

Manajemen Rantai Pasok pada Komoditi Cabai Merah (*Capsicum annum* L.) di Desa Galung Lombok, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar

Ahmad¹
Muhammad Arhim²
Achmad Nur Syawal Alwi^{3*}
Trinoviyani⁴
Hasniar⁵
Isdaryanti⁶
Farizah Dhaifina Amran⁷
¹²³⁴⁵⁶ Universitas Sulawesi Barat
⁷ Universitas Muslim Indonesia

ahmadism153@gmail.com¹
muhammadarhim@unsulbar.ac.id²
achmadnursyawalalwi@unsulbar.ac.id³
trinoviyani@unsulbar.ac.id⁴
Hasnieranwar@unsulbar.ac.id⁵
isdayanti@unculbar.ac.id⁶
farizah.dhaifina@umi.ac.id⁷

Abstrak

Pemasaran memainkan peran penting dalam memaksimalkan pendapatan, sehingga distribusi yang efisien menjadi kebutuhan bagi komoditas cabai merah di Desa Galung Lombok. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis aliran produk, informasi, dan uang dalam rantai pasok cabai merah; (2) menghitung margin pemasaran; serta (3) mengukur efisiensi pemasaran. Penelitian dilaksanakan pada Oktober hingga Desember 2022 menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian mengidentifikasi tiga saluran utama dalam rantai pasok: Saluran I (petani langsung ke konsumen), Saluran II (petani ke pengecer), dan Saluran III (pengumpul ke pengecer dan konsumen). Aliran informasi bergerak lancar dari produsen ke konsumen dan sebaliknya, sementara aliran uang dihitung berdasarkan biaya yang dikeluarkan pembeli hingga diterima oleh petani. Margin pemasaran pada Saluran I sebesar Rp 0/kg karena cabai dijual langsung dari produsen ke konsumen tanpa perantara, sehingga tidak ada biaya tambahan. Saluran II memiliki margin Rp 9.481/kg yang sepenuhnya diperoleh pengecer untuk menutupi biaya operasional seperti transportasi, penyimpanan, dan kerugian akibat kerusakan cabai. Pada Saluran III, margin total mencapai Rp 9.481/kg, terdiri dari Rp 4.481/kg untuk pedagang pengumpul dan Rp 5.000/kg untuk pengecer, mencerminkan tambahan biaya dan keuntungan akibat rantai distribusi yang lebih panjang. Tingkat efisiensi pemasaran pada Saluran I, II, dan III masing-masing adalah 4,3%, 6,3%, dan 7,2%.

Kata Kunci: *cabai merah, rantai pasok, margin pemasaran*

Pendahuluan

Masyarakat Provinsi Sulawesi Barat memiliki tradisi menanam cabai merah sebagai salah satu komoditas utama yang bernilai ekonomi tinggi. Pada tahun 2020, luas panen cabai merah di provinsi ini tercatat sebesar 583 hektar dengan total produksi 10.985 kuintal. Angka ini menunjukkan penurunan dibandingkan tahun 2019, yang mencapai 21.980 kuintal, menandakan adanya tantangan dalam produktivitas (BPS Sulawesi Barat, 2021).

Di Kabupaten Polewali Mandar, Kecamatan Tinambung menjadi salah satu wilayah utama penghasil cabai merah, dengan luas panen sekitar 10 hektar pada tahun 2020 dan produksi mencapai 163 kuintal. Selain Tinambung, kecamatan lain seperti Limboro, Tutar, Campalagian, dan Tapango juga memberikan kontribusi signifikan terhadap produksi cabai di daerah ini. Desa Galung Lombok, yang terletak di Kecamatan Tinambung, dikenal sebagai salah satu sentra budidaya cabai merah, memperkuat peran wilayah ini sebagai produsen penting di Provinsi Sulawesi Barat (BPP Kecamatan Tinambung, 2021).

Kabupaten Polewali Mandar merupakan penghasil cabai merah terbesar kedua setelah bawang merah. Desa Galung Lombok sendiri menempati urutan kedua dalam produksi cabai merah dan pertama dalam produksi bawang merah di Indonesia. Dengan luas tanam cabai merah seluas 5 hektar, desa ini menghasilkan 180 ton cabai setiap tahunnya (BPP Kabupaten Tinambung, 2021). Sementara itu, dengan luas tanam bawang merah seluas 20 hektar, desa ini menghasilkan 800 ton bawang merah per tahun.

