



STRATEGI PEMASARAN CABAI DI DESA SEGERANG KECAMATAN MAPILLI KABUPATEN POLEWALI MANDAR

Sainuddin¹, Ishak Manggabarani, SP., M.Si², Ir. Hj Siadina, M.Si³
Program Studi Agribisnis Universitas Al Asyariah Mandar
*Email: cundinkharbia@gmail.com

Abstrak

Pada penelitian ini responden sebanyak 8 orang. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Deskriptif, Analisis pendapatan dan Analisis R/C Ratio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan rata-rata petani cabai di Desa Segerang sebanyak Rp 17.456.875 dari total penerimaan sebanyak Rp 22.312.500 dan total biaya sebanyak Rp 4.855.625 dengan nilai R/C Ratio yang diperoleh sebesar 4,5 sehingga jika disesuaikan dengan kriteria R/C Ratio maka usahatani cabai dengan menggunakan strategi pemasaran dalam model Data Bass sangat layak karena hasilnya $4,5 > 1$.

Keyword: : Strategi Pemasaran Cabai, Pendapatan, Data Bass

Pendahuluan

I. Latar Belakang

Salah satu industri yang signifikan bagi perekonomian Indonesia adalah pertanian. Mayoritas penduduk Indonesia menggantungkan mata pencahariannya pada industri pertanian. Secara khusus, subsektor hortikultura yang terdiri dari sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat sangat diuntungkan oleh kondisi geografis Indonesia yang merupakan negara tropis dengan lingkungan hujan dan terletak di wilayah khatulistiwa. (I.N.G. Ustriyana, 2017).

Sayuran merupakan sumber serat, vitamin, dan mineral yang dibutuhkan tubuh. Seiring dengan meningkatnya tingkat pendidikan, daya beli, dan kesadaran gizi, pemahaman konsumen dan masyarakat umum tentang nilai bahan makanan berkualitas tinggi semakin berkembang. Ada perubahan paradigma yang mendukung kesehatan, membatasi jumlah bahan kimia atau pestisida dalam makanan yang mungkin meninggalkan residu atau mencemari produk, terutama pada sayuran. Akibatnya, pelanggan sekarang lebih memilih sayuran segar berkualitas tinggi yang selalu tersedia. (Dewi, N.T. 2017).

Karena ditunjang dengan potensi masyarakat dan sumber daya alam, maka pertumbuhan komoditas hortikultura khususnya sayuran baik sayuran daun maupun sayuran buah cukup menjanjikan dan prospektif., Teknologi sudah tersedia, dan pasar domestik dan internasional memiliki potensi yang berkembang untuk penyerapan pasar. Cabai merah merupakan salah satu jenis tanaman sayuran yang banyak dikonsumsi di lingkungan sekitar. Salah satu jenis tanaman sayuran yang dapat dibudidayakan secara komersial di daerah tropis adalah

cabai. Cabai merah biasanya digunakan sebagai bumbu, bahan industri, obat, dan bahan pewarna. Permintaan cabai merah di pasar domestik terkadang meningkat karena semakin luasnya penggunaan cabai. Semakin banyak petani yang membudidayakannya sebagai akibat dari meningkatnya permintaan. (Prayitno, A.B. 2013).

Informasi sejarah mengungkapkan penyebaran cabai di Amerika, yang berasal dari hominin paling awal. Setelah jagung dan singkong, cabai adalah jenis tanaman ketiga yang paling berharga bagi orang India. Selain itu, Chili memainkan peran penting dalam ritual keagamaan, budaya keagamaan, dan praktik budaya India. Mustahil untuk menentukan dengan tepat asal cabai di Amerika tropis karena penyebarannya yang luas. Pada akhir era Kolombia, tanaman ini awalnya diperkenalkan ke daerah Pasifik dan tropis, serta Asia Tenggara (Situmorang, S. 2013).

Ishak Maggabarani, dkk, (2020) bahwa suatu perdagangan akan unggul jika tingkat produktivitas perdagangannya manis, dan kebiasaan buruk sebaliknya jika tingkat kecakapan suatu perdagangan kurang maka perdagangan tersebut juga tidak hebat.

Rumusan Masalah

1. Apakah dengan pemasaran model Data Base dapat meningkatkan pendapatan petani cabai di Desa Segerang Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar.
2. Bagaimana kelayakan dan efektifitas pemasaran dengan menggunakan Data Base

1. Bahan dan Metode



I. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data digunakan dalam penelitian ini Sebagai Berikut:

a. Observasi

Observasi digunakan untuk merekam status atau perilaku objek sasaran sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Informasi kegiatan yang diperoleh dari pengamatan langsung dalam bentuk data spesifik atau deskriptif.

b. Wawancara

Data dapat dikumpulkan melalui wawancara, yang melibatkan pertanyaan sepihak dan jawaban yang terfokus pada tujuan penelitian.

c. Kuesioner

Salah satu metode pengumpulan data tekstual yang banyak digunakan dalam penelitian adalah kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk studi.

d. Dokumentasi

Jika sumber tambahan, seperti informan, peristiwa atau kegiatan, dan lokasi, dapat diakses untuk penelitian kualitatif, dokumentasi menyediakan sumber data tambahan.

