HALAMAN PENGESAHAN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Judul Skripsi | : | Efisiensi Pemasaran Cabe Rawit (*Capsicumspp*) di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur |
| Nama Mahasiswa | : | DEDI WAHYUDI |
| NPM | : | 53954500FP16 |
| Program Studi | : | Agribisnis |

Mengesahkan ;

Penguji

(MUHAMMAD ANWAR, S.Pd.,M.Si)

NIDN : 0831128123

|  |  |
| --- | --- |
| Pembimbing Utama | Pembimbing Pendamping |
| ( RINI ENDANG P.,SP.,M.Agb.)  NIDN : 0808088101 | ( MUHAMMAD NASHRUDDIN, S.Kel.,M.Si. )  NIDN : 0805077901 |

Dekan

Fakultas Pertanian

( RINI ENDANG PRASETYOWATI.,SP.,M.Agb.)

NIDN : 0808088101

Tanggal Lulus : \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2020

KATA PENGANTAR

Pujisyukurpenulispanjatkankhadirat Allah Yang MahaEsa, ataslimpahanRahmat-NYA sehinggaskripsiyang berjudul“ EfisiensiPemasaranCabeRawit di KecamatanSuralagaKabupaten Lombok Timur “ dapatdisusun.

Mengingatketerbatasanpengetahuandanpengalamanpenulis, sehinggadalampenulisanskripsiinitidakterlepasdaribantuanberbagaipihakolehkarenaitupenulismengucapkanterimakasihkepada :

1. Keduaoangtua yang senantiasamemanjatkando’a, memberikanmotivasidansemangat di dalamsetiaplangakahpenulisan.
2. IbuRiniEndangPrasetyowati, SP.,M.AgbselakuDekanFakultasPertanianUniversitasGunungRinjani
3. IbuRiniEndangPrasetyowati, SP.,M.AgbDosenPembimbingUtama, danbapakMuhammadNashruddin, S.Kel.,M.SiselakudosenPembimbingPendamping yang telahdengansabarmembimbingpenulisdariawalhinggaakhir.
4. Bapak–bapakdanibu–ibudosensertakaryawanFakultasPertanianUniversitasGunungRinjani yang tidakdapatpenulistulissatupersatu.

Penulismenyadaribahwaskripsiinimasihbanyakkekurangan.Olehkarenaitupenulismengaharapkan saran dankritikuntukperbaikanskripsiini, Penulis,

