

**ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN PEMASARAN CABAI RAWIT
(*Capsicum frutescens L.*) DI KECAMATAN LOA JANAN
KABUPATEN KUTAI KARTANEGARA**

Galang Ramadhan Putra Permadi, Rita Mariati, Dina Lesmana

Fakultas Pertanian Universitas Mulawarman
Kampus Gn.Kelua Jl. Pasir Balengkong PO BOX 1040 Samarinda
E-mail: rita_mariati@faperta.unmul.ac.id

The purpose of this study to determine the cost of production, revenue, channel marketing, marketing margins, marketing share and profits every marketing agencies cayenne pepper. This research was conducted in June to August 2016 in Loa Janan Subdistrict of Kutai Kartanegara Regency. The research was done by the sampling method for farmers conducted a census with the number of respondents 26 people, and for the level of marketing agencies using the snowball method. Respondents marketing agencies to in collecting traders 5 people and retailers 6 people.

Keyword : Revenue, Marketing, cayenne pepper.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris karena sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian sehingga sektor pertanian menjadi prioritas utama dalam rangka pembangunan nasional. Sektor pertanian memiliki peranan cukup penting dalam perekonomian nasional terutama perekonomian rakyat serta mendorong pemerataan pembangunan daerah dengan tetap memperhatikan kelestarian sumberdaya alamnya. Pembangunan pertanian sub sektor hortikultura di masa mendatang diarahkan untuk menumbuhkan sistem agribisnis dan agroindustri. Keadaan ini ditunjang dengan kondisi iklim Indonesia dan besarnya lahan potensial dengan berbagai macam komoditi yang dapat dikembangkan sehingga mempunyai nilai ekonomis (Daniel, 2004).

Pembangunan pertanian di Indonesia bukan berorientasi pada satu komoditi pangan tertentu saja, tetapi diprioritaskan juga pada komoditi pangan lain termasuk sayur-sayuran jenis sayuran tomat dan cabai. Keadaan alam Indonesia memungkinkan dilakukannya pembudidayaan berbagai jenis sayuran, baik yang lokal maupun yang berasal dari luar negeri, hal tersebut didukung dari aspek klimatologis di mana Indonesia sangat potensial dalam usaha bisnis sayur- sayuran (Soekartawi, 2005).

Tujuan utama usahatani adalah mencukupi kebutuhan pangan yang merupakan kebutuhan manusia yang paling asasi dan salah satu kebutuhan primer. Adanya perkembangan terus menerus di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi pangan yang begitu pesat memungkinkan meningkatkan produksi baik dalam hal kualitas dan kuantitas. Walaupun demikian peningkatan produksi ini masih terus dibayangi oleh laju pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi (Rukmana, 2003).

Secara umum dapat dikatakan bahwa hasil produksi pertanian telah menunjukkan kenaikan dan memberikan sumbangan yang nyata dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Peningkatan produksi ini akan membawa perbaikan pada tingkat pendapatan dan kesejahteraan petani. Salah satu cara untuk meningkatkan pendapatan petani melalui Sapta Usahatani seperti penggunaan benih unggul, perbaikan cara bercocok tanam, pemupukan, pengendalian hama penyakit tanaman, pengairan, penanganan pasca panen, dan pemasaran hasil-hasil pertanian yang baik (Soedarsono 1995).

Cabai merupakan komoditas hortikultura yang sangat penting banyak dikonsumsi oleh masyarakat dan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi bagi peningkatan ekonomi rumah tangga petani. Masalah komoditas cabai menyangkut fluktuasi harga selalu kekhawatiran petani. Sangat intensifnya peningkatan produksi cabai di saat-saat tertentu sering menyebabkan turunnya harga cabai di pasaran. Hal ini karena permintaan cenderung tetap dalam jangka pendek sementara produksi melimpah. Melihat kenyataan tersebut maka peranan pemasaran menjadi sangat penting untuk keberlangsungan usahatani cabai agar harga yang layak dapat diterima oleh produsen.

