

**ANALISIS PEMASARAN DAN MASALAH PENGOLAHAN KOMODITAS CABAI  
MERAH KERITING (*Capsicum annum L.*) DI KECAMATAN TAMALATE  
KOTA MAKASSAR**

**FATHIYYAH NURUL AFIYAH  
G021191017**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2024**

**ANALISIS PEMASARAN DAN MASALAH PENGOLAHAN KOMODITAS CABAI  
MERAH KERITING (*Capsicum annum L.*) DI KECAMATAN TAMALATE  
KOTA MAKASSAR**

**FATHIYYAH NURUL AFIYAH**

**G021 19 1017**



Scripsi

Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Pertanian

pada

Departemen Sosial Ekonomi Pertanian

Fakultas Pertanian

Universitas Hasanuddin

Makassar

**DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**


**MAKASSAR**

**2024**


## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar  
Nama : Fathiyah Nurul Afiyah  
NIM : G021191017

Disetujui oleh:

  
Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si  
Ketua

  
Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb  
Anggota

  
Prof. Dr. A. Nisla Fenriawaru, S.P., M.Si  
Ketua Departemen

Tanggal Lulus: 17 Januari 2024

**PANITIA UJIAN SARJANA PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

---

---

**JUDUL** : ANALISIS PEMASARAN DAN MASALAH  
PENGOLAHAN KOMODITAS CABAI MERAH  
KERITING (*Capsicum annuum L.*) DI KECAMATAN  
TAMALATE KOTA MAKASSAR

**NAMA MAHASISWA** : FATHIYYAH NURUL AFIYAH

**NIM** : G021191017

**SUSUNAN PENGUJI**

**Dr. Ir. Rahmadanih, M.Si.**

Ketua Sidang

**Ni Made Viantika S. S.P., M.Agb**

Anggota

**Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.**

Anggota

**Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.**

Anggota

---

---

**Tanggal Ujian: 17 Januari 2024**

## DEKLARASI

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi saya berjudul “*Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (Capsicum annuum L.) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar*” benar adalah karya saya dengan arahan tim pembimbing, pernah diajukan atau sedang diajukan dalam bentuk jurnal kepada Jurnal JEPA. Saya menyatakan bahwa semua sumber informasi yang digunakan telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Makassar, 17 Januari 2024



Fathiyyah Nurul Afiyah

G021 19 1017

## ABSTRAK

FATHIYYAH NURUL AFIYAH. Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (*Capsicum annuum L.*) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Pembimbing: RAHMADANIH dan NI MADE VIANTIKA S.

Kecamatan Tamalate merupakan kecamatan di Kota Makassar yang memproduksi cabai merah keriting. Pemasaran komoditas cabai merah keriting perlu untuk diperhatikan agar lebih efisien, kondisi cabai masih tetap segar sampai di konsumen dan keseluruhan lembaga pemasaran mendapatkan keuntungan yang adil. Cabai memiliki masa simpan yang pendek karena mudah mengalami kerusakan sehingga perlu dilakukan pengolahan lanjutan sebelum dilakukan pemasaran. Namun petani tidak melakukan pengolahan lanjutan sehingga perlu diketahui masalah yang terjadi dalam pengolahan cabai merah keriting. Penelitian ini bertujuan untuk: mengidentifikasi saluran pemasaran, menganalisis margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran dan mengidentifikasi masalah pengolahan komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif pada rumusan masalah pertama dan ketiga. Sedangkan rumusan masalah kedua menggunakan analisis deskriptif kuantitatif menggunakan rumus untuk margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat tiga saluran pemasaran cabai merah keriting yang ada di Kecamatan Tamalate (2) Pada saluran pemasaran I memiliki margin pemasaran sebesar Rp.5.000, *farmer's share* sebesar 75% dan efisiensi pemasaran sebesar 5,475%. Pada saluran pemasaran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp.10.000, *farmer's share* sebesar 60% dan efisiensi pemasaran sebesar 4,465%. Pada saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran sebesar Rp.10.000, *farmer's share* sebesar 60% dan efisiensi pemasaran sebesar 13,525% . Sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran II. (3) Terdapat masalah pengolahan yang terjadi yaitu petani merasa terbebani untuk mengeluarkan biaya lebih, terjadi penurunan harga cabai sehingga petani tidak memanen cabainya dan peminat cabai bubuk jauh lebih sedikit.

**Kata Kunci:** Cabai merah keriting; Pemasaran; Pengolahan

## ABSTRACT

FATHIYYAH NURUL AFIYAH. *Marketing Analysis and Processing Problems of Curly Red Chili Commodities (Capsicum annum L.) in Tamalate District Makassar City. Supervised by: RAHMADANIH and NI MADE VIANTIKA S.*

*Tamalate District is a sub-district in Makassar City that produces curly red chilies. It is necessary to pay attention to the marketing of curly red chili commodities so that they are more efficient, the chilies are still fresh until they reach consumers and all marketing institutions get fair profits. Curly red chili has a short shelf life because it is easily damaged so it needs further processing before marketing. However, farmers do not carry out further processing so it is necessary to know the problems that occur in processing curly red chilies. This research aims to: identify marketing channels, analyze marketing margins, farmer's share, and marketing efficiency and identify processing problems of curly red chili commodities in Tamalate District, Makassar City. This research uses a qualitative descriptive analysis method in the first and third problem formulations. Meanwhile, the second problem formulation uses quantitative descriptive analysis using formulas for marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency. The results of the research show that: (1) There are three marketing channels for curly red chilies in Tamalate District (2) Marketing channel I has a marketing margin of IDR 5,000, farmer's share of 75% and marketing efficiency of 5.475%. Marketing channel II has a marketing margin of IDR 10,000, farmer's share of 60%, and marketing efficiency of 4.465%. Marketing channel III has a marketing margin of IDR 10,000, farmer's share of 60%, and marketing efficiency of 13.525%. So the most efficient marketing channel is marketing channel II. (3) There are processing problems that occur, farmers feel burdened to pay more, there is a decrease in the price of chilies so that farmers do not harvest their chilies and there are fewer people interested in chili powder.*

