

**SALURAN DAN PERMASALAHAN PEMASARAN CABAI MERAH
(*Capsicum annum* L.) DI NAGARI AMPALU KECAMATAN LAREH
SAGO HALABAN KABUPATEN LIMA PULUH KOTA**

Nopi Isbat¹⁾, Wedy Nasrul²⁾, Yuliesi Purnawati²⁾

¹⁾ Mahasiswa Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Barat

²⁾ Dosen Pembimbing Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

Isbatnopi93@gmail.com

ABSTRAK

Saluran pemasaran produk pertanian sangat penting untuk diperhatikan karena saluran pemasaran merupakan jalur yang dipakai oleh produsen (petani) untuk memindahkan produk pertanian berupa hasil panen dari suatu tempat ke tempat lainnya atau ke tangan konsumen akhir. Salah satu produk pertanian yang harus diperhatikan salurannya adalah cabai merah, di nagari Ampalu dalam pemasaran cabai merah terdapat beberapa saluran pemasaran dan permasalahan dalam pemasarannya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui saluran pemasaran cabai merah di nagari Ampalu dan mengetahui permasalahan – permasalahan yang terdapat dalam pemasaran cabai merah di nagari Ampalu. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, dengan jenis penelitian yang dipakai yaitu deskriptif, sedangkan untuk sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2021 – Juni 2021 dengan jumlah informan sebanyak 30 informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara dan dokumentasi. Fokus data dalam penelitian ini berdasarkan tujuan pertama yaitu mengetahui saluran pemasaran cabai merah di nagari Ampalu yaitu terdiri dari saluran I, saluran II dan saluran III. Dan fokus data yang kedua yaitu mengenai permasalahan – permasalahan pemasaran cabai merah di nagari Ampalu yang terdiri dari beberapa masalah diantaranya kesinambungan produksi, rendahnya kualitas produk dan kurang memadainya pasar. Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini yaitu (1) terdapat tiga saluran pemasaran cabai merah di nagari Ampalu yaitu saluran I (petani – konsumen), saluran II (petani – pengecer – konsumen) dan saluran III (petani – pengepul – pengecer – konsumen). (2) terdapat lima permasalahan dalam pemasaran cabai merah di nagari Ampalu yaitu harga cabai merah yang berfluktuasi, kurang memadainya pasar, panjangnya saluran pemasaran, rendahnya kemampuan tawar – menawar dan rendahnya kualitas produk.

Kata Kunci : *Metode Deskriptif Kualitatif, Saluran Pemasaran, Permasalahan Dalam Pemasaran Produk Pertanian.*

**CHANNEL AND MARKETING PROBLEMS OF RED CHILI
(Capsicum annum L.) IN NAGARI AMPALU DISTRICT LAREH SAGO
HALABAN DISTRICT LIMA PULUH KOTA**

Nopi Isbat ¹⁾, Wedy Nasrul ²⁾, Yuliesi Purnawati ²⁾

¹⁾ Colege Student of the Faculty of Agriculture, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

²⁾ Supervisor of the Faculty of Agriculture, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

ABSTRACT

Marketing channels for agricultural products are very important to note because marketing channels are channels used by producers (farmers) to move agricultural products in the form of crops from one place to another or into the hands of the final consumer. One of the agricultural products that must pay attention to the channel is red chili, in Ampalu village in the marketing of red chili there are several marketing channels and problems in marketing them. The purpose of this study was to determine the red chili marketing channel in Ampalu Nagari and to find out the problems that exist in red chili marketing in Ampalu Nagari. The basic method used in this study is a qualitative method, the type of research used is descriptive, while the data sources used are primary data sources and secondary data sources. This research was carried out in April 2021 - June 2021 with a total of 30 informants. Data collection techniques used are interview and documentation techniques. The focus of the data in this study is based on the first objective, namely knowing the marketing channels for red chili in Nagari Ampalu, which consist of channels I, channels II and channels III. And the second data focus is on red chili marketing problems in Nagari Ampalu which consists of several problems including production continuity, low product quality and an inadequate market. The conclusions obtained from this study are (1) there are three red chili marketing channels in Nagari Ampalu, namely channel I (farmers - consumers), channel II (farmers - retailers - consumers) and channel III (farmers - collectors - retailers - consumers). (2) there are five problems in the marketing of red chilies in Nagari Ampalu, namely fluctuating red chili prices, inadequate markets, long marketing channels, low bargaining power and low product quality.

Keywords: *Qualitative Descriptive Methods, Marketing Channels, Problems in Agricultural Product Marketing.*

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha pertanian atau bisnis yang berbasis pertanian baik dari sektor hulu hingga hilir disebut dengan agribisnis. Agribisnis dalam artian luas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan usaha yang meliputi salah satu atau keseluruhan mata rantai produksi pertanian, pengolahan hasil pertanian maupun pemasaran pertanian. Berdasarkan definisi tersebut dapat dilihat bahwa kegiatan agribisnis dalam aspek pemasaran salah satu pertimbangan penting bagi pelaku usaha tani untuk melihat untung atau tidaknya usahatani yang dilakukan oleh petani tersebut (Ananda, 2020).

Kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang sangat kompleks meliputi proses pengumpulan produk dari para petani, pengepakan, penyimpanan, pendistribusian, termasuk didalamnya pemilihan saluran pemasaran. Kegiatan - kegiatan tersebut bukan tanpa biaya. Efisiensi pemasaran dapat dinilai dari biaya akumulasi semua proses tersebut. Sistem pemasaran akan semakin efisien apabila semua kegiatan tersebut dilakukan dengan mengeluarkan biaya minimum. Sistem pemasaran yang efisien akan mendorong rendahnya margin pemasaran sehingga perbaikan pendapatan dipihak produsen, harga yang relatif murah bagi konsumen serta keuntungan yang normal bagi para pelaku kegiatan pemasaran akan tercapai. Sebuah sistem pemasaran dikatakan efisien apabila semua kegiatan pemasaran yang meliputi kegiatan pengumpulan komoditas ditingkat petani (tersebar pada daerah yang cukup luas), kemasan komoditas, transportasi, pengolahan serta distribusi berjalan dengan biaya minimum (Sofanudin dan Eko, 2017).

Saluran pemasaran sangatlah penting untuk diperhatikan karena saluran pemasaran merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan suatu produk pertanian dari suatu tempat ke tempat lain. Tujuan dari saluran pemasaran adalah mengalihkan kepemilikan produk pertanian baik secara langsung maupun tidak langsung dari produsen ke konsumen akhir (Hastuti, 2017). Dalam pemasaran produk pertanian sektor hortikultura merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. Salah satu komoditi hortikultura yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi yaitu tanaman cabai merah (Ananda, 2020).

Tanaman cabai merah merupakan salah satu komoditi hortikultura yang paling banyak di konsumsi oleh masyarakat Indonesia. Tingginya permintaan pasar terhadap cabai merah membuat cabai merah memiliki prospektif dan berpotensi untuk meningkatkan taraf hidup petani. Saluran atau rantai pemasaran dari cabai merah tergantung pada jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran dari petani atau produsen ke konsumen. Perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani akan semakin besar apabila saluran pemasaran yang ada terlalu panjang (Budiman dan Ahmad, 2017).

Permintaan pasar terhadap cabai merah cukup tinggi, mulai dari pasar tradisional hingga supermarket hal ini dikarenakan kecenderungan masyarakat Indonesia terutama Sumatera Barat mengkonsumsi cabai sebagai penyedap dan pelengkap bumbu masakan. Produksi cabai merah segari di Sumatera Barat pada tahun 2018 sebanyak 83.170 ton 778 kg dari proyeksi 2017 yakni 82.392 ton. Target ini lebih dari kebutuhan konsumsi cabai merah masyarakat yaitu sebanyak 30.000 ton per tahun. Menurut Maswal Noor kepala bidang tanaman pangan dan

hortikultura dinas tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan, realisasi produksi cabai merah tahun 2017 mencapai 94.183 ton dengan area yang ditanam sekitar 7.932 hektare dan sudah melampaui target yang ditetapkan. Di provinsi Sumatera Barat terdapat sentral cabai merah yaitu di Kabupaten Agam, Kabupaten Solok, Kabupaten Lima Puluh Kota dan Pesisir Selatan (BPS Sumatera Barat, 2018).

Nagari Ampalu merupakan salah satu nagari di Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota. Nagari Ampalu merupakan salah satu daerah penghasil cabai merah di Kabupaten Lima Puluh Kota dengan produksi er tahun lebih kurang 576 kg. Sebagian besar mata pencaharian penduduk di nagari Ampalu merupakan petani cabai merah, hal tersebut dikarenakan lokasi yang strategis untuk bertani cabai merah, walaupun petani ada sebagian yang memiliki lahan sendiri dan ada yang menggarap sawah orang lain (PPL Nagari Ampalu, 2021).

Petani cabai merah biasanya menjual hasil panen pada pengepul nagari atau toke – toke cabai merah yang sudah berlangganan setiap tahunnya. Sebagian dari petani ada juga yang langsung menjual hasil panen cabai merah langsung ke konsumen dengan cara menjual di pasar ibu maupun pasar nagari. Harga yang ditetapkan oleh petani berfluktuasi, tergantung pada harga pasaran cabai saat itu. Pada akhir tahun 2020 kemaren, petani cabai bisa mendapatkan harga cabai merah diatas Rp 45.000 per kg. Sedangkan pada awal tahun 2021 harga cabai merah mulai menurun hanya berkisar Rp 25.000 per kg. Hal tersebut dikarenakan berbagai faktor seperti masuknya cabai merah yang berasal dari luar daerah, sehingga harga cabai merah lokal menjadi anjlok (PPL Nagari Ampalu, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis tertarik ingin membahas dalam bentuk penelitian yang berjudul “Saluran dan Permasalahan Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum annum L.*) di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya :

1. Bagaimana saluran pemasaran cabe merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota ?
2. Apa sajakah permasalahan – permasalahan yang terdapat dalam pemasaran cabai merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.

Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui saluran pemasaran cabai merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Mengetahui permasalahan – permasalahan yang terdapat dalam pemasaran cabai merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.

II. METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif Kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota pada bulan April 2021 sampai Juni 2021 dengan informan yang digunakan sebanyak 30 orang.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data dalam bentuk verbal ataupun kata – kata yang diucapkan secara lisan, gerak – gerak atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, yakni subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang diteliti atau data yang diperoleh dari informan secara langsung melalui wawancara, observasi dan dokumentasi langsung ke lapangan (Febriani, 2013). Data primer dikumpulkan dari penyebaran panduan wawancara kepada petani cabai merah, pengepul dan pedagang cabai merah.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder berupa catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, situs web, internet dan seterusnya (Sekaran, 2011). Adapun sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari penyuluh pertanian lapangan, badan pusat statistik kabupaten lima puluh kota, data kantor wali nagari halaban.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan – pertanyaan pada informan. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara pewawancara dengan informan dan kegiatannya dilakukan secara lisan (Subagyo, 2011).

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal – hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya (Arikunto, 2010).

Fokus Data Penelitian

Fokus data pada tujuan pertama yaitu mengetahui saluran pemasaran cabai merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota berdasarkan teori yang digunakan oleh Mulyani (2017) diantaranya :

1. Saluran pemasaran I (Petani – Konsumen)
2. Saluran pemasaran II (Petani – Pengecer – Konsumen)
3. Saluran pemasaran III (Petani – Pengepul – Pengecer – Konsumen)

Sedangkan untuk fokus data pada tujuan kedua yaitu mengetahui permasalahan – permasalahan yang terdapat dalam pemasaran cabai merah di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota

berdasarkan teori yang digunakan oleh Sugiarto dalam Ananda (2020) diantaranya:

1. Kesenambungan produksi
2. Rendahnya kualitas produk
3. Kurang memadainya pasar
4. Panjangnya saluran pemasaran
5. Rendahnya kemampuan tawar – menawar
6. Kurang tersedianya informasi pasar
7. Kurang jelasnya jaringan pasar
8. Rendahnya kualitas sumber daya manusia

Teknik Analisa Data

Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2013), terdapat tahapan dalam melakukan analisis data, yaitu sebagai berikut :

1. Reduksi data, melakukan seleksi data, memfokuskan data pada permasalahan penelitian, melakukan upaya penyederhanaan, data yang diperoleh dari petani, pengecer dan pengepul.
2. Display data, langkah mengorganisasikan data dalam satu tatanan informasi yang kaya makna, sehingga data yang ditampilkan lebih mudah di buat kesimpulannya.
3. Penyimpulan dan ferivikasi, menarik kesimpulan dari reduksi data dan display daya yang akan dipaparkan dan disajikan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Nagari Ampalu merupakan satu dari delapan Nagari di Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota, yang memiliki luas 108,13 Km² atau sekitar 10.800,13 Hektar. Dengan suhu rata – rata 330C dan ketinggian dari permukaan laut adalah 570 meter. Nagari Ampalu terdiri dari 6 jorong yaitu Jorong Koto, Jorong Padang Aur, Jorong Padang Mangunai, Jorong Mangunai, Jorong Guguak dan Jorong Siaur.

Bentuk permukaan Kenagarian Ampalu merupakan daerah perbukitan dan dataran rendah yang bervariasi tingkat kemiringannya. Secara umum kemiringan wilayah kenagarian Ampalu dibagi atas kemiringan 0 – 45%. Nagari Ampalu memiliki 2 klasifikasi lereng yaitu 0 – 15% dan 8 – 25%. Dengan kata lain kelerengan pada nagari ini beragam sehingga akan berpengaruh pada penggunaan lahan nantinya. Penggunaan lahan di Kenagarian Ampalu berupa ladang, sawah, dan kolam. Untuk guna lahan yang terbesar adalah sawah yaitu 57,61%, sedangkan guna lahan terkecil adalah guna lahan kolam 7,09%. Penggunaan lahan di Nagari Ampalu terdiri dari ladang sebesar 672 Ha, sawah 750 Ha, pekarangan 494 Ha, kolam 135 Ha, pemukiman 650 Ha dan kawasan hutan 8.099 Ha. Jenis tanah yang ada di Nagari Ampalu ada dua jenis yaitu jenis tanah gleisol dan jenis tanah andosol.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran produk pertanian, merupakan salah satu saluran pemasaran yang harus diperhatikan. Pemasaran produk pertanian tidak boleh memakai waktu yang lama, hal itu dikarenakan produk pertanian yang mudah rusak atau busuk. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Sebelum memasarkan produknya petani harus

memikirkan saluran pemasaran yang cocok untuk dipakai memasarkan produk pertaniannya, agar petani tidak mengalami pengurangan omset. Saluran pemasaran produk pertanian akan melibatkan sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung. Mereka akan bekerja sama dalam mengirim dan memindahkan hak kepemilikan produk ke konsumen akhir (Musselman dan Jacson dalam Ananda, 2020).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota, saluran pemasaran cabai merah yang ditemukan dilokasi penelitian ada tiga macam sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Mulyani.

1. Saluran I (Petani – Konsumen)

Saluran pemasaran I cabe merah di nagari Ampalu Kabupaten Lima Puluh Kota yaitu memasarkan cabe merah dari petani langsung ke konsumen. Pada saluran pemasaran ini petani akan langsung memasarkan cabai merah kepada konsumen akhir, petani akan menjual hasil panennya ke pasar – pasar tradisional seperti pasar nagari, pasar ibu, maupun kepada konsumen yang langsung membeli ke rumah atau langsung ke lahan petani saat panen berlangsung.

