

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN CABAI MERAH DI KABUPATEN BATU BARA

TESIS

Untuk Memperoleh Gelar Magister Sains (M.Si)
Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area



Oleh :

**NURHIDAYANA
NPM. 101802020**

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2012

UNIVERSITAS MEDAN AREA

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Di Kabupaten
Batubara
Nama : Nurhidayana
NPM : 101802020

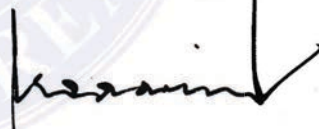
Menyetujui

Pembimbing I



Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K, MS

Pembimbing II



Ir. Erwin Pane, MS

Ketua Program Studi



Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc

Direktur



Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K, MS

Telah diuji pada Tanggal 11 Mei 2012

Nama : Nurhidayana

NPM : 101802020



Panitia Penguji Tesis

Ketua : Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc

Sekretaris : Ir. Abdul Rahman, MS

Penguji I : Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K, MS

Penguji II : Ir. Erwin Pane, MS

Penguji Tamu : Dr. Ir. Rahmanta Ginting, MS

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nurhidayana

N P M : 101802020

Dengan ini menyatakan bahwa tesis ini dengan judul :

“Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Di Kabupaten Batubara” adalah benar merupakan hasil penelitian yang saya kerjakan sendiri tanpa meniru atau menjiplak hasil penelitian orang lain, apabila dikemudian hari bahwa tesis ini tidak orisinil dan merupakan hasil plagiat maka saya bersedia dicabut gelar magister yang saya peroleh.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, terimakasih.

Medan, April 2012

Nurhidayana

RINGKASAN

Komoditas cabe merah memberikan kontribusi penting dalam usahatani, namun dengan sifat komoditi ini yang mudah rusak, bersifat musiman, sementara konsumsi terjadi sepanjang tahun, maka diperlukan sistem pemasaran yang baik. Penelitian ini dengan judul efisiensi pemasaran cabe merah di kabupaten Batu Bara bertujuan untuk mendapatkan gambaran terkini sistem pemasaran cabe merah yang terjadi di Kabupaten Batu Bara serta menganalisis sistem pemasaran yang paling efisien dan seberapa besar margin dalam pemasaran cabe merah di Kabupaten Batu Bara.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Batu Bara khususnya di Kecamatan Air Putih, Kecamatan Sei Suka dan Kecamatan Lima Puluh, penelitian dilakukan dari bulan Pebruari sampai bulan Maret 2012 secara deskriptif kuantitatif dengan metode wawancara di pandu dengan kuisioner. Responden terdiri dari 26 Petani produsen, 26 Pedagang pengumpul, 18 Pedagang Pengecer. Kabupaten Batu Bara merupakan daerah potensial untuk pengembangan komoditi cabe merah dengan produktivitas rata-rata 9,757 ton perhektar.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah: teori pemasaran, efisiensi pemasaran, biaya pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran dan teori lain yang mendukung.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: 1) Saluran 3 mempunyai margin pemasaran paling rendah yaitu Rp. 4500. 2) Margin pemasaran lebih kecil diperoleh dari perbedaan harga yang kecil antara harga tingkat petani dan harga tingkat pengecer (harga beli konsumen). Hal ini menunjukkan saluran 3 lebih efisien jika dibandingkan dengan saluran 1, 2 dan 4. Tetapi jika dilihat jumlah petani cabai merah yang memilih menggunakan saluran 3 lebih rendah dari saluran 1 dan 2. Jadi secara operasional saluran 3 belum tentu lebih efisien karena hanya digunakan oleh 18,57 % petani sedangkan saluran 1 sebesar 42,85 % dan saluran 2 sebesar 25,71 %. Dimasa yang akan datang jika jumlah pedagang pengumpul yang ikut berpartisipasi di saluran 3 semakin banyak tidak tertutup kemungkinan pilihan petani cabai merah di Kabupaten Batu Bara akan beralih dari saluran 1 dan 2 menjadi pengguna saluran 3.

Peran stake holder untuk meningkatkan pendapatan petani melalui jalur pemasaran efisiensi sangat dibutuhkan. Diperlukan usaha pemerintah untuk meningkatkan pengetahuan petani tentang teknologi pengolahan agar dalam jangka panjang petani mampu mengolah produksi cabai merah dalam bentuk industri rumah tangga yang menghasilkan

Kata kunci: Efisiensi, Pemasaran, Cabai merah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmatnya untuk menyelesaikan studi dan menyusun tesis ini dengan baik.