**Key words:** *Curly red chili; Marketing; Processing*

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Fathiyyah Nurul Afiyah**, lahir di Makassar, Sulawesi Selatan pada tanggal 08 Mei 2001 merupakan anak dari pasangan H. Umar Semmana, S.E., M.M. dan Hj. Susi Lestari Yuliati, S.E., Ak. Penulis merupakan anak bungsu dari tiga bersaudara. Selama hidupnya, penulis menempuh beberapa tingkat pendidikan formal yaitu:

1. TK Handayani, Kota Makassar Tahun 2006-2007
2. SD Plus Al-Ashri, Kota Makassar Tahun 2007-2013
3. SMP Negeri 12 Makassar, Kota Makassar Tahun 2013-2016
4. SMA Negeri 5 Makassar, Kota Makassar Tahun 2016-2019

Selanjutnya dinyatakan lulus melalui jalur SBMPTN menjadi mahasiswi strata 1 (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian pada tahun 2019. Selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan menjadi bagian dari Badan Pengurus Harian Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) Periode 2021/2022 sebagai Staf Sekretaris serta aktif dalam kepanitiaan di dalamnya. Selain itu, penulis juga pernah memenangi lomba ide bisnis millennial yang diadakan oleh Universitas Gadjah Mada. Penulis juga pernah mengikuti program kampus merdeka KMMI *Viral Marketing* 101 di Universitas Andalas. Penulis juga pernah menjalani magang di kantor Dinas Tanaman Pangan, Hortikultura dan Perkebunan Provinsi Sulawesi Selatan pada Tahun 2022. Penulis juga aktif menjadi asisten dosen pada mata kuliah Kewirausahaan dan Analisis Perencanaan dan Pengembangan Agrosistem (APPAS) pada tahun 2022. Selain itu, penulis juga aktif mengikuti seminar dan pelatihan di tingkat universitas, nasional dan internasional.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Skripsi dengan judul “**Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar**” ini di bawah bimbingan Ibu **Dr. Ir. Rahmadanah, M.Si.** dan Ibu **Ni Made Viantika S., S.P., M.Agb.** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kesulitan dan hambatan yang penulis hadapi. Penulis juga menyadari adanya keterbatasan dalam kemampuan yang penulis miliki sehingga skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Aamiin Ya Rabbal Aalamin.*

Makassar, 17 Januari 2024

Penulis

## PERSANTUNAN

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabatakatuh*

*Alhamdulillah Rabbil Alamiin*, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar**”. Sholawat serta salam juga tidak henti-hentinya penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai tauladan hingga akhir zaman.

Selama masa perkuliahan, penulis menyadari bahwa banyak rintangan dan cobaan yang harus dilalui. Tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak akan mampu untuk bertahan hingga bisa sampai di garis akhir seperti saat ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan dengan sepeoleh hati rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang saya cintai dan sayangi yaitu **Bapak H. Umar Semmana, S.E., M.M.** dan **Ibu Susi Lestari Yuliati, S.E., Ak.** Tanpa doa, kasih sayang, dukungan dan motivasi yang telah diberikan, penulis tidak akan bisa berada di posisi seperti sekarang ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ungkapkan karena selalu mendidik dan menyayangi penulis dengan tulus, sabar dan Ikhlas. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua kakak saya **Fadly Nur Rahman Umar, S.Km., M.Kes** dan **Muh. Fauzy Lesmana, S.Kom** karena telah menyayangi dan menyemangati penulis tanpa henti. Semoga ayah, ibu, dan kakak-kakaku selalu sehat, bahagia, dan semua hal yang telah diberikan kepada penulis dapat dibalas oleh Allah SWT. dengan cara yang sebaik-baiknya.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian hingga penyelesaian skripsi tidak sedikit kendala yang dihadapi oleh penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini izinkan penulis untuk menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu **Dr. Ir. Rahmadanah, M.Si** dan Ibu **Ni Made Viantika S. S.P., M.Agb**, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, saran, nasehat dan motivasi kepada penulis sejak awal penyusunan skripsi. Penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk penulis. Penulis juga ingin mengungkapkan permohonan maaf sebesar-besarnya atas segala kesalahan yang penulis lakukan baik secara lisan maupun tingkah laku selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi ini berlangsung. Penulis berharap semoga Ibu senantiasa diberikan kesehatan, diberikan kemudahan di setiap urusannya dan dilindungi oleh Allah SWT.
2. Bapak **Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si** dan Ibu **Pipi Diansari, S.E., M.Si., Ph.D.**, selaku dosen penguji yang telah memberikan penulis kritik serta saran yang membangun untuk memperbaiki penyusunan skripsi ini. Penulis mengungkapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala kesalahan yang penulis lakukan baik secara lisan maupun tingkah laku selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi ini. Penulis berharap semoga Bapak dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
3. Ibu **Rasyidah Bakri, S.P., M.Sc.** selaku panitia seminar proposal dan Kak **Farrel** selaku panitia ujian akhir, terima kasih banyak penulis ucapkan karena telah meluangkan waktunya dan memberi bantuan dalam pengaturan jadwal serta pelaksanaan seminar dan ujian. Penulis berharap semoga Ibu dan Kakak senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.

