

**ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT
(*Capsicum frutescens* L.) KABUPATEN GOWA DI ERA PANDEMI COVID-19**

***EFFICIENCY ANALYSIS OF CAYENNE CHILI SUPPLY CHAIN AT GOWA
REGENCY DURING THE COVID-19 PANDEMIC***

Kamilia Nur Yaumul Ali*¹, Mahyuddin¹, Letty Fudjaja²

¹Program Pascasarjana Agribisnis Universitas Hasanuddin, Makassar

²Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Hasanuddin, Makassar

*Email: kamelali25@rocketmail.com

(Diterima 24-06-2022; Disetujui 21-07-2022)

ABSTRAK

Pandemi covid 19 yang menghantam hampir semua sektor pertanian juga menghantam komoditas hortikultura, salah-satunya ialah cabai rawit di Kabupaten Gowa dimana poses distribusi cabai rawit kerap kali terhambat dikarenakan adanya kebijakan pembatasan kegiatan sosial dari pemerintah. Hal ini mengindikasikan adanya masalah sistem agribisnis cabai rawit di Kabupaten Gowa meskipun belum teridentifikasi Oleh sebab itu, penting untuk menganalisis efisiensi rantai pasok cabai rawit tersebut pada masa pandemi covid 19 di Kabupaten Gowa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efisiensi pada setiap saluran rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid-19. Penelitian ini menggunakan analisis margin pemasaran dan analisis *farmer's share*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa selama masa pandemi covid-19 secara umum berjalan efisien dimana saluran yang paling efisien adalah saluran 1 dan saluran 2.

Kata kunci: Cabai Rawit, Rantai Pasok, Efisiensi, Margin Pemasaran, *Farmer's Share*

ABSTRACT

The COVID-19 pandemic that hit almost all agricultural sectors also hit horticultural commodities, one of which was cayenne pepper in Gowa Regency where the process of distributing chili peppers was often hampered due to the government's policy of restricting social activities. This indicates that there is a problem with the cayenne pepper agribusiness system in Gowa Regency, although it has not been identified. Therefore, it is important to analyze the efficiency of the cayenne pepper supply chain during the COVID-19 pandemic in Gowa Regency. This study aims to analyze the efficiency of each channel of the cayenne pepper supply chain in Gowa Regency in the era of the covid-19 pandemic. This study uses marketing margin analysis and farmer's share analysis. The results of this study indicate that the cayenne pepper supply chain in Gowa Regency during the COVID-19 pandemic generally runs efficiently where the most efficient channels are channel 1 and channel 2.

Keywords: Cayenne Pepper, Supply Chain, Efficiency, Marketing Margins, Farmer's Share

PENDAHULUAN

Cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak diproduksi di Indonesia. Cabai rawit banyak diminati

oleh masyarakat Indonesia pada umumnya, terlebih cabai banyak digunakan sebagai salah satu bahan utama dari kuliner-kuliner khas tiap daerah di Indonesia. Salah satu Kabupaten

di Provinsi Sulawesi Selatan yang cukup banyak membudidayakan cabai rawit ialah Kabupaten Gowa. Walaupun produksi cabai rawit didaerah tersebut terbilang cukup banyak, namun potensi kerugian masih sangat mungkin terjadi apabila tanpa ada proses pemasaran efisien dan efektif.

Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Dalam arus pemasaran cabai rawit dari produsen kekonsumen terdapat berbagai lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran adalah pihak yang melakukan pemasaran, menyalurkan jasa dan produk dari produsen ke konsumen (Rachman, 2016). Banyak sedikitnya lembaga pemasaran yang dilalui akan berpengaruh terhadap harga yang diterima oleh produsen maupun harga yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

Saluran pemasaran adalah rangkaian unit bisnis yang saling berkaitan dalam suatu proses untuk menghasilkan produk agar dapat dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu jalur penyaluran produk dari pemasok ke produsen hingga ke konsumen. Rantai pasok merupakan semua kegiatan yang terkait dengan arus dan transportasi barang hingga sampai

pengguna akhir, serta seluruh arus informasi terkait, atau jalan penciptaan nilai dari produsen dasar ke konsumen, termasuk semua transportasi dan layanan logistik yang terhubung di dalamnya (Andrews, 2015). Pemasaran yang efisien diperlukan dalam suatu rantai pasok sebab dapat memberikan kepuasan dan keuntungan yang merata atau adil pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat (Asmarantaka 2012).