Kabupaten Kutai Kartanegara merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Kalimantan Timur yang memiliki luas wilayah 2.726.310 km² dan menghasilkan produksi cabai rawit di Kutai Kartanegara pada tahun 2015 sebesar 995,70 ton. Kecamatan Loa Janan merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten

Kutai Kartanegara yang merupakan daerah penghasil cabai rawit dengan luas panen cabai rawit pada tahun 2015 mencapai 12 ha, dengan produktivitasnya sebanyak 4 ton dan produksi mencapai 40 ton. Sedangkan Kecamatan Loa Kulu terdapat luas lahan 4 ha dan produksi 12 ton jauh lebih kecil dibandingkan dengan Kecamatan Loa Janan (Badan Pusat Statistik Kalimantan Timur, 2015).

Sebagian besar petani cabai di Kecamatan Loa Janan tidak menjual sendiri produknya langsung ke konsumen akhir. Petani membutuhkan satu atau lebih lembaga perantara agar produknya sampai ke konsumen. Keterlibatan lembaga perantara akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen dan yang dibayarkan konsumen jauh berbeda. Hal ini disebabkan adanya fungsi-fungsi yang harus dilakukan oleh perantara yaitu fungsi pertukaran, fungsi penyediaan fisik dan logistik, dan fungsi pemberian fasilitas sehingga menimbulkan adanya biaya pemasaran.

Biaya pemasaran biasanya oleh perantara akan dibebankan kepada konsumen maupun kepada produsen. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang diterima pedagang perantara merupakan margin pemasaran. Margin pemasaran juga dapat diartikan sebagai selisih antara harga antara yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin besar pula margin pemasarannya, karena lembaga pemasaran yang terlibat semakin banyak. Semakin besar margin pemasaran akan menyebabkan bagian harga yang diterima oleh petani produsen dibandingkan dengan harga yang dibayarkan konsumen semakin kecil.

METODE PENELITIAN

Waktu Dan Tempat

Penelitian dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, mulai bulan Juni sampai Agustus 2016. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara dengan pertimbangan lokasi tersebut merupakan salah satu penghasil cabai rawit di Kabupaten Kutai Kartanegara.

Metode Pengambilan Sampel

Menurut Sugiono (2004), jika jumlah populasi kurang dari 30 orang, maka pengambilan sampel dilakukan secara sensus atau sampel jenuh. Berdasarkan acuan diatas maka metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan secara sensus terhadap petani yang melakukan usahatani cabai rawit. Kecamatan Loa Janan terdiri dari 8 desa, yaitu Desa Bakungan, Desa Batuah, Desa Loa Duri Ulu, Desa Loa Duri Ilir, Desa Loa Janan Ulu, Desa Purwajaya, Desa Tani Bhakti, dan Desa Tani Harapan. Dari hasil sensus terhadap petani terdapat 4 desa yang merupakan penghasil cabai rawit dan terdapat 26 petani cabai yang sudah menanam cabai secara intensif

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel, lalu dianalisis dan dibahas kemudian ditarik kesimpulan.

1. Menurut Soeharno (2009), Penerimaan adalah banyaknya produksi total dikalikan harga atau biaya produksi yang dapat dihitung dengan rumus:

$$TR = P.Q$$

Keterangan :

TR = Total penerimaan/*Total Revenue* (Rp)

P = Harga/*Price* (Rp kg⁻¹)

Q = Jumlah produksi/*Quantity* (Kg)

2. Menurut Rosyidi (2001), total biaya adalah keseluruhan biaya yang digunakan untuk melakukan proses produksi meliputi biaya tetap dan biaya variabel.

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya total/*total Cost* (Rp)

TVC = Biaya tetap total/*Total Fixed* (Rp)

TVC = Biaya berubah total/*Total Variabel Cost* (Rp)

3. Menurut Boediono (2007), untuk mengetahui pendapatan petani digunakan rumus:

$$I = TR - TC$$

Keterangan :

I = Pendapatan/*Income* (Rp)

TR = Total penerimaan/*Total Revenue* (Rp)

TC = Biaya total/ *Total Cost* (Rp)

4. Menurut Sudiyono (2004), margin pemasaran adalah selisih antara harga penjualan dengan pembelian yang dapat dihitung dengan rumus:

$$M = Hp - Hb$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran (Rp kg⁻¹)

Hp = Harga penjualan (Rp kg⁻¹)

Hb = Harga pembelian (Rp kg⁻¹)

