

Peran Saluran Distribusi dan Pendidikan Petani terhadap Pendapatan Usahatani Cabai Merah Keriting di Kabupaten Kediri

Nina Lisanty^{1*}, Wardatul Chamro¹, Dafani Suprianto¹, Mochammad Agung Try Setyo¹, Dinda Putri Nurwiyanti¹

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Kediri, Kota Kediri
Email : lisantynina@unik-kediri.ac.id

Info Artikel

Corresponding Author:

Nina Lisanty

lisantynina@unik-kediri.ac.id

Keywords:

Education, Income, Marketing Distribution, Nonparametric Statistical Test, Red Chili Farmers

Kata kunci:

Distribusi Pemasaran, Pendidikan, Pendapatan, Cabai Merah Keriting, Uji Statistika Nonparametrik

Abstract

This study aims to analyze differences in the income of curly red chili farmers based on the marketing channels they use and to examine the relationship between farmers' education level and their income. The research was conducted in Kediri Regency across three major chili-producing subdistricts: Kepung, Puncu, and Ngancar, involving 45 farmer respondents. The approach used was descriptive quantitative with survey and case study methods. Data analysis employed the Kruskal-Wallis test to examine income differences based on marketing channels and the Spearman correlation test to determine the relationship between education and income. The results show a significant income difference based on marketing channels (p-value 0.038), with farmers who sell directly to consumers earning higher incomes than those selling to markets or middlemen. However, no significant relationship was found between the level of education and farmers' income (p-value 0.946). These findings indicate that marketing strategy plays a crucial role in increasing farmers' income, while formal education has not shown a direct influence in this context.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pendapatan petani cabai merah keriting berdasarkan saluran pemasaran yang digunakan serta mengkaji hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatannya. Penelitian dilakukan di Kabupaten Kediri pada tiga kecamatan sentra produksi cabai merah, yaitu Kepung, Puncu, dan Ngancar, dengan melibatkan 45 responden petani. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan metode survei dan studi kasus. Analisis data menggunakan uji Kruskal-Wallis untuk melihat perbedaan pendapatan berdasarkan saluran distribusi, serta uji korelasi Spearman untuk mengetahui hubungan antara pendidikan dan pendapatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan berdasarkan saluran pemasaran (p-value 0,038), di mana petani yang menjual langsung kepada konsumen

Info Artikel



Abstract

memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan petani yang menjual ke pasar atau tengkulak. Namun, tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan pendapatan petani (p -value 0,946). Temuan ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran memiliki peran penting dalam peningkatan pendapatan petani, sedangkan pendidikan formal belum menunjukkan pengaruh langsung dalam konteks ini.

1. Pendahuluan

Kecamatan Kepung dan Ngancar merupakan daerah sentra produksi cabai merah keriting (*Capsicum annuum* L.) terbesar di Kabupaten Kediri. Data statistik terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2023 Kecamatan Kepung menghasilkan sekitar 828 ton cabai merah keriting, menjadikannya pemasok utama di kabupaten tersebut, disusul Kecamatan Ngancar sekitar 691 ton (Putro et al., 2024). Hal ini sejalan dengan reputasi Kediri sebagai salah satu lumbung cabai di Jawa Timur, di mana Kecamatan Kepung termasuk salah satu sentra tanam cabai unggulan (Chusna, 2024). Penelitian sebelumnya juga mengindikasikan bahwa wilayah Kecamatan Kepung memiliki kesesuaian lahan, iklim agroklimat, dan tingkat kesuburan tanah yang mendukung pengembangan klaster cabai merah yang kompetitif (Rianti & Maula, 2023). Namun, keterbatasan pasokan air irigasi pada musim kemarau menjadi faktor penghambat keberlanjutan produksi; selama musim kering petani di wilayah Kepung kerap terpaksa menghentikan budidaya atau membeli air untuk menyiram tanaman. Bahkan, upaya khusus seperti pembangunan embung (waduk mini) telah dilakukan di Desa Kebonrejo, Kepung, untuk memenuhi kebutuhan air saat kemarau (Masyhari, 2024). Kondisi ini menegaskan urgensi inovasi dan strategi yang dapat mempertahankan produktivitas dan pendapatan petani cabai di tengah tantangan iklim dan sumber daya alam.

