turnitin tito

by Yuke Elvin

Submission date: 15-Feb-2024 08:59PM (UTC+0530)
Submission ID: 2291749343
File name: 20230108__LAPORAN_SKRIPSI_MAS_TITO_REVISI.docx (175.17K)
Word count: 8075
Character count: 51209

ANALISIS SALURAN PEMASARAN (SUPPLY CHAIN) CABAI RAWIT

(Capsicum sp)

(STUDI KASUS DI DESA RANDEGAN KECAMATAN DAWARBLANDONG KABUPATEN MOJOKERTO)

LAPORAN SKRIPSI

Oleh:

FRANSTITO WAHYU FIRMANSYAH
20220007

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024

ANALISIS SALURAN PEMASARAN (SUPPLY CHAIN) CABAI RAWIT

(Capsicum sp)

(STUDI KASUS DI DESA RANDEGAN KECAMATAN DAWARBLANDONG KABUPATEN MOJOKERTO)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi satu diantara syarat dalam

Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Program Studi Agribinis

Oleh:

FRANSTITO WAHYU FIRMANSYAH
20220007

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2024

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : **ANALISIS SALURAN PEMASARAN (SUPPLY CHAIN) CABAI RAWIT *(Capsium sp)* DI DESA RANDEGAN, KECAMATAN DAWARBLANDONG, KABUPATEN MOJOKERTO**
NAMA : **FRANSTITO WAHYU FIRMANSYAH**
NPM : **20220007**
PRODI : **AGRIBISNIS**

MENGETAHUI

Dosen Pembimbing I	**Dosen Pembimbing II**
Ir. Hj. Erna Haryanti Koestedjo, M.MA	**Ir. Koesriwulandari, MP**
NIP. 195907201987032001	**NIK : 92164-ET**

Dekan	**Ketua**
Fakultas Pertanian	**Program Studi Agribisnis**
Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si	**Ristani Widya Inti, SP., M.Agr**
NIP. 19620403 198811 2 001	**NIK : 21850-ET**

LEMBAR REVISI
Tanggal : 23 januari 2024

JUDUL	**:**	**ANALISIS SALURAN PEMASARAN (SUPPLY CHAIN) CABAI RAWIT *(Capsium sp)* DI DESA RANDEGAN, KECAMATAN DAWARBLANDONG, KABUPATEN MOJOKERTO**
NAMA	**:**	**FRANSTITO WAHYU FIRMANSYAH**
NPM	**:**	**20220007**
PRODI	**:**	**AGRIBISNIS**

MENYETUJUI

Dosen Penguji I	**Dosen Penguji II**
Ir. Hj. Erna Haryanti Koestedjo, M.MA	**Ir. Koesriwulandari, MP.**
NIP. 195907201987032001	**NIK : 92164-ET**
Dosen Penguji III	**Dosen Penguji IV**
Dr. Yennyka Leilasariyanti, S.Farm.,M.Agr.Apt	**Ir. Endang Siswati, MM**
NIK : 22862-ET	**NIK : 21850-ET**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Franstito wahyu firmansyah

Alamat : Dsn.Glombok wetan .Ds.Mojowuku Kec.Kedamean Kab.Gresik

No.Tlp : 085748169601

NPM : 20220007

Jurusan : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Judul : Analisis saluran pemasaran (supply chain) cabai rawit di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan skripsi ini ialah hasil dari penelitian, ide, dan justifikasi orisinil saya sendiri. Jikapun ada tulisan karya dari penulis lain, saya mengutipnya dengan jelas serta menyebutkan sumber aslinya

Surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran didalamnya, saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang saya terima karena karya penelitian ini, serta sanksi yang berlaku di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Demikian surat pernyataan saya buat dengan sesungguhnya, bebas dari tekanan pihak manapun dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Surabaya,11 Januari 2024

Franstito Wahyu Firmansyah

Analisis saluran pemasaran Supply Chain Cabai Rawit Di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto Pembimbing 1:Ir.Hj.Erna Haryanti Koestedjo,M.MA pembimbing 2: Ir. Koesriwulandari,MP.

ABSTRAK

Saluran pemasaran atau supply chain ialah secara khusus, konsep di mana sistem peraturan mengatur arus produk, arus informasi, serta arus keuangan. Tujuan penelitian tertulis ialah: 1) Mengetahui rantai pasok cabai rawit di Desa Randegan. 2) mengetahui margin pemasaran cabai rawit di Desa Randegan. Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto dipilih dalam tujuan penelitian tertulis sebab ialah sentra produksi cabai rawit di Kecamatan Dawarblandong. Responden dalam penelitian tertulis ialah: 1) Petani Cabai Rawit 2) Pedagang meliputi tengkulak, pengepul, serta pengecer, dengan metode simple random sampling dalam responden petani cabai rawit dan metode snowball sampling dalam lembaga pemasaran yakni pedagang pengumpul serta pedagang eceran. Kesimpulan diambil menurut temuan penelitian serta pembahasan. 1. Cabai rawit dengan tiga saluran pemasaran di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto: 1 produsen-pedagang pengumpul-konsumen, 2 produsen-pengecer-konsumen, 3 produsen-pedagang pengumpul-pengecer-pedagang konsumen. 2. Margin pemasaran di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto : saluran pemasaran 1 margin pemasaran yakni Rp 5.000, saluran pemasaran 2 margin pemasaran yakni Rp 10.000, serta saluran pemasaran 3 margin pemasaran yakni Rp 14.000.

Keyword : saluran pemasaran,cabai rawit, margin pemasaran

Analysis of marketing channels for supply of cayenne pepper in Randegan Village, Dawarblandong District, Mojokerto Regency Supervisor 1: Ir.Hj.Erna Haryanti Koestedjo, M.MA Supervisor 2: Ir. Koesriwulandari, MP.

ABSTRACT

Supply chain in particular, the concept in which a regulatory system regulates product flows, information flows and financial flows. The objectives of the written research are: 1) Knowing the supply chain for cayenne pepper in Randegan Village. 2) find out the marketing margin for cayenne pepper in Randegan Village. Randegan Village, Dawarblandong District, Mojokerto Regency was chosen for written research purposes because it is the center of cayenne pepper production in Dawarblandong District. Respondents in the written research are: 1) Cayenne Pepper Farmers 2) Traders include middlemen, collectors and retailers, with a simple random sampling method for cayenne pepper farmer respondents and a snowball sampling method in marketing institutions, namely collectors and retail traders. Conclusions are drawn based on research findings and discussion. 1. Cayenne pepper with three marketing channels in Randegan Village, Dawarblandong District, Mojokerto Regency: 1 producer-trader collector-consumer, 2 producers-retailer-consumer, 3 producer-trader collector-retailer-consumer trader. 2. Marketing margin in Randegan Village, Dawarblandong District, Mojokerto Regency: marketing channel 1 marketing margin is IDR 5,000, marketing channel 2 marketing margin is IDR 10,000, and marketing channel 3 marketing margin is IDR 14,000.

Keyword : saluran pemasaran,cabai rawit, margin pemasaran

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

LEMBAR REVISI ..... **iv**

SURAT PERNYATAAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... Error! Bookmark not defined.

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **x**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR LAMPIRAN **1**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 2

1.3 Tujuan Penelitian 2

1.4 Manfaat Penelitian 3

1.5 Batasan penelitian 3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **1**

2.1 Landasan Teori 1

2.1.1. Deskripsi cabai rawit 1

2.2 Pemasaran 2

2.3 Saluran pemasaran 2

2.3.1 Saluran pemasaran langsung 3

2.3.2 Saluran pemasaran tidak langsung 3

2.4 Lembaga Pemasaran 3

2.5 Biaya pemasaran 4

2.6 Keuntungan Pemasaran 5

2.7 Margin Pemasaran 5

2.8 Penelitian terdahulu 6

2.9 Kerangka Pemikiran 14

2.9 Hipotesis 15

BAB III METODOLOGI PENELITIAN **16**

3.1 Metode Penentuan Lokasi 16

3.2 Metode Penentuan Responden 16

3.3 Metode Pengumpulan Data 17

3.4 Analisis Data 17
BAB IV KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN 20
4.1 Letak Geografis dan Batas Wilayah 20
4.2 Keadaan Penduduk 21
4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin 21
4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur 21
4.2.3 Keadaan Umum Sarana Dan Prasarana 22
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 24
5.1 Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan 24
5.2. Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan 27
5.2.1. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 1 28
5.2.2. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 2 30
5.2.3. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 3 31
5.2.4 Analisis biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran 33
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 35
6.1 Kesimpulan 35
6.2.1 Saran 35
DAFTAR PUSTAKA 1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Aliran Rantai Pasok cabai rawit di Desa Randegan 19
Gambar 2. Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto..... 31
Gambar 3. Saluran pemasaran 1 cabai rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 32
Gambar 4. Saluran pemasaran 1 cabai rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 32
Gambar 5. Saluran pemasaran 1 cabai rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 33

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, 2023 27
Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto,2023 28
Tabel 3. Keadaan Umum Sarana dan Prasarana Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, 2023 29
Tabel 4. Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit Pada Saluran Pemasaran 1 Di Desa Rndegan, Kecamatan Dawaeblandong, Kabupaten Mojokerto. (Rp / Kg / Hari) 35
Tabel 5. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 2 Di Desa Randegan,Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.(Rp/Kg/Hari) 37
Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 3 Di Desa Randegan,Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto. (Rp/Kg / Hari) 38
Tabel 7. Analisis total biaya, keuntungan dan margin pemasaran dari 3 saluran pemasaran cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan biaya Lembaga pemasaran cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 45