5. Menurut Kottler (2010), keuntungan (*profit*) adalah selisih antara margin pedagang dengan total biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer, dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\Pi = Hp - Bt$$

Keterangan:

Π = Keuntungan (*profit*) (Rp)

Mp = Margin pendapatan (Rp)

Bt = Biaya pemasaran (Rp)

6. Untuk mengetahui besar bagian harga (*Share*) yang diterima masing-masing lembaga menurut Hamid (1974), dapat dihitung dengan menggunakan

Keterangan:

- Lp = Bagian diterima lembaga (%)
Hp = Harga pada masing-masing lembaga (Rp kg⁻¹)
He = Harga eceran (Rp kg⁻¹)

7. Untuk menghitung margin total, dengan rumus:

$$M_t = M_1 + M_2 + M_3 + \dots M_n$$

Keterangan:

- Mt = Margin total (Rp kg⁻¹)
M1,...Mn = Margin perdagangan (Rp kg⁻¹)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Biaya Produksi Cabai Rawit

Biaya produksi adalah biaya yang dikeluarkan untuk seluruh faktor produksi yang digunakan dalam kegiatan usahatani. Biaya produksi yang dihitung dalam penelitian ini meliputi biaya variabel dan biaya tetap. Untuk biaya variabel sendiri terdiri dari biaya sarana produksi untuk bibit, pupuk, pestisida dan biaya tenaga kerja dan biaya lain-lain. Sedangkan untuk biaya tetap terdiri dari biaya penyusutan alat.

a. Biaya Variabel (*variable Cost*)

Biaya variabel (*variable Cost*) adalah biaya yang dapat berpengaruh langsung terhadap tingkat produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan responden langsung terhadap tingkat produksi. Biaya variabel yang dikeluarkan responden meliputi biaya benih, pupuk, dan biaya tenaga kerja.

1). Biaya benih

Benih yang digunakan oleh responden adalah benih Dewata. Para petani menggunakan benih Dewata dikarenakan hasil dari benih tersebut berkualitas. Jumlah benih yang digunakan petani beragam dikarenakan petani membeli sesuatu dengan kemampuan ekonomi mereka. Pada hasil penelitian jumlah benih yang digunakan adalah 4,31 bungkus m⁻¹, 1 bungkus benih dewata seberat 10 gram dan 1 bungkus benih dewata terdapat 2.250 butir benih. Varietas benih dewata dapat menghasilkan produksi cabai mencapai 10 ton

ha⁻¹. Harga benih yang dibeli oleh petani juga beragam dikarenakan lokasi tempat pembelian bibit cabai berbeda-beda. Pada hasil penelitian jumlah total harga benih rata-rata Rp. 67.307,69 bungkus⁻¹. Jumlah biaya yang dikeluarkan adalah Rp. 7.545.000,00 mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 290.192,31 mt⁻¹ responden⁻¹.

2). Biaya Pupuk

Pupuk yang digunakan oleh petani responden diantaranya pupuk kandang, Pupuk NPK, Pupuk Kapur, Pupuk SP-36, dan Pupuk KCl. Untuk pupuk kandang yang digunakan sebanyak 28.300 kg dengan rata-rata 1.088 kg responden⁻¹. Pupuk NPK yang digunakan sebanyak 3.365 kg dengan rata-rata 129 kg responden⁻¹. Kapur yang digunakan sebanyak 3.150 kg dengan rata-rata 225 kg responden⁻¹. Pupuk SP-36 yang digunakan sebanyak 2.250 kg dengan rata-rata 160 kg responden⁻¹. Pupuk KCl yang digunakan sebanyak 1.830 kg dengan rata-rata 166 kg responden⁻¹. Penggunaan pupuk yang dilakukan petani sudah tepat sesuai dengan dosis dan jenis pupuk yang di anjurkan. Biaya yang dikeluarkan oleh seluruh petani responden yaitu sebesar Rp. 55.101.779,13 mt⁻¹ dengan rata-rata sebesar Rp. 2.119.299,20 mt⁻¹ responden⁻¹.

