

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Bansari adalah salah satu kecamatan dari 20 kecamatan di wilayah Kabupaten Temanggung yang memiliki luas 3.339 Ha. Dari segi administrasi, Kecamatan Bansari dibagi menjadi 13 Desa, 143 Dusun, 575 RT, dan 136 RW. Kecamatan Bansari terletak pada ketinggian tanah rata-rata 1000 m dpl, dengan suhu maksimum 30⁰C dan suhu minimum 20⁰C. Jumlah penduduk di Kecamatan Bansari sebanyak 22.129 jiwa yang terdiri dari 11.223 laki-laki dan 10.906 perempuan. Tingkat kepadatan penduduk sebesar 972 per Km². Dengan rincian Lahan Sawah 619 Ha dan Bukan Lahan Sawah 1.635 Ha.

Jumlah rumah tangga pada tahun 2012 sebanyak 6.434 rumah tangga dengan rata-rata penduduk per rumah tangga sebanyak 3-4 orang per rumah tangga. Jumlah penduduk berusia 5 tahun keatas yang menamatkan perguruan tinggi hanya 288 jiwa, tamat SLTA sederajat sebanyak 1.451 jiwa, tamat SLTP sederajat sebanyak 2.448 jiwa, tamat SD sederajat sebanyak 10.530 jiwa, tidak/belum tamat sebesar 10.530 jiwa. Jumlah penduduk menurut mata pencaharian masih didominasi oleh sektor pertanian yaitu 11.520 jiwa, yang bekerja pada sektor industri pengolahan 979 jiwa, sektor bangunan 446 jiwa, Perdagangan, Hotel&Rumah Makan 2.615 jiwa, yang bekerja pada sektor

Pengangkutan dan Komunikasi sebesar 339 jiwa, Jasa-jasa sebesar 2.487 jiwa dan sektor lainnya 250 jiwa. Jumlah Rumah Tangga yang menggunakan sumber mata air adalah 5.615 rumah tangga. Jumlah Rumah Tangga yang menggunakan jasa PLN sebanyak 5.615 rumah tangga.

Tanaman yang dapat dikembangkan di Kecamatan Bansari antara lain : Padi, Jagung. Untuk Tanaman sayuran antara lain : Cabe, Bawang Merah, Kacang Panjang, Kacang Merah, Untuk Buah-buahan antara lain : Pepaya, Pisang. Tanaman Perkebunan antara lain : Kopi Arabika, Kopi Robusta, Cengkeh, Tembakau. Peternakan antara lain : sapi Potong, Kambing/Domba, Ayam Buras, Ayam Ras.

Kabupaten Temanggung merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Temanggung terdiri atas 20 kecamatan. Kabupaten Temanggung berbatasan dengan Kabupaten Kendal di bagian utara, berbatasan dengan Kabupaten Semarang di bagian timur, berbatasan dengan Kabupaten Magelang di bagian selatan dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Wonosobo. Ketinggian wilayah Kabupaten Temanggung berkisar pada 400 - 3000 m di atas permukaan laut (dpl). Curah hujan rata-rata di Kabupaten Temanggung sebanyak 2300-3000 mm/tahun. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh letak geografis Kabupaten Temanggung yang dikelilingi oleh pegunungan dan sungai. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Lampiran 2.

4.2. Budidaya Tanaman Cabai

Teknik budidaya tanaman cabai meliputi tahapan: pengadaan benih, pengolahan tanah, penanaman, pemeliharaan tanaman, pengendalian hama dan penyakit, serta pemanenan.

4.2.1 Pengadaan Benih

Pengadaan benih dapat dilakukan dengan cara membuat sendiri atau membeli benih yang telah siap tanam. Pengadaan benih dengan cara membeli akan lebih praktis, petani tinggal menggunakan tanpa jerih payah. Sedangkan pengadaan benih dengan cara membuat sendiri cukup rumit. Di samping itu, mutunya belum tentu terjamin baik (Cahyono, 2003).

Pengadaan benih yang dilakukan di Kecamatan Bansari tidak dilakukan karena pihak petani Kecamatan Bansari membeli bibit yang siap tanam dari petani pembibitan yang ada. Bibit yang dibeli merupakan bibit yang siap tanam, umur bibit cabai sekitar 21 hari. Apabila menggunakan benih, benih yang dibutuhkan adalah 1 bungkus benih ukuran 10 gr.

Keberhasilan produksi cabai merah sangat dipengaruhi oleh kualitas benih yang dapat dicerminkan oleh tingginya produksi, ketahanan terhadap hama dan penyakit serta tingkat adaptasi iklim. Biji benih lebih baik membeli dari distributor atau kios yang sudah dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan kemurnian dan dayakecambahnya (Tjahjadi, 1991).

4.2.2. Pengolahan Tanah

Sebelum menanam cabai hendaknya tanah digarap lebih dahulu, supaya tanah-tanah yang padat bisa menjadi longgar, sehingga pertukaran udara di dalam tanah menjadi baik, gas-gas oksigen dapat masuk ke dalam tanah, gas-gas yang meracuni akar tanaman dapat teroksidasi, dan asam-asam dapat keluar dari tanah. Selain itu, dengan longgarnya tanah, maka akar tanaman dapat bergerak dengan bebas menyerap zat-zat makanan didalamnya.

Untuk tanaman sayuran dibutuhkan tanah yang mempunyai syarat-syarat di bawah ini(Rismunandar, 1983):

- a. Tanah harus gembur sampai cukupdalam
- b. Di dalam tanah tidak boleh banyakbatu
- c. Air dalam tanah mudah meresap ke bawah. Ini berarti tanah tersebut tidak boleh mudah menjadipadat
- d. Dalam musim hujan, air harus mudah meresap ke dalam tanah. Ini berarti pembuangan air harus cukupbaik

Tujuan pembuatan bedengan dalam budi daya tanaman sayuran adalah :

- a. Memudahkan pembuangan air hujan, melaluiselokan.
- b. Memudahkan meresapnya air hujan maupun air penyiraman ke dalam tanah.
- c. Memudahkan pemeliharaan, karena kita dapat berjalan antar bedengan

denganbedengan.

- d. Menghindarkan terinjak-injaknya tanah antara tanaman hingga menjadi padat.

4.2.3. Penanaman

Penanaman tanaman cabai di Kecamatan Bansari dilakukan pada bulan Februari-Maret. Bibit cabai yang akan ditanam merupakan bibit cabai yang dibeli dari petani pembibit di Bandungan yang telah berumur sekitar 21 hari dan telah berdaun 4-6 helai. Sebelum menanam, bibit yang masih berada di polybag disiram dengan air terlebih dahulu, penyiraman dilakukan agar bibit mudah diambil sehingga tidak merusak sistem perakaran. Penyeleksian bibit perlu dilakukan sebelum dilakukan penanaman bibit. Hal ini dilakukan agar bibit yang ditanam benar-benar bibit yang sehat dan normal. Setelah bibit telah siap, bibit diambil secara hati-hati dan ditanam pada lubang yang telah dipersiapkan sebelumnya. Jarak lubang antar tanaman cabai yaitu 50×70 cm. Penanaman bibit cabai dilakukan pada saat sore hari, hal ini dilakukan karena apabila menanam bibit pada siang hari bibit yang masih muda akan kering dan mudah layu akibat sengatan matahari yang panas dan hal itu menyebabkan pertumbuhan bibit akan terganggu (Hewindati, 2006). Penanaman bibit cabai dilakukan pada lahan seluas 1200 m² dan bibit yang digunakan sebanyak 1200 bibit.