Di samping faktor lingkungan, efisiensi saluran distribusi pemasaran memegang peranan penting dalam kelancaran arus barang dari produsen (petani) ke konsumen akhir. Pemilihan saluran pemasaran yang tepat menjadi krusial karena struktur rantai pemasaran berdampak langsung pada harga jual di tingkat konsumen dan proporsi harga yang diterima petani. Sofanudin & Budiman (2017) menjelaskan bahwa saluran distribusi yang terlalu panjang, dengan banyak mata rantai perantara, memang dapat memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan biaya pemasaran sehingga harga produk melonjak ketika sampai ke konsumen (Purba et al., 2020). Akibatnya, bagian keuntungan yang diterima petani mengecil seiring panjangnya rantai distribusi. Sebaliknya, saluran distribusi yang terlalu pendek (minim perantara) cenderung kurang efektif dalam penyebaran produk secara luas, namun biaya pemasaran yang lebih rendah membuat harga sampai konsumen lebih murah dan memberi

kesempatan petani memperoleh margin harga lebih besar (Hia et al., 2020). Prinsip utama pemasaran hasil pertanian memang menekankan memaksimalkan pendapatan petani melalui saluran yang efisien (Barus & Nurcahyani, 2025). Meskipun demikian, gap penelitian masih terlihat dalam literatur: studi-studi terdahulu lebih banyak menyoroti margin pemasaran dan efisiensi secara umum, tetapi belum banyak yang membandingkan secara langsung perbedaan pendapatan petani berdasarkan variasi saluran pemasaran yang mereka gunakan, khususnya pada komoditas cabai merah keriting di tingkat daerah produsen. Oleh karena itu, penelitian ini dipandang penting untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis apakah pilihan saluran pemasaran yang berbeda memang menghasilkan tingkat pendapatan yang berbeda signifikan bagi petani.

Selain aspek pemasaran, kapasitas sumber daya manusia petani, yang diwakili oleh tingkat pendidikan formal, juga diduga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha tani cabai. Pendidikan formal berperan meningkatkan pola pikir, penalaran, dan keterampilan manajerial petani. Semakin tinggi pendidikan petani, umumnya semakin mudah mereka mengakses informasi dan mengadopsi teknologi baru dalam budidaya (Saade, 2016). Munte (2025) menjelaskan bahwa petani berpendidikan tinggi cenderung lebih cepat dan rasional dalam menerima inovasi, sedangkan petani berpendidikan rendah cenderung lebih lambat beradaptasi sehingga membutuhkan pendampingan penyuluhan yang lebih intensif. Temuan serupa dikemukakan oleh Soekartawi et al. (2011) yang menyatakan adanya hubungan positif antara pendidikan dengan kecepatan adopsi inovasi: petani berpendidikan tinggi relatif cepat mengadopsi teknologi baru, sedangkan petani berpendidikan rendah lebih lambat merespons inovasi. Implikasinya, perbedaan tingkat pendidikan bisa berkontribusi pada variasi produktivitas dan pendapatan petani. Namun demikian, sejauh penelusuran penulis, belum banyak penelitian yang secara kuantitatif menguji hubungan langsung antara tingkat pendidikan petani dan pendapatan usahatani cabai merah. Kebanyakan literatur fokus pada dampak pendidikan terhadap adopsi teknologi atau kesejahteraan secara umum, bukan spesifik pada pendapatan tunai dari usahatani cabai. Inilah celah penelitian lain yang perlu dijawab. Dengan mengeksplorasi pengaruh pendidikan terhadap pendapatan, studi ini menawarkan novelty berupa pendekatan terintegrasi antara aspek pemasaran dan aspek kualitas petani (*human capital*) dalam analisis pendapatan usahatani.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi gap di atas, urgensi penelitian ini terletak pada perlunya informasi empiris untuk meningkatkan kesejahteraan petani cabai merah keriting. *Novelty* penelitian dapat dilihat dari upaya mengombinasikan analisis efektivitas saluran pemasaran dan faktor tingkat pendidikan petani secara simultan terhadap pendapatan petani, suatu pendekatan yang jarang dilakukan pada komoditas cabai di wilayah Kediri.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui ada tidaknya perbedaan pendapatan petani cabai merah keriting berdasarkan perbedaan saluran pemasaran yang dipilih, dan (2) menganalisis hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahatani cabai merah keriting di Kabupaten Kediri. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi petani dan pemangku kepentingan, antara lain sebagai bahan masukan bagi petani dalam memilih saluran pemasaran yang paling menguntungkan, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan/pengetahuan dalam mendongkrak kinerja usahatani. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada pengembangan ilmu sosial-ekonomi pertanian, tetapi juga membantu menyusun strategi pemberdayaan petani cabai yang lebih efektif di masa mendatang.