Salah satu hasil wawancara dengan petani cabe merah beliau mengatakan “ kalau ambia an lado apak saketek apak lobiah miliah manjua langsung lado ka pasa alang laweh nak, sobob dari situ apak banyak dapek untuang, yang poi manggaleh bukan apak tapi ibuk, sahabih manggaleh ibuk langsung balanjo kabutuhan rumah, jadi ndak banyak biaya transportsi nan apak kaluan do paliangan untuak mambali plastik asoy ajo untuak mambungkuih lado nak” (Sumber wawancara : pak Saf).

Sedangkan menurut konsumen membeli cabai merah langsung kepetani jauh lebih murah dibandingkan membeli dipasar. Petani pun akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila langsung menjual ke konsumen. Harga cabai merah kualitas I (super) di tingkat petani adalah sebesar Rp 25.000/Kg, sedangkan jika cabai merah dijual langsung ke konsumen, cabai merah akan dijual dengan harga antara Rp 27.000 – Rp 28.000/Kg, sehingga petani bisa mendapatkan untung yang lebih jika di jual langsung ke konsumen. Hal tersebut dikarenakan petani tidak mengeluarkan biaya tambahan dalam menjual produknya, seperti biaya transportasi, petani cukup mengeluarkan biaya untuk membeli plastik untuk membungkus cabai. Sedangkan jika menjual langsung ke pengecer petani akan mengeluarkan banyak biaya tambahan seperti biaya transportasi, biaya membeli karung goni dan tali plastik untuk pengepakan cabai merah.

Saluran pertama ini tidak banyak digunakan oleh petani, hanya digunakan oleh petani yang memiliki hasil panen sedikit yait berkisar 20 Kg – 25 Kg/satu kali panen. Hal tersebut dikarenakan memiliki resiko yang lebih besar yang harus ditanggung oleh petani. Jika petani memiliki hasil panen yang banyak, sedang yang terjual hanya sedikit maka cabai sisa akan mengalami penurunan kualitas, sehingga menyebabkan petani harus memikirkan cara agar cabainya bisa cepat habis terjual. Salah satu cara petani meminimalisir kerugian akibat cabai yang cepat busuk adalah dengan menggiling cabai merah yang kualitasnya rendah, kemudian menjual dengan harga Rp 20.000 – Rp 23.000 per Kg. Tetapi petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk menggiling cabai merah sekita Rp 3.000 – Rp 5.000/Kg (Sumber : Wawancara).

2. Saluran II (Petani – Pengecer – Konsumen)

Pemasaran cabe merah dengan menggunakan saluran II yaitu dari petani akan menjual ke pengecer kemudian barulah dari pengecer menjual ke konsumen akhir. Sebagian petani akan menjual hasil panen cabe merah ke pengecer dengan alasan mereka tidak berpengalaman menjual hasil panen langsung ke konsumen, sebagian dari petani beralasan dengan menjual langsung ke pengecer mereka langsung mendapatkan uang dan tidak menanggung resiko cabe tidak habis terjual.

Pada saluran ini petani menjual hasil panen cabai merahnya langsung ke pengecer, baik pengecer yang ada di pasar ibu kota maupun pengecer yang ada di pasar nagari. Biasanya petani sudah memiliki pengecer langganan, dan kebanyakan pengecer tersebut langsung menjemput hasil panen ke lahan petani pada saat panen dan ada juga yang petani langsung yang mengantarkan hasil panennya ke gudang milik sipengecer. Petani yang menjual hasil panennya langsung ke pengecer berasal karena mereka tidak mau mengeluarkan biaya tambahan yang banyak, selain itu sebelum panen petani sudah terlebih dahulu meminjam uang pada pengecer, sehingga petani harus menjual hasil panennya kepada pengecer langganannya. Sebagian petani ada yang tidak memiliki pengecer langganan, mereka beralasan kadang harga yang di berikan oleh pengecer sedikit rendah dari harga pasaran. Sehingga mereka lebih memilih menjual hasil panennya ke pengecer yang mau pengambil dengan harga yang tinggi. Salah seorang informan petani cabai merah mengatakan “ apak kalau panen lah ado toke nan ka manjapuik lado apak nak, biasonyo sebelum panen lah apak talepon toke tu maso apak ka penen hari iko jadi beko kalau lah siap panen samo apak sortir ladonyo tingga dibawok dek toke lai, untuak harago biasonyo toke mamboli samo jo harago di gudang harago disasuaikan samo kualitas lado nak” (sumber : wawancara).

Untuk harga cabai yang dijual petani akan disesuaikan dengan harga cabai merah di tingkat petani yaitu Rp 25.000/Kg, maka petani akan menjual dengan harga Rp 25.000 – Rp 28.000/Kg kepada pengecer. Selanjutnya pengecer akan menjual kepada konsumen dengan harga Rp 30.000 – Rp 40.000/Kg. Untuk biaya transportasi yang dikeluarkan berbeda, sesuai dengan kesepakatan petani dengan pengecer. Jika petani langsung yang pengantara cabai merah ke gudang pengecer maka biaya transportasi ditanggung oleh petani, tetapi jika pengecer sendiri yang langsung menjemput ke lahan petani, maka biaya transportasi akan ditanggung oleh pengecer.