Efisiensi pemasaran pada rantai pasok menjadi indikator penting dalam memasarkan produk pertanian dengan efisien. Bagian yang diterima petani akan menjadi lebih tinggi, usaha tanaman menjadi menguntungkan, terciptanya nilai tambah produk, serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran dan konsumen merasa puas. Sistem pemasaran yang efisien merupakan tujuan dari pelaku-pelaku rantai pasok yang terlibat, baik itu petani, lembaga pemasaran, konsumen, dan masyarakat umum (Yusuf et al, 2015).

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dari margin pemasaran dan farmer's share. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima oleh penjual dengan harga yang dibayar oleh pembeli. Analisis farmer's share merupakan cara agar dapat mengetahui besaran bagian

yang diterima oleh peternak dalam persentase (Jumiati et al, 2013). Pada analisis margin pemasaran dan farmer's share, dilakukan perbandingan antar saluran pemasaran. Saluran pemasaran yang memiliki nilai margin pemasaran paling kecil dan farmer's share paling besar merupakan saluran pemasaran yang paling efisien, dan saluran pemasaran yang memiliki margin pemasaran terbesar dan farmer's share adalah saluran pemasaran yang kurang efisien (Nuriati, 2018). Semakin banyak pihak yang dilalui oleh produk, maka margin pemasaran semakin tinggi. Margin pemasaran rantai pasok merupakan hasil penjumlahan margin antar lembaga-lembaga pemasaran pada saluran pemasaran tersebut. Share atau bagian yang akan diterima oleh produsen dapat dilihat dengan mengetahui hubungan pemasaran dan produksi. Bila produksi produk tidak efektif, maka bagian produsen dari margin tersebut akan semakin kecil.

Gambaran umum mengenai informasi mekanisme rantai pasok cabai rawit dapat mendukung perkembangan pemasaran komoditas cabai rawit bagi para pelaku rantai pasok yang terlibat khususnya di masa pandemi covid 19 seperti saat ini. Namun, terdapat kendala

yaitu kurangnya informasi terkait kondisi rantai pasok cabai rawit pada masa pandemi covid 19 di kabupaten Gowa. Berdasarkan hal tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis efisiensi dari tiap saluran rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa di era pandemi covid-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan September 2021 di Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan di Kecamatan Biringbulu. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja). Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Kabupaten Gowa merupakan salah satu daerah sentra produksi cabai di Provinsi Sulawesi Selatan dan Kecamatan Biringbulu memiliki produksi Cabai Rawit tertinggi diantara kecamatan lain di Gowa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penarikan sampel yaitu proportional random sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan pengisian kuesioner dan wawancara dengan petani cabai rawit. Penelitian ini menggunakan analisis efisiensi pemasaran dengan mengacu pada efisiensi operasional yang terdiri atas margin pemasaran dan farmer's share :

a. Analisis Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran digunakan untuk melihat tingkat efisiensi pemasaran cabai rawit pada masa pandemi di Kabupaten Gowa. Perhitungan margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui perbedaan harga per satuan di tingkat produsen atau konsumen yang terjadi pada rantai pemasaran. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar diantara lembaga pemasaran. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut biaya pemasaran atau biaya fungsional dan keuntungan (profit) lembaga pemasaran. Total margin (MT) adalah penjumlahan margin pemasaran di setiap lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat. Margin pemasaran dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut :

$$MT = (Pr - Pf) / Pr \times 100\%$$

Keterangan :

MT : Margin pemasaran total

Pr : Harga di tingkat retail
(tingkat konsumen akhir)

Pf : Harga di tingkat petani produsen

b. Analisis Farmer's share

Farmer's share berhubungan negatif dengan margin pemasaran, semakin tinggi margin pemasaran, maka

bagian yang akan diperoleh petani atau produsen semakin rendah. Farmer's share dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Fs = Pf / Pr \times 100\%$$