3. Biaya Pestisida

Pestisida yang digunakan oleh petani responden sangat beragam tergantung penyakit yang menyerang. Cara mengaplikasikan pestisida di lapangan dengan cara penyemprotan dan penaburan. Penyemprotan (spraying) biasanya petani menggunakan 100-200 liter insektisida per hektar sedangkan penaburan biasanya dilakukan pada insektisida yang siap pakai. Pengendalian hama dan penyakit yang dilakukan petani cabai di Kecamatan Loa Janan yaitu dengan cara kuratif, pengendalian kuratif adalah mengobati tanaman yang telah terinfeksi oleh hama ataupun penyakit. Pengendalian hama dan penyakit secara kuratif dapat dilakukan dengan cara pemangkasan bagian tanaman yang terserang penyakit, dan melakukan penyemprotan dengan pestisida. Jenis pestisida yang digunakan untuk lahan dengan luas rata-rata 0,31 ha diantaranya Antracol Rp. 8.315.000,00 ha⁻¹ mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 319.807,69 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, agrimec Rp. 3.337.500,00 ha⁻¹ mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 303.409,09 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, Curacorn Rp. 4.840.000,00 dengan rata-rata Rp. 372.307,69 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, Score Rp. 1.920.000,00 dengan rata-rata Rp. 192.000,00 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, Amistartop Rp. 4.915.000,00 dengan rata-rata Rp. 409.583,33 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, Kapur sirih Rp. 306.000,00 dengan rata-rata Rp. 43.714,29 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹, Demolis Rp. 2.550.000,00 dengan rata-rata Rp. 231.818,18 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹. Total biaya pestisida yang dikeluarkan petani responden adalah sebesar Rp. 26.183.500,00 mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 1.007.057,69 mt⁻¹ responden⁻¹.

4). Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yang diperhitungkan dalam penelitian ini adalah biaya tenaga kerja untuk setiap kegiatan usahatani cabai rawit. Biaya tenaga kerja untuk kegiatan usahatani cabai rawit meliputi pengolahan lahan, penanaman, pemupukan, penyemprotan, dan panen. Upah tenaga kerja yang berlaku dilokasi

penelitian berkisar Rp. 60.000,00 – Rp. 100.000,00 HOK⁻¹, dengan waktu kerja ± 8 jam hari⁻¹. Jumlah biaya tenaga kerja yang dikeluarkan oleh 26 petani Responden adalah sebesar Rp.25.620.000,00 dengan rata-rata Rp. 985.384,62 mt⁻¹responden⁻¹.

b. Biaya Tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang tidak berubah meskipun output berubah. Biaya tetap yang dikeluarkan responden meliputi biaya penyusutan alat-alat. Untuk biaya tidak berpengaruh langsung terhadap tingkat produksi. Biaya penyusutan alat yang dikeluarkan adalah penyusutan alat-alat pertanian yang digunakan dalam kegiatan usahatani seperti parang, cangkul, sprayer, arit, ember, mulsa. Cangkul digunakan untuk menggali, membersihkan tanah dari rumput ataupun untuk meratakan tanah, parang digunakan sebagai alat potong atau alat tebas (terutama selak belukar), arit digunakan untuk menebas batang cabai yang sudah dipanen agar bisa digunakan untuk penanaman selanjutnya, sprayer adalah alat yang digunakan untuk menyemprotkan pestisida pada tanaman cabai dan mulsa digunakan untuk melindungi permukaan tanah dari erosi, menjaga kelembapan tanah serta menghambat tumbuhnya gulma. Jumlah biaya yang dikeluarkan petani responden adalah sebesar Rp.11.827.666,67 mt⁻¹dengan rata-rata Rp. 454.910,26 mt⁻¹responden⁻¹.

Tabel 1. Rekapitulasi Biaya Produksi Usahatani Cabai Rawit di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara

Komponen Biaya	Total Biaya (Rp mt ⁻¹)	Rata-Rata Biaya (Rp mt ⁻¹ responden ⁻¹)	Rata-rata Biaya (Rp mt ⁻¹ ha ⁻¹ responden ⁻¹)
Benih	7.545.000,00	290.192,31	1.047.564,10
Pupuk	55.101.779,13	2.119.299,20	6.705.158,05
Pestisida	26.183.500,00	1.007.057,69	3.659.196,25
Tenaga Kerja	25.620.000,00	985.384,62	3.389.723,87
Penyusutan Alat	11.827.666,67	454.910,26	1.619.161,94
Jumlah	126.277.945,80	4.856.844,08	16.420.804,21