II. Penentuan Responden

Menurut Arikunto (2016), sampel atau responden adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Jika peserta kurang dari 100, semua orang akan ditanyai; namun, jika ada lebih dari 100, seseorang dapat memilih antara 10-15%, 15-25%, atau bahkan lebih. Sampel diharapkan dapat memberikan gambaran umum tentang kondisi populasi saat ini.

III. Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu :

1. Data Primer

Data yang diterima langsung dari lapangan, seperti sumber atau informan, dianggap sebagai sumber data primer karena mengandung informasi yang esensial. Wawancara dengan informan yang direkam atau ditranskrip digunakan sebagai data primer. Dengan melakukan wawancara dan wawancara, peneliti dapat secara langsung mengumpulkan sumber data penelitian ini dari petani cabai.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan yang tidak dikumpulkan langsung dari lapangan melainkan dari sumber yang dibuat oleh orang lain, seperti buku, dokumen, gambar, dan statistik. Jika tidak ada sumber yang dapat digunakan dalam perannya sebagai data primer, sumber data sekunder dapat digunakan dalam

penelitian dalam kapasitasnya sebagai sumber data pelengkap atau primer.

IV. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah teknik yang digunakan untuk menunjukkan apakah data tersebut sesuai dengan keadaan di lapangan atau tidak.

1. ANALISIS BIAYA

Biaya adalah sejumlah nilai uang yang dikeluarkan oleh produsen atau pengusaha untuk membiayai kegiatan produksi. Menghitung besarnya biaya yang digunakan dalam suatu usaha digunakan analisis biaya. (Asriadi, A. A. 2020)

1. Biaya Tetap (FC) yaitu biaya yang tidak bertambah seiring dengan penambahan produksi.

2. Biaya Variabel (VC) yaitu biaya yang bertambah seiring dengan penambahan produksi.

3. Biaya Total (TC) yaitu keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk produksi sampai terciptanya barang.

$$\text{Rumus: } TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total biaya (Total Cost)

FC = Biaya tetap (Fixed Cost)

VC = Biaya variabel (Variabel Cost)

2. Penerimaan

Sukanata I. K. (2016) Pendapatan dihitung sebagai nilai produk dikalikan dengan output fisik dikalikan dengan harga produk yang dinyatakan dalam rupiah per hektar per musim (Rp/ha/musim).

$$\text{Rumus : } TR = Q \times P$$

Dimana :

TR = Total penerimaan

Q = Produksi yang di peroleh dalam suatu usaha

P = Harga

3. Analisis pendapatan

Pendapatan adalah imbalan yang diterima seseorang atau rumah tangga atas usaha atau kerja mereka dalam bentuk uang tunai atau barang yang diperoleh atau diproduksi selama jangka waktu tertentu. Cara menghitung pendapatan operasional adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } \pi = TR - TC$$

Dimana ;

π = Pendapatan

TR = Total Revenue (total Penerimaan)

TC = Total Cost (Total Biaya)

4. Efisiensi R/C Ratio

Untuk mengetahui efisiensi atau kelayakan usaha dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut :



$$R/C \text{ Ratio} = TC/TC$$

Dimana :

R/C Ratio = kelayakan atau efisiensi usaha

TR = Total penerimaan (Total revenue)

TC = Total biaya (Total cost)

Apabila R/C Ratio > 1 maka usahatani efisien

Apabila R/C Ratio = 1 maka usahatani mengalami BEP (impas)

Apabila R/C Ratio < 1 maka usahatani tidak efisien

V. Hasil dan Pembahasan

1. Produksi

Memanfaatkan sumber daya untuk menciptakan barang dan jasa dikenal sebagai produksi, dan nilai produksi adalah produk dari volume produksi dan harga jual (Harlinda, 2014). Seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1 : Rata-rata produksi cabai dan nilai produksi (Rp) dalam musim panen dengan luas lahan 0,085 Ha Di Desa Segerang Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar

No	Uraian	Jumlah
1	Produksi (Kg)	1.062,5
2	Harga jual (Rp)	21.000
3	Nilai Produksi (RP)	22.312.500

Sumber : data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 di atas, petani cabai di Desa Soong biasanya menghasilkan 1.062,5 kg cabai per hektar, dengan harga jual Rp. 21.000, dengan total nilai produksi Rp. 22.312.500.