**DAFTAR ISI**

Halaman

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI v

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR LAMPIRAN x

ABSTRAK xii

ABSTRACT xiii

I. PENDAHULUAN 1

1.1. LatarBelakang 1

1.2. PerumusanMasalah 5

1.3. TujuanPenelitian 5

II. TINJAUAN PUSTAKA 7

2.1. TinjauanUmumCabeRawit 7

2.2. Pemasaran 8

2.3. EfisiensiPemasaran 9

2.4. SaluranPemasaran 10

2.5. BiayaUsahatani 11

2.6. PendapatanUsahatani 12

2.7. HasilPenelitianTerdahulu 14

III. KERANGKA PEMIKIRAN 17

3.1. KerangkaKonsepOprasional 17

3.2. Hipotesis 20

IV. METODOLOGI PENELITIAN 21

4.1. MetodedanTehnikPenelitian 21

4.2. Penentuan Sample 21

4.3. PenentuanResponden 22

4.4. JenisdanSumber Data 23

4.5. Variabeldan Cara Pengukurannya 23

4.6. Analisis Data 24

V. HASIL DAN PEMBAHASAN 26

5.1. GambaranUmum Daerah Penelitian 26

5.2. KaraktristikSampel 28

5.3. AnalisisKeuntunganUsahatani 32

5.4. SaluaranPemasaran 38

5.5. EfisiensiPemasaran 39

VI. KESIMPULAN DAN SARAN 21

6.1. Kesimpulan 41

6.2. Saran 42

DAFTAR PUSTAKA 43

LAMPIRAN 45

DAFTAR TABEL

Halaman

1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabe Rawit di

Kabupaten Lombok Timur dari Tahun 2014 – 2018…………………….2

1. Luas Panen, Produktivitas Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga

Kabupaten Lombok Timur dari Tahun 2014 – 2018 3

1. Jumlah Penduduk di Kecamatan Suralaga Tahun 2019 27
2. Kisaran Umur Responden Menurut Jenisnya di Kecamtan

Suralaga Kabupaten Lombok Timur 28

1. Rata-rata Pengalaman Petani Responden, Pedagang Pengepul,

dan Pedagang Besar di kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2019 29

1. Rata-rata Tanggungan Petani Responden, Pedagang Pengepul

dan Pedagang Besar di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok TimurTahun 2019 30

1. Tingkat Pendidikan Petani Responden, Pedagang Pengepul

dan Pedagang Besar di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2019 31

1. Rata-rata Biaya Tetap Petani Responden Usahatani Cabe Rawit

di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur Tahun 2019 35

1. Rata-rata Biaya Sarana Produksi Petani Responden Pada

Usahatani Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2019 35

1. Rata-rata Tenaga Kerja Petani Responden Pada Usahatani

Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok

Timur Tahun 2019 36

1. Rata-rata Biaya Tidak Tetap Dikeluarkan Petani Responden Pada

Usahatani Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2019 37

1. Total Biaya Priduksi Petani Perluas Lahan Garapan dan per Ha

di kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur Tahun 2019 38

13.BiayaVariabeldanBiayaTetapPedagangPengepul, di Kecamatan

SuralagaKabupaten Lombok TimurTahun 2019 39

14. Tingkat KeuntunganPedagangPengepul, di KecamatanSuralaga

Kabupaten Lombok TimurTahun 2019 40

15.BiayaVariabeldanBiayaTetapPedagangBesar, di Kecamatan

SuralagaKabupaten Lombok TimurTahun 2019 40

14. Tingkat KeuntunganPedagangBesar, di KecamatanSuralaga

Kabupaten Lombok TimurTahun 2019 41

14.EfisiensiPemasaranCabeRawit di kecamatanSuralagaKabupaten

Lombok TimurTahun 2019 42

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. BaganKerangkaPemikiran 19

2. BaganPenentuanSampel 22

3. SekemaSaluranPemasaranCabeRawit 41

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabe Rawit di

Kabupaten Lombok Timur 49

1. Luas Panen, Produksidan Produktivitas Cabe Rawit di

Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur 50

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

Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur 51

1. Karakteristik Petani Responden 52
2. Karakteristik Pedagang Pengepul Responden 53
3. Karakteristik Pedagang Besar Responden 54
4. Karakteristik Konsumen 55
5. Biay Penyusutan Alat Pada Usahatani Cabe Rawit Selama Satu

Musim di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur

Tahun 2020 52

1. Biaya Sarana Produksi Pada Usahatani Cabe Rawit Selama Satu

Musim di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur

Tahun 2020 55

1. Biaya Tenaga Kerja dan Biaya Panen Per Musim Pada Usahatani

Cabe Rawit di Kecamtan Suralaga Kabupaten Lombok

Timur Tahun 2020 59

1. Biaya Tetap Pada Usahatani Cabe Rawit Di Kecamatan Suralaga

Kabupaten Lombok Timur T nahun 2020 75

1. Produksi, Harga Jual, Penerimaan, Total Biaya dan Pendapatan

Pada Usahatani Cabe Rawit Di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2020 77