Selain cabai merah dan bawang merah, terdapat beberapa jenis tanaman hortikultura yang ditanam di Desa Galung Lombok. Tomat, dengan luas tanam 5 hektar, menghasilkan 180 ton per tahun. Kacang panjang, dengan luas tanam 1 hektar, menghasilkan 13 ton per tahun. Sedangkan kacang tanah, yang ditanam di lahan seluas 1 hektar, menghasilkan 2 ton per tahun. Penggunaan lahan yang efisien ini menunjukkan bagaimana petani di desa ini memaksimalkan hasil panen mereka.

Manajemen rantai pasok cabai di Desa Galung Lombok, Kecamatan Tinambung, Polewali Mandar, menghadapi beberapa tantangan signifikan. Permasalahan utama mencakup fluktuasi harga yang tinggi, margin keuntungan yang tidak adil, dan risiko kerusakan produk akibat sifat cabai yang mudah membusuk. Jalur distribusi yang panjang, dari petani hingga konsumen akhir, sering kali memperbesar disparitas harga antara tingkat produsen dan konsumen, sehingga nilai tambah yang diterima petani menjadi tidak optimal (Tubagus, *et al.*, 2016).

Selain itu, faktor cuaca yang tidak menentu juga memengaruhi kuantitas dan kualitas produksi cabai, mengakibatkan ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan. Tantangan ini diperburuk oleh risiko serangan hama dan penyakit pada tingkat petani serta kerusakan produk selama proses distribusi (Intyas, *et al.*, 2022) (Sedana, 2011). Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan pendekatan terintegrasi dalam manajemen rantai pasok, seperti memperbaiki pola distribusi, meningkatkan efisiensi transportasi, dan memperkuat kelembagaan petani. Strategi jangka panjang yang dapat diterapkan meliputi diversifikasi pasar dengan produk olahan cabai, peningkatan kualitas budidaya melalui teknologi modern, serta stabilisasi harga melalui kemitraan dengan industri (Prawoto, 2012).

Pemasaran memiliki peran penting dalam memaksimalkan pendapatan, terutama pada komoditas cabai merah di Desa Galung Lombok. Namun, sistem distribusi yang tidak seimbang menyebabkan petani hanya menerima bagian kecil dari nilai ekonomis cabai merah. Hal ini disebabkan oleh lamanya waktu yang

dibutuhkan untuk menjual hasil panen, serta kurangnya efisiensi dalam rantai pemasaran yang melibatkan petani, pengepul, pedagang, dan pembeli sebagai pelaku utama.

Oleh karena itu, diperlukan perbaikan sistem pemasaran yang lebih adil dan efisien untuk memastikan petani dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar, sehingga usaha tani mereka dapat berkembang secara berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan kondisi manajemen rantai pasok cabai merah di Desa Galung Lombok, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, guna memberikan rekomendasi strategis dalam mengatasi permasalahan yang ada dan meningkatkan kesejahteraan petani secara keseluruhan.

Metode

Waktu dan Tempat

Penelitian ini berlangsung pada bulan Oktober hingga Desember 2022 tepatnya di desa galung lombok, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar. Desa tersebut dipilih karena merupakan salah satu sentra utama produksi cabai merah di Kecamatan Tinambung, menjadikannya lokasi yang strategis untuk menggali lebih dalam manajemen rantai pasok serta tantangan yang dihadapi oleh petani lokal. Dengan potensi signifikan dari segi luas lahan dan hasil produksi cabai merah, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang berharga untuk mendukung pengembangan sektor pertanian secara berkelanjutan di wilayah tersebut. Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi peningkatan efisiensi distribusi dan kesejahteraan petani.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari lima belas kelompok petani cabai merah; lima belas dari dua puluh lima anggota kelompok ini menanam cabai merah, dan lima dari petani dan pedagang ini juga berdagang cabai merah.

Populasi yang diteliti adalah sampel. Menurut Arikuntzo (2010), sampling digunakan dalam penelitian. Saat memutuskan apakah sampel layak untuk digunakan, rumus $M = 15\% \times N$ dapat digunakan. Jadi n adalah jumlah responden dan N adalah populasi. Sebanyak 180 kelompok tani cabai merah dan 5 pedagang cabai merah asal Galung Lombok dijadikan sampel penelitian ini. Sampel petani dalam penelitian ini dihitung sebagai berikut: 27 petani dan 5 pedagang sehingga total ukuran sampel adalah 32.

Analisis Data

Analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk memastikan jalur arus produk, informasi, moneter, dan pemasaran.