Sumber: Data Primer (diolah) 2016

5. Produksi

Produksi adalah hasil yang diperoleh petani produsen selama satu musim tanam. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 26 petani responden panen dilakukan sebanyak 18-20 kali panen. Total dari awal penanaman sampai panen adalah selama 6 bulan. Hasil panen yang diperoleh oleh 26 petani responden berkisar antara 26.717 kg mt⁻¹ dengan rata-rata 1.027 kg mt⁻¹responden⁻¹ dan rata-rata produksi perhektar sebesar 3.505,53 kg mt⁻¹ha⁻¹responden⁻¹. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 11.

6. Penerimaan

Penerimaan adalah satuan rupiah yang diterima petani responden berdasarkan jumlah produksi cabai dikalikan dengan harga yang berlaku ditingkat petani. Harga jual cabai rawit di tingkat petani sebesar Rp. 20.000,00 kg⁻¹. Namun harga cabai sering mengalami fluktuasi harga, sehingga harga cabai sangat sulit untuk di prediksi. Dengan jumlah produksi cabai rawit yang diperoleh petani responden sebanyak 1.027 kg mt⁻¹ responden⁻¹ maka jumlah rata-rata penerimaan petani adalah sebesar rata-rata Rp. 20.551.538,46 mt⁻¹ responden⁻¹.

7. Pendapatan

Pendapatan merupakan selisih antara total penerimaan dengan total biaya produksi selama kegiatan usahatani. Jumlah pendapatan yang diperoleh oleh petani responden adalah sebesar Rp. 408.062.054,20 mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 15.694.694,39 mt⁻¹ responden⁻¹. Sedangkan jumlah pendapatan yang diterima petani dalam setiap ha adalah Rp. 1.395.933.962,30 ha⁻¹ mt⁻¹ dengan rata-rata Rp. 53.689.767,78 ha⁻¹ mt⁻¹ responden⁻¹.

Tabel 2. Rekapitulasi Rata-rata Jumlah Produksi, Penerimaan, Biaya Produksi dan Pendapatan Usahatani Cabai Rawit di Kecamatan Loa Janan

Komponen	Nominal (Rp ⁻¹ mt ⁻¹ responden ⁻¹)	Nominal (Rp ⁻¹ mt ⁻¹ ha ⁻¹ responden ⁻¹)
Produksi (Kg)	1.027,00	3.505,53
Penerimaan	20.551.538,46	70.110.571,99
Biaya Produksi	4.856.844,07	16.420.804,21
Pendapatan	15.694.694,39	53.689.767,78

Sumber: Data Primer (diolah) 2016

8. Pemasaran Cabai Rawit

a. Saluran Pemasaran Cabai Rawit

Berdasarkan hasil penelitian yang dikeluarkan terhadap saluran pemasaran cabai di Kecamatan Loa Janan diketahui bahwa dalam penyaluran cabai dari 26 petani responden terdapat 5 orang pedagang pengumpul, 6 pedagang pengecer. Petani responden menyalurkan hasil produksinya menggunakan jasa pedagang pengumpul yang langsung mengambil ke kebun atau ke rumah petani. Hal ini dilakukan karena petani memiliki waktu yang terbatas untuk mengantarkan ke pasar dan kemampuan petani yang kurang dalam memasarkan hasil produksinya yang menyebabkan mereka akan rentan untuk dipermainkan didalam pasar.

Saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Loa Janan adalah dua tingkat yaitu dari petani (produsen) ke pedagang pengumpul, lalu disalurkan ke pedagang pengecer. Berdasarkan saluran pemasaran tersebut maka jumlah produksi cabai dari 26 petani responden sebesar 26.717 kg mt⁻¹ dengan rata-rata 1,027 kg mt⁻¹ responden⁻¹ disalurkan kepada 5 pedagang pengumpul, kemudian disalurkan lagi ke 6 pedagang pengecer yang akhirnya sampai ditangan konsumen akhir.

b. Biaya Margin, Keuntungan, dan Share

Biaya pemasaran cabai adalah biaya yang dikeluarkan dalam proses penyaluran cabai dari produsen ke konsumen akhir. Biaya pemasaran dihitung sampai hasil produksi ke tangan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, biaya- biaya yang dikeluarkan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai di Kecamatan Loa Janan meliputi biaya transportasi dan biaya pengemasan.

