

ANALISIS PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA MAKU KECAMATAN DOLO KABUPATEN SIGI

Marketing Analysis of Cayenne Papper in Maku Village, Dolo Sub- district, Sigi District.

Nurhanifah¹⁾, Saharia Kassa²⁾, Wirahatmi²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako

E-mail:khanifahnurmuhammad@gmail.com, E-mail:saharia_kassa@yahoo.com

E-mail:hatmi.wira@gmail.com

ABSTRACT

One of the horticultural commodities that received attention to be developed was chili. The need for chili continues to increase in line with the increasing population and industrial development that requires chili raw materials. This study aims to determine the margin, income and marketing efficiency of cayenne papper. This research was carried out in Maku village, Dolo subdistrict, Sigi regency. Central Sulawesi province starts from September to October 2019. Location determination is done intentionally (*purposive*), with the consideration is one of the production centers of cayenne papper. With 30 respondents, 2 traders and 2 retailers. Data analysis used in this study is margin analysis with formulas $M = Hp - Hk$, where M = marketing margin, Hp = producer price and Hk = consumer prices. To find out the price part received by the producer of the price paid by the final consumer can be calculated using the formulas $Sf = Pf / Pr \times 100\%$ where Sf = part price received by the manufacturer, Pf = price at producer level, and Pr = final consumer prices. To find out the value of marketing efficiency, a formula is used $Eps = (TB/TNP) \times 100\%$, where Eps = marketing efficiency, TB = total marketing costs and TNP = the total value of the product being marketed. The results showed that there are 2 marketing channels in Maku village. First channel : farmers – collectors – retailers – consumers and the second channel consists of : farmers – retailers – consumers.

Keywords: Marketing, Margin, Cayenne Paper.

ABSTRAK

Salah satu komoditas hortikultura yang mendapat perhatian untuk dikembangkan adalah cabai. Kebutuhan akan cabai yang terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perkembangan industri yang membutuhkan bahan baku cabai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya margin, jalur pemasaran, serta efisiensi pemasaran cabai rawit. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi, Provinsi Sulawesi Tengah yang dimulai dari Bulan September sampai dengan Bulan Oktober 2019. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran. Jumlah responden 30 orang dan cara penentuan responden dengan metode sensus, sedangkan untuk sampel pedagang pengumpul dan pedagang pengecer dan peninjauan Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran di Desa Maku terdiri dari saluran pertama : petani - pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen, dan saluran kedua terdiri dari : Petani – Pedagang pengecer –konsumen. Serta margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp 10.000 sedangkan margin pemasaran kedua sebesar Rp 5000. Dengan efisiensi pemasaran I yaitu 0,15% sedangkan efisiensi pemasaran II sebesar 0,11%.

Kata Kunci : Pemasaran, Margin, Cabai Rawit.

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan komoditas pertanian potensial yang memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan nasional, menambah pendapatan nasional, menambah perhatian untuk dikembangkan secara nasional (Nasihin, 2011).

Salah satu komoditas hortikultura yang mendapat perhatian untuk dikembangkan adalah cabai. Hal ini disebabkan karena kebutuhan akan cabai yang terus meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan perkembangan industri yang membutuhkan bahan baku cabai. Walaupun kebutuhan cabai terus meningkat, akan tetapi produksi cabai di Indonesia tergolong masih rendah dimana kenaikan produksi nasional rata-rata mencapai 3,3 – 3,5 ton/ha (Santika, 2002).

Tanaman cabai banyak ragam dan bentuk buahnya, diperkirakan terdapat 20 spesies yang hidup dinegara aslinya. Hanya ada beberapa jenis yang dikenal masyarakat yakni cabai besar, cabai paprika, cabai rawit dan sebagainya. Cabai dapat digunakan keperluan industry (Adam, 2003).

Tanaman cabai juga dapat tumbuh subur diberbagai ketinggian dari mulai dari dataran rendah sampai dataran tinggi tergantung varitasnya. Sebagian besar sentra produsen cabai berada didataran tinggi dengan ketinggian 1.000 – 1. 250 meter dari permukaan laut. Rata – rata suhu yang baik adalah antara 210 – 280 C (Tim Bina Karya Tani , 2009).

Permintaan cabai yang tinggi diiringi dengan harga yang tinggi pula.Selain faktor tersebut, harga cabai menjadi mahal disebabkan oleh musim yakni musim penghujan. Saat musim tersebut, biasanya petani menanam cabai sedikit dan banyak pula yang gagal panen karena serangan hama dan penyakit, Akibatnya keberadaan cabai di pasaran menjadi langka dan secara otomatis harga melonjak tajam (Agromeda, 2008 dalam Kusmawati Dkk, 2017).