Lampiran 2. Perhitungan share biaya total dan keuntungan pemasaran cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto 47

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkebunan, peternakan, kehutanan, perikanan, serta tanaman pangan yakni lima subsektor yang membentuk pertanian dalam arti luas. Komoditas hortikultura yakni satu diantara komoditas pertanian pada tanaman pangan memiliki potensi pasar cukup baik serta produksi cukup besar. Di Indonesia, pembangunan suatu pertanian tujuannya menaikkan pendapatan serta taraf hidup seorang petani; Oleh sebab itu pengembangan dan peningkatan agribisnis hortikultura perlu dilaksanakan (Prayitno et al., 2013)

Masyarakat, apapun kelas sosialnya, kini memperdagangkan dan mengonsumsi cabai rawit sebagai komoditas premium. Jika dilihat dari kacamata ekonomi, cabai rawit merupakan komoditas atas nilai ekonomi relatif tinggi, terbukti dengan perannya dalam mendorong inflasi Indonesia. Harga komoditas mempunyai dampak signifikan terhadap inflasi yang pada akhirnya mempengaruhi daya beli masyarakat (Wehfany, 2022)

Rantai pasok ialah sistem di mana aliran keuangan, informasi, dan produk diatur oleh peraturan. Sebab banyaknya hubungan dalam rantai pasok cabai rawit serta fakta cabai rawit relatif mahal dibandingkan produk komoditas lainnya dan mudah dikeringkan, maka pengaturan ini perlu dilaksanakan (Unsrat, 2018)

Satu diantara penyebab fluktuasi harga cabai rawit ialah manajemen rantai pasok yang tidak memadai. Jika seluruh pemangku kepentingan bekerja sama untuk mengelola dan mengawasi hubungan saluran distribusi, manajemen

rantai pasok dapat dicapai secara efisien. Cara pengorganisasian rantai pasok memang memerlukan pertimbangan yang matang (Unsrat, 2018)

1.2 Rumusan Masalah

Dalam analisis saluran pemasaran tidak terlepas dari permasalahan yang timbul diantaranya:

1. Bagaimana saluran pemasaran cabai rawit di desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto.
2. Berapa margin pemasaran pada pemasaran cabai rawit di desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian " Analisis saluran pemasaran supply chain cabai rawit Di Desa Randegan Kabupaten Mojokerto " antara lain :

1. Untuk mengetahui saluran pemasaran cabai rawit di Desa Randegan Kabupaten Mojokerto.
2. Untuk menganalisis margin pemasaran cabai rawit di Desa Randegan Kabupaten Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti yakni sebagai syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana pertanian.
2. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Mojokerto digunakan bahan pertimbangsn serta memberikan rekomendasi data dan informasi dalam penentuan kebijakan.
3. Bagi Kepustakaan sebagai referensi dalam penelitian berikutnya yang terkait dengan pengembangan komoditas di sektor pertanian

1.5 Batasan Penelitian

1. Melaksanakan penelitian di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, yang memiliki sejumlah organisasi pemasaran dan saluran pemasaran yang membantu penyebaran informasi tentang cabai rawit dari produsen (petani) hingga konsumen.
2. Dua Pasar di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, ialah satu-satunya pasar yang tercakup dalam saluran pemasaran penelitian ini.
3. Penelitian tertulis tujuannya yakni melaksanakan analisis terhadap saluran pemasaran serta margin pemasaran yang terkait dengan cabai rawit.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. Deskripsi Cabai Rawit

Tanaman cabai rawit tersebut berasal dari Amerika Selatan, daerah tropis di benua Amerika. Penemuan benua Amerika oleh Christopher Columbus turut andil dalam penyebaran cabai rawit. Belakangan, para pedagang dari Portugal dan Spanyol menyebarkan benih cabai ke seluruh Asia, pertama ke India ditahun 1542 serta kemudian ke india abad ke-16.

Klasifikasi pada tanaman cabai rawit diperlihatkan yakni. (Warisno dan Dahana, 2010):

Kingdom : Plantae

Divisi : Spermatophyta

Kelas : Dicotyledonae

Ordo : Solanales

Famili : Solanaceae

Genus : Capsicum

Spesies : Capsicum frutescens L.

Menyandang nama ilmiah Capsicum sp., cabai rawit ialah tanaman perdu termasuk famili terong (Solanaceae). Berasal dari wilayah Peru di Amerika Utara, cabai telah menyebar ke belahan benua lain serta Eropa dan Asia, meliputi Indonesia. Cabai tumbuh digunakan bumbu masakan di

negara Asia Tenggara lainnya selain Indonesia. Ini disebut sebagai cabai rawit atau Thaipepper dalam bahasa Inggris. (Unsrat, 2018)

2.2 Pemasaran

Pemasaran yakni pemenuhan tujuan organisasi menuntut suatu organisasi untuk mampu mengenali kebutuhan dan keinginan pada suatu pasar sasaran dan memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut dengan lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaing. Di sinilah orientasi manajemen berperan. Sebab pemasaran ialah keputusan keuangan yang secara signifikan mempengaruhi tingkat pendapatan petani, pemasaran ialah bagian penting dalam menjalankan perusahaan pertanian. Sebab kualitas produk cukup tinggi tidak selalu berarti keuntungan cukup tinggi tanpa adanya pemasaran efektif, produksi cukup baik akan sia-sia bila harga dipasaran rendah (Mukmin et al., n.d.)

2.3 Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran ialah rangkaian operasi yang mencakup seluruh siklus hidup barang dan jasa yang tersedia saat ini, mulai dari awal produksi pertanian hingga titik di mana seluruh barang dan jasa berada di tangan pelanggan. Sederhananya, saluran pemasaran ialah sarana yang digunakan produsen untuk mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen; produsen ialah mata rantai pertama dalam rantai yang menciptakan produk, dan konsumen ialah mata rantai terakhir yang dengan produk atau ialah pengguna akhir (Ridwana et al., 2015)

2.3.1 Saluran Pemasaran Langsung

Saluran pemasaran tergolong langsung tidak mempunyai tingkat dalam perantara.

Contoh : Produsen – Konsumen Saluran

2.3.2 Saluran Pemasaran Tidak Langsung

Saluran yang digunakan untuk pemasaran tidak langsung tersebut terdiri atas satu ataupun lebih tingkat suatu perantara di pasar konsumen, dikatakan sebagai pengecer.

Contoh : Produsen - Pengecer – Konsumen

2.4 Lembaga Pemasaran

Lembaga yang bergerak di bidang pemasaran ialah perusahaan atau perseorangan yang mendistribusikan barang ataupun jasa dari produsen sampai ke konsumen akhir serta memelihara hubungan atas perusahaan ataupun perseorangan lain. Kebutuhan akan barang yang sesuai dengan kesukaannya dari segi waktu, tempat, dan bentuk memunculkan adanya lembaga pemasaran ini. Organisasi pemasaran melaksanakan tugas pemasaran dalam upaya memuaskan kebutuhan konsumen semaksimal mungkin. Organisasi pemasaran dibayar oleh konsumen dalam bentuk margin pemasaran. digunakan untuk memaksimalkan dampak pasar (Adhawiyah et al., 2018).

Tergantung dalam jenis produk dipasarkan, organisasi pemasaran terlibat pada proses pemasaran produk pertanian berbeda-beda secara signifikan. Komoditas tertentu melibatkan banyak lembaga pemasaran, sementara komoditas lainnya hanya melibatkan sejumlah kecil lembaga

pemasaran. Daftar lembaga pemasaran berikut dapat digunakan untuk mengidentifikasi lebih lanjut pihak-pihak yang terlibat dalam proses pemasaran ini:

1) Perantara: hal itu ialah organisasi pemasaran yang bekerja langsung dengan petani dan melaksanakan bisnis dengan mereka dalam bentuk obligasi hutang, kontrak pembelian, atau uang tunai.
2) Pedagang Pegumpul ialah Karena perantara biasanya membeli komoditas dalam jumlah yang lebih kecil dari petani, efisiensi mereka meningkat. Dengan kata lain, pedagang pengumpul tersebut membeli sebuah hasil pertanian dari tengkulak.
3) Bagi pedagang besar, lembaga pemasaran perlu memfokuskan kembali jumlah komoditas yang dapat diakses oleh pedagang pengumpul untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan fungsi pemasaran.
4) Pengecer ialah usaha yang berinteraksi langsung dengan pelanggan.

2.5 Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran ialah biaya yang ditanggung perusahaan dagang ketika memindahkan barang dari produsen ke pembeli. Biaya-biaya yang terkait dengan transportasi, bongkar muat, penyusutan, dan keamanan ialah biaya pemasaran dalam penelitian ini. Demikian pula jenis organisasi pemasaran dan efisiensi kampanye pemasaran yang dijalankan. Biaya pemasaran akan berkurang seiring dengan meningkatnya efektivitas pemasaran. Biaya biasanya ialah trade-off yang dilaksanakan petani untuk menjalankan operasi mereka secara efisien dan memaksimalkan hasil. Biaya ialah pengorbanan terukur yang dilaksanakan untuk mencapai

tujuan pertanian tertentu sebagai imbalan atas alat tukar moneter. Biaya terkait itu dengan sebuah pemasaran komoditas suatu pertanian disebut sebagai biaya pemasaran. Biaya terkait dengan pemasaran komoditas pertanian (Kusmawati et al., 2017)

2.6 Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran dinyatakan dalam rupiah per kilogram dan ialah selisih antarmargin pemasaran serta biaya pemasaran disetiap tingkat suatu lembaga pada pemasaran (Kusmawati et al., 2017).