(1) Rumus berikut dapat digunakan untuk menentukan besarnya margin pemasaran setiap saluran:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

M = Margin Pemasaran (Rp)

Pr = Harga di tingkat pedagang (Rp)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp)

(2) Menerapkan nilai rumus berikut akan menunjukkan tingkat efisiensi pemasaran di setiap saluran (Yulita, 2021).

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan;

EP = Efisiensi pemasaran (%)

TBP = Total biaya (Rp/kg)

TNP = total nilai produk (Rp/Kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran pada rantai pasok adalah:

0 - 33 %	= Efisien
34 - 67 %	= Kurang Efisien
68 - 100 %	= Tidak Efisien

Hasil

Mekanisme Manajemen Rantai Pasok cabai merah

1. Saluran I : petani – konsumen

Sebanyak 6 petani cabai merah di Desa Galung Lombok merupakan bagian dari Saluran I dalam rantai pasok cabai merah. Mereka secara konsisten menjual cabai langsung kepada pelanggan, dengan tujuan memastikan bahwa produk mereka sampai dengan cepat dan tetap terjaga kualitasnya. Dengan melakukan penjualan langsung, petani dapat mengontrol kualitas cabai yang diterima konsumen, sekaligus mempercepat aliran distribusi dari ladang ke pasar. Seluruh pergerakan produk, data, dan uang berlangsung melalui saluran ini, yang memainkan peran penting dalam menghubungkan petani dengan pasar.

a. Aliran barang

Cabai merah yang dikirimkan sebagai bagian dari manajemen rantai pasok adalah cabai merah berkualitas tinggi yang dihasilkan dari praktik budidaya yang cermat. Proses ini memerlukan perhatian khusus mulai dari penanaman benih hingga pemanenan untuk memastikan hasil yang optimal (Polii et al., 2019). Setelah dipanen, cabai merah biasanya dikumpulkan dan disimpan dalam plastik atau karung di lingkungan terkendali dengan suhu antara 20–25°C dan kelembapan yang sesuai untuk mempertahankan kualitasnya. Penelitian oleh Rochayat dan Monika (2015) menunjukkan bahwa penyimpanan pada suhu rendah yang stabil lebih efektif dalam menjaga kualitas cabai dibandingkan dengan suhu ruangan tinggi, yang cenderung mempercepat penurunan nilai fisik dan kualitas.

Aliran barang dalam rantai pasok cabai merah, khususnya yang menjual langsung ke pasar, dimulai dengan petani yang menanam dan merawat cabai hingga siap dipanen. Setelah panen, cabai segera dikemas dan disiapkan untuk distribusi langsung ke pasar. Beberapa petani memilih untuk menjual cabai merah mereka langsung kepada pedagang eceran atau konsumen di pasar lokal, tanpa melalui perantara seperti pengepul. Dalam hal ini, petani bertindak sebagai pemasok langsung, mengurangi biaya tambahan yang biasanya dikenakan oleh perantara. Cabai yang telah dipanen, dikemas dalam wadah yang aman, kemudian dibawa menggunakan kendaraan pribadi atau transportasi lokal menuju pasar terdekat, seperti pasar Majene, untuk dijual langsung kepada konsumen. Sistem ini memungkinkan petani untuk mendapatkan harga yang lebih baik, meskipun mereka harus menghadapi tantangan dalam pengelolaan distribusi dan permintaan yang tidak selalu stabil. Pada akhirnya, mekanisme distribusi langsung ini memastikan

bahwa cabai merah tetap tersedia di pasar dengan harga yang kompetitif, meskipun ada fluktuasi tergantung pada musim dan hasil panen (Oroh, *et al.*, 2023).

Distribusi cabai merah ini dilakukan ke pasar besar di Majene dan Tinambung, menggunakan sepeda motor dan kendaraan roda empat. Meskipun jumlah cabai yang terjual setiap musim bervariasi—bergantung pada hasil panen—petani biasanya memiliki persediaan cukup untuk memenuhi permintaan konsumen. Cabai yang tidak terjual langsung ke masyarakat umum sering dijual kepada pemilik toko dengan harga lebih rendah, memungkinkan aliran cabai merah di saluran distribusi tetap stabil. Hal ini membantu memastikan ketersediaan produk di pasar sekaligus memberikan fleksibilitas bagi petani dalam menghadapi fluktuasi permintaan.

b. Aliran informasi

Untuk memastikan aliran produk dan uang yang stabil, aliran informasi melalui Saluran I dalam sistem manajemen rantai pasok cabai merah sangatlah penting. Petani yang menjual cabai merah langsung kepada pelanggan memantau jalur distribusi ini, di mana informasi mengenai pasokan dan permintaan sering kali terjadi. Di Desa Galung, Lombok, para petani dapat memperkirakan dengan tepat bahwa pasokan cabai merah akan mencukupi kebutuhan pasar menjelang hari raya besar.