2. Landasan Teori

Pendapatan Usahatani

Pendapatan usahatani merupakan selisih antara total penerimaan yang diperoleh petani dari hasil penjualan produk pertanian dengan seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi. Pendapatan mencerminkan tingkat keberhasilan ekonomi suatu usahatani dan sering digunakan sebagai indikator utama kesejahteraan petani (Soekartawi, 2005). Dalam konteks usahatani hortikultura seperti cabai merah keriting, pendapatan sangat dipengaruhi oleh fluktuasi harga, biaya produksi, produktivitas lahan, serta efisiensi pemasaran. Menurut Soekartawi et al., (2011), pendapatan petani tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis budidaya, tetapi juga oleh faktor non-teknis seperti akses pasar, struktur rantai pemasaran, dan kemampuan petani dalam menentukan waktu serta saluran penjualan yang tepat. Oleh karena itu, analisis pendapatan usahatani perlu dikaitkan dengan sistem pemasaran yang digunakan oleh petani.

Saluran Distribusi Pemasaran Hasil Pertanian

Saluran distribusi pemasaran adalah jalur yang dilalui produk pertanian dari produsen hingga ke konsumen akhir melalui berbagai lembaga pemasaran, seperti tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pengecer. Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan saluran distribusi sebagai sekumpulan organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses penyediaan produk atau jasa agar dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Dalam pemasaran hasil pertanian, panjang-pendeknya saluran distribusi memiliki implikasi langsung terhadap pembentukan harga dan distribusi keuntungan antar pelaku pemasaran. Saluran pemasaran yang panjang cenderung meningkatkan biaya pemasaran dan memperkecil bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*), sedangkan saluran yang lebih pendek

memungkinkan petani memperoleh harga jual yang lebih tinggi (Bawono, 2023; Chatra *et al.*, 2024).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa petani yang mampu menjual langsung kepada konsumen atau melalui saluran pemasaran alternatif (pasar tani, koperasi, penjualan langsung) cenderung memperoleh pendapatan lebih tinggi dibandingkan petani yang bergantung pada tengkulak (Djazuli *et al.*, 2025; Kurniati & Wardani, 2025). Hal ini disebabkan oleh berkurangnya biaya transaksi dan margin perantara. Oleh karena itu, secara teoretis dapat diharapkan adanya perbedaan pendapatan petani berdasarkan saluran distribusi yang digunakan, sebagaimana diuji dalam penelitian ini.

Pendidikan Petani dalam Usahatani

Pendidikan petani merupakan salah satu indikator kualitas sumber daya manusia dalam sektor pertanian. Pendidikan formal diyakini berperan dalam membentuk pola pikir, kemampuan analisis, serta keterampilan manajerial petani dalam mengelola usahatani. Menurut Irianto (2017), pendidikan merupakan bentuk investasi modal manusia (*human capital*) yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi kerja.

