**EFISIENSI PEMASARAN CABE RAWIT (*Capsicum Frutescens L*)DI KECAMATAN SURALAGA KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

****

**RENCANA PENELITIAN**

**Oleh:**

**DEDI WAHYUDI**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS GUNUNG RINJANI**

**SELONG**

**2020**

**EFISIENSI PEMASARAN CABE RAWIT (*Capsicum Frutescens L*) DI KECAMATAN SURALAGA KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

****

**Oleh:**

**DEDI WAHYUDI**

**NPM : 53954500FP16**

**Rencana Penelitian Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Melakukan Penelitian**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS GUNUNG RINJANI**

**SELONG**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Rencana Penelitian : Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit (Capsicum Prutescens L) di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur.

Nama Mahasiswa : DEDI WAHYUDI

NPM : 53954500FP16

Program Studi : Agribisnis

Mengesahkan

|  |  |
| --- | --- |
| Pembimbing Utama | Pembimbing Pendamping |
| ( Rini Endang P.,SP.,M.Agb. )  NIDN : 0808088101 | ( Amrullah Fiqri,SP.,MP. ) |

Dekan

Fakultas Pertanian

( Ir. H. RIZAL AHMADI, M.MA )

NIDN : 0831126509

TANGGAL PENGESAHAN : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan khadirat Allah Yang Maha Esa, atas limpahan Rahmat-NYA sehingga rencana penelitian ini yang berjudul “ Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur “ dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak telah memperlancar penyelesaian rencana penelitian ini, kepada :

1. Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya dari jaman jahiliyah menuju jaman yang mengenal yang baik dan yang buruk
2. Ayah, Ibu, dan saudara tercinta yang telah membantu dengan mengorbankan wakyu, tenaga, pikiran dan do’a - do’a yang tiada hentiya serta memberikan motivasi sehingga terwujudnya rencana penelitian ini.
3. Bapak Ir. H. Rizal Ahmadi, M.MA selaku dekan fakultas pertanian Universitas Gunung Rinjani
4. Ibu Rini Endang Prasetyowati, SP.,M.Agb pendamping utama, dan Bapak Amrullah Fiqri, SP.,M.Si selaku dosen pembimbing pendamping yang telah dengan sabar membimbing penulis dari awal hingga akhir.
5. Bapak - bapak dan ibu - ibu dosen serta karyawan Fakultas Pertanian Universitas Gunung Rinjani yang tidak dapat penulis satu persatu
6. Sahabat - sahabat tercinta yang telah banyak memberikan motivasi sehingga terwujudnya rencana penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa rencana penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengaharapkan saran dan kritik untuk perbaikan rencana penelitian ini, akhirnya penulis berharap semoga rencana penelitian ini dapat memberikan mamfaat bagi penulis sendiri dan bagi peneliti yang berminat mengkaji masalah yang sama.

Penulis,

**DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL viii

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR LAMPIRAN x

I. PENDAHULUAN 1

1. Latar Belakang 1
2. Perumusan Masalah 5
3. Tujuan Penelitian 5
4. Kegunaan Penelitian 5

II. TINJAUAN PUSTAKA 7

1. Landasan Teori 7
2. Tinjauan Umum Cabe Rawit 8
3. Pemasaran 9
4. Efisiensi Pemasaran 9
5. Saluran Pemasaran 11
6. Biaya Usahatani 12
7. Pendapatan Usahatani 14
8. Hasil Penelitian Terdahulu 16

III. KERANGKA PEMIKIRAN 18

1. Kerangka Konsep Oprasional 18
2. Hipotesis 19

IV. METODOLOGI PENELITIAN 20

1. Metode Penelitian dan Tehnik Pengumpulan Data 20
2. Penentuan Daerah Penelitian 21
3. Penentuan Responden 21
4. Jenis dan Sumber Data 22
5. Variabel dan Cara Pengukurannya 23
6. Teknik Analisis Data 24

DAFTAR TABEL

Halaman

1. Luas panen, produksi dan rata - rata produksi tanaman cabe rawit di Kabupaten Lombok Timur dari Tahun 2014 - 2018 29
2. Luas panen, produktivitas cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur dari Tahun 2014 - 2018 30

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Bagan Kerangka Pemikiran 18
2. Bagan Penentuan Sampel 22

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Luas Panen, Produksi dan Rata-rata Produksi Tanaman Cabe Rawit di

Kabupaten Lombok Timur 29

1. Luas Panen dan Produktivitas Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga

Kabupaten Lombok Timur 30

1. Nama Desa, Jumlah Kelompok Tani dan Luas Garapan Sawah di

Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur 31

1. **PENDAHULUAN**
   1. **. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris, yang artinya bahwa pertanian memegang peran penting dari keseluruhan perekonomian nasional. Hal ini dapat di tunjukkan dan banyaknya penduduk atau tenaga kerja yang hidup dan bekerja pada sektor pertanian (Mubyarto, 1994).

Bagi Indonesia, pertanian bukan hanya sekedar kegiatan bercocok tanam untuk menghasilkan bahan pangan. Pertanian merupakan bagian dari budaya dan sekaligus urat nadi kehidupan bagi masyarakatnya. Oleh karena itu tidaklah berlebihan kalau di katakan bahwa maju mundurnya negara Indonesia sangat tergantung pada keberhasilan dalam membangun sektor pertanianya (Nainggolan, 2005)

Rukmanan .R (2010) mengatakan bahwa secara *historis* sektor pertanian tetap memberikan kontribusi terhadap pembangunan Nasional dan memegang peranan penting bagi seluruh penduduk, pertanian juga merupakan sektor penyumbang devisa negara dari sektor non migas khususnya penerimaan ekspor. Besarnya kesempatan kerja yang di hasilakan dan besarnya jumlah penduduk yang masih bergantung pada sektor ini memberikan arti bahwa sektor ini masih perlu di tingkatkan.

