cabai rawit merah dan Rp 22.234.089,73/ha untuk cabai rawit hijau dalam satu musim tanam, dengan nilai R/C masing-masing sebesar 1,90 dan 1,86 ($R/C > 1$).
2. Sistem pemasaran cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan berdasarkan analisis SCP dinyatakan belum efisien, karena struktur pasar yang terjadi adalah pasar oligopsoni pada tingkat petani dan oligopoli pada tingkat pedagang pengumpul dan pengecer. Perilaku pasar dalam hal penentuan dan pembentukan harga lebih dikuasai oleh lembaga perantara pemasaran, namun tetap melalui proses negosiasi untuk mencapai kesepakatan harga. Keragaan pasar cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran dengan nilai margin pemasaran yang relatif tinggi dengan *ratio profit margin* (RPM) yang tidak menyebar merata antar lembaga pemasaran. Meskipun demikian, dilihat dari sisi *farmers share*, sistem pemasaran cabai rawit merah dan cabai rawit hijau di Kecamatan Gedong Tataan sudah efisien karena nilai *farmers share* $>60\%$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Petani disarankan untuk memperbaiki budidaya cabai rawit dengan memaksimalkan penggunaan pupuk kandang sesuai anjuran, memilih saluran pemasaran II (Petani – Pengecer – Konsumen) dalam mendistribusikan hasil produksi usahatani cabai rawit serta memperluas pengetahuan pasar sehingga dapat memperoleh harga jual terbaik untuk meningkatkan pendapatan petani.
2. Lembaga perantara pemasaran sebaiknya lebih terbuka dalam proses negosiasi harga dan memberikan informasi pasar secara lengkap kepada petani, sehingga kesepakatan harga yang dicapai lebih adil dan mengurangi dominasi lembaga perantara pemasaran dalam penentuan harga.
3. Pemerintah dapat meningkatkan kecepatan dalam penyampaian informasi harga, serta integrasi dengan platform digital untuk memberikan informasi yang *realtime*, sehingga petani memiliki pengetahuan pasar yang lebih baik untuk menentukan strategi pemasaran yang menguntungkan.
4. Penelitian ini terbatas hanya membahas mengenai pendapatan usahatani dan sistem pemasaran cabai rawit, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas mengenai analisis risiko usahatani cabai rawit di Kecamatan Gedong Tataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhar, E., Isyaturriyadhah, & Fikriman. 2018. Analisis Pemasaran Kentang di Desa Pulau Tengah Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin. *Jurnal Agri Sains*, 2(01).
- Adityas, M. R., Hasyim, A. I., & Affandi, M. I. 2018. Analisis Pendapatan dan Pemasaran Sayuran Unggulan di Kawasan Agropolitan Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 6(1), 41-48.
- Agnes, A., & Antara, M. 2017. Analisis Pendapatan dan Kelayakan Usahatani Cabai Rawit di Desa Sunju Kecamatan Marowola Kabupaten Sigi. *Agrotekbis*, 5(1), 86-91.
- Aminah, Syam, N., & Palad, M. 2022. Respon Pertumbuhan dan Produksi Cabai Rawit (*Capsicum frutescens* L.) Terhadap Aplikasi Pupuk Kandang Ayam dan Pupuk Kandang Sapi. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 10, 222-227.
- Arlin, N. A., Arifin, B., & Suryani, A. 2017. Pola Konsumsi Pangan pada Rumah Tangga Petani di Desa Ruguk Kecamatan Ketapang Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 206-210.
- Asmarantaka, R. W. 2009. *Pemasaran Produk-Produk Pertanian dalam Bunga Rampai Agribisnis*. Bogor: IPB Press.
- Asmarantaka, R. W., Juniar, A., & Yanti, N. M. 2017. Konsep Pemasaran Agribisnis : Pendekatan Ekonomi dan Manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2), 151-172.
- Asmayanti. 2012. *Sistem Pemasaran Cabai Rawit Merah di Desa Cigedug Kabupaten Garut*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Badan Pusat Statistika. 2021. *Provinsi Lampung dalam Angka 2021*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Badan Pusat Statistika. 2022. *Kabupaten Pesawaran Dalam Angka Tahun 2022*. BPS Kabupaten Pesawaran. Pesawaran.

- Badan Pusat Statistika. 2022. *Provinsi Lampung dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. Bandar Lampung.
- Cahyono, B. 2003. *Cabai Rawit : Teknik Budidaya dan Analisis Usahatani*. Kanisius. Yogyakarta.
- Dahl, D., & Hammond, J. 1997. *Market and Price Analysis The Agricultural Industries*. McGraw-Hill Book Company. New York.
- Danil, Firdaus, M., & Hartoyo, S. 2014. Produksi dan Pemasaran Kakao di Kabupaten Padang Pariaman, Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 11(1), 41-51.
- Direktorat Sayuran dan Tanaman Obat. 2023. *Budidata Cabai di Dataran Tinggi (Standar Operasional Prosedur)*. Jakarta: Pertanian Press.
- Faezal, Permadi, I. D., & Heriyana, N. 2023. Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Cabai Merah di Kota Mataram. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 431-442.
- Harpenas, A., & Dermawan, R. 2010. *Budidaya Cabai Unggul*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Hasyim, A. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Irawan, B. 2007. Fluktuasi Harga, Tranmisi Harga, dan Margin Pemasaran Sayuran dan Buah. *Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, 358-373.
- Kesuma, R., Zakaria, W. A., & Situmorang, S. 2016. Analisis Usahatani dan Pemasaran Bawang Merah di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 4(1), 1-7.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Terjemahan Jilid Kesatu*. Prenhalindo. Jakarta.
- Kurniawati, A. A., Syafi'i, I., & Rondhi, M. 2017. Perilaku Petani Cabai Rawit terhadap Resiko Fluktuasi Harga di Kecamatan Gumukmas Kabupaten Jember. *JSEP*, 10, 1-7.
- Lagiman, & Supriyanta, B. 2021. *Karakteristik dan Morfologi Pemuliaan Tanaman Cabai*. LPPM UPN Veteran Yogyakarta. Yogyakarta.
- Limbong, W., & Sitorus, P. 1985. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.