Soekartawi *et al.* (2011) menyatakan bahwa petani dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung lebih cepat dalam mengadopsi inovasi teknologi, memahami informasi pasar, serta mengambil keputusan usaha secara rasional. Penelitian Sitorus (2024) juga menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap kemampuan petani dalam mengakses informasi, mengikuti penyuluhan, dan menerapkan teknologi pertanian.

Namun demikian, hubungan antara pendidikan formal dan pendapatan petani tidak selalu bersifat langsung. Beberapa studi empiris menunjukkan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap pendapatan secara tidak langsung melalui adopsi teknologi dan efisiensi produksi, sementara dalam kondisi tertentu – terutama pada usahatani skala kecil dengan keterbatasan modal dan lahan – pendidikan formal tidak selalu menjadi faktor dominan (Rahman, 2017). Oleh karena itu, diperlukan pengujian empiris untuk mengetahui apakah terdapat hubungan signifikan antara tingkat pendidikan petani dan pendapatan usahatani, khususnya pada komoditas cabai merah keriting.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis hubungan serta perbedaan variabel-variabel yang diteliti berdasarkan data numerik yang dikumpulkan secara sistematis. Fokus utama penelitian adalah menganalisis perbedaan pendapatan

petani cabai merah keriting berdasarkan saluran distribusi yang digunakan serta hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatannya.

Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui metode survei lapangan menggunakan kuesioner terstruktur. Pengumpulan data dilakukan selama bulan Juni 2025 di tiga kecamatan sentra produksi cabai merah keriting di Kabupaten Kediri, yaitu Kecamatan Kepung, Puncu, dan Ngancar. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 45 orang petani cabai merah keriting yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan mereka dalam kegiatan produksi dan pemasaran hasil pertanian. Variabel-variabel yang dikumpulkan melalui kuesioner meliputi: 1) Identitas responden: nama, usia, pengalaman bertani, tingkat pendidikan; 2) Karakteristik usahatani: luas lahan, status kepemilikan lahan, waktu panen; dan 3) Kinerja produksi dan pemasaran: volume produksi, harga jual, penghasilan, biaya produksi, serta saluran distribusi penjualan yang digunakan. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari berbagai sumber relevan seperti buku, jurnal ilmiah, publikasi resmi pemerintah (misalnya BPS), serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik saluran pemasaran, pendapatan petani, dan pengaruh pendidikan terhadap adopsi inovasi dan kinerja usahatani. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan dua teknik statistik non-parametrik yang diolah melalui perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 25.0.

Penelitian ini menguji dua hipotesis utama yang berkenaan dengan (1) perbedaan pendapatan petani berdasarkan saluran distribusi yang digunakan, dan (2) hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahatani cabai merah keriting. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05). Hipotesis pertama bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan pendapatan petani cabai merah keriting berdasarkan saluran distribusi pemasaran yang mereka gunakan.

H₀: Tidak terdapat perbedaan pendapatan petani cabai merah keriting yang signifikan berdasarkan saluran distribusi pemasaran.

H₁: Terdapat perbedaan pendapatan petani cabai merah keriting yang signifikan berdasarkan saluran distribusi pemasaran.

Hipotesis kedua bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahatani cabai merah keriting.

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahatani cabai merah keriting.

H₁: Terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahatani cabai merah keriting.

Kriteria pengambilan keputusan untuk kedua hipotesis di atas adalah:

Jika nilai *p-value* < 0,05, maka H₀ ditolak

Jika nilai *p-value* ≥ 0,05, maka H₀ gagal ditolak

Pemilihan uji non-parametrik disesuaikan dengan karakteristik data yang tidak terdistribusi normal secara signifikan. Uji *Kruskal-Wallis (Kruskal-Wallis H-Test)* digunakan untuk menganalisis perbedaan pendapatan petani berdasarkan saluran distribusi yang digunakan. Uji ini merupakan alternatif dari uji ANOVA satu arah untuk data yang tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji ini akan menunjukkan apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam pendapatan petani yang menggunakan saluran distribusi berbeda. Uji Korelasi *Spearman (Spearman's Rank Correlation Coefficient)* digunakan untuk menguji hubungan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan usahataniya. Uji ini cocok untuk menganalisis hubungan antara dua variabel ordinal atau data yang tidak berdistribusi normal. Hasil uji ini akan menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antara tingkat pendidikan dengan pendapatan petani, serta signifikansi hubungan secara statistik.