Keuntungan pemasaran ialah jumlah sisa sesudah dikurangi atas biaya pemasaran dari harga ditawarkan pada produsen dengan harga yang dibayar konsumen. Jarak antara produsen dan konsumen produk pertanian menentukan variasi margin keuntungan. Tergantung pada seberapa besar penghasilan masing-masing lembaga pemasaran, perbedaan harga disetiap lembaga pemasaran tersebut sangat bervariasi (Soekartawi, 1993).

2.7 Margin Pemasaran

Margin ialah selisih dari harga antara jumlah dibayar pelanggan akhir serta jumlah diterima petani. Perbedaan harga antara apa dibayar petani serta apa dibayar pengecer dan konsumen dalam komoditas yang sama dalam saluran pemasaran dikenal sebagai margin pemasaran pedagang pengumpul (Mandak et al., 2016).

Banyaknya produk yang dipasarkan tidak ditunjukkan dengan margin pemasaran, hanyalah memperlihatkan suatu selisih antarharga dibayar pelanggan dengan harga diterima seorang produsen (Rahim, 2016). Segala

biaya untuk mentransfer sebuah produk dari produsen ke pengguna akhir termasuk dalam margin pemasaran.

Pembagian margin pemasaran sebagaimana diuraikan pada uraian di atas ialah selisih antarharga diterima petani (Pr–Pf) atas harga dibayar konsumen. Menurut teori pemasaran, margin pemasaran terdiri dari pendapatan organisasi pemasaran yang bergerak di bidang pemasaran komoditas pertanian serta biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan fungsi pemasaran (Kai et al., 2016)

2.8 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Andre Giovanni (2022), pada jurnal Jurnal EMBA Vol 10 Hal : 358-367 yang berjudul "Analisis rantai pasok (supply chain) minuman cap tikus (studi pada petani Desa Palamba Kecamatan Langowa Selatan)". "Mencari dan menganalisis rantai pasok minuman cap tikus di Desa Palamba Kecamatan Langowan Selatan menjadi tujuan penelitian ini. Petani dan pedagang/pengepul cap tikus asal Desa Palamba, Kecamatan Langowan Selatan, Kabupaten Minahasa, dijadikan sebagai subjek penelitian. Penelitian kualitatif ialah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Wawancara digunakan sebagai sarana pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan rantai pasok minuman cap tikus di Desa Palamba, Kecamatan Langowan Selatan, efisien karena distribusi cap tikus tidak memerlukan biaya transportasi, dan pengolahan cap tikus dilaksanakan di sekitar lokasi oleh petani Desa Palamba."

Berdasarkan penelitian menurut Adhawiyah (2018), pada jurnal Agrinesia vol 2, hal 165-175 yang berjudul "Analisis Pemasaran Cabai

Rawit di Kabupaten Boalemo" Bidang analisis berikut ini yang menjadi fokus penelitian ini: "Pemasaran dan Distribusi Cabai Rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo, Unsur mempengaruhi fluktuasi sebuah harga cabai rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo, Marjin Pemasaran Cabai Rawit di Desa Sosial Kecamatan Paguyaman dan Kabupaten Boalemo."

Pada bulan Juli hingga Agustus 2017, Kampung Sosial Kecamatan Paguyaman Kabupaten Boalemo dijadikan sebagai lokasi penelitian tertulis. Metode survei yang digunakan ialah pengumpulan data melalui observasi serta wawancara. Sebanyak 25 responden—15 petani, 5 pengepul, dan 5 pengecer—digunakan dalam proses pengambilan sampel yang dilaksanakan dengan metode sampel jenuh. Data primer dan sekunder ialah jenis digunakan dalam penelitian tertulis. Analisis margin distribusi serta analisis margin pemasaran ialah teknik analisis data dalam penelitian. "Temuan penelitian menunjukkan terdapat dua cara pemasaran Cabai Rawit yang berbeda di Desa Sosial, Kecamatan Paguyaman, dan Kabupaten Boalemo: saluran pemasaran langsung dan saluran pemasaran tidak langsung. dan mendirikan organisasi pemasaran dengan petani dan konsumen akhir sebagai target utama pemasaran langsung. Pengecer, Petani, Pedagang Pengumpul, dan Konsumen Akhir ialah saluran pemasaran tidak langsung. dengan margin saluran pemasaran tidak langsung sebesar Rp. 15.000, terdiri dari Rp. 5.000 untuk pengecer dan Rp. 10.000 untuk pengepul per kilogram. melalui berbagai organisasi dan biaya pemasaran terkait." Oleh karena itu, marginnya tinggi, namun keuntungannya lebih rendah dibandingkan dengan saluran II (pemasaran langsung), tidak adanya margin

sebab petani tersebut menjual cabai rawit ke konsumen akhir secara langsung tanpa melewati lembaga pemasaran ataupun perantara. Dengan begitu, petani cabai rawit dapat mempertimbangkan saluran II (pemasaran langsung) yang menguntungkan. Rendahnya biaya biaya pemasaran yang dikeluarkan berdampak pada tingginya nilai margin. Dengan begitu, saluran tersebut menawarkan margin keuntungan tertinggi bagi petani atau produsen.

Berdasarkan penelitian menurut Linda M. Faot (2019) pada jurnal Buletin EXCELLENTIA vol 8, hal 90-97 dalam judul "Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur)" "Tujuan dari penelitian tertulis ialah mengetahui saluran pemasaran cabai rawit, serta biaya, keuntungan, margin pemasaran, dan tingkat efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran yang terletak di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang. Metode analisis deskriptif menjadi landasan penelitian yang dilaksanakan melewatiteknik survei. Besar sampel responden sebanyak 46 petani, dengan metode pengambilan sampel dengan purposive sampling, dan pedagang yang ikut serta dipilih dengan snowball sampling. Data yang digunakan ialah data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan ialah pendekatan lugas. Hasil penelitian memperlihatkan terdapat dua jenis saluran pemasaran cabai rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang: saluran 1: petani produsen – pengecer – konsumen akhir, dan saluran 2: petani produsen – pengepul desa – pengecer – konsumen akhir. Pangsa petani pemasaran cabai rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang yakni 58,3% pada saluran 1 dan 43,7% pada saluran 2. Secara keseluruhan pemasaran

cabai rawit di Kecamatan Amarasi dinilai efisien dari segi nilai dan biaya pemasaran pada seluruh saluran."

Berdasarkan penelitian menurut Adrianus Hia (2020) pada jurnal Forum Agribisnis, vol 10, hal 36-45 dalam judul "Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah Di Desa Cidatar Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut" Penelitian tertulis dengan analisis deskriptif. "Metode random sampling digunakan untuk memilih 30 responden petani, dilanjutkan dengan metode snowball untuk memilih 10 responden pedagang. Wawancara dan observasi mengumpulkan data primer, sedangkan dokumentasi mengumpulkan data sekunder. Desa Cidatar, Kecamatan Cisurupan, Kabupaten Garut memiliki lima saluran pemasaran cabai merah. Saluran pemasarannya ialah I) petani – pengepul – pedagang besar di Jakarta – pengecer – konsumen di Jakarta; II) petani – pengepul – Pedagang besar Cikajang – Pengecer Cikajang – konsumen; III) petani - pengepul - pedagang besar di Cikajang - pedagang besar di Jakarta - pengecer - konsumen di Jakarta; IV) petani – pengepul – Pedagang besar Bandung – Pengecer – Konsumen Bandung; v) Petani – Pengepul – Pedagang Besar di Bandung – Pedagang di Jakarta – Pengecer – Konsumen Jakarta. Berdasarkan hasil analisis, saluran pemasaran II dengan margin pemasaran terkecil (52,3 persen). Saluran pemasaran II memiliki farmer share tertinggi (48%), sedangkan saluran pemasaran III memiliki rasio $\pi i/Ci$ tertinggi (5,64). Petani sebaiknya memilih saluran pemasaran I sebab dengan volume cabai yang paling banyak diserap pasar dan harga paling tinggi dibandingkan saluran pemasaran lainnya."

Berdasarkan penelitian menurut Lisda Kusmawati (2017) pada jurnal Agroinfo galuh, vol 4, hal 677- 682 dalam judul "Analisis saluran pemasaran cabai besar varietas Tanjung 2" "Tujuan penelitian tertulis ialah untuk mengidentifikasi: 1) Saluran pemasaran cabai merah di Desa Tamanjaya. 2) Margin, biaya, dan keuntungan pemasaran produk cabai merah di Desa Tamanjaya. 3) Pangsa petani komoditas cabai merah di Desa Tamanjaya. Jenis penelitian tertulis dengan metode survei terhadap petani dan pedagang cabai di Desa Tamanjaya yang melibatkan 25 petani, satu pedagang grosir, dan lima pengecer. Sensus digunakan untuk pengambilan sampel petani dan pengambilan sampel bola salju untuk pedagang. Hasil penelitian memperlihatkan: 1. Saluran pemasaran cabai merah di Desa Tamanjaya terdapat satu yakni: Petani, Pedagang Besar, Pengecer, Konsumen. 3. Biaya pemasaran pedagang grosir Rp 535/kg. Margin pemasaran pada pedagang besar yakni Rp 10.000/kg dan keuntungan pemasaran yakni Rp 9.465/kg. Sedangkan biaya pemasaran di tingkat pengecer yakni Rp480 per kilogram. Margin pemasarannya yakni Rp7.000 per kg, sedangkan keuntungan pemasarannya yakni Rp6.520 per kg. 3. Farmer's share atau bagian yang diterima petani ialah yakni 59,52%."