4.2.4. Pemeliharaan Tanaman

Setelah dilakukan penanaman, kegiatan selanjutnya adalah pemeliharaan. Bibit cabai yang telah ditanam dipelihara dengan baik hingga panen. Pada tahap ini diperlukan perhatian dan waktu luang untuk mengawasi dan memelihara tanaman. Jika tidak diikuti pemeliharaan yang tepat, kualitas tanaman cabai dipastikan akan menurun. Pemeliharaan tanaman cabai yang dilakukan di Kecamatan Bansari meliputi penyiraman, penyulaman, pemasangan ajir, pewiwilan, pemupukan susulan, penyiangan serta pengendalian hama dan penyakit:

a. Penyiraman

Pada fase awal pertumbuhan atau saat tanaman cabai masih menyesuaikan diri terhadap lingkungannya (adaptasi), penyiraman perlu dilakukan secara rutin tiap hari. Penyiraman sebaiknya dilakukan pagi dan sore hari. Penyiraman tanaman cabai di Kecamatan Bansari dilakukan dengan cara dikocor. Pada awal penanaman, setelah bibit ditanam tanaman disiram dengan air yang dicampur dengan urin kelinci. Urin kelinci digunakan karena urin kelinci merupakan salah satu pupuk cair yang mengandung kadar auksin yang lebih tinggi. Dalam sekali kocor menggunakan 2 liter urin kelinci. Penyiraman dilakukan pada pagi dan sore hari. Penyiraman dilakukan pada saat kondisi tanah tampak kering. Pada musim hujan, penyiraman tidak dilakukan secara rutin. Penyiraman dilakukan secukupnya sesuai dengan kebutuhan tanaman. Penyiraman bermanfaat untuk

menjaga kelembapan tanah terjaga, agar tidak kekeringan dan pertumbuhan tanaman menjadi baik. Menurut (Harpenas, 2010) penyiraman yang berlebihan pada musim hujan akan menyebabkan busuk pada akar dan memancing serangan cendawan akibat kelembapan yang terlalu tinggi. Sedangkan pada musim kemarau, frekuensi penyiraman ditingkatkan untuk menjaga ketersediaan air bagi tanaman

b. Penyulaman

Penyulaman dilakukan apabila ada tanaman cabai yang ditanam mati. Penyulaman dilakukan pada waktu pagi hari. Bibit sisa penanaman awal digunakan sebagai pengganti tanaman yang telah mati, bibit yang digunakan untuk menyulam juga dipilih bibit yang sama agar pertumbuhannya dapat seragam. Penyulaman dilakukan paling lambat adalah 2 minggu setelah tanam. Adapun maksud dari penyulaman sendiri adalah untuk mengganti tanaman cabai yang telah mati agar tanaman cabai yang ditanam dapat seragam baik umur ataupun waktu panennya. Setelah bibit baru ditanam, bibit tersebut disiram agar bibit tidak layu dan mati.

c. Pemupukan Susulan

Pemupukan susulan perlu diberikan pada tanaman cabai. Agar memacu pertumbuhan, baik pertumbuhan vegetatif maupun pertumbuhan generatif tanaman. Pemupukan susulan pada tanaman cabai dengan menggunakan pupuk daun Gandasil B, pupuk ini berbentuk kristal yang dilarutkan dalam air sehingga dapat diserap dengan mudah dan ditranslokasikan keseluruh bagian tanaman,

pupuk ini mengandung unsur hara Nitrogen 6%, Fosfor 20%, Kalium 30% dan Magnesium 3%. Pemupukan dilakukan hanya sekali selama masa penanaman, pemupukannya pun dilakukan dengan sembarangan yaitu pada saat tanaman telah terserang hama dan penyakit sehingga pupuk daun yang diberikan tidak dapat bereaksi dengan baik dikarenakan pertumbuhan telah terhambat dan hal ini merupakan salah satu faktor kegagalan dalam penanaman tanaman cabai pada musim tersebut.

Sedangkan pupuk kimia lain yang digunakan adalah pupuk NPK dengan dosis 3 Kg diberikan pada saat tanaman berumur 9 HST dan 25 HST, NPK (nitrogen, fosfor, dan kalium) merupakan pupuk majemuk (dalam satu pupuk mengandung beberapa jenis unsur hara) yang diperlukan tanaman dalam pertumbuhannya, pupuk NPK yang digunakan adalah pupuk NPK “Mutiaras”. ZA dengan dosis 6 Kg, pupuk ZA adalah pupuk kimia buatan yang dirancang untuk memberi tambahan hara nitrogen dan belerang bagi tanaman. Nama ZA singkatan dari zwavelzure ammoniak, yang berarti amonium sulfat ($\text{NH}_4 \text{SO}_4$). Pupuk ZA mengandung belerang 24% dan nitrogen 21%. KCl dengan dosis 3 Kg diberikan pada saat tanaman berumur 54 HST. Urin kelinci juga digunakan sebagai pupuk susulan dengan cara dicampur pupuk kimia di atas. Pemberian pupuk dilakukan dengan cara dikocor pada setiap tanaman dengan menggunakan alat bantu corong sesuai kebutuhan tanaman.

d. Penyiangan

Penyiangan perlu dilakukan sesegera mungkin apabila disekitar tanaman

cabai yang ditanam sudah terlihat banyak gulma, yaitu pada antar bedengan. Hal ini dilakukan guna mencegah persaingan unsur hara antara tanaman cabai dengan gulma. Penyiangan dapat dilakukan dengan cara dicabut dengan tangan.

4.2.5. Pengendalian Hama dan Penyakit

Hama merupakan binatang yang merusak tanaman dan berukuran cukup besar sehingga dapat dilihat oleh mata telanjang. Adapun penyakit merupakan keadaan tanaman yang terganggu pertumbuhannya dan penyebabnya bukanlah binatang yang tampak oleh mata telanjang. Keberadaan hama dan penyakit di lahan sama-sama merugikan karena dapat menurunkan produksi tanaman cabai. Hal ini sesuai dengan pendapat (Harpenas 2010), salah satu faktor penghambat peningkatan produksi cabai adalah adanya serangan hama dan penyakit yang fatal. Penyebab penyakit dapat berupa bakteri, virus, jamur, maupun gangguan fisiologis yang mungkin terjadi.

Kehilangan hasil produksi cabai karena serangan penyakit busuk buah (*Colletotrichum* spp), bercak daun (*Cerospora* sp) dan cendawan tepung (*Oidium* sp) berkisar 5-30%. Strategi pengendalian hama dan penyakit pada tanaman cabai dianjurkan penerapan pengendalian secara terpadu. Beberapa hama yang paling sering menyerang dan mengakibatkan kerugian yang besar pada produksi cabai sebagai berikut:

- a. Ulat Grayak (*Spodopteralitura*)

Hama ulat grayak merusak pada musim kemarau dengan cara memakan daun mulai dari bagian tepi hingga bagian atas maupun bagian bawah daun cabai. Serangan ini menyebabkan daun-daun berlubang secara tidak beraturan sehingga proses fotosintesis terhambat. Ulat grayak terkadang memakan daun cabai hingga menyisakan tulang daunnya saja. Otomatis produksi buah cabai menurun.

b. Kutu Daun (*Myzus persicae* Sulz)

Hama ini menyerang tanaman cabai dengan cara menghisap cairan daun, pucuk, tangkai bunga, dan bagian tanaman lainnya. Serangan berat menyebabkan daun-daun melengkung, keriting, belang-belang kekuningan (klorosis) dan akhirnya rontok sehingga produksi cabai menurun.

c. Lalat Buah (*Bactrocera dorsalis*)

Lalat buah menyerang buah cabai dengan cara meletakkan telurnya didalam buah cabai. Telur tersebut akan menetas menjadi ulat (larva). Ulat inilah yang merusak buah cabai.

d. Trips (*Thrips* sp)

Hama trips menyerang hebat pada musim kemarau dengan memperlihatkan gejala serangan strip-strip pada daun dan berwarna keperakan. Serangan yang berat dapat mengakibatkan matinya daun (kering). Trips ini kadang-kadang berperan sebagai penular (vektor) penyakit virus.

Menurut (Hewindati, 2006) selain hama, musuh tanaman cabai adalah

penyakit yang umumnya disebabkan oleh jamur atau bakteri. Setidaknya ada enam penyakit yang kerap menyerang tanaman cabai yaitu:

a. Bercak Daun (*Cercospora capsici* heald et walf)

Cendawan ini merusak daun dan menyebabkan timbul bercak bulat kecil kebasahan. Dikendalikan dengan pembersihan daun yang terkena, disemprot fungisida tembaga misal vitagram blue 5-10 gram/liter.

b. Busuk Phytoptora (*Phytoptora capsici* Leonian)

Cendawan ini hidup di batang tanaman, menyebabkan busuk batang dengan warna cokelat hitam. Dikendalikan dengan manual atau fungisida sanitasi lingkungan.

c. Antraknosa/Patek

Cendawan ini hidup didalam biji cabai. Menyebabkan bercak hitam yang meluas dan menyebabkan kebusukan. Dikendalikan dengan menanam benih bebas patogen, cabai yang terkena dibuang/ dimusnahkan, pemberian fungisida Derasol 60 WP dicampur dengan Dithane M-45 dengan komposisi 1:5 dan dosis 2,5 gram/liter.

d. Layu Bakteri (*Pseudomonas solanacearum*)

Bakteri ini hidup didalam jaringan batang, menyebabkan pemucatan tulang daun sebelah atas, tangkai menunduk. Dikendalikan dengan mengkondisikan bedengan selalu kering atau pencelupan bibit ke larutan

bakterisida misal Agrymicin 1,2 gram/liter.

e. Layu Fusarium (*Fusarium oxysporium*)

Bakteri ini hidup di tanah masam, menyebabkan pemucatan atau layu tulang daun sebelah atas, tangkai menunduk. Dikendalikan dengan pengupasan, pencelupan biji pada fungisida dan pergiliran tanaman.

f. Rebah Semai (*Phytium debarianum*)

Bakteri ini menyebabkan bibit tidak berkecambah dan rebah lalu mati. Dikendalikan dengan pembenaman bibit dengan furadan. Media semai diberikan Basamid G, lalu disemprot fungisida (Vitagram Blue 0,5-1,0 gram/liter diselingi Previcur N 1,0-1,5 ml/liter).