4. Hasil Dan Pembahasan

A. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah 45 orang petani cabai merah keriting yang tersebar di tiga kecamatan sentra produksi di Kabupaten Kediri, yakni Kepung, Puncu, dan Ngancar. Karakteristik dasar responden dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Rerata
1	Umur (tahun)	56,40
2	Luas lahan (ha)	0,29
3	Biaya produksi (Rp)	1.015.234,00
4	Produksi (kg)	273,20
5	Harga jual (Rp/kg)	17.567,00
6	Pendapatan (Rp)	4.785.200,00

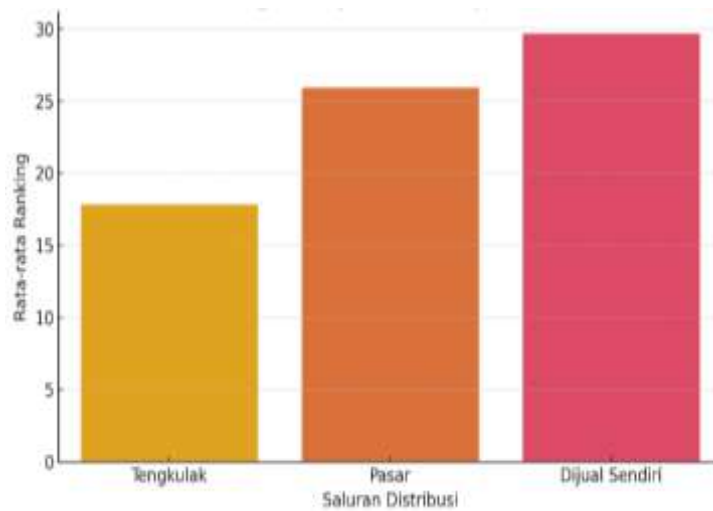
Sumber: data primer diolah, 2025

Sebagian besar petani memiliki usia lanjut (tidak lagi dalam usia produktif) dan mengelola lahan dalam skala kecil (<0,5 ha), yang umum ditemukan dalam struktur usahatani hortikultura di pedesaan Indonesia. Rata-rata harga jual tergolong kompetitif di pasar lokal, namun perbedaan saluran distribusi dan tingkat produktivitas menciptakan variasi pendapatan yang cukup mencolok antar responden.

B. Perbedaan Pendapatan Berdasarkan Saluran Pemasaran

Untuk menganalisis perbedaan pendapatan petani berdasarkan saluran distribusi yang digunakan (tengkulak, pasar, dan dijual sendiri), digunakan uji

Kruskal-Wallis. Grafik di bawah ini menunjukkan rata-rata ranking pendapatan tiap kelompok.



Gambar 1. Rerata Ranking Pendapatan Petani per Saluran Distribusi

Rata-rata ranking pendapatan menunjukkan bahwa petani yang menjual langsung kepada konsumen (dijual sendiri) memiliki ranking pendapatan tertinggi (29,70), disusul petani yang menjual melalui pasar (25,93), dan terendah adalah petani yang menjual ke tengkulak (17,86). Hasil pengujian *Kruskal-Wallis* menghasilkan nilai statistik *Chi-Square* sebesar 6,518 dengan $df = 2$ dan nilai signifikansi (p -value) sebesar 0,038 ($< 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak, yang berarti terdapat perbedaan pendapatan yang signifikan berdasarkan saluran distribusi yang digunakan.