Berdasarkan penelitian menurut Elly Jumiati (2001) pada jurnal Agrifor, vol, hal 1-10 dalam judul "Analisis saluran pemasaran dan margin pemasarankelapa dalam di daerah perbatasan Kalimantan Timur" "Penelitian tertulis mengkaji efektivitas saluran pemasaran, serta margin pemasaran buah kelapa. Metode yang digunakan ialah metode deskriptif dengan analisis margin, margin distribusi, dan harga yang diterima petani, serta rasio manfaat

terhadap biaya dalam pemasaran minyak. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat dua saluran pemasaran minyak kelapa di daerah penelitian, yaknisaluran I: petani - pedagang desa/kabupaten - pengepul antarkabupaten/kota - konsumen; dan saluran pemasaran II : petani - pedagang desa/kabupaten - pengepul antar kabupaten/kota - pengecer - konsumen, dimana kedua saluran pemasaran tersebut belum efisien ditinjau dari nilai margin pemasaran, margin distribusi, dan harga jual yang diterima petani."

Berdasarkan penelitian menurut Clara Yolandika (2016) pada jurnal Pertanian Terapan, vol 16, hal 155-162 dalam judul "Rantai Pasok Brokoli di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan Pendekatan Food Supply Chain Networks" "Tujuan dari penelitian tertulis ialah dengan pendekatan food supply chain network (FSCN) untuk menilai keadaan rantai pasok brokoli di Kecamatan Bandung Barat, Kabupaten Lembang. Penelitian akan dilaksanakan di CV. Buah dan Sayur Yan di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Untuk mengolah data primer dan sekunder dalam penelitian tertulis, harus digunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Untuk menganalisis data rantai pasok kualitatif dan kuantitatif, diperlukan kerangka Food Supply Chain Networking (FSCN) dari Lambert dan Cooper (2000), sebagaimana dimodifikasi oleh Vorst (2006). Temuan penelitian tertulis ialah keadaan rantai pasok brokoli di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat dengan pendekatan Jaringan Rantai Pasok Pangan ditinjau dari target rantai pasok, struktur rantai pasok, entitas rantai pasok, manajemen rantai pasok, dan sumber daya. Proses bisnis rantai pasok terintegrasi dengan baik."

Berdasarkan penelitian menurut Sri Hardianti Rosadi (2021) pada jurnal agribisnis, vol 4, hal 18-28 “Analysis of the Supply Chain of Cayenne Pepper in South Sulawesi” “Tujuan penelitian tertulis ialah untuk mengkaji peta rantai pasok dan aktivitas yang terkait dengan komoditas cabai rawit di Sulawesi Selatan. Penelitian tertulis dilaksanakan di Kabupaten Enrekang dengan jumlah responden sebanyak lima orang petani dan pedagang. Penelitian tertulis dengan penelitian kualitatif dengan metode penelitian naturalistik, yaknipenelitian yang sifatnya alamiah. Temuan penelitian menggambarkan mekanisme rantai pasok cabai rawit di Sulawesi Selatan, mulai dari aliran produk dari petani, pedagang pengumpul desa, pedagang pengumpul besar, pedagang antar pulau, dan pedagang eceran. Aliran informasi dalam rantai pasok cabai rawit terintegrasi dengan baik antar pelaku, sedangkan aliran uang terjadi sesuai dengan kesepakatan para pelaku dalam rantai pasok. Dan kegiatan rantai pasok melibatkan dua aktor yakniaktor utama dan aktor pendukung. Petani, pengepul desa, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang antar kota, dan pedagang eceran ialah pelaku utama. Sedangkan pelaku pendukung diantaranya penyuluh pertanian, kelompok tani, Dinas Pertanian, Sub Terminal Agribisnis, toko tani, buruh tani, pedagang antar pulau, dan pelanggan.”

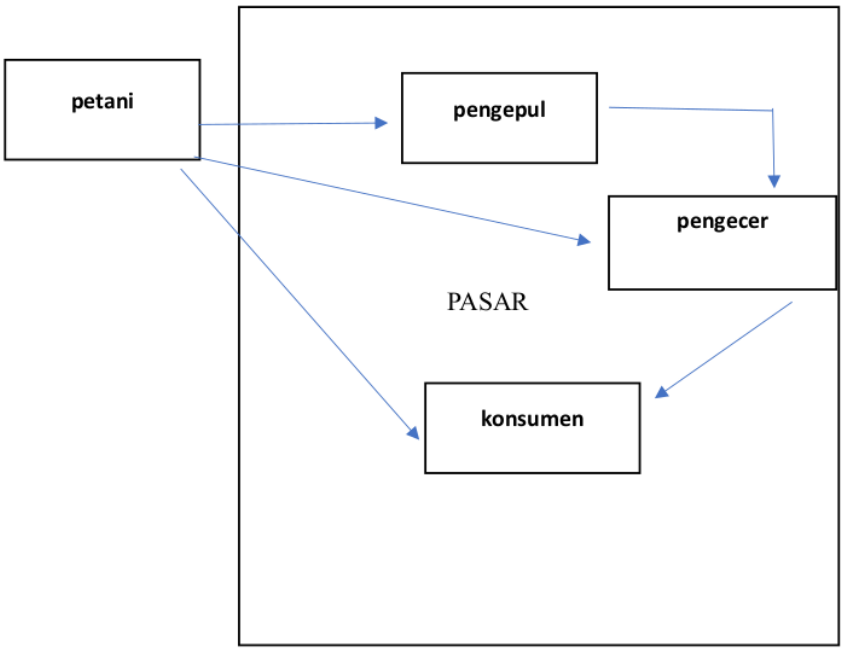
Berdasarkan penelitian menurut Nathallya Angel Josine Lyndon (2018) pada jurnal Agri-sosioekonomi,vol 14, hal 207-214 dalam judul “analisis rantai pasok komoditi cabai rawit di Kota Manado”. “Tujuan dari penelitian tertulis ialah untuk mengidentifikasi mekanisme rantai pasok yang memungkinkan terjadinya aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan di Manado. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (Purposive Sampling), dan pengambilan

sampel dilaksanakan secara tidak sengaja. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian tertulis ialah analisis deskriptif kualitatif, prosedur dalam analisis kualitatif menurut Miles dan Huberman (1992), yakniReduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian, nilai margin pemasaran petani satu kilogram cabai rawit ialah Rp 18.600,00 dengan bagi hasil petani yakni 69,5%. Margin pemasaran pedagang besar untuk satu kilogram cabai rawit ialah Rp4.733,00 dengan bagi hasil 17,7%. Nilai margin pemasaran pedagang eceran untuk satu kilogram cabai rawit yakni Rp3.422,00 dengan bagi hasil yakni 12,8%."

Berdasarkan penelitian menurut Felisya Yovita Wehfany (2022) pada jurnal Agrica, vol 15, no 2 dalam judul "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Cabai Rawit (Capsicum frutescens L.)", "Tujuan penelitian tertulis ialah untuk mengetahui produksi, pendapatan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani di Desa Siwalima Kota Dobo melewatiusahatani cabai rawit. Penelitian dilaksanakan di Desa Siwalima, Kecamatan Pulau-Pulau Aru, Kota Dobo, dengan responden sebanyak 37 orang petani. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif (uji produksi, pendapatan, dan regresi linier berganda) di Excel sebelum dijelaskan secara kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, petani rata-rata menghasilkan 275,81 kg cabai rawit per musim tanam/ha dengan pendapatan Rp8.034.569,55 per musim. Pendapatan petani sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti produksi cabai rawit, harga jual, biaya tenaga kerja, dan biaya benih."

2.9 Kerangka Pemikiran

Terdapat mekanisme rantai pasok cabai rawit di Desa Randegan. Hasil jelasnya ialah struktur rantai pasok pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1 Aliran Rantai Pasok cabai rawit di Desa Randegan

Gambar 1 menggambarkan saluran pemasaran di Desa Randegan. Langkah pertama yang dilaksanakan petani ialah mengumpulkan hasil panen, yang kemudian dibawa ke pasar tersebut dijual ke pengecer. Selain itu, ada pula petani menjualnya kepada pengepul dari pengepul kemudian menjualnya ke pengecer di pasar, yang kemudian cabai rawitnya dijual langsung ke konsumen. Konsumen membeli sebagian hasil panen langsung dari petani. Selain cepatnya buah cabai, konsumen hendak lebih efektif serta efisien dalam memperoleh cabai berkualitas. Hal itu berbeda yang dibeli

dari pengecer; proses pengiriman cabai ke pengecer tersebut melewati petani sendiri ataupun bahkan pengepul memakan diwaktu cukup lama, dan kualitas batang ataupun buahnya mungkin memperlihatkan bintik hitam dan layu.

Dalam besar kecilnya margin pemasaran terpengaruh rantai pasok sebab setiap pedagang atau lembaga pemasaran melaksanakan kegiatan pemasaran. Akibatnya ia mengeluarkan sebuah biaya pemasaran, dan setiap lembaga pemasaran memperoleh keuntungan dari kegiatan dilaksanakan. Margin pemasaran terpengaruh besar kecilnya pemasaran serta keuntungan pada pemasaran; semakin panjang rantai pasok, semakin tinggi margin pemasarannya.