4.2.6. Panen

Pemanenan dan penanganan pascapanen merupakan tahap akhir dari budidaya cabai. Keberhasilan panen dan penanganan pascapanen juga tidak terlepas dari awal budidaya, seperti penanaman dan pemeliharaan hingga akhirnya tiba saat dipanen. Pemanenan cabai perlu dilakukan dengan tepat waktu, teknik, ketelitian, dan kesabaran. Pemanenan yang terlalu cepat akan menghasilkan kualitas cabai yang kurang maksimal. Demikian juga jika terlambat, kualitas cabai akan menurun disebabkan oleh busuk dan gampang rusak.

Pemanenan cabai dilakukan setelah tanaman berumur 2,5 bulan sampai 5

bulan. Waktu pemanenan sebaiknya dilakukan pada pagi hari setelah embun atau air habis dari permukaan kulit buah. Hal ini dimaksudkan agar buah yang dipetik tidak terkontaminasi oleh mikroba pembusuk. Oleh karena itu, cara pemanenan cabai yang baik dengan memetik buah bersama tangkainya secara hati-hati disaat cuaca terang.

Hindari terjadinya luka serta patahnya cabang dan ranting dengan melakukan pemetikan yang tepat dan hati-hati. Buah yang dipanen harus benar-benar tua yaitu dengan ciri-ciri buah telah berwarna merah 80%. Pemanenan cabai dapat dilakukan 3-4 hari sekali atau seminggu sekali. Pada lahan seluas \pm 1200 m² dihasilkan cabai sebanyak 64,5 Kg dengan rata-rata tiap tanaman menghasilkan buah segar sekitar 0,125 Kg/tanaman. Sedikitnya hasil yang diperoleh dikarenakan terlambatnya penanganan yang dilakukan pada saat tanaman terserang hama dan penyakit dan hal tersebut menyebabkan pertumbuhan tanaman menjadi terhambat, banyak tanaman yang layu dan mati sehingga buah yang dihasilkan tidak dapat berkembang secara maksimal. Selain itu, musim penghujan yang sedang berlangsung pada saat penanaman juga mempengaruhi kualitas buah yang dihasilkan. Buah berukuran lebih kecil dari yang biasanya.

4.2.7. Pascapanen

Penanganan pascapanen merupakan pintu terakhir dari produksi. Penanganan pascapanen yang baik akan mengurangi presentase kerusakan atau

kehilangan setelah panen. Setelah pemanenan selesai, hasil panen dimasukkan ke dalam wadah, kemudian dikumpulkan di tempat yang teduh. Hasil panen dihindarkan dari sinar matahari secara langsung. Cabai yang telah dipanen diserahkan langsung kepada pedagang yang berada disekitar Kecamatan Bansaridan disortir terlebih dahulu.

Setelah pemanenan berakhir, tanaman cabai yang berada di lahan penanaman dicabut dan dibakar. Tujuannya untuk menghindari penyebaran virus agar tidak menyebar ke tanaman lain yang berada disekitar lahan cabai. Mulsa yang terpasang dibiarkan di lahan tersebut, kemudian disemprot bakterisida dan fungisida. Setelah disemprot, lahan tersebut dibiarkan selama ± 1 minggu.

4.3. Identitas Responden

Tabel 2. Identitas Responden Petani

No	Indikator	Jumlah	Persentase
		---jiwa---	---%---
1	Umur (tahun)		
	25 – 34	5	16,67
	35 – 44	7	23,33
	45 – 54	11	36,67
	55 - 64	7	23,33
2	Lama Usahatani (tahun)		
	0 - 5	19	63,33
	6 - 10	8	26,67
	11 - 15	3	10,00
3	Pendidikan		
	SD	7	23,33
	SMP	20	66,67
	SMA	3	10,00
	Pendidikan Tinggi		
4	Jumlah Anggota Keluarga (orang)		
	1–3	4	13,33
	4–7	24	80,00
	8–11	2	6,67
5	Luas Lahan yang dimiliki (m ²)		
	2500 – 5000	11	36,66
	5001 – 7500	14	46,67
	7501 – 10000	5	16,67

Sumber: Data Primer Penelitian, 2017.

Responden dalam penelitian ini adalah petani cabai di Desa Bansari, Candisari dan Gunungsari Kecamatan Bansari. Data responden pada penelitian ini diperoleh menggunakan kuesioner yang dapat dilihat pada Lampiran 2. Karakteristik responden pada analisis yang dilakukan adalah: (1) struktur umur Kepala Keluarga (KK) rumah tangga petani cabai (2) pengalaman KK dalam

usahatani cabai, (3) Pendidikan KK rumah tangga petani cabai (4) Jumlah anggota keluarga rumah tangga petani cabai dan (5) Luas lahan yang dimiliki petani. Data identitas responden dapat dilihat pada Lampiran 1.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh bahwa jumlah petani cabai yang berusia 25 - 34 tahun adalah sejumlah 5 orang (16%), usia 35 - 44 sejumlah 7 orang (22%), usia 45 - 54 sejumlah 11 orang (36%) dan usia 55 - 64 sejumlah 7 orang (23%). Hal ini menunjukkan bahwa petani di Kecamatan Bansarimerupakan petani dalam usia produktif karena usia petani berkisar antara usia 25 -64 tahun, keadaan tersebut dapat mendorong peningkatan produktivitas petani. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Hasyim (2003) yang menyatakan bahwa dengan kondisi umur yang masih produktif maka kemungkinan besar seseorang dapat bekerja dengan baik dan maksimal. Umur dapat menentukan prestasi kerja dan menentukan tingkat pemahaman seseorang, menurut Soekartawi (2002) semakin tua tenaga kerja maka daya serap dan daya pemahaman akan inovasi yang baru dengan penerapan yang baru akan dunia pertanian akan sulit untuk diterima.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa jumlah petani yang memiliki pengalaman usahatani antara 0 - 5 tahun berjumlah 19 orang (63%), pengalaman usahatani antara 5-10 tahun berjumlah 8 orang (26%) dan petani dengan pengalaman usahatani antara 10-15 tahun berjumlah 3 orang (10%). Hal tersebut menunjukkan bahwa petani cabai di Kecamatan Bansarimemiliki tingkat pengalaman yang cukup bagi petani untuk dapat membudidayakan cabai. Pengalaman berusahatani ini dapat digambarkan dengan sikap petani yang

mampu mengambil keputusan dan kemampuan petani dalam menerima inovasi teknologi dan masukan dari pihak penyuluh pertanian, pendapat ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2002) bahwa pengalaman seseorang dalam berusahatani berpengaruh terhadap respon dalam menerima teknologi dan inovasi baru. Petani cabai di Kecamatan Bansari mampu mengevaluasi usahatani sehingga mereka cenderung berusaha untuk menghindari kesalahan agar pada masa tanam selanjutnya terjadi peningkatan produksi. Evaluasi tersebut biasanya dilakukan secara bersama-sama dengan petani lain yang tergabung dalam satu kelompok tani yang sama sehingga kegiatan evaluasi dilakukan secara musyawarah dalam pertemuan kelompok tani yang rutin dilaksanakan. Pendapat tersebut sesuai dengan pendapat Hasyim (2003) bahwa lamanya berusahatani untuk setiap orang berbeda beda, pengalaman berusahatani dapat dijadikan bahan pertimbangan agar tidak melakukan kesalahan yang sama sehingga dapat melakukan hal-hal yang baik untuk waktu berikutnya.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa tingkat pendidikan petani cabai di Kecamatan Bansari pada tingkat sekolah dasar (SD) adalah sejumlah 7 orang (23%), jumlah petani berpendidikan sekolah menengah pertama (SMP) adalah 20 orang (57%), jumlah petani berpendidikan sekolah menengah atas (SMA) adalah 3 orang (10%). Hal ini menunjukkan bahwa petani cabai di Kecamatan Bansari didominasi oleh lulusan Sekolah Menengah Pertama yakni sebesar 67%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan petani cabai tergolong rendah sehingga pengetahuan petani terbatas. Hal ini