Di Desa Galung Lombok, petani memiliki akses yang baik terhadap informasi pasar terkait harga cabai merah. Mereka juga memperoleh informasi mengenai kualitas cabai merah yang mereka panen, yang dapat dinilai berdasarkan keseragaman warna buah, permukaan yang halus, dan tidak adanya bekas serangan hama. Selain itu, kemasan yang digunakan juga berperan dalam mempengaruhi kualitas produk.

Selama transaksi pasar, transmisi informasi melalui saluran ini berlangsung secara langsung. Para pedagang dan petani saling bertukar informasi mengenai harga dan kualitas, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang terbuka dan transparan antara para peserta dalam rantai pasok meningkatkan efisiensi pasar dan memastikan bahwa aliran produk tetap lancar, sekaligus mengurangi potensi kerugian akibat kesalahan informasi (Aisha, 2022). Karena itu, saluran ini dapat dikatakan memiliki aliran informasi yang terintegrasi dengan baik, yang memperkuat keberlanjutan dan stabilitas pasar cabai merah di Desa Galung Lombok.

c. Aliran keuangan

Berbagai pihak yang terlibat dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran cabai merah melakukan transaksi keuangan sebagai bagian dari manajemen rantai pasok cabai merah. Biaya yang terkait dengan pembelian sarana produksi untuk mendukung budidaya tanaman cabai merah, seperti benih, pupuk, insektisida, dan sebagainya, menjadi bagian penting dalam perhitungan biaya produksi. Di Desa Galung, Lombok, petani melaporkan bahwa rata-rata biaya untuk menanam cabai merah adalah sekitar Rp. 3.202.634/ siklus tanam.

Pembayaran dilakukan secara langsung dan tunai oleh pelanggan di tempat pembelian, yang merupakan bagian dari sistem distribusi yang memudahkan transaksi antara petani dan konsumen. Proses pembayaran ini mendukung aliran uang yang cepat dan efisien, serta memberikan jaminan bahwa transaksi dapat diselesaikan tanpa adanya penundaan. Dengan sistem ini, petani dapat segera mendapatkan pembayaran atas produk yang dijual, yang penting untuk mempertahankan kestabilan keuangan mereka. Selain itu, transaksi tunai juga memperkuat hubungan langsung antara petani dan konsumen, memperkecil peran

perantara, dan memberikan lebih banyak kontrol kepada petani atas harga jual produk mereka (Rozaini & Silaban, 2023). Sistem ini memberikan fleksibilitas bagi petani dalam menghadapi fluktuasi pasar dan mengurangi risiko yang dapat timbul dari sistem pembayaran kredit yang lebih rumit.

2. Saluran II : petani – pedagang pengecer – konsumen

Penjualan langsung dari petani ke pedagang, yang kemudian disalurkan kepada konsumen akhir, merupakan Saluran II dalam rantai pasok cabai merah di Desa Galung, Lombok. Jalur ini dipilih oleh enam belas petani karena memudahkan mereka dalam memasarkan produk tanpa memerlukan kendaraan pribadi. Selain itu, penggunaan teknologi juga memberikan keuntungan bagi petani, karena mereka dapat menjual cabai merah tanpa harus pergi langsung ke pasar. Dalam Saluran II manajemen rantai pasok, terdapat tiga jenis aliran utama: Aliran produk, Aliran informasi, dan Aliran uang.

a. Aliran barang

Siklus produksi cabai merah dimulai dengan penanaman benih hingga panen. Setelah dipanen, petani mengumpulkan cabai dalam plastik atau karung untuk segera dikirim ke pedagang pengecer. Untuk menjaga kualitas, pengecer menyimpan cabai pada suhu dan kelembapan yang ideal, yaitu antara 20–25°C, sebelum dijual. Barang dagangan kemudian dikirim ke pasar besar di Majene dan Tinambung menggunakan truk roda empat, dengan volume musiman sekitar 14.400 kg cabai yang dijual langsung ke pedagang pengecer kemudian menyalurkan kembali kepada konsumen akhir.