2.9 Hipotesis

1. Diduga terdapat 3 saluran pemasaran cabai rawit di desa Randegan Kecamatan Dawarblandong.
2. Diduga margin pemasaran terbesar terdapat pada rantai pasok ke 3

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian tertulis ditentukan dalam purposive yakni di desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto, dengan pertimbangan desa randegan yakni sentra produksi cabai rawit di Kecamatan-Dawarblandong.

3.2 Metode Penentuan Responden

Responden pada penelitian tertulis ada 2 macam yakni ;

1. Petani

   Teknik sampling responden petani cabai rawit di desa randegan dalam metode acak sederhana (*simple random sampling*) ialah pengambilan suatu sampel terdapat setiap populasi dengan kesempatan ataupun peluang sama dalam menjadikan sebuah sampel. Jumlah petani cabai di desa randegan 148 orang berdasarkan teknik sampling tersebut di ambil 10% yakni 15 orang sebagai responden yang di anggap sudah representative.

2. Pedagang (Lembaga pemasaran)

   Snowball sampling digunakan untuk memperoleh sampel lembaga pemasaran dari satu pedagang eceran dan satu pedagang pengumpul barang. Metode snowball sampling Indrawan dan Yaniawati (2014, p. 107) ialah dengan memilih satu ataupun dua informan kunci lalu meminta seorang informan

sebelumnya untuk merekomendasikan informan berikutnya. Idenya ialah untuk mempermudah mengidentifikasi fenomena yang ingin Anda lihat. Pengambilan sampel bola salju digunakan untuk mendapatkan gambaran umum rantai pasok.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Jenis serta sumber data dalam penelitian tertulis yakni:

1. Data Primer, berasal dari jawaban daftar pertanyaan (Kuesioner) yang digunakan untuk mewawancarai responden. Informasi yang digunakan diantaranya informasi identitas responden, harga cabai rawit, dan tugas yang dilaksanakan petani cabai Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong.
2. Data Sekunder yakni sumber data tersebut tidak memberikan data pada responden secara langsung, sebagai contoh dokumen, seperti dokumen dari data kantor Desa Randegan, dari instansi terkait,

3.4 Analisis Data

Teknik analisis data yakni teknik analisis deskriptif, dimaksudkan untuk menjelaskan data didapat. Dalam pelaksanaanya dilaksanakan analisis tabulasi silang. Selain analisis deskriptif dilaksanakan analisis kuantitatif dengan rumus :

1. Margin Pemasaran

   Besarnya keuntungan didapatkan tiap-tiap lembaga pemasaran ditentukan melewatianalisis margin. Porsi diterima oleh seorang petani juga diketahui melewatianalisis margin. Rumus analisis margin dalam matematika ialah;

$$MP = KP + BP$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

Kp = Keuntungan Penjualan

BP = Biaya Penjualan

Atau $$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP = Margin Penjualan

Pr = harga di tingkat konsumen

Pf = harga di tingkat petani

2. Keuntungan pemasaran

Rumus berikut digunakan untuk menentukan margin keuntungan didapat tiap-tiap lembaga pemasaran:

$$\Pi = M - Bp$$

Dimana

Π =Keuntungan Lembaga Pemasaran

M = Margin Pemasaran

Bp= Biaya Penjualan

3. Biaya pemasaran

Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan biaya pemasaran cabai rawit:

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + ……..+ Bpn$$

Keterangan :

Bp: Biaya pemasaran cabai rawit

Bp1, Bp2, Bp3,…,Bpn : Biaya pemasaran cabai rawit setiap lembaga pemasaran cabai rawit

1,2,3,....n : Jumlah Lembaga

BAB IV

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Batas Wilayah

Desa Randegan yakni desa di Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto Provinsi Jawa Timur. Lahannya seluas 232,41 Ha terbagi antara lahan pemukiman, hutan produksi, dan fasilitas umum lainnya. Berikut batas Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto:

1. Sebelah Utara : berbatasan Desa Balongmojo
2. Sebelah Timur : berbatasan Desa Mojowuku
3. Sebelah Selatan : berbatasan Desa Madureso
4. Sebelah Barat : berbatasan Desa Temuireng

Berdasarkan topografinya, Desa Randegan terletak di perbukitan dan dataran tinggi dalam ketinggian 1.060 mdpl. Desa ini mengalami curah hujan 2.500 mm setiap tahun dan suhu berkisar antara 5 hingga 16 derajat.

Perkebunan, pertanian, peternakan, dan menjadi satu diantara pusat produksi cabai rawit di Kabupaten Dawarblandong yakni potensi Desa Randegan yang paling menonjol..

4.2 Keadaan Penduduk

4.2.1 Keadaan Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin yakni satu diantara variabel bisa memberikan pengaruh kinerja individu serta berperan besar dalam menentukan bagaimana pembagian kerja diklasifikasikan. Penduduk Desa Randegan dikategorikan berdasarkan jenis kelamin dengan data sekunder dengan cara yakni

Tabel 1. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, 2023.

No	Jenis kelamin	Jumlah (jiwa)	persentase
1	Laki-laki	928	49,20 %
2	Perempuan	958	50,80 %
Total		**1.886**	**100%**

Sumber : kantor Desa Randegan, 2023

Tabel 1 memperlihatkan jumlah dari penduduk berjenis kelamin laki-laki relative seimbang dengan jumlah dari penduduk berjenis kelamin perempuan, sehingga hal itu akan berpengaruh terhadap tenaga kerja ataupun budidaya cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.

4.2.2 Keadaan Penduduk Berdasarkan Umur

Umur ialah tingkat dari usia orang tersebut. Ketika manusia mencapai usia yang produktif, ia sudah mampu berkarya ataupun menciptakan sesuatu baik untuk dirinya maupun orang lain. Penduduk pada rentang umur 15 sampai 64 tahun tergolong penduduk usia produktif. Di tabel kedua. Memperlihatkan jumlah penduduk Desa randegan berdasarkan umur mayoritas penduduknya berusia produktif hal itu cukup berpengaruh

terhadap lapangan pekerjaan dan juga proses budidaya cabai rawit. Meninjau data sekunder penduduk Desa Randegan dikelompokkan berdasarkan umur.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Umur Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, 2023.

No	Usia (tahun)	Jumlah (jiwa)	persentase
1	0-5	177	5,86%
2	6-19	458	15,18%
3	20-54	1.991	66,02%
4	>55	390	12,94%
Total		**3.016**	**100%**

Sumber : Kantor Desa Randegan, 2023

4.2.3 Keadaan Umum Sarana Dan Prasarana

Infrastruktur memberikan dukungan utama bagi pelaksanaan suatu proses, sedangkan fasilitas yakni sesuatu digunakan dalam mencapai suatu tujuan dan sasaran. Kawasan pertanian secara umum masih kekurangan sarana dan prasarana, meskipun kondisinya jauh dari memadai. Prasarana dan fasilitas yang ada saat ini belum memadai baik secara kuantitas maupun kualitas, sehingga tidak mampu memenuhi kebutuhan masyarakat pertanian di sekitarnya. Fasilitas pendidikan, ibadah, dan layanan kesehatan ialah satu diantara prasarana dan fasilitas yang tersedia bagi masyarakat petani. Informasi dibawah ini berkaitan dengan prasarana dan sarana di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto Tahun 2023.

Tabel 3. Keadaan umum sarana dan prasarana di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, 2023.

No	Sarana dan Prasarana	Keterangan
1	Transportasi	
	Jalan raya	Ada/baik
	Angkutan pedesaan	Ada/baik
	Kendaraan pribadi	Ada/baik
2	perekonomian	
	Pasar umum	Ada/baik
	Warung	Ada/baik
3	Pemukiman	Ada/baik
4	Pendidikan	
	sekolah	Ada/baik
5	Lapangan Olah raga	Ada/baik
6	Tempat ibadah	
	Masjid	Ada/baik
	Gereja	Ada/baik
7	kesehatan	
	Klinik/puskesmas	Ada/baik
	Apotik	Ada/baik
8	Pemerintahan	
	Balai desa	Ada/baik
	Kantor desa	Ada/baik
	Pos kamling	Ada/baik
10	Pertanian	Ada/baik

Sumber : Data Kantor Desa Randegan, 2023.

Meskipun secara geografis wilayahnya berada di dataran tinggi, namun terlihat dari data pada tabel 4 di atas prasarana dan sarana Desa Randegan secara umum baik. Hal itu mencakup kantor desa, sistem transportasi umum, jalan raya, dan sarana transportasi lainnya. Hal itu disebabkan Desa Randegan memiliki program pembangunan desa sangat baik dalam tingkat keterlibatan masyarakat cukup baik.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan

Rantai pasok ataupun supply chain yakni sebuah gagasan di mana produk, informasi, dan arus keuangan semuanya tunduk pada sistem peraturan. Rantai pasok cabai rawit dengan banyak kaitan, sehingga pengaturan ini penting untuk diterapkan. Banyak organisasi pemasaran di Desa Randegan yang bergerak dalam industri cabai rawit. Petani berperan sebagai produsen, pengumpul, dan pengecer untuk organisasi pemasaran ini.