- Lubis, H. P. 2022. *Analisis Pendapatan dan Pemasaran Cabai Rawit di Desa Pantai Raja Kecamatan Perhentian Raja Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau. Pekanbaru.
- Mala, N., Prasmatiwi, F. E., & Sayekti, W. D. 2021. Pendapatan dan Risiko Usahatani Cabai di Kecamatan Sumberejo Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 9(1), 91-98.
- Mandang, M., Sondakh, M. L., & Laoh, O. H. 2020. Karakteristik Petani Berlahan Sempit di Desa Tolok Kecamatan Tompaso. *Agri-Sosio Ekonomi*, 105-114.
- Moekasan, T., Prabaningrum, & Yoga. 2014. *Panduan Praktis Budidaya Cabai Merah Berdasarkan Konsepsi Pengendalian Hama Terpadu (HPT)*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Mubyarto. 1995. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.
- Nisa, U. C., Haryono, D., & Murniati, K. 2018. Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Merah di Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 6(2), 149-154.
- Nooyo, I., & Fatmawati. 2021. Analisis Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum frutescens* L) di Desa Suka Makmur Kecamatan Patilanggio Kabupaten Puhuwato. *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 9(3), 169-180.
- Novitasari, Y. D. 2014. *Pemasaran dan Pendapatan Usahatani Cabai Merah Keriting Anggota dan Non Anggota Gapoktan Rukun Tani, Desa Citapen, Kecamatan Ciawi, Kabupaten Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Nurhanifah, Kassa, S., & Wirahatmi. 2023. Analisis Pemasaran cabai Rawit di Desa Maku Kecamatan dolo Kabupaten Sigi. *Agrotekbis*, 11(4), 930-937.
- Pradika, A., Hasyim, A. I., & Soelaiman, A. 2013. Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 1(1), 25-35.
- Prayitno, A. B., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. 2013. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih KAbupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis (JIIA)*, 1(1), 53-39.
- Pusat Data dan Informasi Pertanian. 2020. *Outlook Cabai Rawit Komoditas Pertanian Subsektor Holtikultura*. Informasi Pertanian Sekretariat Jendral Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Pusat Data dan Informasi Pertanian. 2021. *Buletin Konsumsi Pangan*. Jakarta: Pusat Data dan Informasi Pertanian Sekretariat Jendral kementerian Pertanian.

- Pusat Informasi Harga Pangan Strategis Nasional. 2022. *Harga Cabai Rawit Provinsi Lampung Juli-September*. Retrieved from <https://hargapangan.id/>
- Putra, D. D. 2021. Analisis Pendapatan Petani Cabai Rawit Mitra PT Tunas Agro Persada Sayung Kabupaten Demak. *Jurnal AGRISTAN*, 3(1), 26-40.
- Rasidin, Yusriadi, & Raman. 2018. Analisis Pendapatan dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum* L) di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 4, 84-91.
- Safutri, R. 2014. *Efisiensi dan Pendapatan Usahatani Cabai Keriting di Desa Perbawati Kecamatan Sukabumi Kabupaten Sukabumi Jawa Barat*. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Sajogyo. 1977. Golongan Miskin dan Partisipasi dalam Pembangunan Desa. *Prisma. LP3ES*, 10-17.
- Saputra, I. D., & Wenagama, I. (2019). Analisis Efisiensi Faktor Produksi Usahatani Cabai Merah di Desa Buahah. Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal EP Unud*, 8(1), 31-60.
- Sekaran, U. 2006. *Metode Penelitian untuk Bisnis Edisi 4 Buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.
- Singarimbun, M., & Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Sugiarto, Siagian, D., Sunaryanto, L. T., & Oetomo, D. S. 2003. *Teknik Sampling*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suratiyah, K. 2009. *Ilmu Usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Susilowati, S. H., & Maulana, M. 2012. Luas Lahan Usahatani dan Kesejahteraan Petani : Eksistensi Petani Gurem dan Urgensi Kebijakan reforma Agraria. *Analisis Kebijakan Pertanian. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.*, 10(1), 17-30.
- Syahputra, N., Mawardati, & Suryadi. 2017. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Petani Memilih Pola Tanam pada Tanaman Perkebunan di Desa Paya Palas Kecamatan Ranto Peureulak Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal AGRIFO*, 2(1).

- Ulma, R. O., & Ningsih, R. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Produksi Usahatani Padi Sawah di Kecamatan Senyerang Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Journal of Agribusiness and Local Wisdom*, 2(2).
- Umar, D. Y., Talumingan, C., & Pangemanan, P. A. 2020. Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Toluaya Kecamatan Bolaang Uki. *Agrirud*, 2(3), 206-214.
- Widyawan, I. B., & Wenagama, I. 2019. Peran Produksi dalam Mediasi Pengaruh Luas Lahan, Modal, dan Tenaga Kerja terhadap Pendapatan Petani Kopi. *E-Jurnal EP Unud*, 10(9), 3703-3739.