1. Distribusi Pedagang Pengepul Dan Pedagang Besarpada

Usahatani Cabe Rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten

Lombok Timur Tahun 2020 74

1. Margin Pada Saluran I, II, Dan III di Kecamatan Suralaga

Kabupaten Lombok Timur Tahun 2020 75

ABSTRAK

Sistem pemasaran produk pertanian merupakan suatu kesatuan urutan lembaga pemasaran yang melakukan fungsi pemasaran untuk memperlancar aliran produk pertanian dari produsen awal ketangan konsumen akhir, sebaliknya juga memperlancar aliran uang, nilai produk yang tercipta oleh kegiatan produktif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran. Sistem pemasaran merupakan kegiatan yang produktif yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yang dilakukan dalam urutan horizontal maupun vertikal. Tingkat produktivitas system pemasaran dapat dilihat dari efisiensi dan efektifitas seluruh kegiatan fungsional pemasaran, yang juga menentukan kinerja operasi dan proses sistem. Kegiatan pemasaran pertanian tidak hanya proses pemindahan produk dari tangan petani selaku produsen ketangan konsumen.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui, Mencari lembaga pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur dan efisiensi pemasaran cabe rawit di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Suralaga Kabupaten Lombok Timur dengan mengambil Tiga Desa sebagai daerah penelitian yaitu Desa Tebaban, Desa Bagik Payung dan Desa Bagik Payung Selatan, 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 Suralagaor. Adapun jumlah responden sebanyak 30 responden ditentukan secara *Porposional Random Sampling* dimana di desa tebaban 11 orang, desa bagik payung 9 orang dan desa bagik paying selatan 10 orang, adapun pedagang pengepul berjumlah 3 orang dan pedagang besar 3 orang.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat satu saluran pemasaran cabe rawit di daerah penelitian untuk sampai kekonsumen yakni yang paling efisien pemasarannya ada pada lembaga pemasaran I dengan Ep 0,08 % kemudian menyusul lembaga pemasaran II dengan nilai Ep adalah 5,17 % dan kemudian menyusul lembaga pemasran III dengan nilai Ep 9,00 % dinyatakan efisien kemudian untuk saluran pemasarannya sendiri diperoleh nilai efisiensi sebesar 14,25% atau berada pada kisaran 50% sehingga dapat disimpulkan bahwa efisiensi pemasaran cabe rawit di kecamatan suralaga efisien.

Kata Kunci : Efisiensi, Pemasaran, Cabe Rawit

ABSTRACT

Marketing is an economic activity whichfunctions to deliver goods from producers to consumers. The large number in agencies marketing of Capsicum annuumwill bring effect the length of the marketing chain and the cost of marketing. This research wasconducted in Kanigoro District of Blitar Regency with thepurpose of study marketing pattern of Capsicum annuum, analyzing marketing margin, performing function in every agency marketingand analyzing efficiency of marketing channel. Marketing of Capsicum annuumin. Kanigoro sub-district consists of three marketing channels namely first channel (I); Farmer-collector-consumer.

There are purpose of research it is to find out, Marketing channel Cayenne in suralaga district east of Lombok andeffluent of marketing cayenne in Suralaga District east of Lombok. The method used in this research is descrivtipe method, which is to describe and describe systematically, factually and accurately regarding the efficiency of marketing cayenne pepper in suralaga sub district east Lombok district. By taking three villages as research areas, namely tebaban, bagik umbrella village and bagik umbrella selatan village, with the consideration that these villages are villages that have the highest land area, production, and productivity among the village. Another village in the sub district of suralaga. As for the number of respondents as many 30 respondents were determined by proportional random sampling where in tebaban 11 people, 9 people divided the umbrella village and 10 people divided the southern umbrella village.

Based on a study conducted one is a institution channel in the research area to get to the consumer that the most efficient institution was on the I the Ep only 0,08 % and then follow the II institution channel with the Ep only 5,17%. And then follow the III institution channel with the Ep only 9,00 % then for the marketing channel itself an afficiency value is obtained of 14,25 % or are no so it can be concluded that the marketing efficiency of cayenne peper in the suralaga district is efficient.

Key words : Efficiency, Marketing, Cayene Pepper