Keterangan:

Fs : Presentase yang diterima oleh petani

Pf : Harga di tingkat petani

Pr : Harga di tingkat konsumen

Analisis margin pemasaran dan farmer's share sebagai indikator pengukuran efisiensi pemasaran harus dibarengi dengan memperhitungkan fungsi-fungsi yang terjadi, biaya-biaya yang dikeluarkan dari tiap Lembaga rantai pasok yang terlibat.

c. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen dirumuskan sebagai berikut :

$$Bp = Bp1 + Bp2 + \dots + Bpn$$

Keterangan :

Bp : Biaya pemasaran cabai (Rp/kg)

Bp1, Bp2...Bpn : Biaya pemasaran tiap -
tiap lembaga pemasaran cabai (Rp/kg)

d. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran digunakan rumus :

$$Ep = (\text{Biaya Pemasaran}) / (\text{Nilai Produk yang Dipasarkan}) \times 100\%$$

Kriteria :

0-33% = Efisien

34%-67% = Kurang Efisien

68 % - 100 % = Tidak Efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pemasaran yang efisien merupakan pemasaran yang dapat memberikan *share* atau bagian yang merata untuk seluruh anggota rantai pasok atau lembaga pemasaran yang terlibat. Saluran rantai pasok yang efisien merupakan saluran yang memiliki margin paling rendah dan *farmer's share* yang paling tinggi (Asmarantaka 2012). Hasil penelitian (tabel 13) terlihat bahwa semua saluran rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa pada masa pandemi covid 19 tergolong efisien sesuai dengan kriteria efisiensi yang dimana 0-33% tergolong efisien.

Tabel 1. Analisis Efisiensi pemasaran rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran	Harga Jual	Efisiensi Pemasaran
1	1.000	12000	8,33
2	1200	12000	10,00
3	2037	18500	11,01
4	2667	22000	12,12
5	3.935	32000	12,30

Sumber: Data Diolah (2022)

Adapun analisis *margin* pemasaran dan *farmer's share* rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis *Margin* pemasaran dan *Farmer's Share* rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19

Saluran Pemasaran	Persentase Margin Pemasaran (%)	Farmer's Share (%)
I	41,7	58,3
II	41,7	58,3
III	62,2	37,8
IV	68,2	31,8
V	78,1	21,9

Sumber: Data Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa saluran pemasaran I dan II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran III, IV dan V. Hal ini dikarenakan saluran I dan II memiliki margin yang lebih rendah yaitu 41,7% dan farmer share yang lebih tinggi yaitu 58,3% dibandingkan dengan saluran pemasaran III, yang memiliki margin 62,2% dan farmer share 37,8, saluran pemasaran IV, yang memiliki margin 68,2% dan farmer share 31,8% serta saluran V, yang memiliki margin 78,1% dan farmer share 21,9%. Hal tersebut sesuai dengan Hanafie (2010) yang menyatakan bahwa tinggi rendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka semakin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Semakin tinggi margin pemasaran maka bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) menjadi semakin kecil.

Total margin pemasaran saluran I dan II lebih rendah disebabkan oleh cabai rawit setelah dari petani dijual ke pedagang pengumpul, dan pedagang pengumpul menjual langsung ke pasar gowa dan pasar terong Makassar. Lembaga pemasaran yang terkait tidak terlalu banyak sehingga menyebabkan rantai pasok menjadi pendek, selain itu jarak pengiriman tidak terlalu jauh dibanding saluran pemasaran lain sehingga biaya yang dikeluarkan juga tidak terlalu banyak dibanding dengan saluran pemasaran III, IV dan V. Oleh karena itu efisiensi pemasaran operasional dengan menggunakan analisis margin pemasaran pada saluran I dan II yang tujuan pemasarannya ke pasar gowa dan pasar terong (Makassar) lebih efisien dibandingkan saluran III, IV, dan V yang tujuan pemasarannya ke Palopo, Mamuju, dan pedagang pengumpul luar provinsi hal ini sesuai dengan Januwiati et al (2014) yang menyatakan bahwa semakin pendek mata rantai pemasaran dan semakin kecil margin pemasaran, maka kegiatan pemasaran semakin efisien.