4. Ibu **Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, dan Bapak **Ir. Rusli M. Rukka, M.Si.**, selaku Ketua dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah memberi banyak pengetahuan dan arahan selama proses perkuliahan berlangsung. Penulis berharap semoga Bapak dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
5. Bapak **Prof. Dr. Ir. Darmawan Salman, MS.**, selaku dosen pembimbing akademik yang telah banyak memberikan arahan dan nasehat bagi penulis selama masa perkuliahan. Penulis berharap semoga Bapak senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
6. **Seluruh Bapak dan Ibu Dosen** pada Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, yang telah memberikan penulis ilmu, nasehat dan motivasi selama proses perkuliahan. Penulis berharap semoga Bapak dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan dan dilindungi oleh Allah SWT.
7. **Seluruh staf dan pegawai Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah membantu penulis dalam proses administrasi selama masa perkuliahan hingga proses penyelesaian tugas akhir.
8. **Sahabat-sahabatku, Ayam Kecil** (Kia, iin, Sale, Hana, Vira, Rizka dan Aan), dengan sepenuh hati penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah memberi banyak canda, tawa, bantuan, masukan dan motivasi bagi penulis. Penulis berharap semoga kalian senantiasa diberi kesehatan dan kemudahan di setiap urusan oleh Allah SWT. Penulis juga berharap semoga kita semua dapat sukses di jalan kita masing-masing.
9. **Sahabatku, Ayuni dan Kia**, dengan sepenuh hati penulis mengucapkan banyak terima kasih karena telah memberi banyak bantuan dan masukan, menjadi penyemangat serta dengan setia selalu berada di sisi penulis dikala senang maupun sedih. Penulis berharap semoga kalian senantiasa diberi kesehatan dan kemudahan di setiap urusan oleh Allah SWT. Penulis juga berharap semoga kita semua dapat sukses di jalan kita masing-masing.
10. **Sahabatku, Ayuni dan Ny**, terima kasih karena telah setia berada di sisi penulis dikala senang maupun sedih. Penulis berharap semoga kalian senantiasa diberi kesehatan dan kemudahan di setiap urusan oleh Allah SWT. Penulis juga berharap semoga kita semua dapat sukses di jalan kita masing-masing.
11. **Teman seperjuangan semasa perkuliahan, Kia, Acca, Kicom, Nia, Sabil, Aul, Haura, Lily, Nurin, Riri, Rara, Maudy** terima kasih karena telah memberi banyak bantuan, menjadi teman bertukar pikiran dan mewarnai masa perkuliahan penulis. Penulis berharap semoga kalian senantiasa diberi kesehatan dan kemudahan di setiap urusan oleh Allah SWT. Penulis juga berharap semoga kita semua dapat sukses di jalan kita masing-masing.
12. **Keluarga Besar Mahasiswa Agribisnis Angkatan 2019 (ADH19ANA)**, terima kasih atas kerjasama dan kenangan yang telah kita buat bersama selama masa perkuliahan. Penulis berharap semoga kita semua dapat sukses di jalan kita masing-masing.
13. **Kakanda senior dan adik-adik di Program Studi Agribisnis**, yang telah memberi tambahan cerita, pengalaman dan pelajaran di masa perkuliahan penulis. Penulis berharap semoga segala kebaikan yang telah diberikan dibalas oleh Allah SWT.

14. **Seluruh anggota Seventeen** (Scoups, Jeonghan, Joshua, Jun, Hoshi, Wonwoo, Woozi, DK, Mingyu, The8, Seungkwan, Vernon, Dino) dan **BTS** (Jin, Suga, RM, J-Hope, Jimin, V, Jungkook) yang telah memberi kebahagiaan dan semangat kepada penulis melalui karyanya.
15. **Semua pihak** yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.
16. Terakhir, kepada **diri sendiri**. Terima kasih karena sudah berjuang dan tidak menyerah dalam keadaan apapun. Terima kasih karena sudah berusaha sekuat tenaga dan tetap sabar menghadapi berbagai macam rintangan dan cobaan. Terima kasih karena tetap kuat dan bertahan hingga saat ini.

Demikianlah persantunan dari penulis, semoga semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung selalu dalam lindungan dan diberikan balasan yang sebaik-baiknya oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini juga dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Aamiin Ya Rabbal Aalamin.*

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

## DAFTAR ISI

_Toc156630944	HALAMAN JUDUL .....	i
	LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
	SUSUNAN PENGUJI .....	iii
	DEKLARASI.....	iv
	ABSTRAK.....	v
	ABSTRACT.....	vi
	RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	vii
	KATA PENGANTAR .....	viii
	PERSANTUNAN .....	ix
	DAFTAR ISI.....	xii
	DAFTAR TABEL.....	xiv
	DAFTAR GAMBAR .....	xv
1.	PENDAHULUAN .....	1
1.1	Latar Belakang .....	1
1.2	Perumusan Masalah.....	3
1.3	<i>Research Gap (Novelty)</i> .....	3
1.4	Tujuan Penelitian.....	5
1.5	Kegunaan Penelitian.....	5
2.	TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1	Komoditas Cabai Merah Keriting .....	6
2.2	Pemasaran.....	6
2.2.1	Lembaga Pemasaran .....	7
2.2.2	Saluran Pemasaran .....	7
2.2.3	Margin Pemasaran .....	8
2.2.4	<i>Farmer's Share</i> .....	8
2.2.5	Efisiensi Pemasaran .....	8
2.3	Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting.....	9
2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian .....	10
3.	METODE PENELITIAN .....	12
3.1	Desain Penelitian.....	12
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	12
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	12
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	12
3.5	Populasi dan Sampel .....	13
3.6	Metode Analisis Data .....	13

3.7	Batasan Operasional.....	15
4.	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	16
4.1	Karakteristik Responden .....	16
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	16
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	16
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	17
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman .....	18
4.2	Pemasaran.....	19
4.2.1	Saluran Pemasaran .....	19
4.2.2	Margin Pemasaran .....	22
4.2.3	<i>Farmer's Share</i> .....	25
4.2.4	Efisiensi Pemasaran .....	25
4.3	Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting.....	26
5.	PENUTUP .....	29
5.1	Kesimpulan.....	29
5.2	Saran.....	29
	DAFTAR PUSTAKA .....	30
	LAMPIRAN.....	33