Menurut Widodo (1997) tanaman cabe merupakan salah satu komoditi penting di Indonesia. Jenis sayuran ini banyak di konsumsi oleh sebagian besar penduduk tanpa melihat tingkat sosialnya, komoditas ini mempunyai prospek cerah karna dapat menaikkan pendapatan petani, dapat memperluas kesempatan kerja dan bernilai ekonomi tinggi karna di tinjau dari kegunaannya cabe sebagai bahan baku industri yang berpeluang untuk di ekspor. Cabe juga dapat di gunakan sebagai bumbu masak dan sumber vitamin C. Komoditi cabai merupakan salah salah satu sub sektor jenis tanaman yang strategis, hal ini di dasarkan kepada kebutuhan akan cabai untuk konsumsi bahan olahan yang terus mengalami peningkatan jumlah permintaan local dan luar negeri. Pada sisi lain produksi cabe juga sering mengalami stagnasi sehingga mengakibatkan keengganan para petani cabe untuk memproduksi cabe dibandingkan dengan tanaman lain, ini juga disebabkan oleh karna harga cabe yang sering berfluktuasi serta struktur pasar yang belum efisien (Nurhidayana *et al*, 2012)

Kabupaten Lombok Timur merupakan daerah yang cocok untuk mengembangakan kegiatan usahatani tanaman cabe. Daerah ini memiliki iklim dan jenis tanah yang beragam untuk tanaman budidaya cabe rawit. Adapun produksi Cabe Rawit menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Lombok Timur mencapai 1.885,512 ton di tahun 2018.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Tanaman Cabe Rawit di Kabupaten Lombok Timur 2014-2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Luas Panen (Ha)** | **Produksi (Ton)** | **Rata-rata Produktivitas**  **(Ton/Ha)** |
| 1  2  3  4  5 | 2014  2015  2016  2017  2018 | 4.619  4.543  5.861  5.793  6,369 | 658.137  634.859  843.677  1.312,070  1.885,512 | 142,4  139,7  143,9  226,4  296,0 |
| **Jumlah** | | **27.185** | **5.334.255** | **948,4** |

Sumber : BPS Kabupaten Lmbok Timur, 2019

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa produksi usahatani cabe rawit di Kabupaten Lombok Timur paling besar pada tahun 2018 dengan produksi 1.885,512 ton, mengalami peningkatan cukup signifikan di bandingkan dengan tahun 2017 yang mencapai 1.312,070 ton.

Wilayah Kecamatan Suralaga merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi besar dalam melaksanakan usahatani cabai rawit dengan potensi terbesar di Kabupaten Lombok Timur. Menurut data Statistik jumlah produksi cabe rawit di Kecamatan Suralaga periode tahun 2014 sampai dengan 2018, dapat di lihat pada tabel 2 di bawah.

Tabel 2. Luas Panen dan Produktivitas Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga tahun 2014-2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Luas panen (Ha)** | **Produksi (Ton)** | **Produktivitas**  **(Ton/Ha)** |
| 1  2  3  4  5 | 2014  2015  2016  2017  2018 | 1.701  1.892  2.265  2.021  2.117 | 41.782  76.100  30.507  92.047  29.503 | 200,93  198,78  190,07  243,47  106,18 |
| **Jumlah** | | 9.996 | 2.369.939 | 939,43 |

Sumber : BPS Kabupaten Lombok Timur, 2019

Berdasarkan tabel 2. di atas produktivitas cabe rawit di Kecamatan Suralaga mengalami fluktuasi. Produktivitas cabe rawit di Kecamatan Suralaga paling besar berada pada tahun 2017 yaitu sebesar 243,47 Ton/Ha, sedangakan pada tahun 2018 produktivitas cabe rawit mengalami penurunan cukup signifikan yakni sebesar 106,18 Ton/Ha.

Pemasaran cabe rawit merupakan suatu proses dan managerial yang membuat individu atau kelompok mendapatkan apa yang di butuhkan dan yang di inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan cabe rawit kepada pihak lain atau semua kegiatan yang terkait dengan penyampaian cabe rawit mulai dari produsen sampai dengan konsumen (Agustina Sinta, 2011)

Pemasaran cabe rawit perlu di dukung dengan sarana transfortasi jika transfortasi kurang lancar bisa menyebabkan biaya transfortasi dan produsen ke konsumen menjadi lebih besar, dimana pihak lembaga pemasaran akan membebankan biaya-biaya kepada petani akan menjadi tinggi, dan pada akhirnya berpengaruh terhadap besarnya penerimaan petani (Downey dan Erickson, 1987).