Provinsi Sulawesi Tengah merupakan salah satu daerah penghasil

cabai di Indonesia.Produksi rata rata cabai sebesar 5.951,3 Ton dari tahun 2013-2017.Berikut perkembangan cabai di Provinsi Sulawesi Tengah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 menunjukkan produksi cabai di Provinsi Sulawesi Tengah selama lima tahun terakhir (2013-2017), mengalami penurunan produksi yang disebabkan oleh adanya serangan hama penyakit, pengaruh iklim, kepemilikan lahan serta hal lainnya yang mempengaruhi pertumbuhan cabai di Provinsi Sulawesi Tengah. Pada tahun 2013 produksi cabai sebesar 10.731,0 Ton dengan luas panen sekitar 3.432 Ha yang terus mengalami penurunan dimana penurunan signifikan terjadi pada tahun 2016 dengan produksi sebesar 4.755,5 Ton dengan luas panen sekitar 872 Ha sebelum akhirnya produksi meningkat pada tahun 2017 menjadi 6.682,6Ton. Salah satu wilayah di Sulawesi Tengah dengan luas tanam dan produksi terbesar kedua yaitu Kabupaten Sigi seperti terlihat pada Tabel 2.

Wilayah yang memproduksi cabai rawit terbesar kedua yaitu Kabupaten sigi dengan luas panen sekitar 133 Ha serta produksi sebesar 827,4 Ton dengan produktivitas 6,22 ton/ha. Perbedaan produksi dan produktivitas ini disebabkan oleh luas areal yang berbeda-beda di setiap daerah tersebut.

Salah satu wilayah di Kabupaten Sigi yang merupakan penghasil cabai yang cukup besar adalah Kecamatan Dolo seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa di Kabupaten Sigi terdiri atas 15 Kecamatan dengan rata-rata produksi sebesar 184,15 Ton dan tingkat produktivitas sebesar 9,56 Ton/Ha. Kecamatan penghasil produksi cabai tertinggi yaitu Kecamatan Palolo dengan produksi sebesar 1.164,0 Ha, produktivitas 25,30 Ton/Ha. Adapun Kecamatan penghasil cabai terendah yakni Kecamatan Marawola dengan produksi hanya 1,6 Ton dengan produktivitas sebesar 0,04 Ton/Ha. Kecamatan Dolo Selatan merupakan salah satu penghasil cabai

terbesar dengan luas panen sekitar 18 Ha dengan produksi sebesar 850 Ton serta produktivitasnya sekitar 47,22 Ha/Ton. Produksi yang dihasilkan Kecamatan Dolo menempati urutan kedua dimana pada daerah ini tanaman cabai sangat banyak dibudidayakan oleh karena daya dukung lahan pada kecamatan tersebut bagi pengembangan budidaya tanaman cabai. Desa Maku merupakan salah satu sentra produksi cabai rawit di Kecamatan Dolo, seperti terlihat pada Tabel 4.

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa di Kecamatan Dolo, utamanya Desa Maku merupakan salah satu penghasil cabai dengan luas panen 6,0 Ha dengan produksi sebesar 95,5 Ton, menempati urutan ke tiga

setelah Desa Waturalel, dan Langgaleso. Desa Maku merupakan salah satu wilayah yang cukup banyak membudidayakan cabai serta ketersediaan air yang mendukung untuk budidaya cabai.

Hasil observasi yang dilakukan di Desa Maku Kecamatan Dolo diketahui bahwa dikarenakan pengaruh harga yang tidak stabil membuat petani cabai pada desa tersebut berpindah pada budidaya tanaman jagung untuk memperoleh harga yang lebih tinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, besarnya margin, bagian harga dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Cabai Rawit di Provinsi Sulawesi Tengah, 2013-2017

No	Tahun	Luas panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton /Ha)
1	2013	3.432	10.731,0	3,12
2	2014	1.039	5.811,6	5,59
3	2015	846	5.439,0	6,42
4	2016	872	4.755,5	5,45
5	2017	1.234	6.682,6	5,42
Rata-rata		344,75	5.951,3	5,21

Sumber : Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah.

Tabel 2. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Rawit di Provinsi Sulawesi Tengah menurut Kabupaten /Kota Sigi, 2017.