Saluran III dan IV kurang efisien dibandingkan saluran I dan II dikarenakan saluran ini memiliki rantai pemasaran atau lembaga pemasaran yang

paling banyak daripada saluran yang lainnya hal ini sesuai dengan pendapat Januwiati et al (2014) yang menyatakan bahwa efisiensi pemasaran sangat dipengaruhi oleh panjang mata rantai pemasaran dan besarnya margin pemasaran. Semakin pendek mata rantai pemasaran dan semakin kecil margin pemasaran, maka kegiatan pemasaran semakin efisien.

Saluran pemasaran 5 dapat dikatakan saluran yang memiliki kinerja rantai pasok yang kurang efisien jika melihat dari margin pemasaran dan farmer sharenya yang dimana margin pemasaran paling tinggi yaitu 78,1 % dan farmer share yang paling rendah yaitu 21,9 %. Meskipun saluran ini memiliki nilai margin terbesar dan *farmer's share* terendah namun saluran pemasaran ini efisien bagi lembaga pemasaran yang terkait dengan melihat fungsi-fungsi yang dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah produk sehingga menghasilkan rasio keuntungan terhadap biaya tertinggi yaitu sebesar 11,44. Hal ini didukung oleh Ardillah dan Hasan (2020) yang menyatakan bahwa setiap saluran pemasaran mempunyai tingkat efisiensi yang berbeda dimana efisiensi pemasaran tidak selalu dicerminkan dari margin

pemasaran terendah dan *farmer's share* tertinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan yaitu rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa selama masa pandemi covid-19 secara umum berjalan efisien. Adapun saluran yang paling efisien adalah saluran 1 dan saluran 2.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam mendapatkan informasi biaya-biaya yang dikeluarkan setelah cabai rawit dikirim dan diterima oleh pedagang pengumpul diluar provinsi hingga sampai ke tangan konsumen akhir didaerah tersebut. Ketidaktersediaan informasi tersebut menyebabkan kesulitan terhadap peneliti untuk menentukan total keuntungan, total biaya pemasaran dan total marjinnnya dari lembaga pemasaran tersebut sehingga diharapkan peneliti selanjutnya bisa lebih mengembangkan penelitian ini sampai ke saluran paling akhir.

DAFTAR PUSTAKA

Andrews, O.I., P. James, & K. Nduro. 2015. Significance of Actors In The

Maize Supply Chain For Senior High School in Kumasi. *European Journal Of Logistics, Purchasing and Supply Chain Management*, 3(5) : 1-17.

Ardillah, Fajriyah & Hasan, Fuad. 2020. Saluran, Margin, Dan Efisiensi Pemasaran Bebek Pedaging Di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *AGRISCIENCE*, 1(1) : 12-25.

Asmarantaka, Ratna Winandi. 2012. Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing). Bogor : Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB. Bogor.

Elly Jumiati, Dwidjono Hadi Darwanto, Slamet Hartono dan Masyhuri. Analisis Saluran Pemasaran Dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam Di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur. 2013. *Agrifor : Jurnal Ilmu Pertanian dan Kehutanan*, 12(1) : 1-10.

Januwiaata, I.K., Dunia, I.K., Indrayani, Luh. 2014. Analisis Saluran Pemasaran Usahatani Jeruk Di Desa Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSA*, 4(1) : 1-12.

Nuriati, NK. 2018. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 10(2) : 512 - 522

Rachman, NM. 2016. Efisiensi Jaringan Distribusi Rantai Pasok Daging Sapi Di Kota Bogor. *Tesis. Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.*

Yusuf RP, Dharma PSD & Ambarwati. 2015. Manajemen Pemasaran Sayur Organik (Studi Kasus Pada P4S

ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT (*Capsicum frutescens* L.)
KABUPATEN GOWA DI ERA PANDEMI COVID-19
Kamilia Nur Yaumil Ali, Mahyuddin, Letty Fudjaja

Eka Setia Lestari di Desa Bangli,
Kecamatan Baturiti, Kabupaten
Tabanan). *Jurnal Agribisnis dan
Agrowisata*, 4(2) : 2301-6523.