1. Biaya Pemasaran

a. Pedagang Pengumpul

Pada tingkat pedagang pengumpul biaya pemasaran yang dikeluarkan dari 5 responden yang ada di Kecamatan Loa Janan meliputi biaya transportasi sebesar Rp.590.000,00 dengan rata-rata Rp.118.000,00 responden⁻¹.

b. Pedagang Pengecer

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh 6 orang responden, yaitu meliputi biaya transportasi dan biaya pengemasan. Biaya pengemasan adalah biaya yang dikeluarkan untuk mengemas cabai yang akan dijual kepada konsumen, biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp. 290.000,00 dengan rata-rata Rp. 48.333,33 responden⁻¹.

Tabel 14. Rekapitulasi Biaya Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara

Komponen Responden	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Rata-rata Biaya Pemasaran (Rp responden ⁻¹)	Rata-rata Biaya Pemasaran (Rp kg ⁻¹)
Pedagang Pengumpul	590.000,00	118.000,00	404,76
Pedagang Pengecer	290.000,00	48.333,33	433,33

Sumber: Data Primer (diolah) 2016

2. Margin Pemasaran

Margin pemasaran diperoleh dari selisih antara harga jual dengan harga beli. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran dua tingkat, distribusi margin pemasaran terbagi pada dua lembaga pemasaran, yaitu pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran dua tingkat ini pedagang pengumpul memiliki total margin adalah sebesar Rp.10.000,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp.2.000,00 kg⁻¹ responden⁻¹. Pada pedagang pengecer diperoleh total margin pemasaran sebesar Rp.18.000,00 kg⁻¹ dengan rata-rata Rp. 3.000,00 kg⁻¹ responden⁻¹.

Tabel 3. Rekapitulasi Margin Cabai Rawit di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara

Komponen Responden	Harga Beli (Rp Kg)	Harga Jual (Rp Kg)	Margin Pemasaran (Rp Kg)
Pedagang Pengumpul	20.000,00	22.000,00	2.000,00
Pedagang Pengecer	22.000,00	25.000,00	3.000,00

Sumber: Data Primer (diolah), 2016

3. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran diperoleh dari selisih antara margin dengan biaya pemasaran. Keuntungan di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 1.595,24 kg⁻¹ responden⁻¹. Secara rinci dapat dilihat pada Lampiran 20. Sedangkan pada tingkat pedagang pengecer keuntungan sebesar Rp 2.556,67 kg⁻¹ responden⁻¹.

4. Share Usahatani Cabai Rawit

Share yang diterima petani rata-rata 80,00%, sedangkan pedagang pengumpul memperoleh *Share* sebesar 88,00% dan pedagang pengecer memperoleh *Share* sebesar 100%. Seperti yang kita ketahui bahwa *share* atau bagian yang diterima oleh petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer berbeda-beda disebabkan jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan juga berbeda-beda. Petani menerima *share* jumlah 80,00% dikarenakan petani hanya mengeluarkan biaya produksi, pedagang pengumpul menerima *share* 88,00% lebih besar dari yang diterima oleh petani dikarenakan pedagang pengumpul hanya mengeluarkan biaya pemasaran dan tidak mengeluarkan biaya produksi, pedagang pengecer menerima *share* 100,00% lebih besar dari petani dan pedagang pengumpul dikarenakan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran lebih sedikit dibandingkan pedagang pengumpul, selain itu pedagang pengecer menjual langsung cabai ke konsumen dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga yang dijual petani itu sendiri.

B. Pembahasan

1. Analisis Pendapatan Usahatani Cabai Rawit

Berdasarkan analisis data terhadap 26 petani responden pada usahatani cabai rawit di Kecamatan Loa Janan, diketahui luas tanam petani cabai seluruhnya adalah 8,13 ha dan rata-rata luas tanam adalah $0,31 \text{ ha}^{-1}$ responden⁻¹. Hasil penelitian di lapangan usahatani cabai rawit di Kecamatan Loa Janan biaya produksi yang digunakan terdiri dari biaya sarana produksi untuk benih, pupuk, pestisida, biaya tenaga kerja dan biaya penyusutan alat, biaya produksi tersebut digunakan oleh petani responden rata-rata sebesar Rp 4.856.844,07 mt^{-1} responden⁻¹.