Perbedaan harga cabe rawit di tingkat petani dengan harga di tingkat konsumen sering terjadi, sehingga menimbulkan ketidak seimbangan harga. Hal ini disebabkan karena mata rantai tataniaga yang dilalui hingga ketangan konsumen cukup panjang. Panjangnya mata rantai ini menyebabkan biaya tataniaga menjadi beban biaya proses pemasaran yang akhirnya akan mengurangi profit mata rantai pemasaran. Biasanya masing-masing saluran pemasaran memiliki *price spread* dan *share margin* yang berbeda-beda. Untuk mengetahui saluaran mana yang dianggap paling baik dapat diketahui dengan cara menghitung jumlah penjualan atau pembelian barang pada setiap masing-masing saluran. Besar kecil margin pemasaran dipengaruhi oleh perubahan biaya pemasaran, keuntungan perantara, harga dibayarkan oleh konsumen dan harga diterima oleh petani (Romli, 2017)

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul : Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit *(capsicum frutescens L)* di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur.

**1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur.
2. Bagaimana efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur.

**1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui :

1. Saluran pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralag Kabupaten Lombok Timur
2. Efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur
3. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Menambah ilmu pengetahuan, menambah wawasan serta dapat menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi generasi penerus.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi para petani khususnya bagi petani cabe rawit yang melaksanakan usahatani cabe rawit dalam memilih saluran pemasaran.
3. Sebagai bahan informasi bagi pihak pemerintah dalam mengambil kebijakan lebih lanjut dalam upaya meningkatkan efisiensi pemasaran cabe rawit.

**II. TINJAUAN PUSTAKA**

**2.1. Tinjauan Umum Cabe Rawit**

Cabe rawit merupakan salah satu jenis cabe yang banyak di tanam petani Indonesia, secara umum tanaman cabe rawit memiliki syarat tumbuh yang sama dengan tanaman cabe keriting maupun cabe besar. Cabe rawit dapat tumbuh baik di dataran tinggi maupun di dataran rendah dengan ketinggian 1-1.500 meter di atas permukaan laut. Tanaman cabe rawit juga dapat tumbuh dengan baik di daerah kering, tetapi akan tumbuh optimal jika di tanam pada media tanah yang subur, banyak mengandung unsur hara, gembur, cukup air, mengandung banyak hubus. Cabe rawit dapat tumbuh dengan baik di daerah yang memiliki curah hujan rendah maupun tinggi, suhu udara antara 25-32 (Emil Salim, 2013).

Cabe Rawit (*Capsicum frutescens L*) juga merupakan salah satu tanaman hortikultura dari famili Solanaceae yang tidak saja memiliki nilai ekonomi tinggi, tetapi juga karena buahnya yang memiliki kombinasi warna, rasa, dan nilai nutrisi yang lengkap, mengemukakan bahwa tanaman ini termasuk tanaman semusim atau tanaman berumur pendek yang tumbuh sebagai perdu atau semak, dengan tinggi tanaman dapat mencapai 1,5 m. Cabai rawit memiliki karakteristik tersendiri sebagai mutu yang harus dipertahankan, Karakteristik yang menonjol pada cabai rawit yaitu zat capsaicin yang membuat rasa pedas. Selain itu, yang tidak kalah penting adalah tekstur dan warna dari cabai rawit. Cabai mengandung 0,1 - 1% rasa pedas, yang disebabkan oleh kandungan zat capsaicin (Desi Natalia Edowai1, 2016).

**2.2. Pemasaran**

Menurut Firdaus (2010), pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelansungan hidupnya, untuk mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia.

Definisi lainnya, pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarakan produk yang bernilai dengan pihak lain. Dengan pemasaran perusahaan berusaha menghasilakan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Disinilah peran manager pemasaran dibutuhkan, dimana tugas dari manager pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan organisasi (Rifki Suprapto dan M. Zaky Wahyuddin Azizi, 2020).

**2.3. Efisiensi Pemasaran**

Efisiensi dapat diartikan sebagai upaya penggunaan input sekecil-kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar-besarnaya. Bila efisiensi dimasukkan dalam analisis makana variable baru yang harus dipertimbangkan dalam model analisisnya adalah variable harga, oleh karena itu ada dua hal yang harus diperhatikan sebelum efisiensi dikerjakan yaitu tingkatan transformasi antara infut dan output, serta perbandingan anatara haraga input dan harga output sebagai upaya mencapai indicator efisiensi (Soekartawi, 1993).

Pandangan lain menyatakan bahwa efisiensi merupakan ukuran dari produktivitas. Sedangkan efisiensi sendiri merupakan perbandingan antara unsur output dan input, apabila hasil perbandingan ini lebih besar dari pada satu maka dapat dikatakan produktif. Sebaliknya bila perbandingan anatara output dan input dan hasilnya kurang dari satu maka dikatakan kurang produktif, contoh pada suatu perusahaan jadi suatu perusahaan yang efisien adalah apabila nilai output lebih besar dari nilai input, sebaliknya apabila perusahaan tidak efisien jika output bernilai lebih kecil dari nilai inputnya (Ranupandojo, 1990).

Menurut Putri (2018), pemasaran agribisnis yang efisien apabila terdapat indikator-indikator antara lain :

1. Menciptakan atau meningkatkan nilai tambah (*value added*) yang tinggi terhadap produk agribisnis.
2. Menghasilkan keuntungan bagi setiap lembaga pemasaran (perusahaan) yang terlibat sesuai dengan nilai korbannya (biaya-biaya yang dikeluarkan).
3. *Marketing margin* (biaya dan keuntungan) yang terjadi relative sesuai denganfungsi-fungsi atau aktivitas bisnis yang meningkatkan konsumen akhir.
4. Memberikan bagian yang diterima petani produsen yang relative akan akan merangsang petani berproduksi ditingkat usaha tani.