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Komoditas Cabai Merah Keriting di Sulawesi Selatan Tahun 2021.....	1
<b>Tabel 2.</b> Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Komoditas Cabai Merah Keriting di Sulawesi Selatan Tahun 2022.....	1
<b>Tabel 3.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	16
<b>Tabel 4.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	17
<b>Tabel 5.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	17
<b>Tabel 6.</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman.....	18
<b>Tabel 7.</b> Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku Pada Saluran Pemasaran I, 2023 .....	20
<b>Tabel 8.</b> Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku Pada Saluran Pemasaran II, 2023 .....	21
<b>Tabel 9.</b> Volume Penjualan dan Harga yang Berlaku Pada Saluran Pemasaran III, 2023.....	21
<b>Tabel 10.</b> Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Cabai Merah Keriting pada saluran I di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.....	22
<b>Tabel 11.</b> Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Cabai Merah Keriting pada saluran II di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.....	23
<b>Tabel 12.</b> Margin Pemasaran dan Biaya Pemasaran Cabai Merah Keriting pada saluran III di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.....	24
<b>Tabel 13.</b> Farmer's Share Cabai Merah Keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar ....	25
<b>Tabel 14.</b> Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar .....	26

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Kerangka Pemikiran Penelitian .....	11
<b>Gambar 2.</b> Saluran Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Tamalate .....	20



# 1. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Komoditas cabai merupakan salah satu komoditas unggulan hortikultura di Indonesia (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2021). Hortikultura ini memiliki cukup banyak peminat karena memiliki peran sebagai sumber pendapatan bagi masyarakat. Hal ini dikarenakan komoditas hortikultura memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2013) dan permintaan pasar yang tergolong tinggi (Direktorat Jenderal Hortikultura, 2008).

Komoditas cabai merah termasuk ke dalam salah satu komoditas yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Siahaan et al., 2022). Selain memiliki nilai ekonomi yang tinggi, komoditas cabai merah juga memiliki berbagai manfaat seperti dapat dimanfaatkan menjadi zat pewarna, bahan bumbu dapur dan bahan baku industri makanan (Fianka, 2011). Komoditas cabai dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu cabai besar (*Capsicum annum L.*) dan cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*). Komoditas cabai besar ini terdiri dari cabai merah besar dan cabai merah keriting (Nurfalach, 2010 dalam Simalango, 2018).

Pemasaran cabai sering kali mengalami perbedaan harga di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen. Hal ini dapat terjadi karena panjangnya saluran pemasaran yang harus dilalui untuk dapat sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran yang panjang ini mengakibatkan bertambahnya biaya pada proses pemasaran (Junaedy, 2020). Saluran pemasaran yang panjang juga akan mengakibatkan semakin tingginya margin pemasaran. Jika margin pemasaran tinggi dapat diartikan bahwa harga cabai di tingkat petani tergolong rendah sedangkan harga di tingkat konsumen tergolong tinggi (Sari, 2016).

**Tabel 1.** Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Komoditas Cabai Merah Keriting di Sulawesi Selatan Tahun 2021

Wilayah	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Makassar	29,0	392,0	13,52
Sinjai	72,0	373,7	5,19
Bantaeng	17,0	309,8	18,22
Gowa	92,0	300,5	3,27
Enrekang	2,5	283,8	4,58
Sulawesi Selatan	323,0	1.890,3	5,86

*Sumber data: (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2021)*

**Tabel 2.** Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Komoditas Cabai Merah Keriting di Sulawesi Selatan Tahun 2022

Wilayah	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
Makassar	21	185,2	8,82
Sinjai	87	362,8	4,17
Bantaeng	42	714,5	17,01
Gowa	165	621,5	3,77
Enrekang	170	1.096,6	6,45
Sulawesi Selatan	566	3.274,3	5,78

*Sumber data: (Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan, 2022)*

Berdasarkan data di atas, Kota Makassar termasuk ke dalam lima besar kota dengan produksi cabai merah keriting terbanyak di Provinsi Sulawesi Selatan. Pada tahun 2021, Kota Makassar menempati posisi pertama dalam produksi cabai merah keriting yaitu sebanyak 392 ton dengan luas panen 29 Ha. Sedangkan pada tahun 2022, Kota Makassar menempati posisi kelima dalam produksi cabai merah keriting yaitu sebanyak 185,2 ton dengan luas panen 21 Ha. Keseluruhan cabai merah keriting di Kota Makassar diproduksi di Kecamatan Tamalate sesuai dengan data dari Badan Pusat Statistik (2021b, 2022). Berdasarkan hasil wawancara awal dengan petani di lapangan, sudah sejak lama petani membudidayakan cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate.

Berdasarkan data awal yang didapatkan di lapangan, meskipun memiliki jumlah luas panen yang cukup besar, petani di Kecamatan Tamalate Kota Makassar sering kali tidak memanen tanaman cabainya akibat rendahnya harga komoditas cabai di tingkat petani. Menurut petani, pada tahun 2022 harga cabai merah keriting anjlok di pasaran. Petani sebagai produsen cabai merah keriting hanya menerima harga Rp.2.000 per-Kg. Oleh karena itu, petani memutuskan untuk tidak memanen cabai merah keriting. Komoditas cabai yang sudah siap panen dibiarkan begitu saja hingga membusuk sehingga terjadi penurunan produksi cabai merah keriting di Kota Makassar. Hal ini menjadi suatu pilihan bagi petani karena ketidakseimbangan antara biaya yang dikeluarkan untuk menyewa pemetik cabai, harga yang akan didapatkannya dan harga yang ada di pasaran. Harga di tingkat petani lebih rendah dan tidak seimbang dengan harga di tingkat konsumen. Berdasarkan hasil data yang didapatkan di lapangan, harga cabai merah keriting di tingkat petani sebesar Rp.15.000 dan harga cabai merah keriting di tingkat konsumen sebesar Rp.25.000. Hal ini terjadi karena terdapat saluran pemasaran yang panjang. Saluran pemasaran yang panjang ini menyebabkan margin pemasaran juga semakin besar.

Cabai memiliki masa simpan yang pendek dan juga mudah mengalami kerusakan (Mardiko, 2021). Kerusakan ini dapat dipengaruhi oleh kadar air yang dimiliki oleh cabai. Adapun kadar air yang dimiliki cabai merah segar yaitu 82,4% (Ridwan et al., 2017). Untuk dapat memperpanjang masa simpan maka perlu dilakukan proses penanganan pasca panen. Penanganan pasca panen ini dapat dilakukan mulai dari proses sortir, pengemasan, pengawetan ataupun pembekuan, penyimpanan dan pengangkutan cabai merah (Ni'ma, 2021). Selain itu, pengolahan cabai merah menjadi suatu produk seperti bubuk cabai, pasta cabai maupun abon cabai dapat memperpanjang masa simpan dan nilai tambah dari cabai merah itu sendiri (Utomo et al., 2019). Meskipun petani di Kecamatan Tamalate Kota Makassar memiliki fasilitas berupa bangunan dan peralatan pengolahan cabai merah keriting, petani tetap memilih untuk menjual cabai merah keriting dengan keadaan yang masih segar tanpa dilakukan proses pengolahan pasca panen lebih lanjut.

