



EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT MERAH DI KECAMATAN CIKAJANG, KABUPATEN GARUT

SHAFWA NURSABILA PUTRI SUDRAJAT



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Shafwa Nursabila Putri Sudrajat
H3401211011



- 

ABSTRAK

SHAFWA NURSABILA PUTRI SUDRAJAT. Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut. Dibimbing oleh NIA ROSIANA.

Kecamatan Cikajang merupakan salah satu sentra produksi cabai rawit merah di Kabupaten Garut. Namun, terdapat ketidakpastian produksi cabai rawit merah yang terjadi pada setiap tahunnya berpengaruh terhadap harga yang diterima oleh petani dan menghasilkan margin pemasaran yang tinggi, serta petani memiliki posisi tawar yang lemah karena memiliki ketergantungan terhadap pedagang pengumpul desa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengetahui saluran, lembaga, dan fungsi pemasaran serta menganalisis efisiensi pemasaran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung kepada petani dan lembaga pemasaran dengan melibatkan 43 petani cabai rawit merah yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling* dan 21 responden pedagang melalui *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan terdapat enam saluran pemasaran dengan tujuan pasar yang berbeda. Berdasarkan efisiensi operasional, saluran 2 merupakan saluran yang paling efisien dengan nilai margin pemasaran sebesar Rp22.500, persentase *farmer's share* sebesar 70%, nilai rasio keuntungan terhadap biayanya sebesar 5,35, serta volume penjualan yang dihasilkan juga cukup besar. Dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan mengoptimalkan fungsi pengemasan, memanfaatkan sarana kelembagaan, dan menerapkan *joint transport*.

Kata kunci: cabai rawit merah, efisiensi pemasaran, harga, margin pemasaran, saluran pemasaran

ABSTRACT

SHAFWA NURSABILA PUTRI SUDRAJAT. *Marketing Efficiency of Red Cayenne Pepper in Cikajang District, Garut Regency. Supervised by NIA ROSIANA.*

Cikajang District is one of the red cayenne pepper production centers in Garut Regency. However, there is uncertainty in red cayenne pepper production that occurs every year which affects the price received by farmers and results in high marketing margins, and farmers have a weak bargaining position because they are dependent on village intermediaries. This study aims to identify and determine marketing channels, institutions, and functions as well as analyze the marketing efficiency of red cayenne pepper in Cikajang District. Data collection was conducted through direct interviews with farmers and marketing institutions involving 43 red cayenne pepper farmers selected using simple random sampling technique and 21 trader respondents through snowball sampling. The results showed that there are six marketing channels with different market objectives. Based on operational efficiency, channel 2 is the most efficient channel with a marketing margin value of Rp22,500, a farmer's share percentage of 70%, a profit to cost ratio value of 5.35, and the resulting sales volume is also quite large. Marketing efficiency can be improved by optimizing packaging functions, utilizing institutional facilities, and implementing joint transport.

Keywords: marketing channels, marketing efficiency, marketing margin, price, red cayenne pepper



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT MERAH DI KECAMATAN CIKAJANG, KABUPATEN GARUT

SHAFWA NURSABILA PUTRI SUDRAJAT

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si.
- 2 Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si.

Judul Skripsi : Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cikajang,
Kabupaten Garut

Nama : Shafwa Nursabila Putri Sudrajat

NIM : H3401211011

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si.

digitally signed by Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si.
84CA33C7-1E85-40D7-91D8-D7207C95AAE8

Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.
NIP. 196802151999031001

digitally signed by Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.
84CA33C7-1E85-40D7-91D8-D7207C95AAE8

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Agribisnis, IPB University dengan tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah Pemasaran Agribisnis, dengan judul “Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cikajang, Kabupaten Garut”.

Penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan, masukan, bimbingan, dan saran dalam membantu penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya penulisan skripsi.
2. Dr. Ir. Netti Tinaprilla, MM. selaku dosen evaluator kolokium, Ir. Narni Farmayanti, M.Sc. selaku dosen moderator seminar hasil, Prof. Dr. Ir. Dwi Rachmina, M.Si. selaku dosen penguji utama dan Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si. selaku dosen penguji wakil program studi pada ujian skripsi, yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang membangun untuk penyusunan dan perbaikan penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen serta tenaga kependidikan Departemen Agribisnis yang sudah memberikan ilmu dan bantuan selama penulis menempuh perkuliahan sehingga menjadi bekal bagi penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Bu Tina, Pak Burhan, Pak Soni selaku penyuluh pertanian yang berada di Kecamatan Cikajang telah membantu mengarahkan dan memfasilitasi penulis selama proses pengumpulan data di lapang.
5. Seluruh responden yang telah terlibat dalam membantu penulis pada proses pengumpulan data melalui pengisian kuesioner.
6. Kedua orang tua, Bapak Asep Sudrajat dan Ibu Tuti Siti Fatimah yang memberikan dukungan berupa doa, motivasi, kasih sayang dan telah memfasilitasi penulis hingga dapat melaksanakan studi dan menyelesaikan skripsi dengan baik. Serta adik penulis Talitha dan keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi.
7. Teman-teman penulis Farah, Fatma, Tristania, Zakkiyah, Sofie, Azizah, Gina, Tridara, rekan satu bimbingan, Sobat LSI, Departemen Keprofesian HIPMA IPB, dan rekan-rekan Departemen Agribisnis 58 sudah memberikan dukungan, semangat, masukan, motivasi, dan kebersamaan yang sangat berarti bagi penulis.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Shafwa Nursabila Putri Sudrajat