2. Pendapatan

Pendapatan adalah hasil usaha atau pekerjaan yang diperoleh individu atau rumah tangga berupa uang atau barang yang diperoleh atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, P. Pertiwi (2015). Tabel di bawah ini menunjukkan pendapatan yang diperoleh petani cabai:

Tabel 2 : Rata-rata pendapatan petani cabai dengan luas lahan 0,085 Ha di Desa Segerang Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar

NO	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	22.312.500
2	Biaya Tetap	3.265.000
3	Biaya Variabel	1.590.625

4	Total Biaya	4.855.625
5	Pendapatan	17.456.875

Sumber : data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas, rata-rata pendapatan petani dengan luas lahan 0,085 Ha pada saat musim panen raya adalah Rp. 22.312.500 dengan biaya tetap sebesar Rp. 3.265.000 dan biaya variabel sebesar Rp. 1.588.437,5, sehingga total biaya yang digunakan adalah Rp. 4.855.625 dengan pendapatan petani diperoleh dengan total pendapatan dikurangi total biaya. Pendapatan adalah hasil yang diterima seseorang atau rumah tangga dari usaha atau pekerjaan berupa uang atau barang yang diterima atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, P. (2015). Tabel di bawah ini menunjukkan pendapatan yang diperoleh petani cabai:

4 Efisiensi Kelayakan Usahatani Cabai

Besar kecilnya R/C Ratio dapat digunakan untuk menentukan layak tidaknya usaha tani (Revenue Cost). Perbandingan antara total pendapatan dan total biaya yang dikeluarkan oleh produsen cabai menghasilkan nilai R/C ratio (Prawirokusumo, 1990). Oleh karena itu, temuan perbandingan akan menunjukkan apakah bertani itu menguntungkan (praktis), berbahaya, atau bahkan dinyatakan impas. Tabel di bawah ini memberikan informasi lebih lanjut tentang kelangsungan hidup budidaya cabai di Desa Segerang.

Tabel 13 : Kelayakan usahatani Cabai di Desa Segerang Kecamatan Mapilli Kabupaten Polewali Mandar

No	Uraian	Nilai (Rp)
1	Penerimaan	22.312.500
2	Total biaya (TC)	4.855.625
3	R/C Ratio	4,5

Sumber : data primer setelah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 di atas, petani menghasilkan Rp. 22.312.500 selama satu musim panen dengan membayar Rp. 4.855.625 total biaya, menghasilkan R/C Ratio 4,5.

Apabila R/C Ratio >1 : maka usaha efisien (layak)

Apabila R/C Ratio =1 : maka usaha dikatakan impas dan

Apabila R/C Ratio < : maka usaha tidak efisien (tidak layak)

Jadi dengan nilai 4,5 berarti usahatani cabai ini layak dikembangkan.



Kesimpulan

Berikut kesimpulan yang dapat diambil dari temuan penelitian mengenai pendekatan pemasaran cabai di Desa Soong, Kecamatan Mapilli, Kabupaten Polewali Mandar:

1. Rencana pemasaran cabai berdasarkan data Bass dan total pendapatan penjualan. Cabai seluas 0,085 Ha untuk tahun ini ditanam di Desa Soong dan diberi nama Rp. 22.312.500 dengan harga lengkap Rp. Total yang diperoleh petani cabai adalah Rp 4.855.625. 17.456.875.
2. R/C Ratio petani cabai adalah 4,5 maka pendapatan petani cabai dikatakan layak untuk di kembangkan karna setiap penambahan biaya Rp 1,00 akan memperoleh penerimaan sebesar Rp 4,5.

Saran

Adapun saran yang dikemukakan pada penelitian ini yaitu :

1. Di harapkan peran pemerintah dalam memberikan informasi atau penyuluhan kepada petani cabai yang ada di Desa Segerang agar hasil yang di dapat biasa lebih maksimal lagi.
2. Dengan menggunakan strategi pemasaran dalam bentuk data bass memudahkan petani saat memasarkan hasil produksi pertanian dengan mudah.

Daftar Pustaka

- Asriadi, A. A. (2020). Pengaruh harga dan biaya terhadap pendapatan petani ubi jalar kecamatan rumbia kabupaten jeneponto. *Agrifo: Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 5(1), 52-59.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik.
- Dewi, N. T., Ustriyana, I. N. G., & Djelantik, A. W. S. (2017). Strategi Pemasaran Cabai Merah Pada Sub Terminal Agribisnis Manik Mekar Nadi. *E-Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 6(2), 190-199.
- Harlinda, 2014. Analisis pendapatan petani bawang merah (*Allium cepa* L) (Studi Kasus Kelompok Tani "Mammesa Loa") Desa Pambusuang Kecamatan Balanipa Kabupaten Polewali Mandar. *Polewali. Universitas Al Asyariah Mandar*
- Ishak Manggabarani, dkk (2020). Strategi Pemasaran Gula Semut Tani Sipakario Desa Sambaliwali Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Agrovital. Prodi Agribisnis Fakultas Ilmu Pertanian Unasman*. 14 Februari 2020
- Pertiwi, P. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan tenaga kerja di Daerah

Istimewa Yogyakarta. *Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.

Prayitno, A. B., Hasyim, A. I., & Situmorang, S. (2013). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu-ilmu Agribisnis*, 1(1).

Prawirokusumo. S. 1990. *Ilmu Usaha Tani*. Edisi I BPEE, Yogyakarta.

Sukanata, I. K. (2016). KONTRIBUSI PENDAPATAN USAHA TANI UBI JALAR TERHADAP PENDAPATAN TOTAL RUMAH TANGGA. *Agrijati Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(1).