No	Kabupaten	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Banggai	111	95,3	0,85
2	Morowali	44	133,1	3,02
3	Poso	111	508,9	4,58
4	Donggala	323	424,8	1,31
5	Toli-toli	42	61,2	1,45
6	Buol	49	110,9	2,26
7	Parigi Moutong	337	3.367,0	9,99
8	Tojo Una-Una	22	92,6	4,20
9	Sigi	133	827,4	6,22
10	Morowali Utara	23	100,1	4,35
11	Palu	39	115,3	2,95
Jumlah		1.234	3.019,26	37,18
Rata-rata		112,18	274,47	5,59

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sigi, 2018

Tabel 3. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Cabai Rawit di Kabupaten Sigi menurut Kecamatan, 2017.

No	Kecamatan	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Pipikoro	8	29,0	3,62
2	Kulawi Selatan	6	74,0	12,33
3	Kulawi	2	2,0	1,00
4	Lindu	7	251,0	35,85
5	Palolo	46	1.164,0	25,30
6	Gumbasa	10	156,0	15,60
7	Dolo Selatan	18	850,0	47,22
8	Dolo Barat	3	9,0	3,00
9	Tanambulava	7	6,0	0,85
10	Dolo	63	1.000,0	15,87
11	Sigi Biromaru	106	4,3	0,04
12	Marawola	35	1,6	0,04
13	Barat	8	10,0	1,25
14	Kinovaro	59	209,0	3,54
Jumlah		378	2.603,9	330,94
Rata-rata		27	184,15	6,82

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sigi, 2018

Tabel 4. Luas Panen, Produksi dan Produktivitas Cabai Rawit di Desa Maku, 2017.

No	Desa	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Produktivitas (Ton/Ha)
1	Kabobona	2,4	35,0	14,58
2	Kotarindau	6,0	83,0	13,83
3	Langgaleso	12,0	225,5	18,79
4	Karawana	0,6	5,0	8,33
5	Potoya	6,0	90,0	15,00
6	Soulowe	2,4	35,5	14,79
7	Watubula	4,8	70,5	14,68
9	Tulo	18,0	80,0	15,55
10	Maku	6,0	95,5	15,91
11	Waturalele	4,8	80,0	16,66
Jumlah		63,0	1000,0	-
Rata-rata		6,3	100	15,87

Sumber : Badan Penyuluhan Pertanian Maku , 2018

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah, selama kurang lebih 1 bulan, dimulai dari Bulan September sampai Oktober 2019.

Penentuan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*), dengan pertimbangan bahwa Desa Maku merupakan salah satu sentra produksi cabai rawit di Kabupaten Sigi. Penentuan Responden juga dilakukan secara *purposive*, yang menurut Arikunto (2006), merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random.

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode sensus yakni ,mengambil semua petani cabai rawit yang ada yaitu 30 orang responden, dimana jumlah populasi tersebut sekaligus sebagai jumlah responden, Arikunto (2002). Selain sampel petani, diwawancarai juga pedagang pengumpul 2 orang dan pedagang pengecer sebanyak 2 orang. Dengan demikian, jumlah sampel keseluruhan sebanyak 34 orang.

Analisis yang digunakan yaitu :analisis margin, bagian harga yang diterima petani, serta efisiensi pemasaran, masing-masing rumus :

- 1) Margin tiap lembaga pemasaran cabai rawit (Saefudin, dkk ,2011) :

Margin semua saluran pemasaran (Swastha, 1991)

$$Mt = M1 + M2 \dots + Mn$$

- 2). Farmer's sharess dapat dirumuskan sebagai berikut:(Limbong dan Sitorus 1985).

$$Fs = pf / pr \times 100 \%$$

Keterangan:

Fs = Farmer's share,
 Pf = Harga di tingkat petani,
 Pr = Harga yang dibayarkan konsumen

- 3). Efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$EP = (TB/TNP) \times 100 \%$$

Ekasari (2007)

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran
 TB = Total Biaya
 TNP = Total nilai produk yang dipasarkan

$$M = Hp - Hb$$

Dimana :

M = Margin Lembaga Pemasaran
 Hp = Harga Penjualan (Rp/Kg)
 Hb = Harga Pembelian (Rp/Kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemasaran cabai rawit di Desa Maku terdiri dari 2 saluran yaitu saluran I : petani - pedagang pengumpul -