Penulisan Tesis ini adalah merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains pada program pascasarjana Universitas Medan Area, adapun judul proposal penelitian ini adalah ” *Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai di Kabupaten Batu bara*” sebagai syarat menyelesaikan pendidikan Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Agribisnis Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan tesis ini sampai selesai, penulis banyak mendapat bimbingan, pengarahan, dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Hj. Retna Astuti Kuswardani, MS selaku Direktur Pascasarjana Universitas Medan Area dan selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan serta dorongan semangat kepada penulis hingga penulisan tesis ini selesai.
2. Ir. E. Harso Kardhinata, M.Sc selaku Ketua Program Studi Magister Agribisnis Universitas Medan Area yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan serta dorongan semangat dalam penyelesaian tesis ini.

3. Ir Erwin Pane, MS selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan dan pengarahan kepada penulis hingga selesainya tesis ini.
5. Bapak/Ibu dosen Staf pengajar pada program studi Magister Agribisnis Universitas Medan Area yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan wawasan keilmuan ekonomi pada penulis selama belajar.
6. Kedua orang tua, saudara dan kerabat yang telah memberikan motivasi, doa dan nasehat selama penulis mengikuti program studi magister agribisnis program pasca sarjana Universitas Medan Area.
7. Suami dan anak-anakku yang sebagai tempat curahan kasih sayang dan pemberi motivasi serta doa hingga penulis menyelesaikan pendidikan di pasca sarjana Universitas Medan Area.
7. Bupati dan Wakil Bupati, Kepala Dinas Pertanian Kabupaten Batubara yang telah banyak membantu dan memfasilitasi selama penulis melaksanakan penelitian.
8. Teman-teman di Magister Agribisnis Universitas Medan Area angkatan 2010, staf administrasi dan semua pihak yang telah memberikan bantuan, kritik dan saran dalam penyempurnaan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini belum sempurna namun demikian Penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya

Medan, 2 April 2012

DAFTAR ISI

RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.5. Kerangka pemikiran	9
1.6. Hipotesis	9
II. TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Kerangka Teoritis	10
2.1.1. Teori Pemasaran	11
2.1.2. Teori Saluran Pemasaran	18
2.1.3. Teori Struktur Pasar	21
2.1.4. Teori Marjin Pemasaran	22
2.1.5. Teori Efisiensi Pemasaran	24
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
III. METODE PENELITIAN	29
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2. Data dan Sumber Data	29
3.3. Metode Pengumpulan Data	30
3.4. Metode Penarikan Sampel	30
3.4. Metode Analisis Data	33
IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	36
4.1. Kabupaten Batu Bara	36
4.1.1. Geografi	37
4.1.2. Demografis	38
4.1.3. Iklim	40
4.1.4. Potensi Hortikultura	41
4.1.4.1. Tanaman Sayuran	41
4.1.4.2. Tanaman Cabai Merah	42

V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
5.1. Saluran Pemasaran Cabai Merah Di Kabupaten Batu Bara....	43
5.2. Analisis Biaya Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batu Bara	50
5.2.1. Analisis Biaya Pemasaran Saluran 1.....	51
5.2.2. Analisis Biaya Pemasaran Saluran 2.....	55
5.2.3. Analisis Biaya Pemasaran Saluran 3.....	57
5.2.4. Analisis Biaya Pemasaran Saluran 4.....	59
5.3. Analisis Margin Pemasaran	60
5.3.1. Margin Pemasaran.....	60
5.3.2. Distribusi Net Margin Pemasaran	61
5.3.3. Share (Bagian harga yang diterima petani).....	62
5.4. Efisiensi Pemasaran.....	63
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1. Kesimpulan	66
6.2. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.	Jumlah Sampel Dalam Penelitian Sesuai Dengan Rumus.....	32
2.	Luas Wilayah Berdasarkan Kecamatan.....	37
3.	Perkembangan Luas Tanam, Luas Panen, Produksi dan Rata – rata Produksi Sayuran Menurut Jenisnya di Kabupaten Batu Bara	41
4.	Luas Panen Tanaman Sayuran Menurut Kecamatan Tahun 2010...	42
5.	Luas Tanam, Panen, Produktivitas dan Jumlah Panen Tanaman Cabai Merah di Kabupaten Batubara per Desember tahun 2010	42
6.	Persentase Petani Cabai Merah di Kabupaten Batubara Sesuai Tipe Saluran Pemasaran Yang Dipilih.....	44
7.	Harga Pada 4 Saluran Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batu Bara	46
8.	Biaya Pemasaran Cabai Merah Pada Saluran Pemasaran 1 (Satu) di Kabupaten Batu Bara 2012.....	52
9.	Biaya Pemasaran Cabai Merah Pada Saluran Pemasaran 2 (Kedua) di Kabupaten Batu Bara 2012.....	56
10.	Biaya Pemasaran Cabai Merah Pada Saluran Pemasaran 3 (Ketiga) di Kabupaten Batu Bara 2012	58
11.	Biaya Pemasaran Cabai Merah Pada Saluran Pemasaran 4 (Keempat) di Kabupaten Batu Bara 2012.....	59
12.	Margin Pemasaran dari 4 Tipe Saluran Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batu Bara (Rp/Kg).....	60
13.	Distribusi Net Margin Pemasaran Cabe Merah dari 4 Tipe Saluran Pemasaran di Kabupaten Batu Bara	61
14.	Bagian (<i>Share</i>) yang diterima Petani Cabai Merah Pada 4 Tipe Saluran Pemasaran di Kabupaten Batu Bara	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran	9
2.	Konsep Inti Pemasaran	13
3.	Persentase Petani Cabai Merah pada 4 tipe Saluran Pemasaran	45