Temuan ini sejalan dengan teori pemasaran pertanian yang menekankan bahwa semakin pendek rantai distribusi, semakin besar proporsi harga jual yang diterima petani (Kotler & Keller, 2012). Penelitian oleh Harahap & Handayani (2024) dan Nurianto (2023) juga memperkuat temuan ini, menunjukkan bahwa saluran langsung (tanpa perantara) memberikan margin tertinggi bagi petani. Hal ini menunjukkan bahwa struktur distribusi memainkan peran krusial dalam menentukan tingkat kesejahteraan petani.

Selain menunjukkan adanya perbedaan pendapatan berdasarkan saluran pemasaran, hasil penelitian juga mengindikasikan adanya perbedaan karakteristik produksi dan akses pasar antar kelompok petani. Berdasarkan data lapangan, petani yang menjual hasil panen secara langsung kepada konsumen cenderung memiliki volume produksi lebih tinggi dibandingkan petani yang menjual melalui tengkulak. Kondisi ini memungkinkan petani memiliki posisi tawar yang lebih baik dan akses pasar yang lebih luas, sehingga mampu menjual produk dengan harga relatif lebih tinggi.

Sebaliknya, petani yang menjual kepada tengkulak umumnya memiliki keterbatasan dalam akses pasar, modal distribusi, dan jaringan pemasaran, sehingga lebih bergantung pada perantara dalam penjualan hasil panen. Ketergantungan tersebut menyebabkan harga jual yang diterima petani relatif lebih rendah karena adanya margin pemasaran yang diambil oleh tengkulak.

Tabel 2. Rata-rata Produksi dan Harga Jual Per Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran	Rata-rata produksi (kg)	Rata-rata harga jual (Rp/kg)	Kecenderungan akses pasar
Tengkulak	lebih rendah	lebih rendah	terbatas
Pasar	sedang	sedang	cukup terbuka
Dijual sendiri	lebih tinggi	lebih tinggi	lebih luas/langsung

Sumber: Data primer

Petani yang menjual langsung juga cenderung memiliki fleksibilitas dalam menentukan waktu penjualan dan memilih konsumen akhir, sehingga memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan saluran pemasaran lainnya. Dengan demikian, perbedaan pendapatan yang ditemukan dalam penelitian ini tidak hanya dipengaruhi oleh saluran distribusi itu sendiri, tetapi juga berkaitan dengan kapasitas produksi dan kemampuan akses pasar yang dimiliki petani.

C. Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Pendapatan Petani

Analisis hubungan antara tingkat pendidikan petani dan pendapatan dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Spearman*. Hasil menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar -0,010 dengan nilai signifikansi (*p*-value) sebesar 0,946 ($> 0,05$). Dengan demikian, H_0 diterima, artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan petani dan pendapatan dari usahatani cabai merah keriting.

Secara teoritis, pendidikan berperan penting dalam meningkatkan produktivitas petani melalui peningkatan kemampuan manajerial dan adopsi teknologi (Silvia, 2024). Namun, hasil penelitian ini justru menunjukkan tidak adanya korelasi yang signifikan, yang bertentangan dengan temuan Julianto & Utari (2019) dan Moroki et al. (2018) pada petani, di mana pendidikan berpengaruh positif terhadap pendapatan. Kemungkinan penyebab perbedaan ini dapat disebabkan oleh homogenitas latar belakang pendidikan responden yang mayoritas hanya berpendidikan dasar atau tidak sekolah, sehingga rentang data terlalu sempit untuk menunjukkan korelasi. Selain itu, faktor produksi seperti luas lahan, modal, dan jaringan distribusi lebih dominan memengaruhi pendapatan dibanding pendidikan formal. Dengan kata lain, pendidikan tidak serta-merta berpengaruh signifikan terhadap pendapatan,

terutama bila tidak diikuti dengan akses terhadap sumber daya produksi dan informasi pasar.