sesuai dengan pendapat Soekartawi (2002) yang menyatakan bahwa tingkat pendidikan formal yang diikuti petani akan berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan serta wawasan serta terhadap kemampuan menghasilkan pendapatan yang lebih besar dalam rumah tangga. Keterbatasan wawasan tersebut menyebabkan petani cabai cenderung lambat dalam menerima inovasi teknologi pertanian seperti masih rendahnya keinginan petani untuk menggunakan mesin pengolah tanah dan perajang cabai, pendapat tersebut sesuai dengan pendapat Tambunan (2003) bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seorang petani semakin mudah untuk memahami dan menerima inovasi-inovasi baru yang disampaikan kepada mereka.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga petani kemitraan di Kecamatan Bansari Kecamatan Bansari yang berjumlah 0-3 orang adalah 4 orang (13%), keluarga yang berjumlah 4-7 orang adalah 24 orang (80%) dan keluarga yang berjumlah 8-11 orang adalah 2 orang (6%). Jumlah anggota keluarga yang terbatas menyebabkan petani cabai kemitraan di Kecamatan Bansari Kecamatan Bansari mampu mengambil risiko untuk mencoba inovasi pertanian cabai dengan digunakannya mesin pengolah cabai. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Soekartawi (2002) bahwa sikap petani terhadap risiko dapat dipengaruhi oleh jumlah anggota keluarganya, semakin besar jumlah anggota keluarga yang dimiliki maka petani semakin tidak ingin mengambil risiko terutama dalam mencoba inovasi pertanian yang baru. Jumlah anggota keluarga yang terbatas menyebabkan keluarga petani cabai di Kecamatan Bansari

membutuhkan tambahan tenaga kerja selain anggota keluarga dalam melakukan usahatani cabai sebab usahatani cabai merupakan usaha padat karya yang membutuhkan jumlah tenaga kerja yang cukup terutama pada proses pasca panen pada cabai. Hal ini sesuai dengan pendapat Heriyanto (2000) bahwa pada kegiatan pengolahan tanah, pemanenan, pasca panen membutuhkan jumlah tenaga kerja yang relatif besar dan tidak dapat dipenuhi dari dalam keluarga.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa jumlah petani yang memiliki luas lahan antara 2.500–4.999 m² adalah 11 orang (37%), petani yang memiliki luas lahan antara 5.000 –7.499 m² adalah 14 orang (47%) dan petani yang memiliki luas lahan antara 7.500–10.000 adalah 5 orang (17%). Rata-rata luas lahan yang dimiliki petani cabai di Kecamatan Bansari adalah seluas 4.095,5 m². Kepemilikan lahan pertanian cabai di Kecamatan Bansari adalah milik pribadi sehingga petani dapat menguasai lahan sepenuhnya dan mengusahakan lahan dengan maksimal, hal ini sesuai dengan pendapat Soekartawi (2002) bahwa seseorang yang memiliki lahan, ia dapat sekaligus sebagai orang yang menguasai lahan tersebut sehingga ia dapat menggarap lahan dengan sebaik-baiknya.

4.3.1. Identitas Responden Lembaga Pemasaran

Kegiatan pendistribusian barang dari produsen ke konsumen terdapat pedagang perantara atau disebut juga sebagai lembaga pemasaran. Lembaga ini mempunyai peran yang penting dalam kegiatan pemasaran. Jika barang yang dihasilkan banyak, maka sia-sia jika pemasarannya berjalan lambat. Lembaga

pemasaran ini membeli langsung dari petani dan mendistribusikan baik secara langsung kepada konsumen atau pun pedagang di luar maupun dalam kota. Pedagang atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai di Kabupaten Temanggung adalah pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer. Dari petani cabai menjual ke pedagang atau lembaga pemasaran. Layaknya suatu pengalaman dan pola pikir yang cermat yang dalam hal ini pengalaman, umur, dan pendidikan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam berdagang.

Berikut ini identitas responden pedagang pengumpul cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung.

Tabel. 3 Identitas Responden Pedagang Pengumpul Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung.

	Uraian	Jumlah Pedagang pengumpul	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-39	4	57,14
	b. 40-59	3	42,86
	Jumlah	7	100,00
2	Pendidikan		
	a. SD	3	42,86
	b. SLTP	3	42,86
	c. SMA	1	14,28
	Jumlah	7	100,00
3	Pengalaman Berdagang (tahun)		
	0-5	3	42,86
	5-10	4	57,,14
	Jumlah	7	100,00

Sumber : Analisis data Primer, 2017.

Pedagang pengumpul di Kecamatan Bansari yaitu pedagang atau orang yang memperoleh cabai dengan cara membeli cabai dari petani, serta mengumpulkannya kemudian dijual ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul dalam pembelian cabai biasanya didatangi oleh petani, hal ini sudah menjadi kebiasaan para petani karena sudah mempunyai pelanggan pedagang pengumpul. Cabai dapat disimpan sekitar satu atau dua hari sekali tergantung dari jumlah yang didapatkan. Pedagang pengumpul kemudian menjualnya ke pedagang besar di Kecamatan Parakan. Tempat tinggal dan tempat berdagang para pedagang pengumpul dekat dengan pasar. Pedagang pengumpul biasanya pedagang yang memiliki modal kecil, adapun cara pembayaran yang dilakukan dari pedagang pengumpul ke produsen adalah kontan atau dibayarkan langsung pada saat menerima cabai.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa umur responden pedagang pengumpul cabai tergolong dalam usia produktif antara 30-59 tahun. Pada usia ini pedagang pengumpul masih mampu bekerja dengan baik, sehingga pedagang yang usianya masih produktif dapat melakukan pengelolaan dan pendistribusian cabai dengan lebih mudah serta dapat menerima pembaharuan mekanisme pemasaran yang dalam hal ini berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran cabai.

Tingkat pendidikan responden pedagang pengumpul dalam pemasaran cabai adalah tamat SD sebanyak 3 orang (42,86%), tamat SLTP sebanyak 3 orang (42,86%) dan tamat SMA sebanyak 1 orang (14,28%). Tingkat pendidikan pada pedagang pengumpul ini sedikit mengalami peningkatan yakni sampai pada

pendidikan tingkat lanjut sehingga akan berdampak besar terhadap cara pandang pedagang dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam. Lama usaha pada pedagang pengumpul sekitar 5–10 tahun. Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan cabai hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Tabel 4. Identitas Responden Pedagang Besar Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung.

No	Uraian	Jumlah Pedagang besar	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-39	2	50
	b. 40-59	2	50
	Jumlah	4	100
2	Pendidikan		
	a. SD	2	50
	b. SLTP	2	50
	Jumlah	4	100
3	Pengalaman Berdagang (tahun)		
	a. 0-5	2	50
	b. 5-10	2	50
	Jumlah	4	100

Sumber: Data Primer 2017

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa umur responden pedagang pengumpul cabai tergolong dalam usia produktif antara 30-59 tahun. Pada usia ini pedagang besarmasih mampu bekerja dengan baik, sehingga pedagang yang usianya masih produktif dapat melakukan pengelolaan dan pendistribusian cabai dengan lebih mudah serta dapat menerima pembaharuan mekanisme pemasaran

yang dalam hal ini berguna untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pemasaran cabai.

Tingkat pendidikan responden pedagang pedagang pengepulis dalam pemasaran cabai adalah tamat SD/SR sebanyak 2 orang (50%) dan tamat SLTP sebanyak 2 orang (50%). Tingkat pendidikan pada pedagang pengumpul ini sedikit mengalami peningkatan yakni sampai pada pendidikan tingkat lanjut sehingga akan berdampak besar terhadap cara pandang pedagang pengumpul dalam menganalisis kebutuhan pasar lebih dalam lagi khususnya yang berkaitan dengan mekanisme pemasaran. Hal ini akan meningkatkan keuntungan pedagang. Lama berusaha akan mempengaruhi pengalaman mereka dalam memasarkan cabai. Lama usaha pada pedagang besar sekitar 4–10 tahun. Semakin lama pengalaman berdagang semakin mudah bagi mereka untuk memasarkan produksi cabai hal ini disebabkan karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Tabel 5. Identitas Responden Agen Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung

No	Uraian	Jumlah Agen	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 35-40	1	50
	b. 40-45	1	50
	Jumlah	2	100
2	Pendidikan		
	a. SLTP	2	100
	Jumlah	2	100
3	Pengalaman Berdagang (tahun)		
	a. 5-10	2	100
	Jumlah	2	100

Sumber : Analisis data Primer, 2017.