Cabai merah yang sudah dipanen jika tidak dilakukan pengolahan hanya mampu bertahan 5 – 7 hari tergantung cuaca saat itu. Dengan menggunakan saluran ini akan membantu petani untuk mengurangi resiko rusaknya kualitas cabai merah. Dalam saluran ini yang lebih banyak menanggung resiko adalah pengecer, karena saat sudah terjadi transaksi jual beli petani sudah tidak bertanggung jawab lagi atas kerugian yang terjadi dalam proses pemasaran cabai merah. Oleh karena itu untuk mengurangi resiko, pengecer akan membeli cabai merah sesuai dengan permintaan pasar, biasanya pengecer hanya mampu menjual 40 – 50 kg (Sumber : wawancara).

3. Saluran III (Petani – Pengepul – Pengecer – Konsumen)

Pemasaran cabai merah menggunakan saluran III yaitu dari petani selaku produsen kemudian menjual hasil panen kepada pengepul selaku perantara antara petani dengan pengecer, pengepul kemudian menjual cabai merah kepada pengecer selaku perantara kedua yang kemudian menjual cabai merah ke konsumen akhir. Pada saluran ini petani akan menjual hasil panennya melalui dua perantara yaitu pengepul dan pengecer. Pada saluran ini petani akan menjual hasil panennya kepada pengepul, baik pengepul langganan maupun pengepul baru. Pada saluran ini petani tidak harus menanggung resiko hasil panennya tidak terjual habis. Karena hasil panen petani akan dibeli semuanya oleh pengepul. Saluran ini tidak hanya memberikan kemudahan pada petani, yang mana petani dengan cepat menjual hasil panennya dan langsung dapat uang, namun pihak pengepul pun juga mendapatkan keuntungan yaitu dapat menekan harga cabai merah dari petani.

Jika panen raya tak jarang pengepul mematok harga rendah kepada petani, misalnya harga cabai merah di tingkat petani Rp 25.000/kg maka pengepul akan membeli cabai petani dengan harga Rp 22.000 – Rp 24.000/kg, hal tersebut dilakukan pengepul untuk meminimalisir resiko kerugian yang akan dihadapi oleh pengepul. Persaingan antara cabai kampung dengan cabai kotak membuat harga peminat cabai kampung menjadi sedikit. Selain karena harga cabai kampung lebih tinggi dibandingkan cabai kotak, kualitas cabai kotak pun tak kalah saing sama cabai kampung. Jika harga cabai kampung sekitar Rp 28.000/kg, harga cabai kotak bisa Rp 23.000 – Rp 25.000/kg. Namun demikian, banyak dari ibu – ibu rumah tangga yang kurang menyukai cabai kotak, karena rasanya yang lebih pedas dibandingkan dengan cabai kampung (kopay). Apabila cabai tidak terjual dalam waktu 5 – 7 hari, maka pengecer akan menjual cabai dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar, sehingga dapat mengurangi resiko kerugian.

Petani di Nagari Ampalu sendiri bebas untuk memiliki kepada siapa dia akan menjual hasil panennya. Mereka akan menjual pada pengepul ataupun pengecer yang mampu membeli dengan harga tinggi atau sesuai dengan harga pasaran, dan sebagian akan menjual pada pengepul langganan mereka. Hal tersebut dikarenakan menurut petani jika menjual kepada pengepul langganan mereka akan mendapat uang langsung, selain itu pengepul akan menjemput hasil panen langsung ke lahan petani, sehingga petani tidak harus mengeluarkan biaya tambahan untuk biaya transportasi. Menurut petani selain harga pasar yang tidak menentu, kualitas cabai merah juga mempengaruhi harga yang akan ditetapkan oleh pengepul maupun pengecer dalam membeli hasil panennya. Pada panen yang ke 15 biasanya kualitas dan kuantitas panen dari cabai merah akan menurun, sehingga petani harus melakukan perawatan dengan baik, sehingga akan menambah biaya perawatan yang harus dikeluarkan oleh petani.

Oleh sebab itu dalam rangka menetapkan harga, pengepul akan mempertimbangkan harga pokok yang dikeluarkan oleh petani, dan pengepul juga harus mempertimbangkan kerugian dan keuntungan yang akan diterimanya. Setelah membeli hasil panen petani, pengepul akan menjual cabai merah pada pengecer yang ada di pasar – pasar nagari seperti pasar Alang Laweh, pasar Rabaa, pasar ibuh dan pengecer yang berasal dari luar daerah seperti ke Pekanbaru. Biasanya untuk pengiriman ke luar daerah akan dilakukan 1 kali seminggu, dengan jumlah pengiriman antara 100 – 250 Kg dan akan disesuaikan dengan permintaan pengecer pelanggan. Harga cabai merah yang diberikan oleh

pengepul kepada pengecer berkisar antara Rp 27.000 – Rp 32.000/kg. Sedangkan untuk biaya pengiriman cabai merah keluar daerah biasanya akan ditanggung oleh pengecer atau sesuai dengan kesepakatan antara pengepul dengan pengecer (Sumber : wawancara).