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pertanian menempati posisi strategis dan diharapkan dapat berperan di garis terdepan sebagai sektor andalan dan menjadi mesin penggerak pertumbuhan perekonomian nasional baik dalam keadaan normal maupun dalam keadaan kondisi krisis ekonomi. Dalam menghindari krisis ekonomi, sektor pertanian yang memiliki lokal kontrol lebih tinggi dibandingkan dengan komoditi manufaktur non pertanian, dapat dijadikan objek sarana penyelamat ekonomi masyarakat.

Tanaman cabe merupakan salah satu komoditi penting di Indonesia. Jenis sayuran ini banyak dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk tanpa melihat tingkat sosialnya. Komoditas ini mempunyai prospek cerah karena dapat menaikkan pendapatan petani, dapat memperluas kesempatan kerja dan bernilai ekonomi tinggi karena ditinjau dari kegunaannya cabe sebagai bahan baku industri yang berpeluang untuk ekspor. Cabe juga dapat digunakan sebagai bumbu masak dan sumber vitamin C. Komoditi cabai merupakan salah satu sub sektor jenis tanaman yang strategis, hal ini didasarkan kepada kebutuhan akan cabai untuk konsumsi bahan olahan yang terus mengalami peningkatan jumlah permintaan lokal dan luar negeri. Pada sisi lain produksi cabai juga sering mengalami stagnasi sehingga mengakibatkan keengganan para petani cabai untuk memproduksi cabai dibandingkan dengan tanaman lain, ini juga disebabkan oleh karena harga cabai yang sering berfluktuasi serta struktur pasar yang belum efisien (Widodo, 1997).

Salah satu komoditi unggulan di Kabupaten Batubara selain padi adalah cabai. Tanaman ini telah lama dikembangkan oleh masyarakat secara meluas dan turun temurun. Pada tahun 2010 produksi cabai di Kabupaten Batu Bara mencapai 19.397,40 ton dengan rata – rata produksi 97,57 kw/ha. Kecamatan dengan produksi cabai terbesar adalah Air Putih, Sei Suka dan Lima Puluh.

Seperti halnya komoditas hortikultura pada umumnya, peranan pemasaran pada komoditas cabai memberikan kontribusi penting dalam peningkatan kinerja usahatani komoditas cabai secara keseluruhan. Mengingat sifat unik dari komoditas hortikultura secara umum seperti mudah busuk, mudah rusak, *volumenious*, produksinya bersifat musiman sementara konsumsi terjadi sepanjang tahun. Sifat – sifat unik ini menuntut adanya suatu perlakuan khusus berupa pengangkutan yang hati-hati, pengepakan yang baku dan baik, penyimpanan dengan suhu tertentu sehingga dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Sementara itu, di sisi lain para konsumen menghendaki komoditas tersedia dekat dengan tempat mereka, dapat diperoleh sepanjang waktu dan dapat dikonsumsi dalam bentuk segar. Dua keinginan yang berbeda dapat dipenuhi dengan adanya suatu sistem pemasaran yang baik.

Sistem agribisnis merupakan suatu totalitas kerja agribisnis yang terdiri atas (1) sub sistem agribisnis hulu *up-strem agribisnis* yang meliputi kegiatan diluar pertanian *off farm* merupakan kegiatan input produksi, informasi dan teknologi, (2) sub sistem usaha tani *on-farm agribisnis* meliputi pembibitan benih (3) subsistem agribisnis hilir *down-stream agribisnis* yang meliputi kegiatan pengolahan hasil dan sub sistem pendukung. Secara keseluruhan sub sistem