Agen di Kecamatan Bansari yaitu perantara yang digunakan pedagang pengepul untuk menyalurkan cabai ke pedagang besar dalam volume yang relatif banyak dan memiliki modal yang cukup besar. Volume pembelian cabai oleh pedagang pengumpul rata-rata sebanyak kurang lebih 5.000-6.000Kg atau kurang lebih 100-120 karung setiap 2 atau 3 hari sekali tergantung dengan transaksi yang terjadi. Pedagang tersebut melakukan penjualan di daerah tempat tinggalnya yaitu di desa Parakan. Agen menyalurkan cabai ke pedagang besar yang ada diluar Pulau Jawa, seperti Pulau Sumatera dan Pulau Kalimantan.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa umur Agen cabai tergolong dalam usia produktif antara 35-45 tahun. Pada usia produktif agen masih mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat serta mental dalam melaksanakan peran sebagai penyalur pemasaran cabai dari pedagang pengumpul ke Pedagang besar. Selain itu pedagang dalam usia produktif dapat melakukan pemasaran cabai dengan cepat.

Tingkat pendidikan agen adalah tamat SLTP 2 orang (100%). Keseluruhan responden lembaga pemasaran sudah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda. Pendidikan formal yang mereka tempuh akan berpengaruh dalam menganalisis proses pemasaran yang ditunjang peningkatan pendidikan tingkat lanjut.

Lama usaha berdagang pada responden agen cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung yaitu berkisar antara 5 tahun. Jika dilihat dari pengalaman berdagang mereka sudah cukup lama dalam usaha penyaluran cabai antarpulau. Hal ini akan mempengaruhi proses pemasaran karena semakin lama

pengalaman berusaha semakin cepat bagi pedagang untuk memasarkan produksi cabai karena mereka sudah cukup dikenal oleh konsumen dan mempunyai pelanggan atau pembeli tetap.

Tabel 6. Identitas Responden Pedagang Pengecer Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung.

No	Uraian	Jumlah Pedagang pengecer	Persentase (%)
1	Umur (Tahun)		
	a. 30-39	3	30
	b. 40-49	7	70
	Jumlah	10	100
2	Pendidikan		
	a. SLTP		60
	b. SMA	4	40
	Jumlah	10	100
3	Pengalaman Berdagang (tahun)		
	a. 0-5	5	50
	b. 6-10	5	50
	Jumlah	10	100

Sumber: Data Primer 2017

Pedagang pengecer di Kabupaten Temanggung yaitu pedagang yang membeli cabai dari pedagang besar yang ada di kabupaten Temanggung. Para pedagang ini mendatangi pedagang besar untuk menentukan volume dan harga yang sesuai. Pedagang pengecer berdomisili di Desa Bansari, Desa Rejosari, Desa Tanurejo, Desa Pengilon, Desa Wonosari, Desa Parakan. Volume pembelian cabai oleh pedagang pengecer rata rata 30-50 Kg setiap hari atau dua hari sekali tergantung transaksi yang terjadi.

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa umur pedagang pengecer cabai tergolong produktif antara 30-49 tahun. Pada usia produktif pedagang masih

mampu bekerja dengan baik didukung dengan fisik yang kuat serta mental dalam melaksanakan peran sebagai penyalur pemasaran cabai dari petani atau produsen ke konsumen.

Tingkat pendidikan pedagang pengecer adalah tamat SLTP sebanyak 6 orang (60%) dan tamat SMA 4 orang (40%). Keseluruhan responden lembaga pemasaran sudah mengikuti pendidikan formal dengan tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Semakin tinggi tingkat pendidikan pedagang, semakin baik pula cara berdagangnya.

Lama usaha berdagang pada responden pedagang pengecer cabai di Kabupaten Temanggung berkisar 4-10 tahun. Pengalaman berdagang yang dimiliki pedagang pengecer dapat dikatakan sudah lama dan cukup dalam mengetahui keadaan pasar. Pedagang juga dapat memasarkan cabai dengan cepat karena sudah dikenal oleh konsumen atau pembeli tetap.

Konsumen dalam Kabupaten Temanggung adalah pemilik rumah makan besar maupun kecil dan orang-orang yang membeli cabai dalam jumlah relatif kecil yaitu untuk dibuat bumbu masakan. Konsumen yang membeli cabai penduduk dari berbagai kecamatan di Kabupaten Temanggung. Jarak antara konsumen dengan pedagang pengumpul sekitar kurang lebih 4 Km.

4.4 Fungsi dan Tugas Lembaga Pemasaran Cabai

Lembaga pemasaran menurut Sudiyono (2002) adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usaha

atau individu lainnya. Tugas lembaga pemasaran adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin.

Adapun pedagang perantara menurut Rahardi *et al* antara lain (1993) terdiri dari:

a. Pedagang Pengumpul

Pedagang yang mengumpulkan barang-barang hasil pertanian dari petani produsen dan kemudian memasarkannya kembali dalam partai besar kepada pedagang lain. Pedagang pengumpul adalah orang atau lembaga yang melakukan proses pengumpulan komoditi cabai dari pedagang pengumpul biasanya dalam jumlah yang relatif kecil, dan melakukan proses distribusi kepada pedagang besar. Pedagang pengumpul berfungsi menampung atau mengumpulkan dan memasarkan cabai dari pedagang pengumpul kepada konsumen. Pedagang pengumpul dalam melakukan tugasnya melakukan beberapa kegiatan yaitu kegiatan penyimpanan dan pengangkutan. Kegiatan penyimpanan dilakukan selama cabai belum dikirim kepada konsumen. Penyimpanan ini dilakukan selama kurang lebih satu sampai dua hari atau sampai tercapai kapasitas yang diinginkan sebelum pengiriman kepada pedagang besar. Kegiatan pengangkutan atau transportasi dilakukan untuk mengantarkan cabai sampai ke pedagang pengumpul. Pengangkutan cabai dilakukan apabila cabai sudah mencapai kurang lebih 40-50 Kg. Hal ini dilakukan untuk menghemat biaya transportasi. Pengangkutan dilakukan dengan menggunakan truk. Jarak yang ditempuh untuk mengirimkan cabai dari Kecamatan Bansari ke kota Parakan adalah kurang lebih 7 km. Dalam melakukan fungsi pengangkutan atau biaya transportasi ada biaya yang

dikeluarkan yaitu biaya pengangkutan atau biaya transportasi. Biaya pengangkutan atau biaya transportasi yang diperlukan adalah sebesar Rp100 per Kg. Pedagang pengumpul dalam membeli cabai dari pedagang pengumpul menggunakan sistem pembayaran kontan atau langsung dibayar saat transaksi.

b. Pedagang Besar

Pedagang yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul dan atau langsung dari petani produsen, serta menjual kembali kepada pengecer dan pedagang lain dan atau kepada pembeli untuk industri, lembaga dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama pada konsumen akhir. Pedagang besar adalah orang yang membeli cabai langsung dari pedagang pengumpul biasanya jumlahnya relatif besar. Tugas dan fungsi dari pedagang besar adalah menampung dan mengumpulkan cabai yang dibeli dari pedagang pengumpul kemudian mendistribusikan kepada pedagang pengecer. Sebelum pedagang besar mendistribusikan cabai kepada pedagang pengecer biasanya dilakukan penyimpanan terlebih dahulu untuk mengurangi biaya pengangkutan. Penyimpanan cabai biasanya dilakukan selama satu sampai hari tergantung dari jumlah cabai yang telah dikumpulkan oleh pedagang besar. tetapi penyimpanan ini tidak bisa dilakukan dalam waktu yang lama karena daging cabai akan membiru yang artinya kualitasnya sudah tidak bagus. Biasanya pedagang akan menjual cabainya jika jumlahnya sudah mencapai 2.000Kg atau sekitar 40-50 karung. Selain itu pedagang juga akan menjual cabainya jika sudah ada konsumen yang datang untuk membeli. Pedagang besar di Kecamatan Bansari

menggunakan sistem pembayaran secara kontan atau langsung dibayar saat membeli cabai dari petani.