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Saluran dan Lembaga Pemasaran Cabai Rawit	8
2.2 Fungsi Pemasaran Cabai Rawit	9
2.3 Marjin Pemasaran, <i>Farmer's Share</i> dan Rasio Keuntungan terhadap Biaya Pemasaran Cabai Rawit	10
2.4 Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit	11
III KERANGKA PEMIKIRAN	12
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	12
3.1.1 Konsep Pemasaran	12
3.1.2 Lembaga dan Saluran Pemasaran	12
3.1.3 Fungsi Pemasaran	14
3.1.4 Marjin Pemasaran	14
3.1.5 <i>Farmer's Share</i>	16
3.1.6 Rasio Keuntungan terhadap Biaya Pemasaran	16
3.1.7 Efisiensi Pemasaran	17
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	17
IV METODE PENELITIAN	19
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	19
4.2 Jenis dan Sumber Data	19
4.3 Metode Pengumpulan Sampel	19
4.4 Metode Analisis Data	20
4.4.1 Analisis Saluran, Lembaga dan Fungsi Pemasaran	20
4.4.2 Analisis Marjin Pemasaran	21
4.4.3 Analisis <i>Farmer's Share</i>	22
4.4.4 Analisis Rasio Keuntungan terhadap Biaya	22
V GAMBARAN UMUM PENELITIAN	23
5.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	23
5.2 Karakteristik Petani Responden	24
5.3 Karakteristik Pedagang Responden	26
VI HASIL DAN PEMBAHASAN	28
6.1 Lembaga, Saluran, dan Fungsi Pemasaran Cabai Rawit Merah	28
6.1.1 Lembaga Pemasaran Cabai Rawit Merah	28

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

6.1.2	Saluran Pemasaran Cabai Rawit Merah	32
6.1.3	Fungsi Pemasaran Cabai Rawit Merah	37
6.2	Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah	42
6.2.1	Analisis Margin Pemasaran	42
6.2.2	Analisis <i>Farmer's Share</i>	45
6.2.3	Analisis Rasio Keuntungan terhadap Biaya	45
6.2.4	Analisis Perbandingan Efisiensi	48
VII	SIMPULAN DAN SARAN	50
7.1	Simpulan	50
7.2	Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	52
	LAMPIRAN	56
	RIWAYAT HIDUP	64

DAFTAR TABEL

1	Konsumsi cabai rawit di Indonesia tahun 2018-2023	1
2	Produksi cabai rawit menurut provinsi tahun 2018-2023	3
3	Produksi, luas panen, dan produktivitas sentra cabai rawit di Jawa Barat tahun 2023	4
4	Produksi cabai rawit di Kabupaten Garut tahun 2020-2023	4
5	Karakteristik petani responden di Kecamatan Cikajang	25
6	Karakteristik lembaga pemasaran responden cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	27
7	Fungsi pemasaran di setiap lembaga pemasaran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	38
8	Margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	44
9	<i>Farmer's share</i> pada setiap saluran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	45
10	Rasio keuntungan terhadap biaya cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	46
11	Analisis perbandingan efisiensi pemasaran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	48

DAFTAR GAMBAR

1	Grafik fluktuasi harga cabai rawit pada pasar tradisional di Indonesia bulan Januari – Desember 2024	3
2	Perbandingan harga cabai rawit merah di tingkat petani dan konsumen di Kabupaten Garut 2024	6
3	Kurva margin pemasaran	15

4	Kerangka pemikiran operasional	18
5	Peta Kecamatan Cikajang tahun 2025	23
6	Hasil panen cabai rawit merah dan pengangkutan hasil panen yang dilakukan oleh petani	28
7	Penyakit patek yang sering dialami tanaman cabai rawit merah	29
8	Kegiatan pengemasan ulang yang dilakukan oleh pedagang pengumpul desa	29
9	Penimbangan cabai rawit merah yang dilakukan oleh pedagang besar Pasar Induk Kramat Jati	30
10	Penyortiran yang dilakukan oleh pengecer	32
11	Skema pola saluran dan volume pemasaran cabai rawit merah di Kecamatan Cikajang	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 1 yang ada di Kecamatan Cikajang	57
2	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 2 yang ada di Kecamatan Cikajang	58
3	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 3 yang ada di Kecamatan Cikajang	59
4	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 4 yang ada di Kecamatan Cikajang	60
5	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 5 yang ada di Kecamatan Cikajang	61
6	Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pada saluran 6 yang ada di Kecamatan Cikajang	62
7	Dokumentasi Penelitian	63