**2.4. Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah para distributor dan lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang dan produsen kepada konsumen. Selain mempengaruhi tingkat harga, saluran distribusi juga mempengaruhi tingkat pendapatan petani oleh karena itu menjual suatu hasil produksi dengan saluaran yang berbeda akan mendapatkan harga yang berbeda misalnya, menjual lansung ke konsumen kemungkinan akan mendapatkan harga yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan menjual melalui lembaga pemasaran. Pemasaran pada prinsipnya yaitu aliran barang dari produsen ke konsumen, aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga tata niaga untuk dibutuhkan standarisasi yang tempat untuk efisiensi pemasaran. Standarisasi merupakan suatu ukuran atau penentuan mutu suatu barang dengan menggunakan berbagai macam cara untuk mengukur ukuran seperti warna, rasa, ukuran bentuk. Oleh sebab itu di kenal istilah “ Saluran Pemasaran” atau *Marketing canel*  (Swashta B, 1979 ).

Keputusan memilih saluran pemasaran adalah salah satu keputusan penting dalam pemasaran. Karena saluran pemasaran mempengaruhi dalam hal penetapan harga produk ( *princing* ). Ketika petani memilih memasarkan lansung secara massal pasti harganya pun lebih murah, perlu diingat juga saluran pemasaran tidak hanya melayani pasar tetapi juga menciptakan pasar ( Samodra, 2010 ).

**2.5. Biaya Usahatani**

Biaya merupakan nilai unsur produksi yang dikeluarkan petani dalam proses produksi, biaya mempunyai peran penting dalam pengambilan keputusan petani. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi suatu produk menentukan besar harga pokok dari produk yang dihasilkan (Soekartawi 2003).

Menurut Muhammad Akib Tuwo (2011) biaya produksi ialah keseluruhan nilai input yang diperlukan dalam menghasilkan produk tertentu dalam waktu dan satuan tertentu, misalnya pembelian pupuk, sewa tenaga kerja, pajak dan bunga modal. Beberapa hasil penelitian usaha tani menunjukkan pendapatan yang selalu negative, karena itu pengetahuan tentang biaya usahatani di golongkan sebagai berikut :

1. Biaya tetap dan biaya variabel

Biaya tetap ( *fixed cost* ) ialah biaya yang sifatnya tidak di pengaruhi oleh besarnya produksi. Biaya ini terdiri dari pajak, penyusutan alat-alat produksi, bunga pinjaman, sewa tanah, dan lain-lain. Sedangkan biaya variabel sifatnya berubah sesuai dengan besarnya produksi. Biaya variabel terdiri dari biaya pembelian bibit, makanan ternak, biaya mengembalakan, pembelian sarana produksi dan bahan-bahan untuk traktor.

1. Biaya yang dibayarkan (*Cast*) dan biaya yang tidak dibayarkan (*Non Cast*)

Dalam usaha tani keluarga, ada biaya yang dibayarkan dengan uang tunai dan benda, disamping itu ada biaya yang tidak dibayarkan yang sebenarnya juga merupakan biaya usaha tani, dan apabila biaya yang tidak dibayarkan ini di hutang sebagai biaya usaha tani maka analisis pendapatan usaha tani itu akan berakhir dengan angka negatif. Biaya yang dibayarkan terdiri dari harga pembelian pupuk, pembelian obat-obatan, pembelian bibit, dan lain-lain. Sedangkan biaya yang tidak dibayarkan terdiri dari tenaga kerja keluarga, bunga modal atau penyusutan modal, biaya ini diperhitungkan dalam analisis ekonomi atau agribisnis.

1. Biaya lansung dan biaya tidak langsung

Biaya langsung ialah biaya yang langsung digunakan dalam proses produksi (*actual cost*), biaya ini terdiri dari harga pembelian pupuk, obat-obatan, bibit, biaya tenaga kerja, dan lain-lain. Biaya yang tidak langsung (*imputed cost*) terdiri dari penyusutan modal, biaya konsumsi, tenaga kerja keluarga, dan biaya gontong royong (Muhammad Akib Tuwo, 2011).

Rumus, Total Biaya Produksi ( Total Cost ) :

TC = FC+VC (1)

Keterangan :

TC : Total Cost ( total biaya produksi )

FC : Fixel Cost ( biaya tidak tetap )

VC : Variabel Cost ( biaya tidak tetap )

**2.6. Pendapatan Usahatani**

Menurut Muhammad Akib Tuwo (2011), berusaha tani sebagai satu kegiatan untuk memperoleh produksi di lapangan pertanian, pada akhirnya akan dinilai dari baiaya yang dikeluarkan dan pendapatan yang diperoleh. Selisih dari keduanya merupakan pendapatan dari kegiatan usahanya, karena dalam kegiatan itu bertindak seorang petani yang berperan sebagai pengelola, sebagai pekerja dan sebagai penanam modal pada usahanya, maka pendapatan itu dapat digambarkan sebagai balas jasa dari kerja sama faktor-faktor produksi, adapun bentuk dan jumlah pendapatan itu mempunyai fungsi yang menunjukkan jumlah dan yang dapat digunakan untuk kegiatan disektor lain, dalam masyarakat yang sedang berkembang misalnya seperti masyarakat Indonesia pendapatan yang diterima hampir seluruhnya digunakan untuk konsumsi. Bagi seorang petani pendapatan memberikan sebuah bantuan untuk mengukur apakah kegiatan usahanya pada saat iniberhasil atau tidak, suatu usahatani dikatakan sukses kalau situasi pendapatan yang memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