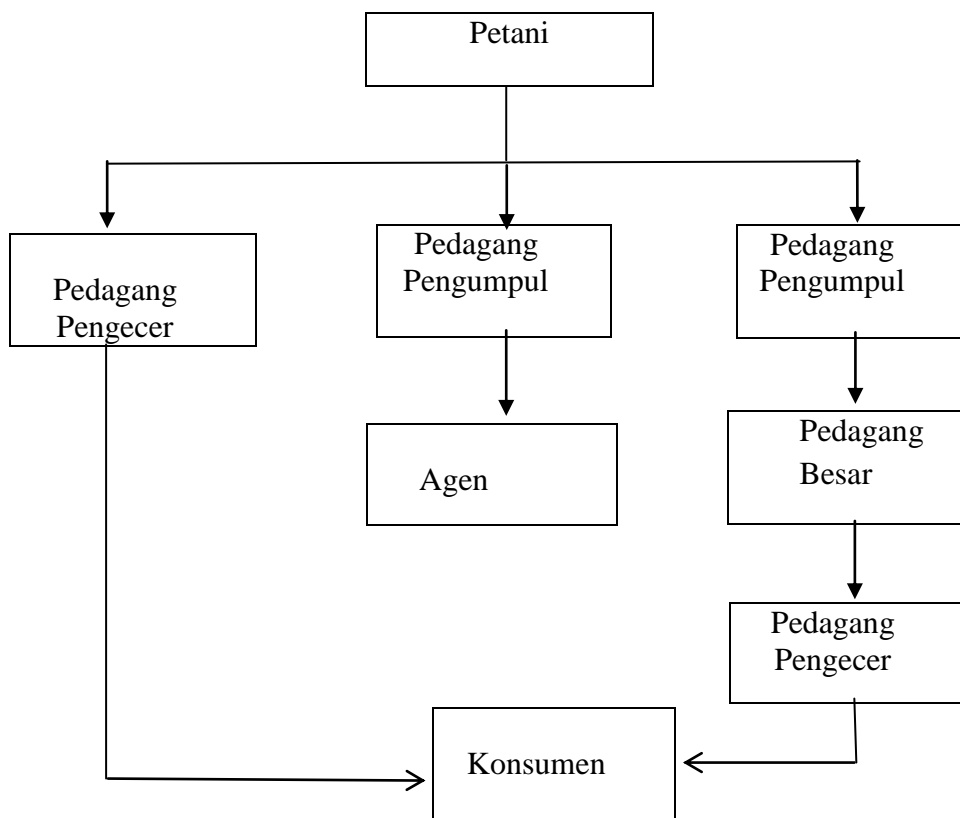
c. Pedagang Pengecer

Pedagang yang menjual barang hasil pertanian ke konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam partai kecil. Pedagang pengecer adalah orang atau lembaga yang membeli cabai langsung dari petani atau produsen biasanya jumlahnya relatif kecil dan langsung menjualnya kepada konsumen akhir. Tugas dan fungsi pedagang pengecer adalah menampung dan membeli cabai dari petani. Pedagang pengecer dalam melakukan tugasnya melakukan beberapa kegiatan yaitu kegiatan penyimpanan. Penyimpanan cabai dilakukan apabila cabai tidak langsung dibeli oleh konsumen. Pedagang pengecer dalam melakukan tugasnya mengeluarkan biaya pemasaran. Konsumen pedagang pengecer di Kecamatan Bansari termasuk dalam jenis konsumen rumah tangga dan konsumen industri. Hal ini karena yang cabai yang dibeli dari pedagang pengecer ada yang digunakan untuk membuat bubuk cabai dalam bentuk kemasan, tetapi ada juga konsumen yang membeli cabai untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sendiri. Sistem pembayaran yang digunakan pedagang pengecer adalah secara tunai atau kontan yaitu dengan cara langsung dibayar saat transaksi jual beli cabai berlangsung.

4.5. Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten

Temanggung. Pengumpulan data untuk mengetahui berbagai saluran pemasaran cabai yang digunakan, diperoleh dengan cara penelusuran jalur pemasaran cabai mulai dari petani sampai pada konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung terdapat tiga saluran pemasaran yaitu



Ilustrasi 2. Pola Saluran Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung

- I. Saluran I :Petani → Pedagang Pengecer → Konsumen
- II.SaluranII:Petani → Pedagang Pengumpul → Agen
- III. Saluran III :Petani → PedagangPengumpul → Pedagangbesar →
Pedagang Pengecer → Konsumen

Berdasarkan bagan saluran pemasaran cabai di Kabupaten Temanggung, melalui beberapa saluran yaitu :

a. Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran I, petani menjual cabai ke pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Bansari kemudian dijual ke konsumen. Pedagang pengecer dalam saluran pemasaran I ini adalah pedagang yang berkeliling antar desa. Konsumen yang membeli cabai adalah masyarakat Kecamatan Bansari untuk keperluan bumbu dapur.

b. Saluran Pemasaran II

Pada saluran ke II, petani menjual cabai ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 18.500 per Kg. Pedagang pengumpul menjual cabai ke pedagang besar dengan harga 20.000 melalui agen yang menjadi perantara keduanya. Agen yang digunakan biasanya mendistribusikan cabai ke luar kota atau bahkan luar pulau seperti Sumatera dan Kalimantan. Agen cabai telah memiliki kontak dengan para pedagang besar di suatu tempat untuk melakukan transaksi. Agen mendapatkan keuntungan dari pedagang besar ketika cabai telah sampai ditangan pedagang besar. Pembayaran dilakukan dengan cara mengirimkan uang melalui rekening bank atau transfer melalui ATM (*Automatic Teller Machine*) oleh pedagang besar ke pedagang pengumpul. Pedagang besar lalu menjual cabainya ke pedagang pengecer dan sampai ke tangan konsumen. Konsumen ini berasal dari luar Kabupaten Temanggung.

c. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III, petani menjual cabainya kepada pedagang pengumpul kemudian dari pedagang pengumpul dijual ke pedagang besarkemudian dijual kepada Pedagang pengecer sampai akhirnya ke konsumen. Penjualan dilakukan petani secara langsung dengan cara pelaku industri atau mendatangi rumah pedagang pengumpul. Jarak antara petani dan pedagang besar adalah kurang lebih 2 km. Jarak antara pedagang pengumpul dan pedagang besar adalah 5 Km.. Harga 1 Kg cabai ditingkat petani adalah Rp 18.000 per Kg kemudian pedagang pengumpul menjual kepada pedagang besar seharga Rp 20.000 per Kg. Pedagang besar menjual ke pedagang pengecer seharga Rp. 21.000. Konsumen membeli cabai dari pedagang pengecer dengan harga Rp. 23.000.

Adapun jumlah petani berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan dalam mendistribusikan cabai dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Jumlah Petani Pada Tiap-Tiap Saluran Pemasaran Di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung

No	Saluran Pemasaran	Jumlah Petani	Persentase (%)
1.	Saluran I	5	16,67
2.	Saluran II	7	23,33
3.	Saluran III	18	60

Sumber : Analisis data Primer, 2017.

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa saluran pemasaran III merupakan saluran yang paling banyak digunakan oleh petani yaitu sebesar 60% atau digunakan oleh 18 orang petani cabai, untuk saluran pemasaran I dan II masing-masing terdiri dari 5 dan 7 orang petani cabai. Saluran pemasaran III banyak

digunakan oleh petani karena banyak petani yang tidak mengetahui mengenai agen atau distributor antar kota/pulau. Selain itu sudah tidak perlu melakukan tawar-menawar lagi karena sudah biasa menjual kepada pedagang tersebut.

Saluran pemasaran I merupakan saluran yang paling sedikit digunakan oleh petani, yaitu sebesar 16,6%, terdiri dari 5 orang petani cabai. Hal ini dikarenakan kebanyakan petani sudah memiliki pedagang langganan yang sudah memesan cabai jauh-jauh hari sebelum panen. Selain itu jumlah permintaan pedagang pengecer terhadap cabai yang telah dipanen sangatlah sedikit sehingga tidak mampu untuk menampung semua cabai yang diproduksi. Pedagang pengecer yang dapat ditemukan di Desa Bansari sangatlah sedikit dengan jumlah permintaan yang sedikit membuat petani lebih memilih langsung mengantarkan cabai ke pedagang pengumpul. Keuntungan yang didapatkan petani sebenarnya jauh lebih besar bila melalui saluran I namun, petani lebih memilih langsung kepada pedagang pengumpul karena petani dapat mendapatkan uang lebih banyak dalam sekali transaksi. Pedagang pengecer disini adalah tetangga para petani sehingga muncul ketidaknyamanan petani apabila tidak menjual cabai kepada pengecer.

Saluran pemasaran ke II banyak digunakan oleh petani yaitu sebesar 23,3% atau digunakan oleh 7 orang petani. Hal ini disebabkan jarak yang dekat antara pedagang besar dengan tempat tinggal sehingga tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi yang besar. Petani dan pedagang pengumpul juga sudah melakukan kerjasama dalam jangka waktu yang lama sehingga petani enggan untuk pindah ke pedagang lainnya meskipun keuntungan yang didapat lebih

banyak. Selain itu yang menyebabkan petani memilih saluran ini adalah petani tidak perlu melakukan penyortiran terhadap cabainya sehingga tidak memakan banyak waktu.