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan “Analisis Pemasaran dan Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting (*Capsicum annum L.*) di Kecamatan Tamalate Kota Makassar”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Pemasaran komoditas cabai merah keriting perlu untuk diperhatikan. Agar dapat sampai ke tangan konsumen, komoditas cabai merah keriting perlu untuk melewati saluran pemasaran sehingga tentunya akan menambah biaya pada proses pemasaran yang melibatkan beberapa lembaga. Hal tersebut dapat menyebabkan harga di tingkat konsumen mengalami peningkatan sementara harga di tingkat petani tergolong rendah. Selain itu, dapat diketahui bahwa komoditas cabai memiliki masa simpan yang pendek dan mudah rusak, sehingga untuk memperpanjang masa simpan selama pemasaran cabai merah keriting maka sebaiknya dilakukan pengolahan lebih lanjut agar dapat meminimalisir kerugian yang dihadapi oleh petani.. Namun, petani tetap memilih untuk menjual cabai merah keritingnya dalam keadaan yang masih segar meskipun petani memiliki fasilitas berupa bangunan dan peralatan untuk pengolahan lanjutan. Tidak dilakukannya pengolahan lanjutan terhadap cabai merah keriting menyebabkan perlunya diketahui bagaimana masalah pengolahan yang terjadi di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar?
2. Bagaimana margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar?
3. Bagaimana masalah pengolahan komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar?

## 1.3 Research Gap (Novelty)

Terdapat beberapa penelitian yang ditemukan terkait dengan analisis pemasaran komoditas cabai. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Mardiko (2021) yang berjudul “Analisis Usahatani dan Pemasaran Cabai Merah di Kota Pekanbaru Provinsi Riau” bertujuan untuk menganalisis karakteristik petani dan pedagang cabai merah, menganalisis manajemen usahatani, teknologi budidaya (penggunaan faktor produksi dan sarana produksi, biaya produksi, produksi, harga, pendapatan dan efisiensi) cabai merah di Kota Pekanbaru, dan menganalisis pemasaran (lembaga pemasaran, saluran pemasaran, fungsi pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran) cabai merah di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan analisis kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengemukakan bahwa karakteristik petani dan pedagang berada pada usia produktif yaitu 40-45 tahun, mayoritas tingkat pendidikan SD, mayoritas mata pencaharian penduduk adalah pedagang dan buruh, mayoritas tanggungan keluarga 3-4 orang dan pengalaman berusahatani beragam mulai dari 2–5 tahun hingga 22–25 tahun. Efisiensi usahatani cabai merah dikatakan efisien dan layak untuk dikembangkan dengan nilai RCR sebesar 1,13. Terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran pertama dari petani ke pedagang pengumpul/pedagang besar ke pedagang pengecer dan saluran kedua dari petani ke pedagang

pengecer ke konsumen akhir. Saluran pemasaran kedua dikatakan lebih efisien dengan nilai 0,83, margin pemasaran Rp. 15.000, dan *farmer's share* 57,14% pada tingkat petani.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Adhawiyah et al. (2018) yang berjudul “Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Kabupaten Boalemo” bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo, faktor apa yang menyebabkan fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo dan margin pemasaran cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang terjadi yaitu saluran pertama dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen akhir sedangkan saluran kedua dari petani ke konsumen akhir. Adapun faktor yang mempengaruhi fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo ialah faktor cuaca, iklim dan hama. Terdapat margin pemasaran pada saluran pertama sebesar Rp. 15.000 sedangkan pada saluran kedua tidak terdapat margin pemasaran karena petani cabai rawit secara langsung menjual hasil panennya kepada konsumen. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa saluran pemasaran kedua lebih menguntungkan bagi petani cabai rawit.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Anggreani et al. (2021) yang berjudul “Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Desa Astina Kecamatan Torue Kabupaten Parigi Moutong” bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran cabai rawit pada masing-masing saluran pemasaran, bagian harga yang diterima oleh petani cabai rawit pada masing-masing saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran cabai rawit pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Astina Kecamatan Torue Kabupaten Parigi Moutong. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang terjadi yaitu saluran pertama dari petani ke pedagang pengecer ke konsumen sedangkan pada saluran kedua dari petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar ke pedagang pengecer ke konsumen. Margin pemasaran yang diperoleh pada saluran pertama sebesar Rp. 5.000/Kg sedangkan saluran kedua sebesar Rp. 12.500/Kg. Bagian harga yang diperoleh oleh petani pada saluran pertama ialah sebesar 0,80% sedangkan pada saluran kedua sebesar 0,58%. Adapun efisiensi pemasaran pada saluran pertama ialah sebesar 1,23% sedangkan pada saluran kedua sebesar 2,94%. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa saluran pemasaran pertama lebih efisien dan menguntungkan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2016) yang berjudul “Studi Saluran Distribusi Komoditas Cabai di Pasar Tradisional Blimbing, Kota Malang” bertujuan untuk mengetahui pola saluran distribusi, tingkat kebutuhan cabai di setiap tingkat saluran, cara penanganan cabai ketika terjadi penurunan harga yang dilakukan oleh pelaku distribusi, margin pemasaran dan efisiensi saluran distribusi dengan menggunakan analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat dua saluran distribusi yang terjadi, tingkat kebutuhan cabai pada tingkat pedagang tergolong tinggi sedangkan pada tingkat pedagang perantara dan konsumen tergolong rendah, tidak terdapat penanganan khusus terhadap cabai oleh pelaku distribusi, hanya terdapat margin pemasaran di pola saluran distribusi satu pada pedagang perantara sebesar Rp. 10.714,286 dan pola yang paling efektif ialah pola saluran zero karena tidak terdapat margin dan memiliki *share* harga sebesar 100%.