Petani (Produsen Cabai Rawit)

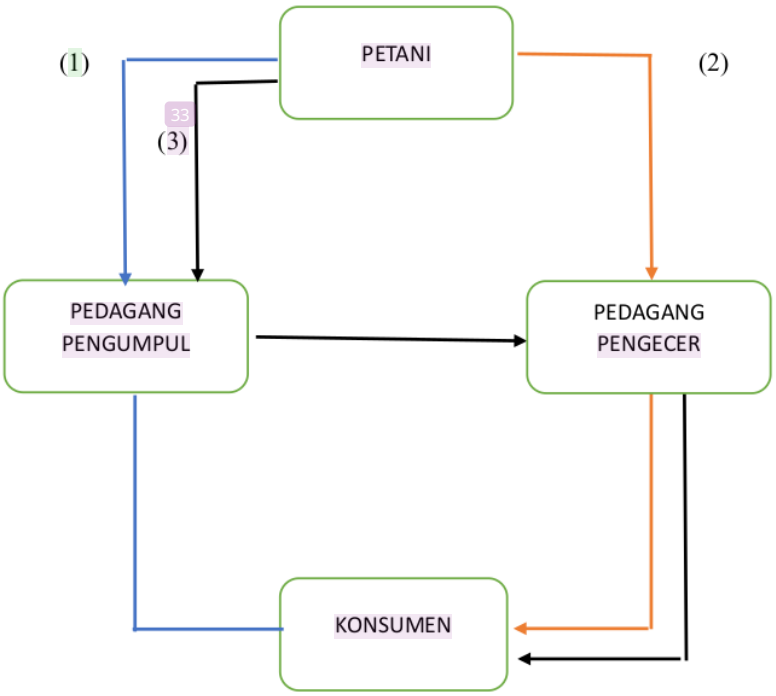
Dalam memasarkan cabai rawit, petani berperan sebagai produsen dan mendistribusikan rempah-rempah pada awalnya. Untuk memasarkan cabai rawit, petani menjualnya langsung ke konsumen melewatiperantara eceran ataupun ke pedagang pengumpul.

Pedagang pengumpul

Pedagang pengumpul ialah perantara secara proaktif memisahkan serta mengumpulkan cabai rawit berasal dari petani Desa Randegan kemudian menjualnya kembali pada pengecer dan pelanggan,

Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer ialah Setelah proses panen, produsen cabai rawit mendistribusikan produknya ke konsumen melewatiperantara di pasar eceran. Berdasarkan data hasil wawancara responden saluran pemasaran pada cabai rawit di Desa Randegan.

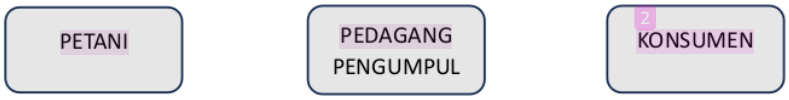


Gambar 2. Saluran Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.

Keterangan :

Saluran 1 → Petani – Pedagang pengumpul – Konsumen
Saluran 2 → Petani - Pedagang pengecer – Konsumen
Saluran 3 → Petani–Pedagang pengumpul– Pedagang pengecer–Konsumen

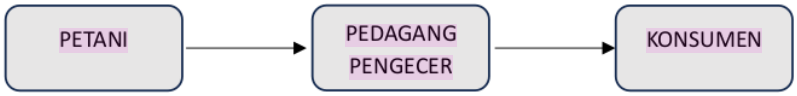
Saluran Pemasaran I



Gambar 3. Saluran Pemasaran 1 Cabai Rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

Pendistribusian dan Pemasaran Cabai Rawit melewati saluran I sebelum cabai rawit dikonsumsi konsumen, saya melibatkan lembaga pemasaran agar petani menjual dari hasil panennya ke pedagang pengumpul, setelah barang di terima oleh pedagang pengumpul dan melewati proses penimbangan serta packging, kemudian cabai rawit tersebut siap di jual kepada konsumen dengan harga yang telah ditentukan dengan perhitungan biaya pemasaran dan harga beli yang telah di tentukan pedagang pengumpul.

Saluran Pemasaran II

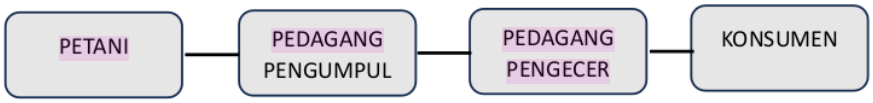


Gambar 4. Saluran Pemasaran 1 Cabai Rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

Saluran pemasaran II cabai rawit di Desa Randegan tersebut melibatkan 1 lembaga pemasaran sebelum cabai rawit hingga pada konsumen. yakni produsen (petani) langsung membawa hasil dari panen cabai rawit pada pedagang pengecer pasar, alasan para petani ingin mendapatkan harga tinggi dari penjualan cabai rawit tersebut kepada pedagang pengecer pasar, sebelum cabai rawit di jual kepada konsumen, pedagang pengecer melaksanakan aktifitas seperti melaksanakan

penimbangan, packging dan melaksanakan sortir, setelah melewati beberapa proses tersebut kemudian cabai rawit siap dijual sesuai permintaan konsumen dengan harga telah di tentukan pedagang pengecer berada di pasar.

Saluran Pemasaran III



Gambar 5. Saluran pemasaran 1 cabai rawit, di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

Dua organisasi pemasaran melibatkan pendistribusian saluran pemasaran III sebelum cabai rawit didistribusikan ke konsumen. Produsen (petani) pertama-tama menjual cabai rawitnya kepada pedagang pengumpul, yang kemudian mengangkutnya ke pasar induk ataupun pasar yang lebih kecil di desa dan menjualnya ke pedagang eceran di sana. Produsen sering kali dengan saluran distribusi tradisional yang umum, yang ialah sejenis saluran. Dalam hal ini produsen melayani suatu penjualan kepada pedagang pengumpul berjumlah besar, serta pembelian konsumen hanya dipenuhi oleh pengecer pasar.

5.2. Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Randegan

Margin pemasaran yakni selisih antarharga tersebut dibayarkan pembeli (Pr) dan harga tersebut diterima produsen (Pf). Di Desa Randegan, adanya tiga saluran pemasaran pada cabai rawit yang berbeda, dan margin pemasaran masing-masing saluran tersebut bervariasi. Variasi ini

bergantung pada durasi dan singkatnya jalur promosi. Lembaga pemasaran melibatkan saluran pemasaran I ada satu, yakni produsen serta pengepul, dengan margin sejumlah Rp 5.000,-. Dua dari lembaga pemasaran produsen serta pengecer terlibat dalam saluran pemasaran II, dengan margin Rp 10.000. Seiring dengan semakin banyaknya produsen, pengepul, dan pengecer yang berpartisipasi disaluran pemasaran III, maka margin pemasaran mencapai Rp 14.000,- pun meningkat. Konsekuensinya, semakin besarnya sebuah margin pemasaran, sehingga semakin panjang saluran ataupun jumlah lembaga pemasaran yang terlibat.

Berdasarkan temuan penelitian, seluruh lembaga pemasaran berpartisipasi didalam saluran pemasaran cabai rawit Desa Randegan melaksanakan kampanye pemasaran. Oleh sebab itu, lembaga pemasaran harus membayar biaya pemasaran yang berkaitan dengan kegiatan yang mereka lakukan. Lembaga pemasaran mendapat keuntungan berasal dari kegiatan yang diselesaikan dan biaya pemasaran dikeluarkan. Margin keuntungan setiap institusi ditunjukkan dengan besarnya suatu biaya dikeluarkan serta keuntungan diterima. Secara detail hendak membahas analisa pemasaran cabai rawit di Desa Randegan secara menyeluruh.

5.2.1. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 1

Saluran pemasaran 1 cabai rawit di desa randegan diketahui melewati 1 lembaga pemasaran yakni pedagang pengumpul sebagai perantara pemasaran sebelum cabai rawit sampai ke konsumen, dengan komponen biaya atas aktifitas yang dilaksanakan pedagang pengumpul meliputi biaya transportasi, biaya karyawan, biaya kemasan plastik, secara

jelasnya komponen biaya pemasaran beserta margin pemasaran serta share ditinjau tabel 4 yakni.

Tabel 4.Analisis Margin Pemasaran Cabai Rawit Pada Saluran Pemasaran 1 Di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto. (Rp / Kg / Hari)

Uraian	Distribusi (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
Petani - Harga jual		45.000	
Pedagang pengumpul : - Harga beli - Biaya transport - Biaya karyawan - Biaya kemasan plastic - Total biaya - Harga jual	 400 480 500 1.380	45.000 50.000	 0,27
Konsumen : Harga beli		50.000	
Keuntungan Pemasaran		3.620	0,73
Marjin Pemasaran		5.000	

Sumber data : Analisis data primer 2023

Tabel 4 memperlihatkan dalam pemasaran cabai rawit di Desa Randegan harga diterima produsen sejumlah Rp. 45.000,-/ kg, namun harga dibayarkan konsumen sejumlah Rp. 50.000,-/ kg, sehingga besarnya marjin pemasaran Rp. 5.000,-/Kg. Marjin tersebut terdistribusi menjadi biaya dikeluarkan pedagang pengumpul sejumlah Rp. 1.380,-/ kg, dengan share biaya atas marjin 27 %. Atas aktivitas yang dilaksanakan, maka pedagang pengumpul mengambil keuntungan sejumlah Rp. 3.620. Dengan share keuntungan pemasaran atas besarnya marjin 73 %, dengan perputaran transaksi harian barang yang dibeli dari petani 500-1000 kg/hari.