4.6. Struktur Pasar

Struktur pasar cabai yang dihadapi masing masing pelaku pemasaran di analisis dengan melihat jumlah pedagang yang terlibat, diferensiasi produk, kemudahan untuk memasuki pasar dan informasi pasar. Cabai yang dijual di Kecamatan Bansari dipasok petani lokal. Lembaga pemasaran yang terlibat sebanyak 23 orang pedagang, diketahui bahwa terdapat 7 orang pedagang pengumpul, 2 orang agen, 3 orang pedagang besar dan 10 orang pedagang pengecer.

Cabai yang diperdagangkan dari pedagang hingga kosume akhir berdasarka kemiripan produk bersifat homogen (sama), dalam artian tidak terdapat perbedaan bentuk dari cabai yang dipasarkan. Hanya saja perbedaan antara cabai terletak pada daerah distribusi. Semakin luas cakupannya maka semakin tinggi harga cabai tersebut.

Bagi para pedagang, untuk masuk pasar tidaklah sulit. Untuk pedagang yang tidak memiliki kios, mereka cukup mencari lokasi yang dianggap strategis. Berbeda halnya dengan pedagang yang berjualan dalam kios. Sebelum mulaiberdagang, pedagang terlebih dahulu menentukan lokasi kios yang diinginkan, kemudian melapor kepada pihak pengelola untuk disewa atau dibeli.

Dari total keseluruhan cabai yang dipasarkan bahwa saluran yang paling banyak dilalui cabai adalah saluran III. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dapat

dikatakan bahwa struktur pasar adalah pasar persaingan sempurna dimana: (1) jumlah pedagang banyak, (2) produk yang dijual sama (3) relatif mudah untuk memasuki pasar, (4) harga ditentukan oleh mekanisme pasar.

4.7. Perilaku Pasar

a. Sistem Penentuan Harga

Harga merupakan salah satu aspek yang sangat diperhatikan oleh pedagang maupun konsumen. Penetapan harga dipengaruhi oleh (a) jenis produk yang ditetapkan harganya, (b) permintaan produk tersebut, (c) persaingan, (d) tahap daur hidup produk dan (e) bauran produk.

Berdasarkan teori di atas harga merupakan salah satu faktor dalam proses pembelian barang oleh konsumen. Teori ini juga berlaku pada konsumen cabai, tetapi pada umumnya harga yang tinggi membuat daya beli konsumen terhadap suatu barang menurun apabila tidak diiringi oleh penambahan pendapatan konsumen. Akan tetapi hal ini berbeda dengan perilaku konsumen cabai. Walaupun harga cabai tidak menentu, konsumen tetap saja membelinya dengan jumlah yang diinginkan. Harga yang diberikan pedagang kepada konsumen berdasarkan terbentuknya kekuatan permintaan dan penawaran. Pedagang tidak dapat menentukan harga sepenuhnya sendiri karena faktor tersebut. Apabila persediaan cabai yang ada di Kabupaten Temanggung banyak, maka tentu saja harga cabai akan turun.

b. Sistem Pembayaran Harga

Sistem pembayaran cabai berlangsung dengan baik, yaitu secara tunai. Dalam pembayaran harga oleh petani kepada pedagang dan juga dari pedagang ke

konsumen dilakukan secara tunai. Sistem pembayaran harga antara pedagang besar/agen dengan pedagang pengecer dilakukan secara tunai. Pembayaran secara tunai dilakukan pedagang kepada konsumen karena dalam pembelian cabai relatif tidak terlalu banyak, yaitu sekitar 2-15 Kg.

4.8. Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran

Proses mengalirnya barang/produk dari produsen ke konsumen memerlukan suatu biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka suatu produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya, keuntungan dan marjin pemasaran di tingkat lembaga pemasaran pada ke tiga saluran yang digunakan petani cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung dapat dilihat pada Tabel 8, 9, dan 10.

Tabel 8. Rata-Rata Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung Pada Saluran Pemasaran I

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Market Share (%)
1	Petani		
	a. harga tingkat petani	22.000	95,65
	b. biaya pemasaran	100	0,43
2	Pedagang pengecer		
	a. harga beli cabe	22.000	95,65
	b. biaya pemasaran	500	2,17
	c. keuntungan	500	2,16
	d. margin pemasaran	1000	43,34
	e. harga jual	23.000	100,00
3	Konsumen		
	harga beli konsumen	23.000	100,00
	a.Total Margin Pemasaran	1000	43,34
	b. Total Biaya Pemasaran	500	2,17
	c. Total Keuntungan	500	2,16
	d. <i>Farmer Share</i>		95,60

Sumber: Analisis Data Primer 2017

Tabel 8 menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I Lembaga pemasaran yang terkait adalah pedagang pengecer. Pada saluran pemasaran I pedagang pengecer mengeluarkan biaya-biaya seperti biaya transportasi dari petani (menjemput cabai dari rumah petani) dan berkeliling desa dan biaya untuk pengemasan seperti karung. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer dipengaruhi banyaknya cabai yang dihitung dalam satuan karung dan jarak antara tempat petani dan desa. Biaya transportasi untuk satu karung antara Rp 1.500 sampai Rp 2.000 dan satu karung berisi kurang lebih 40-50 Kg. Harga beli cabai dari petani produsen sebesar Rp 22.000 per Kg dan dijual ke konsumen sebesar Rp 23.000 per Kg. Jadi margin pemasaran yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp 1.000 per Kg.

Farmer's share adalah bagian yang diterima petani produsen, semakin besar *farmer's share* dan semakin kecil margin pemasaran maka dapat dikatakan suatu saluran pemasaran berjalan secara efisien. Pada saluran pemasaran III memiliki *farmer's share* sebesar 95,7% dan harga yang diterima konsumen yaitu Rp 23.000 per Kg. Pada saluran pemasaran III memiliki margin pemasaran yang paling rendah sehingga pendapatan yang diterima petani (*farmer's share*) tinggi. Acuan untuk mengukur efisiensi pemasaran yaitu dengan cara menghitung *farmer's share* atau bagian yang diterima petani dengan kriteria apabila bagian yang diterima produsen kurang dari 50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Jadi untuk saluran pemasaran III dikatakan saluran yang paling efisien, karena bagian yang diterima petani lebih besar dari dua

saluran lainnya yaitu sebesar 95,60%. Hal ini berarti produsen atau petani mendapat bagian yang besardari harga yang diterima oleh konsumen. Dengan mendapatkan bagian yang besar ini, diharapkan produsen dapat mensejahterakan dan mencukupi kebutuhan keluarganya.

Tabel 9. Rata-Rata Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung Pada Saluran Pemasaran II

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Market Share (%)
1	Petani		
	a. harga tingkat petani	18.500	94,7
	b. biaya pemasaran	209	0,10
2	Pedagang pengecer		
	a. harga beli cabe	18.500	95
	b. biaya pemasaran	50,71	0,26
	c. keuntungan	949,29	4,86
	d. margin pemasaran	1.000	5,12
	e. harga jual	19.500	100,00
	a.Total Margin Pemasaran	1.000	5,12
	b. Total Biaya Pemasaran	259,71	1,33
	c. Total Keuntungan	949,29	4,86
	d. <i>Farmer Share</i>		94,90

Sumber: Analisis Data Primer 2017

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa saluran pemasaran II lembaga yang terkait yaitu hanya pedagang pengumpul, agen. Pada saluran pemasaran II ini petani mengeluarkan biaya pemasaran untuk biaya transportasi dari rumah petani ke tempat pedagang pengumpul. Usahatani cabai dari petani di jual dalam bentuk satuan karung, satu karung bermuatan kurang lebih 40-50 Kg.

Pada saluran pemasaran II ini, memiliki total biaya pemasaran yang dikeluarkan sebesar Rp 259,71 per Kg. Total keuntungan pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp 949,29 per Kg, total marjin pemasarannya sebesar Rp1000 per Kg dan *farmer's share* sebesar 94,90%. Saluran pemasaran II

memiliki margin pemasaran lebih besar jika dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh tiap pedagang perantara pemasaran pada saluran pemasaran II lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran I. Margin pemasaran dapat dihitung dengan menghitung perbedaan antara harga yang dibayar oleh konsumen untuk produk tersebut dengan harga yang diterima oleh produsen yang menghasilkan produk tersebut. Pada saluran pemasaran II harga yang diterima petani sebesar Rp 300 per Kg dan harga ditingkat konsumen sebesar Rp 350 per Kg. Sedangkan pada saluran pemasaran I harga yang diterima petani sebesar Rp 300 per Kg dan harga ditingkat konsumen sebesar Rp 330 per Kg. Jadi pada saluran pemasaran II harga yang diterima konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang diterima konsumen pada saluran pemasaran I. Besarnya margin pemasaran mengakibatkan harga yang harus dibayar oleh konsumen lebih mahal. Pada saluran pemasaran II dapat dikatakan termasuk saluran pemasaran yang efisien secara ekonomis karena memiliki nilai *farmer's share* (bagian yang diterima petani) lebih dari 50% yaitu sebesar 94,9%. Saluran pemasaran II adalah saluran yang efisien lebih tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran I.