D. Implikasi Temuan Penelitian

Temuan ini memberikan implikasi penting baik bagi praktisi maupun pembuat kebijakan:

1. Pemilihan Saluran Distribusi:

Upaya peningkatan kesejahteraan petani dapat difokuskan pada pemberdayaan petani untuk mengakses saluran distribusi yang lebih pendek, misalnya melalui koperasi petani, e-commerce pertanian, atau kegiatan pasar tani. Pendekatan ini terbukti efektif meningkatkan margin pendapatan petani.

2. Pendidikan Petani:

Meskipun tidak ditemukan korelasi langsung, pendidikan tetap penting, terutama dalam konteks literasi pasar dan keuangan. Pelatihan nonformal, pendampingan, dan penyuluhan berbasis praktik bisa menjadi alternatif efektif dalam meningkatkan kapasitas petani.

3. Penguatan Institusi Agribisnis:

Hasil penelitian mendukung urgensi penguatan kelembagaan petani dalam mengelola rantai pasok secara mandiri agar nilai tambah produk tidak terserap oleh perantara.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 45 responden petani cabai merah keriting di Kabupaten Kediri, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapatan petani yang signifikan berdasarkan saluran distribusi pemasaran. Hasil uji Kruskal-Wallis menunjukkan nilai signifikansi (p -value) sebesar 0,038 ($< 0,05$), sehingga hipotesis nol ditolak. Petani yang menjual langsung kepada konsumen memperoleh pendapatan tertinggi dibandingkan petani yang menjual ke pasar atau tengkulak. Rata-rata ranking pendapatan tertinggi terdapat pada saluran dijual sendiri (29,70), disusul oleh pasar (25,93), dan tengkulak (17,86). Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi yang lebih pendek dan langsung lebih menguntungkan secara ekonomi bagi petani. Perbedaan pendapatan antar saluran pemasaran juga berkaitan dengan variasi volume produksi dan kemampuan akses pasar petani. Selanjutnya, disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan petani dengan pendapatan. Uji korelasi Spearman menghasilkan koefisien korelasi sebesar -0,010 dengan nilai signifikansi 0,946 ($> 0,05$), sehingga hipotesis nol diterima. Ini mengindikasikan bahwa dalam konteks penelitian ini, tingkat pendidikan formal tidak memiliki pengaruh langsung terhadap besar kecilnya pendapatan petani cabai merah keriting. Variabel lain

seperti luas lahan, jaringan distribusi, atau modal usaha kemungkinan lebih berperan dalam menentukan pendapatan petani dibanding tingkat pendidikan.

Referensi

- Barus, U. R. B., & Nurcahyani, M. (2025). Analisis Saluran Pemasaran Salak Pondoh (*Salacca edulis Reinw*) Desa Rumah Lengo Kecamatan STM Hulu. *Jurnal Agriuma*, 7(1), 13–19. <https://doi.org/10.31289/agri.v7i1.13678>
- Bawono, S. (2023). *Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Guepedia.
- Chatra, M., Sari, F. P., Munizu, M., Rusliyadi, M., Nuryanneti, I., Judijanto, L., Rianty, E., Efitra, E., & Sari, I. K. (2024). *Agribisnis : Strategi, Inovasi dan Keberlanjutan*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Chusna, A. (2024). Pemkab Kediri sebut harga cabai stabil didukung stok melimpah. *Antaraneews.Com*.
- Djazuli, S. P. M. M. A., Rizkiyah, S. P. M. P., Laily, S. P. M. P., Roidah, S. P. M. M. A., Setiawan, S. P. M. P., Fitriana, S. P. M. P., & Rozci, S. A. M. A. (2025). *MANAJEMEN PEMASARAN PERTANIAN*. UMG Press.
- Harahap, M. R., & Handayani, L. (2024). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting (*Capsicum Annum L*) di Pasar Tradisional Kecamatan Simpang Kanan Kabupaten Aceh Singkil. *AGRISENTRUM*, 2(2), 45–56.
- Hia, A., Nurmalina, R., & Rifin, A. (2020). Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Merah Di Desa Cidatar Kecamatan Cisurupan Kabupaten Garut. *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum*, 10(1), 36–45.
- Irianto, P. D. H. A. (2017). *Pendidikan Sebagai Investasi dalam Pembangunan Suatu Bangsa*. Kencana.
- Julianto, D., & Utari, P. A. (2019). Analisa pengaruh tingkat pendidikan terhadap pendapatan individu di Sumatera Barat. *Ikraith-Ekonomika*, 2(2), 122–131.
- Kotler & Keller. (2012). The scope of markets. In *General Equilibrium Theory*. <https://doi.org/10.1017/cbo9781139174749.022>
- Kurniati, E., & Wardani, A. S. (2025). Dari Ladang ke Pasar: Mengurai Jejak Ekonomi Pertanian di Jember. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi*, 1(1), 64–73. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i1.56>
- Masyhari, N. (2024, November). Pertanian Kabupaten Kediri Penopang Lumbung Pangan Jatim dan Nasional. *Beritajatim.Com*.
- Moroki, S., Masinambow, V. A. J., & Kalangi, J. B. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan petani di Kecamatan Amurang Timur. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(5).
- Munte, S. T. U. A. (2025). Pengaruh Tingkat Pendidikan Petani terhadap Adopsi