Masalah Permasalahan Cabai Merah Di Nagari Ampalu

Pemasaran produk pertanian dalam kegiatan pertanian dianggap memiliki peran ganda. Peran pertama yaitu peralihan harga antara produsen dengan konsumen. Peran kedua adalah transmisi fisik dari titik produksi ke pembeli. Namun untuk memainkan peran tersebut petani masih menghadapi berbagai kendala untuk memasarkan produk, khususnya bagi petani skala kecil. Masalah utama yang dihadapi pada pemasaran produk pertanian cabai merah di nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota diantaranya yaitu :

1. Harga Cabai Merah Yang Berfluktuasi

Fluktuasi harga adalah perubahan naik dan turunnya harga suatu variabel yang disebabkan oleh mekanisme pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 30 informan dapat dilihat bahwa hampir semua informan mengalami permasalahan ini, baik itu petani, pengepul maupun pengecer. Harga cabai merah yang tidak menentu menyebabkan petani hanya menanam cabai merah sebagai tanaman yang ditanam pada saat harga mahal. Dalam pemasaran cabai merah yang paling banyak menanggung kerugian adalah pengepul dan pengecer. Harga cabai merah harus menyesuaikan harga di pasaran. Pada saat musim hujan harga cabai merah akan tinggi, sedangkan pasokan dan kualitas cabai menurun. Sehingga cabai merah dari luar daerah akan masuk, yang menyebabkan harga cabai merah lokal akan menurun, hal ini tentu akan menyebabkan kerugian bagi pengepul dan pengecer. Misalnya pada hari minggu pagi, pengepul membeli cabai merah dengan harga Rp 35.000/kg dan menjual ke pengecer dengan harga Rp 50.000/kg, dan pada siang hari pasokan cabai merah dari luar daerah masuk sehingga menyebabkan harga cabai merah menjadi turun menjadi Rp 40.000 – Rp 45.000/kg, ini akan menyebabkan pengecer merugi jika semua cabai yang dibeli pagi hari belum terjual semuanya (*Sumber : wawancara*). Berikut resume pernyataan informan mengenai harga cabai merah yang berfluktuasi di nagari Ampalu yang dapat dilihat pada tabel 1. dibawah ini :

Tabel 1. Resume Pernyataan Informan Mengenai Harga Cabai Merah Yang Berfluktuasi

No	Informan	Resume
1	Petani	Harga cabai merah yang berfluktuasi membuat kebanyakan petani hanya menanam cabai merah pada saat harga tinggi, petani tidak mau membudidayakan cabai merah dalam skala yang cukup besar yang disebabkan oleh biaya perawatan yang besar namun tidak selalu didukung oleh harga yang tinggi.
2	Pengepul	Harga yang tidak stabil dipasaran membuat pengepul tidak berani mengambil cabai merah dari petani dengan harga yang tinggi, pengepul bahkan bisa menekan harga cabai merah dari petani.
3	Pengecer	Harga cabai merah dipasaran yang tidak menentu, antara harga cabai di pagi hari bisa berbeda dengan siang hari

No	Informan	Resume
		salah satu penyebabnya yaitu masuknya cabai merah dari luar daerah (cabai kotak), membuat pengecer tidak mampu membeli cabai merah dengan harga yang terlalu tinggi kepada petani, ditambah lagi pengepul harus mengeluarkan biaya tambahan dalam pemasaran cabai merah.

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

2. Kurang Memadainya Pasar

Pasar merupakan tempat berkumpulnya antara pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi jual beli. Kurang memadainya pasar sangat berhubungan dengan penetapan harga dan pembayaran, terdapat tiga cara dalam penetapan harga produk pertanian yaitu sesuai dengan harga yang berlaku, tawar menawar dan borongan (Mankiw dalam Ananda, 2020). Penetapan harga berperan dalam pemasaran cabai merah , apakah akan menguntungkan atau merugikan baik dari pihak petanin pengepul maupun pengecer.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di nagari Ampalu dengan semua informan petani cabai merah mengalami permasalahan ini. Saat ini harga cabai merah tergolong rendah yaitu berkisar Rp 20.000 – Rp 24.000/kg, menurut petani harga tersebut masih belum sepadan dengan modal yang dikeluarkan oleh petani. Menurut petani di nagari Ampalu harga cabai merah yang seharusnya berkisar antara Rp 40.000 – Rp 50.000/kg, dengan harga tersebut barulah petani mendapatkan untung (*Sumber : wawancara*).

Berikut resume pernyataan informan mengenai kurang memadainya pasar di nagari Ampalu yang dapat dilihat pada tabel 2. dibawah ini :

Tabel 2. Resume Pernyataan Informan Mengenai Kurang Memadainya Pasar

No	Informan	Resume
1	Petani	Menurut petani, pemasaran cabai merah di nagari Ampalu tidak terlalu terbuka, terbukti dengan ketidaktahuan petani kemana cabai merah akan dijual/ dikirim setelah di jual ke pengepul maupun ke pengecer. Kurangnya informasi mengenai harga, serta banyaknya pesaing produk dari cabai yang didatangkan dari luar
2	Pengepul	Sebagian besar pengepul menetapkan harga dengan petani berdasarkan harga yang berlaku, petani menjual ke pengepgul dengan harga yang ditetapkan oleh pengepul
3	Pengecer	Pengecer menetapkan harga kepada pengepul berdasarkan harga cabai pada saat itu dipasaran

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

3. Panjangnya Saluran Pemasaran

Panjangnya saluran pemasaran produk pertanian akan menyebabkan harga yang diterima oleh konsumen akan menjadi besar. Hal tersebut dikarenakan banyaknya biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh pengepul maupun pengecer hingga sampai ke tangan konsumen. Dalam permasalahan ini yang dirugikan adalah konsumen, sedangkan petani tidak akan terlalu berdampak. Bagi petani harga pasaran lah yang akan menjadi patokan untuk menjual hasil panennya, setelah mendapatkan pembayaran dari pengepul maupun pengecer petani sudah tidak bertanggung jawab lagi.