Adapun yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya ialah belum terdapat penelitian yang meneliti terkait analisis pemasaran dan masalah pengolahan cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi saluran pemasaran komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.
2. Untuk menganalisis margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.
3. Untuk mengidentifikasi masalah pengolahan komoditas cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Sebagai bahan rujukan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian terkait dengan pemasaran dan pengolahan komoditas cabai.
2. Sebagai tambahan informasi bagi petani terkait dengan pemasaran yang efisien dan pengolahan komoditas cabai.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam menetapkan kebijakan terkait dengan pemasaran komoditas cabai.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Komoditas Cabai Merah Keriting

Cabai merupakan salah satu komoditas unggulan yang ada di Indonesia. Jenis cabai yang umumnya banyak ditanam ialah cabai besar, cabai rawit dan paprika. Komoditas cabai besar (*Capsicum annuum L.*) terdiri dari dua jenis yaitu cabai merah besar dan cabai merah keriting (Nurfalach, 2010 dalam Simalango, 2018).

Tanaman cabai memiliki berbagai kandungan gizi dan vitamin seperti kalori, karbohidrat, kalsium, fosfor, lemak, protein dan vitamin (A, B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub> dan C). Selain itu, cabai juga dapat melancarkan sirkulasi darah ke jantung. Cabai juga mengandung kapsaisin yang berfungsi sebagai antialergi dan kapsidin untuk melancarkan sekresi asam lambung dan mencegah infeksi pada proses pencernaan (Harpenas & Dermawan, 2014).

Tanaman cabai dapat tumbuh pada dataran rendah maupun dataran tinggi mulai dari ketinggian 0-1.300 mdpl dan daerah kering maupun basah. Tanaman cabai dapat tumbuh dengan baik di tanah lempung berpasir dengan pH 6-7. Tanaman cabai dapat tumbuh pada suhu 20° - 25° C (Harpenas & Dermawan, 2014).

### 2.2 Pemasaran

Menurut Mursid (2010) dalam Adhawiyah et al. (2018), pemasaran adalah kegiatan yang berkaitan dengan proses penyerahan barang ataupun jasa dari produsen ke tangan konsumen. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam sistem pemasaran yaitu organisasi yang ada dalam pemasaran, sesuatu yang dipasarkan, pasar yang akan dituju, perantara dalam pemasaran barang atau jasa dan faktor lingkungan yang mencakup demografi, faktor sosial dan budaya, perekonomian, teknologi dan juga persaingan.

Pada sektor pertanian, pemasaran berperan dalam menjadi penghubung antara kepentingan dari petani dan juga konsumen. Melalui pemasaran inilah petani dapat menerima imbalan yang sesuai dengan jumlah produk dan harga yang berlaku ketika terjadinya transaksi. Adapun harapan terkait dengan hasil pemasaran tersebut ialah dapat memberikan keuntungan yang sesuai dengan biaya dan resiko yang telah dikeluarkan oleh petani, lembaga pemasaran yang terlibat serta konsumen (Asrianti, 2014).

Pemasaran adalah suatu proses sosial individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan cara pertukaran produk dan jasa antara orang satu dengan yang lainnya. Adapun tujuan dari dilaksanakannya pemasaran ialah untuk menarik perhatian pelanggan baru serta menjaga loyalitas pelanggan dengan memegang teguh prinsip kepuasan pelanggan, menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, mendistribusikan produk dan mempromosikan produk dengan lebih efektif. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila produk yang didapatkan sesuai bahkan lebih dari ekspektasi saat produk telah tiba (Putri, 2014). Oleh karena itu, pemasaran sebaiknya menjadi salah satu aspek yang harus diperhatikan agar produk yang dibuat tepat sasaran sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi.

Pemasaran cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate Kota Makassar tidak hanya mencakup wilayah lokal saja melainkan sudah mencapai wilayah nasional seperti Palu, Polewali Mandar, Jakarta, Ambon dan Kalimantan Selatan. Adapun pasar yang menjadi pusat

penjualan cabai merah keriting di Kecamatan Tamalete Kota Makassar meliputi tiga pasar yaitu Pasar Pa'baeng-baeng, Pasar Terong dan Pasar Sungguminasa. Adapun pasar yang berada di wilayah Kota Makassar yaitu Pasar Pa'baeng-baeng dan Pasar Terong.

### **2.2.1 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah individu yang terlibat dalam pemasaran untuk menyalurkan produk ataupun jasa dari produsen ke konsumen. Lembaga pemasaran ini memiliki peran yang besar dalam membantu petani untuk dapat menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen. Apabila lembaga pemasaran mempunyai keinginan untuk mendapatkan keuntungan, maka akan terdapat perbedaan harga pada setiap lembaga pemasaran. Oleh karena itu, harga di tingkat petani akan jauh lebih rendah dibandingkan dengan harga di tingkat pedagang dan konsumen (Rahim et al., 2005).

Adapun menurut Adhawiyah et al. (2018), lembaga pemasaran ini terdiri dari 3 (tiga) yaitu:

1. Pedagang pengumpul  
Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli produk langsung dari petani untuk kemudian dijual kepada pedagang besar maupun pedagang pengecer.
2. Pedagang besar  
Pedagang besar adalah pedagang yang membeli produk dari pedagang pengumpul dalam jumlah besar yang kemudian akan dijual kepada pedagang pengecer.
3. Pedagang pengecer  
Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk dari pedagang besar ataupun pedagang pengumpul untuk kemudian dijual kepada konsumen akhir.

### **2.2.2 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah organisasi yang saling berkaitan dalam proses pendistribusian produk mulai dari produsen hingga konsumen akhir untuk digunakan (Daud et al., 2018). Adapun menurut Pamungkas (2013) dalam Daud et al. (2018), saluran pemasaran adalah organisasi yang saling bergantung di mana di dalamnya terdapat orang-orang yang melakukan perpindahan produk ataupun jasa yang ada untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan dari konsumen.