1. Cukup untuk membeli sarana produksi, peralatan usaha tani, termasuk biaya angkutan dan biaya administrasi yang mungkin kemudian melekat pada pembelian.
2. Cukup untuk membayar bunga modal yang ditanamkan, termasuk pembayaran sewa tanah dan pembayaran dana depresiasi modal.
3. Cukup untuk membayar upah tenaga kerja, yang dibayar atau bentuk-bentuk upah lainnya untuk tenaga kerja yang tidak di upah.
4. Ada tabungan untuk investasi pengembangan usahatani dan dana persiapan dihari tua.
5. Ada dana yang cukup untuk pendidikan keluarga dan melaksanakan ibadah, sumbangan sosial, sedekah dan pajak pembangunan.

Pendapatan usahatani memerlukan dua keterangan pokok, yaitu keadaan penerimaan dan keadaan pengeluaran selama jangaka waktu yang ditetapkan.

Menurut soekartawi (2002), penerimaan usahatani adalah hasil kali antara produksi yang di peroleh dengan harag jual, pendapatan ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

TR = P**.**Q (2)

Keterangan :

TR : Total Revenue

P : Price (harga satuan produk)

Q : Kuantity (jumlah barang)

Pendapatan bersih dapat didefinisikan sebagai nilai pendapatan dari hasil penjualan produksi baik berupa barang atau jasa setelah dikurangi dengan produksi, jadi pendapatan yang dimaksud adalah pendapatan atas kegiatan operasional usaha penjualan produksi, secara matematis, pendapatan dapat dirumuskan sebagai berikut :

= TR-TC (3)

Keterangan :

: Net Revenue

TR : Total Revenue

TC : Total Biaya

**2.8. Hasil Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai refrensi dalam penulisan yaitu :

Hasil penelitian Atmi Amrita (2019), dengan judul “Analisi Efisiensi Pemasaran Nanas di Kabupaten Lombok Timur” Metode yang digunakan adalah metode survey, di Kabupaten Lombok Timur dan mengambil dua Kecamatan sebagai daerah penelitian. Dari dua puluh jumlah Kecamatan di Kabupaten Lombok Timur ada dua kecamatan yang merupakan sentra produksi nanas yakni Kecamatan Masbagik dan Kecamatan Pringgasela. Data dianalisis dengan metode deskriptif, perhotungan margin pemasran, indeks gini, elastisitas transmisi harga. Hasil analisis penelitian menunjukkan pemasaran nanas melalui dua saluran utama yakni (a) Petani - Pedagang Pengecer – Konsumen : (b) Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen. Margin pemasran pada kedua saluran utama sebesar Rp. 1.500,00/buah pada saluaran I, Rp. 1.000,00/buah pada saluran II. Dan berdasarakan analisis efisiensi pemasaran nanas di Kabupaten Lombok Timur setiap saluaran pemasaran terbilang efisien namun saluran pemasaran satu merupakan saluran pemasaran yang paling efisien. Hal ini didasarakan dari hasil penelitian pemasarannya dengan hasil efisiensi 2,22% kemudian menyusul saluran pemasaran dua dengan hasil efisiensi 2,62%.

Hasil penelitian Romli (2017), dengan judul “ Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida di Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. Menunjukkan efisiensi pemasaran jagung hibrida di kecamatan pringgabaya kabupaten lombok timur, terbilang efisien hal ini didasarkan dari hasil penelitian pemasrannya yang terdapat pada saluran pemasaran V dengan Ep hanya 1,4% kemudian menyusul Ep pemasaran II dengan nilai Ep adalah 1,5% kemudian menyusul saluran pemasaran III dengan nilai Ep 1,9% kemudian menyusul Ep IV dengan nilai 2,2% menyusul Ep pada saluran pemasaran I dengan nilai hanya 3,3%. Oleh kareana itu Ep disetiap saluaran pemasaran berada pada kisaran antara 0-33% hal ini sesuai dengan pendapat ( Azzaino Z. 1991), bahwa jika Ep lebih kecil dari 50% pemasaran dikatakan efisien.

**III. KERANGKA PEMIKIRAN**

**3.1. Kerangka Konsep Oprasional**

Pemasaran yang efisien ialah struktur pasar persainagn sempurna. Tetapi struktur pasar ini secara nyata tidak bisa ditemukan. Ukuran efisien adalah kepuasan dari konsumen, produsen maupun lembaga-lembaga yang terlibat didalam menyalurkan barang dan jasa mulai dari petani sampai dengan konsumenakhir. Adapun ukuran untuk menentukan tingkat kepuasan tersebut adalah sulit dan sangat relative. Pemasaran agribisnis yang efisien apabila terdapat sebuah indikator-indikataor sebagai berikut :

1. Menciptakan atau meningkatkan nilai tambah yang tinggi terhadap produk agribisnis
2. *Marketing margin* (biaya dan keuangan) yang terjadi relatif sesuai dengan fungsi-fungsi atau aktivitas bisnis yang meningkatkan kepuasan konsumen akhir
3. Menghasilkan keuntungan bagi setiap lembaga pemasaran yang terlibat sesuai dengan nilai biaya-biaya yang dikeluarkan
4. Memberikan bagian yang diterima petani produsen yang relative akan meransang petani berproduksi ditingkat usahatani (Muhammad Shandy, 2017).