Teknologi Pertanian. *Circle Archive*, 1(7).

Nurianto, M. I. (2023). Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah (*Capsicum Annum* L). *JURNAL AGRO NUSANTARA*, 3(1), 67-77.

Purba, Y. Z. W., Novitarini, E., & Fahrurrozi, M. (2020). Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting Di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang. *Agrinika*, 4(2), 167-185. <https://doi.org/10.51517/ags.v2i2.230>

Putro, W. R., Sidhi, E. Y., Sutiknjo, T. D., Pamujiati, A. D., & Rahardjo, D. (2024). Evaluasi Pendapatan dan Strategi Pemasaran dalam Usaha Pertanian Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) Desa Puncu Kabupaten Kediri. *JINTAN: Jurnal Ilmiah Pertanian Nasional*, 4(1), 12-23.

Rahman, Z. (2017). *Strategi Pemberdayaan Usahatani Skala Mikro dan Kecil Melalui Pemberdayaan Usahatani*. Indonesia Prime.

Rianti, T. S. M., & Maula, L. R. (2023). Analisis Risiko Harga dan Pendapatan Usahatani Cabai Rawit di Kabupaten Kediri. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 3(2), 149-158.

Saade, A. (2016). Tingkat Adopsi Petani Dalam Aplikasi Mikroorganisme Lokal Keong Mas Untuk Pertumbuhan Dan Produksi Rumput Benggala (*Panicum* sp.). *Agrisistem: Seri Sosek Dan Penyuluhan*, 12(1), 88-95.

Silviah, R. (2024). Peran Pendidikan dan Pelatihan dalam meningkatkan Keahlian Petani di Sektor Pertanian dan Perkebunan. *Jurnal Greenation Pertanian Dan Perkebunan*, 2(3), 44-49.

Sitorus, R. (2024). *Peran Penyuluh Pertanian Dalam Pendampingan Petani Milenial The Role of Agricultural Extension Agents in Advising Millennial Farmers*. 20(01), 84-95.

Soekartawi. (2005). *Agribisnis teori dan aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada.

Soekartawi, Soeharjo, A., Dillon, J. L., & Hardaker, J. B. (2011). *Farming Science and Research for The Development of Small-Scale Farmers*. UI Press.

Soekartawi, Soeharjo, A., John, L. D., & Hardaker, J. B. (2011). *Ilmu Usahatani dan Penelitian Untuk Pengembangan Petani Kecil*. UI Press.

Sofanudin, A., & Budiman, E. W. (2017). Analisis saluran pemasaran cabai rawit (*capsicum frutescens*. l)(studi kasus di Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar). *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 11(1), 46-58.