Menurut Asrianti (2014), saluran pemasaran ialah rute dan status kepemilikan yang ditempuh suatu produk mulai dari produsen (petani) hingga sampai ke tangan konsumen. Saluran pemasaran ini terdiri dari keseluruhan lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan suatu produk atau jasa dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen. Terdapat berbagai macam hal yang terjadi sepanjang saluran pemasaran seperti pertukaran produk, transaksi pembayaran, kepemilikan dan juga informasi.

Saluran pemasaran ini terbagi menjadi dua yaitu saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. Perbedaan mendasar antara keduanya ialah penyaluran barang ataupun jasa pada saluran pemasaran langsung tidak membutuhkan perantara dari produsen ke konsumen, sedangkan pada saluran pemasaran tidak langsung membutuhkan perantara agar barang dapat sampai ke konsumen (Adhawiyah et al., 2018).

### 2.2.3 Margin Pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih dari perbedaan harga beli di tingkat konsumen dan harga jual di tingkat produsen (petani). Nilai margin pemasaran ini didapatkan dari biaya pemasaran dan pemasaran yang terjadi selama proses pendistribusian produk antara lembaga pemasaran (Hastuti, 2017).

Besar atau kecilnya margin pemasaran dapat berpengaruh terhadap harga yang diterima baik oleh produsen maupun konsumen. Semakin besar margin keuntungan yang ingin dihasilkan, maka semakin tinggi harga yang harus ditetapkan untuk harga di tingkat konsumen (Napitupulu et al., 2021). Akan tetapi apabila margin pemasaran tinggi maka dapat menyebabkan terjadinya ketidakseimbangan harga antara produsen dalam hal ini petani terhadap harga di tingkat konsumen. Hal tersebut mengakibatkan harga di tingkat petani tergolong rendah sedangkan harga di tingkat konsumen tergolong tinggi (Sari, 2016).

Adapun berikut adalah rumus perhitungan margin pemasaran menurut Anindita (2004) dalam Anggreani et al. (2021):

$$\mathbf{MP = Hp - Hb}$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Hp = Harga Penjualan (Rp/Kg)

Hb = Harga Pembelian (Rp/Kg)

### 2.2.4 Farmer's Share

Indikator yang dapat menentukan efisiensi pemasaran selain dari margin pemasaran ialah *farmer's share*. *Farmer's share* adalah persentase harga yang diterima oleh petani dalam menghasilkan suatu produk (Kohls dan Uhl, 1985 dalam Mardiko, 2021). *Farmer's share* ini memiliki hubungan yang berbanding terbalik dengan margin pemasaran. Hal ini karena semakin tinggi margin pemasaran dapat mengakibatkan semakin rendah persentase harga yang diperoleh petani (Mardiko, 2021).

Adapun berikut adalah rumus perhitungan *farmer's share* menurut Napitupulu (1989) dalam Mardiko (2021):

$$\mathbf{FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%}$$

Keterangan:

FS = *Farmer's Share* (%)

Pf = Harga yang diterima ditingkat petani (Rp/Kg)

Pr = Harga yang diterima ditingkat pedagang (Rp/Kg)

### 2.2.5 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah persentase ukuran baik atau tidaknya suatu saluran pemasaran (Sari et al., 2019). Apabila pemasaran yang dilakukan tidak efisien, maka yang dapat dilakukan untuk memperbaiki hal tersebut adalah dengan meningkatkan output pemasaran ataupun mengurangi biaya pemasaran produk tersebut (Lubis, 2022).



Pemasaran suatu produk dapat dikatakan efisien apabila telah memenuhi syarat yaitu dapat menyalurkan produksi dari produsen ke tangan konsumen dengan biaya yang paling murah dan pembagian harga secara adil yang dibayar oleh konsumen akhir kepada seluruh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran suatu produk (Mubyarto, 1989 dalam Lubis, 2022).

Dikarenakan pemasaran memiliki peran dalam menghubungkan produsen dengan konsumen maka diperlukan pemasaran yang efisien untuk memperoleh harga yang adil baik dari sisi produsen maupun sisi konsumen. Efisiensi pemasaran ini dipengaruhi oleh biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran suatu produk seperti biaya transportasi. Biaya transportasi ini berperan besar dalam pemasaran karena menghubungkan lokasi produsen dengan konsumen. Semakin jauh jarak antara lokasi produsen dengan konsumen mengakibatkan biaya transportasi juga semakin tinggi dan berpengaruh terhadap harga produk tersebut. Dan semakin tinggi biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran produk menjadi petunjuk bahwa terdapat efisiensi pemasaran yang rendah (Asrianti, 2014).

Efisiensi pemasaran dihitung berdasarkan rumus efisiensi pemasaran menurut Soekartawi et al. (2002) dalam Anggreani et al. (2021) yaitu sebagai berikut:

$$EPs = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EPs = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya Pemasaran (Rp)

TNP = Total Nilai Produk yang di Pasarkan (Rp)

### 2.3 Masalah Pengolahan Komoditas Cabai Merah Keriting

Sifat cabai merah yang mudah rusak karena dipengaruhi oleh kadar air yang dimiliki mencapai 82,4% ini menyebabkan masa simpan cabai merah tidak lama. Hal itu menjadi dasar untuk dilakukan penanganan dan pengolahan pasca panen lebih lanjut agar dapat memperpanjang masa simpan (Ni'ma, 2021). Penanganan pasca panen dapat terdiri dari dua proses yaitu *primary processing* (pengolahan primer) dan *secondary processing* (pengolahan sekunder). Adapun perbedaan mendasar antara keduanya ialah pada pengolahan primer tidak terjadi perubahan bentuk seperti yang terjadi pada proses pengemasan. Sedangkan pada pengolahan sekunder terjadi perubahan bentuk yang memiliki tujuan agar memiliki masa simpan yang lebih lama (Mutiarawati, 2007 dalam Agustina, 2021). Adapun beberapa cara yang dapat dilakukan dalam pengolahan pasca panen ialah dengan melakukan pengawetan cabai dengan cara dikeringkan ataupun dibekukan dan pengolahan cabai menjadi suatu produk olahan seperti bubuk cabai dan pasta cabai (Handayani, 2015).