Adapun fungsi-fungsi yang harus dilakukan oleh sebuah system pemasaran adalah pengangkutan, penyimpanan, pengolahan, pembiayaan, dan pengolahan bagi semua proses kegiatan pemasaran, dikarenakan kebanyakan petani harus menjual produk yang dihasilkan di usahataninya sendiri ataupun di pasar setempat. Oleh karna itu petani dalam memproduksi hasil pertaniannya tidak semata-mata untuk dikonsumsi akan tetapi menyangkut harga yang sangat tergantung pada sebuah sistem efisiensi pemasaran yang menghubungkan pasarsetempat dengan pasar di perkotaan. Apabila tidak ada sebuah pasar untuk hasil-hasil pertanian maka jelas dapat dibayangkan bahwa para petani akan berproduksi hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari saja, padahal ada hal yang lain yang menjadi sebuah kebutuhan fundamental yang tidak dapat diproduksi (Rita Hanafie, 2010).

Menurut Elda Safira (2018), terdapat beberapa saluran pemasaran dengan jumlah lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat, antara lain sebagai berikut :

1. Saluran pemasaran langsung ialah saluran pemasaran yang tidak melibatkan lembaga sehingga produk langsung dijual kepada konsumen akhir

Konsumen

Produsen

1. Saluaran pemasaran tidak langsung ialah saluaran pemasaran yang memiliki satu atau lebih lembaga perantara dalam menyalurkan barang ke tangan konsumen

Produsen

Konsumen

Pengecer

Konsumen

Produsen

Pengecer

Pedagang Besar

Sebagai landasan kerangaka pemikiran dalam penelitian ini maka disajikan bagan sebagai berikut :

Petani Cabe Rawit

Sistem Pemasaran Cabe Rawit

Lembaga Pemasaran

Petani

Konsumen



Efisien Pemasaran

**Gambar I Kerangka Pemikiran**

**3.2. Hipotesis**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalalah sebagai berikut: diduga bahwa “pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur efisien”.

**IV. METODOLOGI PENELITIAN**

**4.1. Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan tujuan untuk menggambarakan dan mendeskrifsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur. metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Adapun tujuan dari penelitian deskriptiif untuk membuat deskripsi, gambaran ataupun lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Nazir, 2009).

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah observasi. Menurut Sutrisno Hadi (1986), observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan pisikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden (wawancara dan angket) namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2018).

* 1. **Penentuan Responden**

Penelitian ini akan dilakukan di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil Tiga Desa sebagai daerah penelitian yaitu Desa Tebaban, Desa Bagik Payung Selatan, dan Desa Bagik Payung secara sengaja *(Purposive sampling)* dengan pertimbangan bahwa desa-desa tersebut merupakan desa yang memiliki luas lahan, produksi, dan produktivitas tertinggi diantara desa-desa yang lain yang ada di Kecamatan Suralaga, (Lampiran 1).

**4.3. Penentuan Responden**

Metode penentuan jumlah responden ditingkat petani dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Quota Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Sedangkan untuk menentukan jumlah responden dari masing-masing desa dilakukan secara *“Porposional random Sampling”* dengan cara sebagai berikut :

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan berikut ini :

Kabupaten Lombok Timur

Kecamatan Suralaga

Desa BGK. Payung Selatan

n= 10 Orang

Desa Tebaban

n = 11 Orang

Desa BGK.Payung

n= 9 Orang

Sample

n = 30

Gambar : 2 Bagan Penentuan Sampel Lokasi Penelitian

Penentuan pedagang dilakukan secara snow ball

**4.4. Jenis dan Sumber Data**

4.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif dan data kualitatif. Menurut Sugiyono (2018), data kuantitatif terdiri dari data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sedangkan data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata - kata.

4.4.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari primer dan skunder. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai macam instansi dan literature contohnya seperti, badan pusat statistic (BPS), unit penyuluhan pertanian (UPP), buku, jurnal, dan internet mengenai berbagai macam informasi yang sesuai. Dan pengambilan data secara primer dilakukan dengan cara proses wawancara langsung menggunakan kuesioner dengan responden.

**4.5. Variabel dan Cara Pengukuran**

Variabel-variabel yang diteliti dan cara pengukuran adalah sebagai berikut :

1. Biaya pemasaran yaitu, biaya-biaya yang dikeluarkan oleh petani dan lembaga-lembaga pemasaran lainnya dalam melaksanakan fungsi pemasaran cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah.
2. Harga jual produsen yaitu, harga penjualan cabe rawit pada tingkat petani (Produsen), yang melakukan penjualan cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah.
3. Harga jual lembaga pemasaran yaitu, harga penjualan cabe rawit pada masing-masing saluran pemasaran, pada lembaga pemasaran dalam dijual dengan satuan perkilogram.
4. Volume penjualan yaitu, jumlah cabe rawit yang dijual oleh petani dan lembaga pemasaran lainnya yang dinyatakan dalam satuan kilogram.
5. Volume pembelian yaitu, jumlah cabe rawit yang dibeli oleh lembaga pemasaran dan dinyatakan dalam satuan kilogram.
6. Harga beli konsumen yaitu, harga pembelian cabe rawit pada tingkat konsumen akhir dan setiap lembaga pemasaran yang melakukan pembelian cabe rawit dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram.
7. Keuntungan yaitu, yang diproleh petani dan lembaga pemasaran lainnya dihitung dengan cara mengurangi nilai penjualan dengan biaya dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram.