Saluran pemasaran yang pendek akan memberikan keuntungan yang untuk petani, namun petani belum tentu menjual semua hasil panennya. Sehingga petani lebih memilih menggunakan saluran pemasaran kedua dan saluran pemasaran ketiga. Dinagari Ampalu, umumnya hasil panen petani cabai merah berkisar 40 – 60 kg/minggu. Oleh karena itu untuk meminimalisir kerugian, petani lebih memilih menggunakan saluran pemasaran ketiga yaitu menggunakan dua perantara. Hal tersebut dikarenakan pada saluran ketiga, pengepul mampu menampung hasil panen petani dalam jumlah banyak (*Sumber : wawancara*).

Berikut resume pernyataan informan mengenai panjangnya saluran pemasaran di nagari Ampalu yang dapat dilihat pada tabel 3.dibawah ini :

Tabel 3. Resume Pernyataan Informan Mengenai Panjangnya Saluran Pemasaran

No	Informan	Resume
1	Petani	Kebiasaan petani yang tidak mau mengambil resiko yang terlalu besar (hasil panen tidak terjual semua) menyebabkan hanya beberapa petani yang mau menjual hasil panennya langsung ke konsumen, sebagian besar petani menjual hasil panennya kepada pengecer maupun pengepul, sehingga untuk harga biasanya akan ditentukan oleh pengepul dan pengecer.
2	Pengepul	Semakin panjangnya saluran pemasaran cabai merah maka akan memberikan keuntungan bagi pengepul, karena dengan banyaknya petani yang menjual hasil panennya kepada pengepul akan membuat pengepul mendapatkan bagian keuntungan, pengepul pun juga bisa menekan harga yang akan diberikan kepada petani karena pengepul mempertimbangkan biaya tambahan yang dikeluarkannya dan resiko kerugian yang akan ditanggungnya sebelum produk sampai ketangan pengecer maupun konsumen.
3	Pengecer	Sebagai pengecer yang mengambil produk dari pengepul akan mendapatkan harga kedua dari pengepul, sebaliknya jika pengecer langsung mengambil

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

4. Rendahnya Kemampuan Tawar Menawar

Tawar – penawar dalam proses jual beli sangatlah penting. Kegiatan tawar – menawar bertujuan untuk mendapatkan harga yang sesuai, tidak merugikan pihak penjual dan pembeli. Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sandi Deka Saputra (2014) dengan judul penelitian “ Komunikasi Tawar – Menawar dalam Perdagangan Studi Deskriptif Tawar – Menawar pada Penjual dan Pembeli di Pasar Klewer Surakarta “ menyebutkan bahwa para pembeli melakukan tawar – menawar untuk mendapatkan harga yang diinginkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di nagari Ampalu hampir semua informan petani cabai merah yang mengalami masalah ini. Hal tersebut dikarenakan masih rendahnya pengetahuan petani dalam tawar – menawar, dan kebanyakan dari petani hanya menerima harga yang ditetapkan oleh pengepul maupun pengecer. Harga yang ditetapkan oleh pengecer kepada petani hanya

berkisar Rp 23.000 – Rp 25.000/Kg (pada saat penelitian berlangsung), harga yang ditetapkan ini berdasarkan harga pasaran di pasar ibu, biasanya pengepul akan melebihkan sedikit harga kepada petani, jika petani sendiri yang menanggung biaya transportasinya (*Sumber : wawancara*).

Berikut resume pernyataan informan mengenai rendahnya kemampuan tawar menawar di nagari Ampalu yang dapat dilihat pada tabel 4. dibawah ini :

Tabel 4. Resume Pernyataan Informan Mengenai Rendahnya Kemampuan Tawar Menawar

No	Informan	Resume
1	Petani	Rendahnya pengetahuan petani serta kurangnya informasi dalam menentukan harga cabai merah, sehingga petani tidak mampu bermain harga dengan pengepul maupun pengecer
2	Pengepul	Dalam penetapan harga cabai merah, pengepul selalu berpatokan pada biaya tambahan yang dikeluarkan serta harga yang ada dipasaran. Selain itu antara petani dan pengepul sudah ada kesepakatan harga yang dibicarakan
3	Pengecer	Di nagari Ampalu sendiri sebagian besar petani maupun konsumen menerima harga yang ditetapkan oleh pengecer, dan demikian pengecer akan menetapkan harga sesuai dengan biaya tambahan yang dikeluarkan serta harga dipasaran

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

5. Rendahnya Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan (Kotler dan Kelle dalam Ananda, 2020). Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saptana (2010) dengan judul penelitian “ Kinerja Produksi dan Harga Komoditas Cabai Merah di Gorontalo” menunjukkan bahwa rendahnya kualitas produk disebabkan karena adanya serangan hama sehingga menyebabkan harga jual cabai merah dipasaran menjadi rendah. Senada dengan penelitian ini, penelitian yang dilakukan di nagari Ampalu juga mengalami kualitas yang rendah, hampir semua informan petani cabai merah mengalami masalah ini. Hal tersebut dikarenakan cuaca yang tidak menentu serta banyaknya hama yang menyerang tanaman cabai merah, sehingga kualitas dari cabai merah menjadi menurun. Musim hujan yang berkepanjangan menyebabkan cabai merah cepat membusuk, sehingga ketahanan cabai sebelum sampai ketangan konsumen menjadi rendah. Sebagian petani dengan kualitas cabai merah yang rendah akan melakukan pengolahan terhadap cabai tersebut seperti menggilingnya kemudian baru dijual (*Sumber : wawancara*).