Benih yang digunakan petani cabai rawit di Kecamatan Loa Janan menggunakan benih dewata, benih didapatkan petani secara mandiri. Jumlah benih yang digunakan petani rata-rata 4,31 bungkus mt^{-1} , 1 bungkus seberat 10 gram dan terdapat 2.250 butir. Harga benih dewata beragam pada setiap responden dengan harga rata-rata mencapai Rp 67.307,69 bungkus⁻¹. Benih dewata dipilih oleh petani responden karena memiliki ciri-ciri buah yang lebat dan dengan pertumbuhan yang cepat. Persemaian bibit tanaman menggunakan plastik dengan diameter 4 cm sampai 5 cm dan isi plastik menggunakan tanah yang sudah dicampur dengan pupuk. Proses persemaian yang benar diperlukan untuk memudahkan perawatan, sulam tanaman yang nantinya diharapkan menghasilkan panen yang melimpah.

2. Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Rawit

Margin pemasaran menentukan harga cabai ditingkat konsumen, margin pemasaran juga diharapkan dapat memberikan keuntungan yang proposional bagi petani dan lembaga pemasaran cabai rawit sesuai dengan biaya, resiko, pengorbanan dan pelayanan yang ditanggungnya. Harga penjualan petani atau harga pembelian pedagang pengumpul sebesar Rp 20.000,00 kg^{-1} dan harga penjualan pedagang pengumpul sebesar Rp 22.000,00 kg^{-1} , sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 2.000,00 kg^{-1} , Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengumpul Rp 404,76 kg^{-1} dengan demikian, keuntungan ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 1.595,24 kg^{-1} . Selanjutnya, harga pembelian pada pedang pengecer Rp 22.000,00 kg^{-1} dan harga penjualan pedagang pengecer sebesar Rp 25.000,00 kg^{-1} , sehingga margin pedagang pengecer sebesar Rp 3.000,00 kg^{-1} . Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengecer yaitu sebesar Rp 433,33 kg^{-1} , dengan demikian keuntungan ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 2.566,67 kg^{-1} . Harga yang diterima juga berpengaruh terhadap *share* yang diperoleh pedagang, dengan harga yang telah ditentukan maka setiap pedagang memiliki *share* yang berbeda-beda. *Share* yang diperoleh petani sebesar 80,00%, pedagang pengumpul 88,00% dan pedagang pengecer sebesar 100,00%. Petani hanya menerima *share* jumlah 80,00% dikarenakan petan mengeluarkan biaya produksi, pedagang pengumpul menerima *share* 88,00% lebih besar dari yang diterima oleh petani dikarenakan pedagang pengumpul hanya mengeluarkan biaya pemasaran dan tidak mengeluarkan biaya produksi, pedagang pengecer menerima *share* 100,00% lebih besar dari petani dan