5.2.2. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 2

Saluran pemasaran 2 cabai rawit di desa randegan diketahui melewati 1 lembaga pemasaran ialah pedagang pengecer sebagai perantara pemasaran sebelum cabai rawit sampai ke konsumen, dengan komponen biaya atas aktifitas yang dilaksanakan pedagang pengumpul meliputi biaya sewa stand, biaya penyusutan, biaya kemasan plastik, secara jelasnya komponen biaya pemasaran beserta margin pemasaran dan share ditinjau tabel 5 yakni.

Tabel 5. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 2 Di Desa Randegan,Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto.(Rp/Kg/Hari)

Uraian	distribusi (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
Petani - Harga jual		48.000	
Pedagang pengecer : - Harga beli - Biaya sewa stand - Biaya penyusutan - Biaya karyawan - Biaya kemasan plastic - Total biaya - Harga jual	 166 693 1000 500 2.359	48.000 58.000	 0,24
Konsumen : Harga beli		58.000	
Keuntungan pemasaran	7.641		0,76
Margin pemasaran		10.000	

Sumber data : analisis data primer 2023

Tabel 5 memperlihatkan margin pemasaran cabai rawit di Desa Randegan dengan perputaran cabai rawit yang dijual oleh pedagang pengecer

100-150kg/hari. Dalam harga di terima produsen sejumlah Rp 48.000-/Kg, sehingga besarnya margin pemasaran Rp. 10.000-/Kg, margin tersebut terdistribusi menjadi biaya dikeluarkan pedagang pengecer sejumlah Rp. 2.359-/Kg, dengan share biaya atas margin 24%, atas aktifitas yang dilaksanakan, maka pedagang pengecer mengambil keuntungan sejumlah Rp. 7.641-/Kg, serta share keuntungan pemasaran 76%.

5.2.3. Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 3

Saluran pemasaran 3 cabai rawit di desa Randegan diketahui cukup panjang dengan melewati 2 lembaga pemasaran yakni pedagang pengumpul serta pedagang pengecer sebagai perantara pemasaran sebelum cabai rawit sampai ke konsumen, dengan komponen biaya atas aktifitas dilaksanakan pedagang pengumpul serta pedagang pengecer, beserta margin pemasaran ditinjau dalam tabel 6 berikut.

Tabel 6.Analisis Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran 3 Di Desa Randegan,Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto. (Rp/Kg/Hari).

Uraian	distribusi (Rp/Kg)	Harga (Rp/Kg)	Share (%)
Petani			
- Harga jual		42.000	
Pedagang pengumpul			
- Harga beli		42.000	
- Biaya transport	400		
- Biaya karyawan	480		
- Biaya kemasan plastic	500		
- Biaya total	1.380		0,34
- Keuntungan	2.620		0,65
- Harga jual		46.000	
Pedagang pengecer :			
- Harga beli		46.000	
- Biaya sewa stand	166		

- Biaya penyusutan - Biaya karyawan - Biaya kemasan plastic - Biaya total - Keuntungan - Harga jual	613 1000 500 2.279 7.721	 56.000	 0,23 0,77
Konsumen : Harga beli		56.000	
Margin pemasaran		14.000	

Sumber data : analisis data primer 2023

Meninjau tabel 6 didepan memperlihatkan Margin pemasaran pada saluran pemasaran 3 yakni harga jual pedagang pengumpul Rp 42.000/kg, sedangkan harga jual pedagang pengumpul yakni Rp 46.000/kg. Hasilnya, margin pemasaran tersebut diterima pada tingkat pedagang pengumpul yakni Rp 4.000/kg, terdapat biaya pemasaran sejumlah Rp 1.380/kg dan cost share dengan margin 34%.

Hasilnya, keuntungan yang didapat dari pedagang pengumpul ialah Rp 2.620/kg, dengan margin pendapatan pemasaran sejumlah 65%. Selain itu, pengecer mendapat margin pemasaran sejumlah Rp10.000 per kilogram berdasarkan harga beli dari petani sejumlah Rp46.000 dan harga jual dari konsumen sejumlah Rp56.000. Pengecer mengeluarkan biaya pemasaran sejumlah Rp 2.279/kg, ditambah pembagian biaya sejumlah 23 persen pada margin pemasaran. Dengan begitu, total margin dari petani ke konsumen dalam saluran 3 ialah Rp 14.000/kg, dengan keuntungan di tingkat pengecer sejumlah Rp 7.721/kg serta bagi hasil margin sejumlah 77%.

5.2.4 Analisis Biaya Pemasaran Dan Keuntungan Lembaga Pemasaran

Dalam 3 saluran pemasaran pada cabai rawit di desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, memiliki biaya pemasaran, keuntungan serta margin pemasaran berbeda di tiap-tiap saluran pemasaran, hal itu disebabkan di setiap saluran dengan aktifitas pemasaran berbeda sehingga berpengaruh terhadap besarnya keuntungan di ambil setiap lembaga pemasaran ataupun saluran pemasaran dan juga besarnya margin atas harga beli serta harga jual yang telah ditentukan di setiap saluran pemasaran, secara jelasnya dalam perbandingan biaya serta keuntungan pemasaran ditinjau tabel 7.

Tabel 7. Analisis Total Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran Dari 3 Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

Saluran pemasaran	Biaya total (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)	Margin pemasaran (Rp)
Saluran 1	1.380	3.620	5.000
Saluran 2	2.359	7.641	10.000
Saluran 3	3.659	10.341	14.000

Sumber data : analisis data primer 2023

Menurut tabel 7 didepan memperlihatkan saluran pemasaran 1 dengan aktifitas pemasaran dapat menimbulkan biaya sejumlah Rp.1.380/Kg, dan mengambil keuntungan sejumlah Rp.3.620/Kg dari penjualan cabai rawit kepada konsumen dengan harga yang telah di tentukan, dengan margin sejumlah Rp.5000.

Pada saluran 2 pada tabel 7 didepan memperlihatkan besarnya margin pemasaran sejumlah Rp. 10.000, dari margin tersebut terdistribusi menjadi biaya dikeluarkan dari saluran 2 sejumlah Rp.2.359/Kg atas aktifitas yang dilaksanakan, sehingga dari saluran 2 mengambil keuntungan sejumlah Rp 7.641/Kg atas harga jual yang telah ditentukan.

Berdasarkan tabel 7 didepan memperlihatkan saluran 3 cukup panjang sebab di dalam saluran tersebut terdapat 2 lembaga pemasaran selaku perantara cabai rawit sebelum cabai rawit diterima oleh konsumen, pada saluran 3 diketahui besarnya margin sejumlah Rp. 14.000 dari margin tersebut terdistribusi menjadi biaya total dari 2 lembaga pemasaran saluran 3 sejumlah Rp. 3.659/Kg atas aktifitas pemasaran yang dilaksanakan, sehingga dari saluran 3 mengambil keuntungan sejumlah Rp. 10.341/kg dari jumlah keuntungan 2 lembaga pemasaran berada saluran 3.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 KESIMPULAN

Meninjau hasil penelitian serta pembahasan diperoleh, maka kesimpulannya yakni.

1. Di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto yakni tiga saluran pemasaran cabai rawit yakni:
   1 produsen-pedagang pengumpul-konsumen,

   2 produsen-pedagang pengecer-konsumen, serta

   3 produsen-pedagang pengumpul-pedagang pengecer-konsumen.

2. Margin pemasaran di Desa Randegan Kecamatan Dawarblandong Kabupaten Mojokerto yakni Rp 5.000 untuk saluran pemasaran 1, Rp 10.000 untuk saluran pemasaran 2, dan Rp 14.000 untuk saluran pemasaran 3.

6.2.1 SARAN

Meninjau hasil penelitian beserta pembahasan, disarankan sejumlah hal:

1. Distribusi share margin merata di berbagai saluran pemasaran pada cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto, sehingga perlu di pertahankan guna terjaganya efektifitas saluran pemasaran

2. Pemerintah perlu memperhatikan kesejahteraan para petani cabai rawit sebab masih banyak petani yang dibantu oleh pedagang pengumpul dalam permodalan kebutuhan menanam, sehingga para petani cabai rawit sangat bergantung pada pedagang pengumpul, hal itu berdampak buruk sebab pedagang pengumpul akan membeli cabai rawit dengan harga murah ataupun tidak membeli cabai rawit dengan harga patokan yang sebenarnya,
3. Diharapkan para petani dengan alat timbang pribadi, hal itu berdampak baik untuk meningkatkan keuntungan dalam penjualan cabai rawit, sebab para petani dapat menjualnya langsung kepada konsumen ataupun melaksanakan penjualan melewati online shop.

DAFTAR PUSTAKA

Adhawiyah, R., Boekoesoe, Y., & Saleh, Y. (2018). Analisis Pemasaran Cabai Rawit di Kabupaten Boalemo. *Agrinesia*, *2*(3), 165–175.

Kai, Y., Baruwadi, M., & Tolinggi, W. K. (2016). Analisis Distribusi Dan Margin Pemasaran Usahatani Kacang Tanah Di Kecamatan Pulubala Kabupaten Gorontalo. *AGRINESIA : Jurnal Ilmiah Agribisnis*, *I*(1), 70–78.

Kusmawati, L., Herdiansah, D., & Hardiyanto, T. (2017). ANalisis saluran pemasaran cabai besar varietas Tanjung 2. *Agroinfo Galuh*, *4*(1), 677–682.