Tabel 10. Rata-Rata Biaya, Marjin, dan Keuntungan Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung Pada Saluran Pemasaran III

No	Uraian	Nilai (Rp/Kg)	Market Share (%)
1	Petani		
	a. harga tingkat petani	18.000	94,7
	b. biaya pemasaran	209	0,90
2	Pedagang pengumpul		
	a. Harga beli cabe	18.000	78,26
	b. Biaya pemasaran	50,71	0,22
	c. Keuntungan	949,29	4,12
	d. Margin pemasaran	1.000	4,34
	e. harga jual	19.000	82,60
3	Pedagang besar		
	a. Harga beli cabe	19.000	82,60
	b. biaya pemasaran	-	-
	c. Keuntungan	1.000	4,34
	d. Margin pemasaran	2.000	8,69
	e. Harga jual	21,000	86,95
4	Pedagang pengecer		
	a. Harga beli cabe	21,000	86,95
	b. Biaya pemasaran	71,50	0,31
	c. Keuntungan	1.928	8,38
	d. Margin pemasaran	2.000	8,69
	e. Harga jual	23.000	100,00
5	Konsumen		
	Harga beli konsumen	23.000	100,00
	a.Total Margin Pemasaran	5.000	21,73
	b. Total Biaya Pemasaran	331,21	1,44
	c. Total Keuntungan	3.827	16,85
	d. <i>Farmer Share</i>		78,27

Sumber: Analisis Data Primer 2017

Berdasarkan Tabel 10 diketahui bahwa pada saluran pemasaran I biaya yang dikeluarkan oleh petani dalam kegiatan pemasaran hanya biaya transportasi. Hal ini dikarenakan kemasan (karung) yang digunakan saat membawa cabai setelah ditimbang dibawa pulang kembali oleh petani. selain itu beberapa pedagang pengumpul mengambil sendiri cabainya ke rumah pedagang pengecer sehingga tidak ada biaya transportasi. Semakin panjang rantai

pemasaran maka biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran akan semakin meningkat. Hal ini akan mempengaruhi tingkat harga konsumen.

Saluran pemasaran I digunakan oleh 18 orang petani responden. Hal ini dikarenakan produsen pada saluran pemasaran I merasa lebih untung karena biaya yang dikeluarkan baik untuk proses produksi maupun pemasaran sedikit. Proses pemasaran cabai pada saluranpemasaran I ini biasa dilakukan dengan cara petani mengantarkan langsung cabainya ke rumah pedagang pengumpul. Pada kegiatan pemasaran ini margin pemasaran sebesar Rp 5.000 per Kg. Pada saluran pemasaran I pedagang pengumpul adalah Rp. 50,71 per Kg. Biaya yang dikeluarkan oleh petani lebih besar karena diperlukan biaya dalam membeli karung untuk mengemas cabai-cabai yang akan dikirimkan ke pedagang pedagang besar, biaya telepon dan biaya transportasi. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang besartidak ada karena biaya untuk karung, benang telah ditanggung oleh petani dan cabai langsung diantar ke tempat oleh pedagang pengepull. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah Rp. 71,50. Biaya ini adalah biaya transportasi, biaya sewa lahan dan biaya kebersihan.

Komponen margin pemasaran terdiri biaya-biaya pemasaran yang diperlukan oleh produsen untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada saluran pemasaran I *farmer's sharenya* adalah sebesar 78,27%. Saluran pemasaran I termasuk saluran pemasaran yang efisien karena nilai *farmer's sharenya* lebih dari 50% yaitu *farmer'ssharenya* sebesar 78,27%.

4.9. Efisiensi Pemasaran

Sistem pemasaran yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga pemasarn yang terlibat dalam kegiatan memperoleh kepuasan dengan aktivitas tataniaga tersebut. Penurunan biaya input dari pelaksanaan pekerjaan tertentu tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan output barang dan jasa, menunjukkan efisiensi. Setiap kegiatan fungsi pemasaran memerlukan biaya yang selanjutnya diperhitungkan kedalam harga produk. Lembaga pemasaran menaikkan harga persatuan kepada konsumen atau menekan harga ditingkat konsumen..

Efisiensi pemasaran dapat diukur melalui dua cara yaitu efisiensi operasional dan harga. Menurut Dahl dan Hammond (1997) efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi dan aktivitas fisik dan fasilitas. Efisiensi harga menunjukkan padakemampuan harga dan tanda-tanda harga untuk penjual serta memberikan tanda kepada konsumen sebagai panduan dari penggunaan sumber daya produksi dari sisi produksi dan tataniaga. Dengan menggunakan konsep tataniaga suatu sistem tataniaga dikatakan efisien bila dapat dilaksanakan dengan biaya yang rendah.

Menurut Mubyarto (1995), sistem pemasaran dianggap efisien apabila dianggap mampu menyampaikan hasil-hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen. Untuk mengetahui perbandingan tingkat efisiensi saluran pemasaran cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten

Temanggung secara ekonomis dapat diketahui dengan cara membandingkan besarnya total biaya pemasaran, total margin pemasaran dan besarnya *farmer's share* dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 11. Perbandingan Total Biaya, Total Keuntungan dan Total Margin Pemasaran serta *Farmer's Share* dari Ketiga Saluran Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II	Saluran III
1	Total Biaya (Rp/Kg)	259,71	259,71	331,21
2	Total Keuntungan (Rp/Kg)	5740,29	3240,29	6668,29
3	Margin Pemasaran (Rp/Kg)	1000	1000	5000
	<i>Farmer's Share</i> (%)	95,60	94,90	78,27

Sumber : Analisis Data Primer, 2017.

Efisiensi pemasaran secara ekonomis merupakan salah satu cara untuk mengetahui efisiensi saluran pemasaran yaitu dengan menggunakan indikator bagian yang diterima petani produsen atau biasa disebut dengan *farmer's share*. Besar kecilnya *farmer's share* dipengaruhi oleh besar kecilnya margin pemasaran. Semakin rendah margin pemasaran maka semakin besar bagian yang diterima petani, dengan demikian saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien.

Berdasarkan Tabel 24, dapat diketahui saluran pemasaran I memiliki margin sebesar Rp 1.000 per Kg yang lebih rendah dari margin saluran pemasaran III sebesar Rp 5.000 per Kg. Nilai *farmer's share* pada saluran pemasaran I sebesar 95,60% lebih tinggi dari saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III yaitu pada saluran pemasaran II sebesar 94,90% dan pada saluran pemasaran III sebesar 78,27%. Berdasarkan tinggi dan rendahnya margin pemasaran dan *farmer's share*, maka saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran

yang paling efisien secara ekonomis di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung. Hal ini dikarenakan nilai *farmer's share* nya paling tinggi.

Saluran pemasaran I di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung merupakan saluran yang efisien secara ekonomis, dilihat dari nilai *farmer's share* nya lebih dari 50% yaitu sebesar 95,60%. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp 1.000 per Kg. Saluran pemasaran II merupakan saluran yang efisien secara ekonomis, dilihat dari nilai *farmer's share* nya lebih dari 50% yaitu sebesar 94,90%. Marjin pemasaran pada saluran pemasaran II sebesar Rp 1000 per Kg. Sedangkan saluran pemasaran III juga merupakan saluran pemasaran yang efisien secara ekonomis, karena memiliki *farmer's share* (bagian yang diterima petani) sebesar 78,27%. Marjin pemasaran saluran pemasaran I adalah yang tertinggi yaitu sebesar Rp 5.000 per Kg.

Berdasarkan hasil penelitian ketiga saluran pemasaran semuanya menguntungkan. Tetapi pada saluran pemasaran I secara ekonomis paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran II dan saluran pemasaran III. Hal ini disebabkan semakin rendah marjin pemasaran, semakin tinggi bagian yang diterima petani (*farmer's share*) dan semakin pendek saluran pemasaran maka saluran pemasaran semakin efisien. Saluran pemasaran III secara ekonomis paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II, walaupun mempunyai kelemahan yaitu rendahnya volume cabai yang diterima oleh pedagang pengecer.