pedagang pengumpul, dikarenakan pedagang pengecer memiliki margin pemasaran lebih besar dibandingkan pedagang pengumpul, selain itu pedagang pengecer menjual langsung cabai ke konsumen dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan harga yang dijual petani itu sendiri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara menunjukkan besarnya Biaya Produksi yang dikeluarkan petani cabai rawit sebesar Rp 4.856.844,07 mt^{-1} responden⁻¹. Penerimaan yang diperoleh sebesar Rp 20.551.538,46 mt^{-1} responden⁻¹. Pendapatan usahatani cabai rawit adalah sebesar Rp. 15.694.694,39 mt^{-1} responden⁻¹.
2. Saluran pemasaran di Kecamatan Loa Janan Kabupaten Kutai Kartanegara merupakan saluran dua tingkat, yaitu dari petani ke pedagang pengumpul, dari Pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sampai produksi cabai ke tangan konsumen.
3. Margin pemasaran yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 2.000,00 Kg^{-1} , dan pedagang pengecer Rp.3.000,00 Kg^{-1} . Keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 1.595,24 kg^{-1} responden⁻¹, dan pedagang pengecer Rp. 2.566,67 Kg^{-1} responden⁻¹. *Share* yang diperoleh oleh petani sebesar 80,00%, pedagang pengumpul 88,00%, pedagang pengecer 100,00%.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Junaedy. 2004. Bauran pemasaran dan *Trend* Penjualan Tanaman Hias. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Aryanti, R. D. 2008. Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias pada Ciapus Nurseri, Desa Taman Sari, Bogor, Jawa Barat. Skripsi IPB. Bogor.
- Ashari, S. 2006. Hortikultura Aspek Budidaya. UI Press, Jakarta
- Budiana, N. S. 2007. Memupuk tanaman hias. Penebar Swadaya, Depok.
- David, F. R. (2009). *The strategic planning matrix—a quantitative approach*. *Long Range Planning*, 19(5), 102-107.
- David, F. R. 2004. Manajemen Strategis, Terjemahan: PT. Indeks Kelompok Gramedia. PT. Gramedia, Jakarta.
- David, Fred R. 2006. Manajemen Strategis , Edisi Sepuluh. Salemba Empat, Jakarta.
- Ginanti, R. R. 2003. Kajian Strategi Pengembangan Usaha Tahu Bungkeng di Kabupaten Sumedang. Skripsi IPB. Bogor.

- Jauch, L. R dan Glueck, W. F. 1988. Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan, Terjemahan, Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 1999. Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kurniawan, J. 2008. Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Bunga Potong Krisan pada Loka Farm, Cilember, Bogor. Skripsi IPB, Bogor.
- Lakitan, B. 1995. Hortilkultura: Teori, Budaya, dan Pasca Panen. PT Raja GrafindoPersada, Jakarta.
- Lazuardi, Alam. 2008. Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Restoran Macaroni Panggang (MP) Bogor. Skripsi IPB, Bogor.
- Mattjik, N. A. 2010. Budidaya Bunga Potong & Tanaman Hias. USU, Medan.
- Mubyarto.1989. Pengantar Ekonomi Pertanian. Edisi 111, LP3S, Jakarta.
- Musfita, S. 2007. Strategi Pengembangan Usaha Manisan Pala (Studi Kasus: HomeIndustry Usaha Rama, Kabupaten Aceh Selatan). Skripsi IPB. Bogor.
- Parluhutan, E. 2006. Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Anggrek Spesies di Unit Koleksi Anggrek Kebun Raya Bogor. Skripsi IPB, Bogor.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Purwanto, I. (2007). Manajemen Strategi. Erlangga, Jakarta. Sidauruk, Febriando. 2010. Analisis Strategi pengembangan Usaha Tanaman Hias (Studi pada PT Godongijo Asri, Sawangan, Depok). Skripsi IPB, Bogor.
- Rahardi, F.Sri, W. Eko,M. 1994. Agribisnis Tanaman Hias. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2001. Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis.PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2002. *The power of brands*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2009. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus *integrated marketing communication*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Redaksi AgroMedia. 2007. Membuat Tanaman Buah Dalam Pot Berbuah Lebat. AgroMedia, Jakarta.
- Redaksi AgroMedia. 2007.Buku Pintar Tanaman Hias. AgroMedia, Jakarta.
- Robbins, S. P. 1991. *Management. Third Edition. Prentice-Hall*. New Jersey.
- Robbins. S. P. 1991. Perilaku Organisasi, Jilid 2. Prehallindo, Jakarta.
- Rohmiatin, Elmi. 2006. Analisis Strategi Pengembangan Beras Organik Lembaga Pertanian Sehat di Desa Pasir Buncir, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Skripsi IPB, Bogor.
- Rositasari, W.E. 2006. Analisis Strategi Pemasaran Tanaman Hias Daun dalam Pemanfaatan Sebagai Daun Potong Pada Pesona Daun Mas Asri, Ciawi, Kabupaten Bogor. Skripsi IPB, Bogor.
- Semangun, H. 2004. Penyakit-Penyakit Tanaman Pangan di Indonesia. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta. Hal 42- 48.
- Suryatama, E. 2014. Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis, cetakan pertama. Kata Pena, Jakarta.