**4.6. Analisis Data**

Data yang akan dianalisis dalam penelitian ini yaitu :

1. Saluran pemasaran cabe rawit dianalisis menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan menelusuri saluaran pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur mulai dari petani produsen sampai konsumen terakhir.
2. Tingkat efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur di analisis secara kuantitatif. Tingkat efisiensi pemasaran cabe rawit dapat dihitung dengan rimus (Soekartawi, 1993) :

(4)

Keterangan :

EPs : Efisiensi Pemasaran

TB : Total Biaya (Rupiah)

TNP : Total Nilai Produksi (Rupiah)

Ketentuan :

Jika Ep < 50 % Efisien

Jika Ep 50 % Tidak Efisien

**DAFTAR PUSTAKA**

Amrita. A. 2019. Analisis Efisiensi Pemasaran Nanas di Kabupaten Lombok Timur.

Akib. M.T. 2011. Ilmu Usahatani. Unhalu Press. Kendari.

BPS. 2019. Lombok Timur Dalam Angka./ Kabupaten Lombok Timur.

BPS. 2019. Kecamatan Suralaga Dalam Angka.

Edowati. N. D. 2016. Mutu Cabe Rawit Pada Tingkat Kematangan dan Suhu yang Berbeda Selama Penyimpanan. Jurusan Teknologi Pertanian. Universitas Papua. Jln. Gunung Amban Manukwari- 98413 Papua Barat.

Faot, Linda M. 2019. Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit Amarasi Kabupaten Kupang. Provensi Nusa Tenggara Timur. Buletin Excelentia (*P. ISSN: 2031-6019*) hal (*90-97*).

Mubyarto. 1994. Pengantar Ekonomi Pertanian LP3ES. Lembaga Penelitian Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial, 251 h.

Nurhidayana, et al. 2012. Analisis Efisiensi Pemasaran Cabe Merah di Kabupaten Batu Bara. Agrika (*Jurnal Agribisnis Sumatra Utara*) Vol. 5. No 1.

Nazir. M. 2009. Metode Penelitian. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia.

Nazir. M. 2009. Metode Penelitian. Bogor. Penerbit Ghalia Indonesia.

Ranupandojo. 1990. Efisiensi Pemasaran. diakses 18 Oktober 2018 dihalaman Website <https://bukuteori.com/2018/10/18/Efisiensi> Pemasaran//html.

R. Rukmanan. 2010. Budidaya, Pascapanen dan Penganekaragaman Pangan. Penerbit CV. Aneka Ilmu.

Romli. 2017. Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida (*Zea Mays*) di Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur, NTB.

Romli. 2017. Efisiensi Pemasaran Jagung Hibrida di Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur.

Salim. E. 2013. Meraup Untung Bertanam Cabe Hibrida Unggul di Lahan dan Polybag. Jilid II. Terbitan 1 Lily Publisher. Yogyakarta.

Sinta. A. 2011. Manageman Pemasaran. 2 h.

Suprapto. R. dan Wahyudin. A. Z. 2020. Manageman Pemasaran. Myria Publisher. Ponorogo.

Soekartawi. 1993. Efisiensi Pemasaran. Diakses 18 Oktober 2018 dihalaman Website https://bukuteori .com/2018/10/18/Efisiensi Pemasaran//html.

Swarhta. B. 1979. Saluran Pemasaran Fakultas Ekonomi. Universitas Gajah Mada. Yogjakarta. 106 h

Samudra. A. 2010. Definisi Saluran Pemasaran. [agungsucses@yahoo.co.id](mailto:agungsucses@yahoo.co.id).

Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Managemant Pemasaran. Hasil-hasil Penelitian. Teori dan Aplikasinya. Rajawali. Jakarta.

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kwalitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung cetakan ke-27, Maret.

**LAMPIRAN**

Lampiran1. Luas Panen, Produksi dan Rata-Rata Produksi Tanaman Cabe Rawit di Kabupaten Lombok Timur 2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Kecamatan** | **Luas Panen (Ha)** | **Produksi (Ton)** | **Rata-rata Produktivitas**  **(Ton/Ha)** |
| 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  11  12  13  14  15  16  17  18  19  20  21 | Keruak  Jerowaru  Sakra  Sakra Barat  Sakra Timur  Terara  Montong Gading  Sikur  Masbagik  Pringgasela  Sukamulia  Suralaga  Selong  Labuan Haji  Priggabaya  Suela  Aik Mel  Wanasaba  Sembalun  Lenek  Sambelia | 5  65  56  15  14  38  5  14  33  121  225  2.117  876  1.044  871  2  279  144  1  -  384 | 2.605  24.658  5.799  3.774  1.181  8.679  529  1.477  5.437  42.417  77.808  729.508  316.936  203.327  373.602  210  29.868  27.238  1.300  -  29.094 | 521  379,3  103,5  251,6  84,3  228,3  105,8  105,5  164,7  350,5  345,8  344,59  361,7  194,7  428,9  105  107,0  189,1  1.300  -  75,7 |
| **Jumlah** | | **6.369** | **1.885,512** | **5.746,99** |