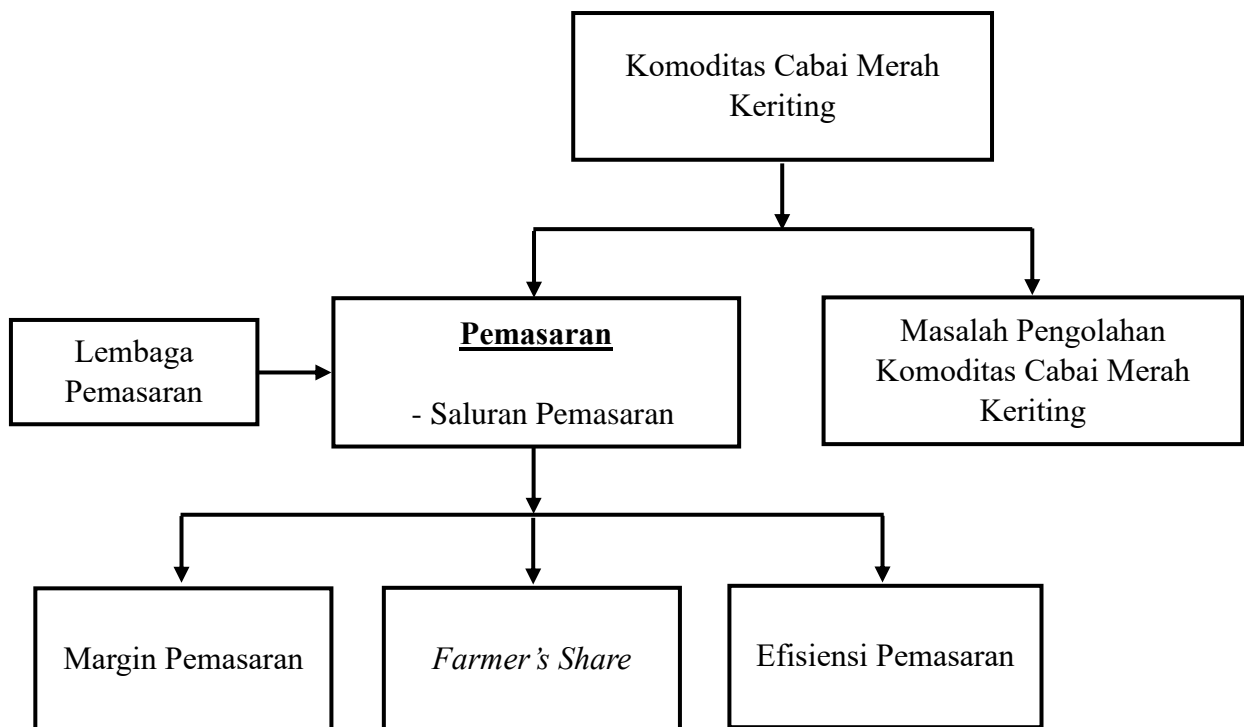
Di Kota Makassar tepatnya di Kecamatan Tamalate memiliki potensi sumber daya alam melimpah berupa tanah yang subur. Oleh karena itu, salah satu mata pencaharian di daerah tersebut adalah petani. Adapun yang menjadi komoditas unggulan dan sejak lama dibudidayakan di daerah tersebut ialah cabai merah keriting dan Padi. Siklus tanam cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate 1-2x setahun. Pada musim hujan, produktivitas cabai

tidak baik dan berujung gagal panen akibat kerusakan tanaman sehingga petani memanfaatkan lahan yang tersedia untuk menanam padi.

Berdasarkan data dari BPS (2022), Kecamatan Tamalate merupakan satu-satunya Kecamatan di Kota Makassar yang memproduksi cabai merah keriting. Meskipun demikian, semenjak adanya Program Lorong Wisata yang diberlakukan oleh Pemerintah Kota Makassar pasca pandemi menyebabkan pemanfaatan lahan lorong salah satunya untuk menanam berbagai macam tanaman sayur-sayuran dan buah-buahan seperti cabai (Ersina & Rooseany, 2023). Adapun hasil produksi cabai merah keriting di Kecamatan Tamalate pada tahun 2022 juga cukup besar yaitu sebanyak 185,2 ton. Setelah panen, petani cenderung menjual cabai merah keriting dalam bentuk segar meskipun terdapat banyak resiko kerusakan yang dapat dialami pada proses pemasaran cabai merah keriting segar. Bahkan setelah Pemerintah Kota Makassar memberikan bantuan alat pengolahan berupa oven dengan kapasitas 10Kg, petani di Kecamatan Tamalate tetap memilih untuk menjual cabai merah keriting yang segar tanpa dilakukan proses pengolahan terlebih dahulu.

## **2.4 Kerangka Pemikiran Penelitian**

Pemasaran cabai merah keriting perlu untuk diperhatikan seperti dengan pemilihan saluran pemasaran yang tepat. Pemilihan saluran pemasaran yang tepat akan berdampak pada harga pada tingkat petani dan konsumen seimbang. Saluran pemasaran yang panjang menyebabkan semakin tinggi margin pemasaran sehingga harga di tingkat konsumen sangat tinggi akibat adanya tambahan biaya pemasaran sementara harga di tingkat petani cenderung lebih rendah. Komoditas cabai merah keriting memiliki masa simpan yang rendah. Untuk itu, perlu dilakukan pengolahan komoditas cabai merah keriting agar dapat memperpanjang masa simpan dan sekaligus meningkatkan pendapatan serta meminimalisir kerugian yang dapat diperoleh petani dalam pemasaran komoditas cabai merah keriting. Tidak dilakukannya pengolahan lanjutan terhadap cabai merah keriting menyebabkan perlunya diketahui bagaimana masalah pengolahan yang terjadi di Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Berikut merupakan kerangka pemikiran pada penelitian ini:



**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran Penelitian