DAFTAR PUSTAKA

- Adang Agustian dan Iwan Setiajie Anugrah. 2008, Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Komoditas Cabai Merah Di Propinsi Jawa Barat, Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor.
- Amang, B dan Husein Sawit, M., 1999. Kebijakan Beras dan Pangan Nasional. IPB Press, Bogor.
- Azzaino, 1982, Pengantar Tata Niaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik, 2011. Batu Bara dalam Angka. Batu Bara.
- Chosantum, A. 2001. Efisiensi Pemasaran Ikan Segar Layu Melalui Tempat Pelelangan Ikan Depok di Kabupaten Bantul. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Eni Istiyanti. 2010, Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman, Jurnal Pertanian MAPETA, ISSN: Tidak Dipublikasikan, Yogyakarta.
- Gitosudarmo, I. 2001, Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta.
- Hanafiah dan Saefudin A. 2001. *Indeks*
- Hanafiah, 1
- Kahana, B. 2001. *Kebijakan Agribisnis dan Industri Perikanan*. Jakarta: Balai Penelitian Perikanan Air Tawar.
- Kum'at, R. 1998. *Perencanaan dan Pengembangan Usaha Perikanan*. Jakarta: Balai Penelitian Perikanan Air Tawar.
- Kottler, 2000. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Kottler, 1995. M. *Strategi Pemasaran*. Jakarta: Grafindo Persada.
- Krisnamurthi dan Swadaya. 2001. *Strategi Pemasaran Produk Perikanan*. Jakarta: Balai Penelitian Perikanan Air Tawar.

DAFTAR PUSTAKA

- Adang Agustian dan Iwan Setiajie Anugrah. 2008, Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Komoditas Cabai Merah Di Propinsi Jawa Barat, Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Bogor.
- Amang, B dan Husein Sawit, M., 1999. Kebijakan Beras dan Pangan Nasional. IPB Press, Bogor
- Azzaino, 1982, Pengantar Tata Niaga Pertanian. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Badan Pusat Statistik, 2011. Batu Bara dalam Angka. Batu Bara.
- Chosantum, A. 2001. Efisiensi Pemasaran Ikan Segar Layu Melalui Tempat Pelelangan Ikan Depok di Kabupaten Bantul. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Eni Istiyanti. 2010, Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman, Jurnal Pertanian MAPETA, ISSN: Tidak Dipublikasikan, Yogyakarta.
- Gitosudarmo, I. 2001, Manajemen Pemasaran, BPFE, Yogyakarta.
- Hanafiah dan Saefudin A.M., 1986. Tata Niaga Hasil Perikanan. Universitas Indonesia Press. Jakarta.
- Hanafiah, A.K dan I.B. Taken. 1972, Tata Niaga Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kahana, B,P. 2008. Tesis Strategi Pengembangan Agribisnis Cabai Merah di Kawasan Agropolitan Kabupaten Magelang. Mahasiswa Magister Agribisnis Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro. Semarang
- Kum'at, R. 1995. Sistem Pemasaran Sayuran Dataran Tinggi di Provinsi Sulawesi Utara. Thesis Pascasarjana-IPB. Bogor.
- Kotler, 2000. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. PT. Prehallindo. Jakarta.
- Kotler, 1995. Manajemen Pemasaran. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Krisnamurthi dan Fausia, 2006. Langkah Sukses Memulai Agribisnis. Penebar Swadaya. Jakarta.

- Limbong dan Sitorus, 1995. Pengantar Tataniaga Pertanian. Edisi Kedua. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong dan Sitorus, 1987. Pengantar Tataniaga Pertanian. Jurusan Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Limbong dan Sitorus. 1995. Kajian Pemasaran Komoditi Pertanian Andalan. Sosek Pertanian IPB. Bogor.
- Mardikanto, T. 1994. Bunga Rampai Pembangunan Pertanian , Sebelas Maret. University Prees. Surakarta.
- Mubyarto, 1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi Ketiga. LP3S. Jakarta.
- Prajnanta, Final. 1999. Agribisnis Cabai Hibrida. PT. Penebar Swadaya. Bogor.
- Prihartono, 2009. Dampak Program Pengembangan Usaha Agribisnis Perdesaan Terhadap Kinerja Gapoktan dan Pendapatan Anggota Gapoktan. Departemen Pertanian. Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB, Bogor.
- Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian Departemen Pertanian. 2008. Seminar Nasional Dinamika Pembangunan Pertanian dan Perdesaan. Analisis Perkembangan Harga dan Rantai Pemasaran Komoditas Cabai Merah di Propinsi Jawa Barat. Bogor.
- Rahim. A dan Hastuti D. 2007. Pengantar Teori dan Kasus Ekonomi Pertanian. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Rachman, H.P.S. 1997 Aspek Permintaan, Penawaran dan Tataniaga Hortikultura di Indonesia. Forum Agro Ekonomi. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.
- Soekartawi. 1991. Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – hasil Pertanian. Rajawali Press. Jakarta.
- Soekartawi. 1999. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono, 2009. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Widodo, 1997. Memperpanjang umur produktif Cabai. Trubus Agrisarana. Surabaya