pedagang pengecer - konsumen. Saluran II petani – pedagang pengecer – konsumen. Kedua saluran pemasaran tersebut masing – masing dapat dilihat pada Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5 menunjukkan bahwa pada saluran I, harga penjualan petani atau harga pembelian pedagang pengumpul sebesar Rp 50.000/Kg dan harga penjualan pedagang pengumpul sebesar Rp 55.000/Kg, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 5.000/Kg. Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 522/Kg, dengan demikian keuntungan ditingkat pedagang pengumpul sebesar Rp 4.478/kg. Selanjutnya, harga pembelian pada pedagang pengecer Rp 55.000/Kg dan harga penjualan pedagang pengecer Rp 60.000/Kg, sehingga margin pemasaran ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 5.000/Kg. Biaya pemasaran ditingkat pedagang yaitu sebesar Rp 326/Kg dengan demikian, keuntungan ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 4.674/Kg. Margin total pada Saluran I Rp 10.000/Kg. margin total pemasaran saluran II relatif lebih kecil, dimana pedagang pengecer membeli cabai rawit langsung dari petani. Data margin pemasaran cabai rawit pada saluran II di Desa Maku yang dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6 menunjukkan bahwa pada saluran II, harga penjualan petani ke pedagang pengecer sebesar Rp 55.000/Kg dan harga penjualan pedagang pengecer kepada konsumen sebesar Rp 55.000/Kg, sehingga margin pemasaran yang diterima ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 5.000/Kg. secara otomatis margin total dari produsen (petani) ke konsumen sebesar Rp 5000/Kg. Biaya pemasaran ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 570,/Kg dengan demikian keuntungan ditingkat pedagang pengecer sebesar Rp 4.430/Kg. Lebih jauh Bagian harga yang diterima pada masing-masing saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7 menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima oleh petani pada saluran I sebesar 83% artinya bagian harga

yang diterima oleh petani rendah dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Sementara harga yang diterima petani pada saluran II lebih tinggi 90% dibanding saluran I kalau mengacu pada besarnya harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir.

Dimana terdapat perbedaan yang besar antara produsen dan konsumen akan berpengaruh terhadap rendahnya bagian

harga yang diterima produsen begitupun sebaliknya, perbedaan harga yang kecil antara produsen dan konsumen akan berpengaruh terhadap tingginya bagian harga yang diterima produsen. Semakin besar jarak antara harga ditingkat produsen dengan harga konsumen akhir maka bagian harga yang diterima produsen lebih kecil begitupun sebaliknya.

Tabel 5: Margin Pemasaran Pada Saluran I di Desa Maku, 2019

NO	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
1	Harga Penjualan Petani	50.000	-	-
2	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Pembelian	50.000	-	-
	b. Biaya Pemasaran	-	-	-
	- Biaya Tenaga Kerja	-	87	-
	- Biaya Transportasi	-	152	-
	- Biaya Pengemasan	-	283	-
	Jumlah Biaya	-	522	-
	c. Harga Penjualan	55.000	-	5.000
	Keuntungan			4.478
3	Pedagang Pengecer			
	a. Harga Pembelian	55.000	-	-
	b. Biaya Pemasaran	-	-	-
	- Biaya Tenaga Kerja	-	131	-
	- Biaya Pengemasan	-	195	-
	Jumlah Biaya	-	326	-
	c. Harga Penjualan	60.000	-	5.000
	Keuntungan			4.674
	Total Margin	M1 + M2		10.000

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2019

Tabel 6: Margin Pemasaran Cabai Rawit Pada Saluran II di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi, 2019.

No	Uraian	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Margin (Rp)
1	Harga Penjualan Petani	50.000		
2	Pedagang Pengecer			
	a. Harga Pembelian	50.000	-	-
	b. Biaya Pemasaran	-	-	-
	- Biaya Tenaga Kerja	-	268	-
	- Biaya Transportasi	-	101	-
	- Biaya Pengemasan	-	201	-
	Jumlah Biaya	-	570	-
	c. Harga Penjualan	55.000	-	5.000
	Keuntungan			4.430

Sumber: Data Primer Setelah diaolah, 2019

Tabel 7:Bagian Harga yang diterima pada saluran pemasaran 1 dan II

No	Saluran Pemasaran	Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Konsumen Akhir (Rp/Kg)	Bagian Harga yang diterima petani (%)
1	saluran I	50.000	60.000	83%
2	Saluran II	50.000	55.000	90%

Sumber: Data Primer Setelah diaolah, 2019

Tabel 8: Efisisensi Pemasaran Tiap-Tiap Saluran yang Terlibat Dalam Pemasaran di Desa Maku, 2019.

NO	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi (%)
Saluran 1				
1	Petani - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen	1.951.027	137.520.000	0,15 %
Saluran 2				
2	Petani - Pedagang Pengecer – Konsumen	850.562	81.510.000	0,11 %

Sumber: Data Primer Setelah diolah, 2019

Pemasaran cabai rawit di Desa Maku, melalui dua saluran pemasaran dengan nilai efisisensi dari masing-masing saluran pemasaran terlihat pada Tabel 8.

Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai efisiensi pada saluran I sebesar 0,15% dimana biaya yang dikeluarkan oleh saluran I lebih tinggi dan pada saluran II nilai efisiensinya sebesar 0,11%. Dari kedua saluran pemasaran ini yang lebih efisien adalah saluran kedua dibanding saluran pemasaran yang pertama. Hal ini disebabkan pendeknya rantai pemasaran pada saluran kedua sehingga biaya – biaya yang dikeluarkan juga lebih kecil.

Berdasarkan hasil tersebut yang mengacu pada efisiensi pemasaran pada saluran kedua yang ditunjukan oleh kecilnya biaya yang dikeluarkan pada proses pemasaran pada komoditi cabai dengan jumlah tingkat efisiensi pada saluran kedua 0,11 % sedangkan pada saluran pertama tingkat efisiensi lebih besar yaitu 0,15 % dan bagian harga yang diperoleh produsencabai lebih besar pada saluran II dibandingkan saluran I dengan demikian untuk memperoleh hasil yang lebih efisien sebaiknya podusen cabai

rawityang ada di Desa Maku sebaiknya memasarkan hasil produksinya pada saluran kedua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Ada dua bentuk saluran pemasaran komoditi cabai rawit yang terdapat di Desa Maku Yaitu : Saluran I :
Petani → Pedagang pengumpul →Pedagang Pengecer →Konsumen, setelah Saluran II : Petani - Pedagang Pengecer - konsumen.
2. Margin pemasaran cabai yang diperoleh untuk saluran pertama Rp 10.000 dan margin pada saluran kedua yaitu Rp 5.000. Margin pada saluran kedua lebih kecil dibandingkan pada saluran pertama, karena saluran kedua tanpa melalui pedagang pengumpul, ehingga aliran pemasarannya lebih pendek dibandingkan saluran pertama.

3. Bagian harga yang diperoleh petani pada saluran I yaitu sebesar 83% dan bagian harga yang diperoleh petani pada saluran II sebesar 90%.
4. Nilai efisiensi pemasaran saluran pertama sebesar 0,15% dan untuk saluran kedua sebesar 0,11%. Sehingga saluran kedua lebih efisien dari saluran pertama. karena semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan, sehingga harga yang dibayarkan konsumen akan meningkat pula.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka disarankan agar pada kondisi yang sama, petani menyalurkan hasil produksinya dengan menggunakan saluran kedua (dari petani ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen), karena pada saluran ini lebih efisien dibandingkan saluran pertama (dari petani ke pedagang pengumpul selanjutnya ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen).

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, dan Arief S, (2009) *Budidaya Usaha Pengolahan Agribisnis Cabai CV*, Pustaka Grafika. Bandung.
- Agromeda, Kusmawati. (2017). *Analisis Pemasaran Cabai Merah (Capsicum Annum L) Varietas Hot Beauty (Suatu Kasus di Desa Cibereum Kecamatan Sukamantri Kabupaten Ciamis).Jurnal. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh Vol 2 (5) : 15 - 16.*
- Arikunto, dan Angraini, (2014) *Analisis Pemasaran Cabai Merah Keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi. Jurnal Agrotekbis Vol 4 (6):667-67 Pertanian Untad.*
- Asmayanti dan Evi Asrianti, (2012). *Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting di Desa Maku Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi. Skripsi Untad Palu.*
- Arikunto (2002), *Saluran Pemasaran Cabai Merah (Capsicum Annum L). (Suatu Kasus di Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis). Jurnal. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. Vol 4, Hal 408.*
- Ekasari (2007), *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah CV Pustaka Grafika.* Bandung
- Limbong dan Sitorus, (2012) *Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum Fruteschens), di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Vol 4 (5): 24-25.*
- Nasihin, (2011), *Saluran Pemasaran Cabai Merah (Capsicum Annum L). (Suatu Kasus di Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis). Jurnal. Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh. Vol 4 (7): 408 – 409.*
- Santika, (2002) *.Budidaya – Usaha-Pengolahan Agribisnis Cabai, CV Pustaka Grafika.* Bandung.
- Saefudin, dkk, (2011) *Analisis Efisiensi, Rantai Pasokan Cabai Merah Keriting. PT Raja Grafindo Persada Jakarta*
- Suprpto, (2008) *Analisis Keterpaduan Pasar Komoditas Cabai Merah, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.*
- Swastha, (2010) *Sistem Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum Fruteschens), di Desa Cigedug Kecamatan Cigedug Kabupaten Garut. Institut Pertanian Bogor.*
- Tim Bina Karya Tani, (2009). *Sistem Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum Fruteschens), di Desa Cibedug Kecamatan Cibedug Kabupaten Garut. Institut Pertanian Bogor.*