Berikut resume pernyataan informan rendahnya kualitas produk di nagari Ampalu yang dapat dilihat pada tabel 5. dibawah ini :

Tabel 5. Resume Pernyataan Informan Mengenai Rendahnya Kualitas Produk

No	Informan	Resume
1	Petani	Pada musim hujan kualitas cabai merah akan menurun, karena cabai merah akan cepat membusuk, selain itu banyak hama kutu daun dan penyakit keriting yang menyerang tanaman cabai membuat kualitas cabai merah

No	Informan	Resume
		menurun, sehingga harga jualnya pun akan menurun tak banyak dari petani yang menjual dengan harga rendah dan bahkan hanya memberikan hasil panennya secara cuma – cuma kepada orang lain dan bahkan tidak dipanen dibiarkan saja di kebun/porak.
2	Pengepul	Sebagian besar pengepul hanya membeli cabai merah dengan kualitas cabai merah yang menengah sampai dengan kualitas bagus, karena pada saat menjual kembali ke pengecer mereka hanya membeli cabai merah dengan kualitas yang bagus, sehingga pengepul harus bisa mengakali dalam membeli dan menentukan grade dari cabai merah.
3	Pengecer	Sebagian besar pengecer yang ada di nagari Ampalu maupun di pasar ibuh, mereka hanya membeli cabai merah dengan kualitas bagus, dengan alasan nantinya mereka tidak rugi seandainya cabai tidak habis terjual hari itu untuk besoknya cabai merah masih dalam kualitas bagus.

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota dengan judul “Saluran Dan Permasalahan Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annum L.*) Di Nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota” dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat tiga saluran pemasaran cabai merah di nagari Ampalu yaitu :
 - a. Saluran I yaitu Produsen (petani) – Konsumen
 - b. Saluran II yaitu Produsen (petani) – Pengecer – Konsumen
 - c. Saluran III yaitu Produsen (petani) – Pengepul – Pengecer – Konsumen.

Dari ketiga saluran pemasaran tersebut, saluran ketigalah (Produsen– Pengepul – Pengecer – Konsumen) yang paling banyak digunakan oleh petani. Hal tersebut dikarenakan petani bisa mendapatkan banyak kemudahan seperti petani bisa menjual hasil panennya dalam jumlah yang banyak, karena pengepul akan membeli semua hasil panen petani sesuai dengan kesepakatan.

2. Pada penelitian yang dilakukan di nagari Ampalu terdapat 5 permasalahan pemasaran cabai merah yaitu harga cabai merah yang berfluktuasi, kurang memadainya pasar, panjangnya saluran pemasaran, rendahnya kemampuan tawar menawar dan kualitas cabai merah yang rendah.

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Nagari Ampalu diantaranya yaitu :

1. Memberikan pengetahuan ataupun informasi kepada petani, bahwa dalam pemasaran produk pertanian (cabai merah) akan lebih menguntungkan jika petani menggunakan saluran pemasaran I yaitu dari petani selaku produsen langsung ke konsumen akhir. Hal tersebut akan memberikan untung yang lebih besar bagi petani, terlebih petani tidak akan mendapatkan penekatan harga oleh toke atau pengecer. Dan diharapkan kepada pemerintah agar menyediakan

pasar atau sejenis koperasi yang selalu siap menampung hasil panen petani walaupun dalam masa panen raya, agar petani tidak bingung harus kemana menyalurkan hasil panennya.

2. Diharapkan pemerintah dapat membantu petani, pengepul maupun pengecer untuk menstabilkan harga cabai merah yang berfluktuasi, sehingga petani, pengepul dan pengecer tidak mengalami kerugian yang besar. Serta diharapkan kepada pemerintah untuk memberikan pelatihan atau penyuluhan kepada petani cabai di nagari Ampalu, agar petani memiliki pengetahuan dalam membudidayakan dan memasarkan cabai merah. Diharapkan petani, penyuluh dan pemerintah bisa bekerja sama untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh petani cabai merah di nagari Ampalu Kecamatan Lareh Sago Halaban Kabupaten Lima Puluh Kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, Intan Sari. *Analisis Saluran Dan Permasalahn Pemasaran Cabe Merah (Capsicum Annuum L.) Di Nagari Situjuah Banda Dalam Kabupaten Lima Puluh Kota*. 2020. [Skripsi]. Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Payakumbuh. Payakumbuh.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. 2018. *Hasil Panen Cabai Merah di Sumatera Barat*.
- Febriani, Putri. 2013. *Pemberian Motivasi Kepala UPT Perpustakaan IAIN Surakarta Untuk Meningkatkan Prestasi Kerja Pustakawan*. UPT Perpustakaan IAIN Surakarta. UNDIP.
- Hastuti. 2017. *Ekonomika Pertanian (Prngantar Agribisnis)*. Penebar Swadaya Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Edisi 4*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sofanudin, Ahmad dan Eko Wahyu Budiman. 2017. *Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum frutescens. L) Studi Kasus di Kecamatan Kanigoro Kabupaten Blitar*. Jurnal Viabel Pertanian. Volume 11. Nomor 1.
- Subagyo, Joko. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.