Sumber : BPS Kabupaten Lmbok Timur 2019

Lampiran 2. Luas Panen dan Produktivitas cabe rawit di Kecamatan Suralaga tahun 2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Desa** | **Luas Lahan**  **(Ha)** | **Produksi (Kw)** | **Produktivitas**  **(Kw/Ha)** |
| 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  11  12  13  14  15 | Gapuk  Anjani  Waringin  Tumbuh Mulia  Paok Lombok  Tebaban  Suralaga  Dasan Borok  Kerongkong  Dames Damai  Bintang Rinjani  Bagik Payung Selatan  Bagik Payung Timur  Bagik Pyung  Gerung Permai | 71.12  302.41  94.88  100.54  176.70  **220.85**  267.33  42.86  86.46  86.67  76.76  **250.84**  171.60  **238.93**  0.00 | 28.0  110.0  80.0  85.0  90.0  **110.0**  95.0  80.0  120.0  120.0  110.0  **80.0**  75.0  **80.0**  0.00 | 136.0  770.0  504.0  603.5  1314.0  **2145.0**  665.0  256.0  1056.0  972.0  407.0  **1856.0**  742.5  **1528.0**  0.00 |
| **Jumlah** | | 1581.9 | 2.369.939 | 939,43 |

Sumber : BPS Kabupaten Lombok Timur 2019

Lampiran 2. Nama Desa, Luas Areal dan Jumlah Kelompo Tani, Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur 2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Desa** | **Jumlah Kelompok Tani** | **Jumlah Anggota (Orang)** | **Luas Areal (Ha)** |
| 1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  11  12  13  14  15 | Gapuk  Anjani  Waringin  Tumbuh Mulia  Paok Lombok  Tebaban  Suralaga  Dasan Borok  Kerongkong  Dames Damai  Bintang Rinjani  Bagik Payung Selatan  Bagik Payung  Bagik Payung Timur  Gerung Permai | 04  09  05  04  10  10  09  03  07  09  03  17  07  08  0 | 158  688  268  205  635  **723**  696  197  285  276  204  **634**  **609**  454  0 | 71.12  302.41  94.88  100.54  173.75  **220.85**  266.64  62.18  86.46  95.33  77.21  **250.84**  **238.98**  222.6  0 |
| **Jumlah** | | **105** | **6032** | **2263.79** |

Sumber : UPT Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur 2018

UNIVERSITAS GUNUNG RINJANI

FAKULTAS PERTANIAN

Alamat: JL. Raya Mataram Labuan Lombok KM.50 Gapuk Anjani, Suralaga, Lombok Timur, Tlp dan Fax 0376 631644, 631620, 631621 E-Mail: [univgunungrinjani@yahoo.co.id](mailto:univgunungrinjani@yahoo.co.id)

**KUESIONER UNTUK PETANI CABE RAWIT**

No : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Tanggal : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Kuesioner ini digunakan sebagai bahan untuk menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur” Fakultas Pertanian Universitas Gunung Rinjani. Peneliti mohon partisipasinya Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan benar. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dijamin kerahsiaannya untuk tidak dipublikasikan, dan hanya untuk pengkajian dan penelitian. Atas perhatian dan partisipasinya peneliti sampaikan terimakasih.

1. **Identitas Petani Responden**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Nama |  |
| 1. Umur |  |
| 1. Jenis Kelamin |  |
| 1. Alamat Rumah |  |
| 1. Pendidikan Terakhir |  |
| 1. Jumlah Tanggungan Keluarga |  |
| 1. Pengalaman Berusahatani | Tahun |
| 1. Luas Lahan | 1. Milik Sendiri: Ha 2. Sewa: Ha |

**2. Pemasaran**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. Pada bulan berapa menanam Cabe Rawit saat musim tanam berakhi |  |
| 1. Dari mana anda mendapatkan informasi tentang harga Cabe Rawit |  |
| 1. Sesuai kebiasaan, bagaimana bentuk pengangkuatan cabe rawit yang dijual 2. Dijemput oleh pembeli 3. Diantarkan |  |
| 1. Bagaimana cara penetapan harga Cabe Rawit 2. Sesuai kesepakatan antara petani dan pembeli 3. Ditetapkan oleh pembeli secara sepihak 4. Ditetapkan oleh petani |  |
| 1. Apakah harga jual tersebut sudah sesuai dengan harapan  * Jika tidak, mengapa |  |
| 1. Kendala-kendala yang dihadapi petani dalam usahatani cabe rawit |  |
| 1. Sebelum penjualan, adakah perlakuan khusus terhadap hasil panen |  |
| 1. Jika ya, sebutkan jenis perlakuan yang dilakukan |  |

1. **Biaya-Biaya**

|  |  |
| --- | --- |
| Biaya-Biaya Dalam Memasarkan Cabe Rawit | Jumlah (Rp) |
| 1. Keranjang |  |
| 1. Transportasi |  |
| 1. ……………….. |  |
| 1. ……………….. |  |

**4. Jumlah Panen Dalam Satu Musim**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Jumlah Produksi (Kg) | Harga Satuan (Rp/Kg) | Total Harga  (Rp) |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| 4 |  |  |  |
| 5 |  |  |  |
| 6 |  |  |  |
| 7 |  |  |  |
| 8 |  |  |  |
| 9 |  |  |  |
| 10 |  |  |  |
| 11 |  |  |  |
| 12 |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Jumlah |  |  |  |

**5. Kegiatan Penjualan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Lembaga Pemasaran | Harga Jual (Rp/Kg) | Jumlah Penjualan Saat Panen (Kg) | Nama Pembeli |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Responden

Tanggal\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020

(\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_)

No. Hp\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_