Mandak, Y., Rorimpandey, B., Waleleng, P. O. ., & Oroh, F. N. . (2016). Analisis Margin Pemasaran Ayam Broiler Di Pasar Tradisional Kota Manado. *Zootec*, *37*(1), 70. https://doi.org/10.35792/zot.37.1.2017.14229

Mukmin, M. H., Imran, S., Indriani, R., Agribisnis, J., Pertanian, F., Gorontalo, U. N., Bonebolango, K., Pertanian, F., Gorontalo, U. N., & Bonebolango, K. (n.d.). *DI DESA OMBULODATA KECAMATAN KWANDANG Utara . Dan Mengetahui Margin Pemasaran Cabe Rawit di Desa Ombulodata Kecamatan Kwandang Kabupaten Gorontalo Utara .*

Prayitno, A. B., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, *1*(1), 53–59. http://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JIA/article/download/131/135

Ridwana, Rusman, Y., & Ramdan, M. (2015). *Analisis Saluran Pemasaran Kelapa*. *3*(2), 183–188. https://media.neliti.com/media/publications/199733-none.pdf

Unsrat, A. (2018). *ANALISIS RANTAI PASOK KOMODITI CABAI RAWIT DI KOTA MANADO Nathallya Angel Josine Lyndon R. J. Pangemanan Caroline B. D. Pakasi*. *14*, 207–214.

Wehfany, F. Y. (2022). *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usahatani Cabai Rawit (Capsicum frutescens L .)*. *15*(2).

Lampiran 1. Perhitungan biaya Lembaga pemasaran cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

Biaya operasional pedagang pengumpul

1. Biaya transportasi per hari = Rp. 200.000

   Biaya transportasi / jumlah barang per hari = 200.000 / 500 = Rp, 400/Kg

   Jadi biaya transportasi Rp. 400/Kg

2. Biaya karyawan

   Upah karyawan x jumlah karyawan = Rp 80.000 x 3 = Rp. 240.000

   Jadi biaya karyawan per hari = Rp. 240.000

   Biaya karyawan / jumlah barang per hari = Rp. 240.000 / 500 = Rp. 480/Kg

   Jadi biaya karyawan Rp. 480/Kg

3. Biaya kemasan plastic

   Harga 1 kantong plastik = Rp. 500

Biaya operasional pedagang pengecer

1. Biaya sewa stand

   Biaya sewa stand per hari = Rp. 25.000

   Biaya sewa stand per hari / jumlah barang dijual per hari
   = Rp. 25.000 / 150 = Rp. 166/Kg

   Jadi biaya sewa stand Rp. 166/Kg

2. Biaya penyusutan

$$\frac{\text{jumlah penyusutan barang per hari x harga beli cabai rawit}}{\text{jumlah barang yang dijual per hari}}$$

$$\frac{2 \text{ x } 46.000}{150} = \text{Rp. } 613/\text{Kg}$$

Jadi biaya penyusutan cabai rawit Rp.166/Kg

3. Biaya karyawan

Jumlah karyawan x upah karyawan per hari = 2 x 75.000 = Rp. 150.000 per hari

Jumlah biaya karyawan per hari / jumlah barang dijual = 150.000 / 150 = Rp. 1000

Jadi jumlah biaya karyawan Rp.1.000/Kg

4. Biaya kemasan plastik

Harga 1 kantong plastik = Rp. 500

Lampiran 2. Perhitungan share biaya total dan keuntungan pemasaran cabai rawit di Desa Randegan, Kecamatan Dawarblandong, Kabupaten Mojokerto

1. Share margin biaya total dan keuntungan pedagang pengumpul saluran pemasaran 1

- Share biaya total pedagang pengumpul

$$\frac{1.380}{5.000} \text{ X } 100\% = 0,27$$

- Share margin keuntungan pedagang pengumpul

$$\frac{3.620}{5.000} \text{ X } 100\% = 0,73$$

2. Share margin biaya total dan keuntungan pedagang pengecer saluran pemasaran 2

- Share biaya total pedagang pengecer

$$\frac{2.359}{10.000} \text{ X } 100\% = 0,24$$

- Share margin keuntungan pedagang pengecer

$$\frac{7.641}{10.000} \text{ X } 100\% = 0,76$$

3. **Share margin biaya total dan keuntungan pedagang pengecer saluran pemasaran 3**

- Share biaya total pedagang pengumpul

$$\frac{1.380}{4.000} \text{ X } 100\% = 0,35$$

- Share margin keuntungan pedagang pengumpul

$$\frac{2.620}{4.000} \text{ X } 100\% = 0,65$$

- Share biaya total pedagang pengecer

$$\frac{2.279}{10.000} \text{ X } 100\% = 0,23$$

- Share margin keuntungan pedagang pengecer

$$\frac{7.721}{10.000} \text{ X } 100\% = 0,77$$

turnitin tito

ORIGINALITY REPORT

20%	19%	10%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	erepository.uwks.ac.id Internet Source	4%
2	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	1%
3	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	1%
4	e-journal.janabadra.ac.id Internet Source	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
6	hilmanhilmawan3.blogspot.com Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	www.scribd.com Internet Source	1%
9	www.researchgate.net Internet Source	1%

10	Submitted to LL Dikti IX Turnitin Consortium Student Paper	<1 %
11	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
12	www.neliti.com Internet Source	<1 %
13	jurnal.umpwr.ac.id Internet Source	<1 %
14	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1 %
15	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
17	docplayer.info Internet Source	<1 %
18	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
19	eprints2.undip.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.umy.ac.id Internet Source	<1 %
21	Manna Saragih, Kustopo Budiraharjo, Titik Ekowati. "Analisis Efisiensi Pemasaran	<1 %

Bawang Daun (Allium fistulosum. L) di Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang", Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian, 2022
Publication

22	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	<1 %
23	Nurhanifah Nurhanifah, Saharia Kassa, Wirahatmi Wirahatmi. "ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA MAKU KECAMATAN DOLO KABUPATEN SIGI", AGROTEKBIS : E-JURNAL ILMU PERTANIAN, 2023 Publication	<1 %
24	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
25	repository.ukwms.ac.id Internet Source	<1 %
26	siat.ung.ac.id Internet Source	<1 %
27	id.123dok.com Internet Source	<1 %
28	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1 %
29	jurnalkampus.stipfarming.ac.id Internet Source	<1 %

30	N Kuswardhani, Ratnawati, I B Suryaningrat, J Sumarno. "Marketing channel efficiency of Robusta coffee in Argopuro mountain area, Jember Regency", IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 2019 Publication	<1 %
31	adoc.pub Internet Source	<1 %
32	ecampus.sttind.ac.id Internet Source	<1 %
33	pdfs.semanticscholar.org Internet Source	<1 %
34	vdocuments.mx Internet Source	<1 %
35	Satria Afnan Pranata, Musnaini Musnaini. "EFISIENSI PEMASARAN IKAN NILA (OREOCHROMIS NILOTICUS) KERAMBA JARING APUNG SUNGAI BATANGHARI KABUPATEN MUARO JAMBI", Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, 2022 Publication	<1 %
36	contohsuratresmibaru.blogspot.com Internet Source	<1 %
37	pt.scribd.com Internet Source	<1 %

38	Samsu, Suramenggala I., Komarudin H., Ngau Y.. "Dampak desentralisasi kehutanan terhadap keuangan daerah, masyarakat setempat dan tata ruang: studi kasus di Kabupaten Bulungan, Kalimantan Timur", Center for International Forestry Research (CIFOR) and World Agroforestry Centre (ICRAF), 2005 Publication	<1 %
39	core.ac.uk Internet Source	<1 %
40	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
41	www.himjournals.com Internet Source	<1 %
42	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1 %
43	ejournal-balitbang.kkp.go.id Internet Source	<1 %
44	elearning.uwks.ac.id Internet Source	<1 %
45	fapet.unisla.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	<1 %

47	repository.unim.ac.id Internet Source	<1%
48	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1%
49	Andre Giovanni Goni, Indrie Debbie Palendeng, Jessy Jousina Pondaag. "ANALISIS RANTAI PASOK (SUPPLY CHAIN) MINUMAN CAP TIKUS (STUDI PADA PETANI DESA PALAMBA KECAMATAN LANGOWAN SELATAN)", Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022 Publication	<1%
50	journal.ipb.ac.id Internet Source	<1%
51	Rolief Banelamo, Paulus Adrian Pangemanan, Nordy Fitsgerald Lucky Waney. "Analisis Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Tutuling Jaya Kecamatan Wasile Kabupaten Halmahera Timur", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2023 Publication	<1%
52	Stenly Stevanus Mandagi, Tommy Ferdy Lolowang, Jenny Baroleh. "Strategi Pengembangan Usahatani Cabai Rawit Di Desa Tambelang Kecamatan Maesaan Kabupaten Minahasa Selatan", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2022	<1%

Publication

53	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		

turnitin tito

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17

PAGE 18

PAGE 19

PAGE 20

PAGE 21

PAGE 22

PAGE 23

PAGE 24

PAGE 25

PAGE 26

PAGE 27

PAGE 28

PAGE 29

PAGE 30

PAGE 31

PAGE 32

PAGE 33

PAGE 34

PAGE 35

PAGE 36

PAGE 37

PAGE 38

PAGE 39

PAGE 40

PAGE 41

PAGE 42

PAGE 43

PAGE 44

PAGE 45

PAGE 46

PAGE 47

PAGE 48

PAGE 49

PAGE 50

PAGE 51

PAGE 52

PAGE 53

PAGE 54

PAGE 55

PAGE 56