Arus distribusi cabai merah dalam Saluran II ini berjalan lancar, dimulai dari petani hingga pedagang pengecer dan akhirnya sampai ke konsumen. Keberhasilan ini terletak pada komitmen pedagang untuk selalu menyediakan cabai merah yang dibutuhkan oleh pelanggan, menjaga kelancaran pasokan, dan memenuhi permintaan pasar. Pedagang secara konsisten memastikan ketersediaan cabai merah dengan memantau kebutuhan pelanggan dan menyesuaikan volume distribusi sesuai dengan fluktuasi permintaan, terutama pada musim-musim tertentu atau menjelang hari raya. Hal ini memastikan bahwa pasokan tetap stabil, harga tetap kompetitif, dan kualitas produk terjaga, sehingga hubungan antara pedagang dan konsumen pun menjadi lebih solid dan saling menguntungkan. Dengan model distribusi ini, diharapkan dapat meningkatkan efisiensi rantai pasok cabai merah di Desa Galung, Lombok, yang mendukung keberlanjutan usaha pertanian lokal.

Petani cabai merah di Desa Galung Lombok sering meminta bantuan pedagang pengecer untuk menyalurkan hasil produksi mereka ke konsumen. Salah satu alasan utama adalah keterbatasan akses langsung ke pasar yang lebih luas. Banyak petani yang tidak memiliki kendaraan atau modal untuk mengangkut cabai ke pasar besar, sehingga mereka bergantung pada pengecer yang memiliki saluran distribusi yang lebih efisien dan jaringan yang luas. Pengecer juga lebih paham tentang harga pasar dan permintaan konsumen, yang membantu petani untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan meminimalkan risiko kerugian akibat fluktuasi harga yang cepat. Selain itu, dengan melibatkan pengecer, petani dapat fokus pada peningkatan hasil produksi dan kualitas cabai, sementara pengecer menangani aspek pemasaran dan distribusi. Kolaborasi ini memudahkan petani untuk memperoleh keuntungan lebih tinggi tanpa terbebani oleh proses pemasaran yang rumit dan memakan waktu (Puspitasari, *et al.*, 2021).

b. Aliran informasi

Pengecer di Desa Galung, Lombok, berkomunikasi dengan petani cabai merah melalui jalur distribusi yang mencakup informasi permintaan pasar. Komunikasi yang efektif antara petani dan pengecer sangat penting agar petani dapat memastikan pasokan cabai merah yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumen, terutama menjelang hari raya besar. Petani di Desa Galung dapat memperkirakan dengan pasti bahwa pasokan cabai merah akan mencukupi kebutuhan pasar berdasarkan informasi yang diterima dari pengecer. Selain itu, petani mendapatkan informasi harga pasar dari pedagang yang menetapkan harga jual berdasarkan biaya distribusi yang terjadi di pasar.

Untuk memastikan kualitas cabai merah yang aman dikonsumsi, penting untuk adanya informasi yang jelas mengenai kriteria mutu. Cabai merah yang ditanam di Desa Galung harus memenuhi standar kualitas tertentu, seperti warna buah yang cerah dan seragam, permukaan halus, dan bebas dari tanda-tanda serangan hama. Kemasan yang tepat juga mempengaruhi kualitas cabai, karena dapat membantu mempertahankan kesegarannya selama proses distribusi. Pengecer yang menjual cabai merah bertanggung jawab untuk menjaga kesegaran produk tersebut hingga sampai ke tangan konsumen dengan menggunakan metode pengemasan dan penyimpanan yang sesuai.

Proses transaksi cabai merah sering kali melibatkan komunikasi langsung antara pembeli dan penjual, baik melalui telepon maupun tatap muka di pasar. Oleh karena itu, penyampaian informasi berjalan secara efektif antara petani, pengecer, dan konsumen (Multazam, 2022). Dengan adanya komunikasi yang bebas dan terbuka antara peserta dalam rantai pasok, dapat dikatakan bahwa arus informasi dalam Saluran II rantai pasok cabai merah terintegrasi dengan baik dan efisien. Saluran komunikasi yang efisien ini mendukung kelancaran distribusi dan keberlanjutan pasokan cabai merah di pasar.

c. Aliran keuangan

Seluruh pengeluaran, seperti pembelian benih, pupuk, insektisida, dan bahan lainnya yang diperlukan untuk menanam cabai merah, termasuk dalam arus keuangan petani. Di Desa Galung Lombok, harga rata-rata cabai merah yang ditanam oleh petani sekitar Rp 3.181.116 per tanaman. Pedagang yang membeli cabai merah lewat jalur distribusi ini membayar sekitar Rp 10.519 per kilogram. Selain itu, terdapat biaya pemasaran sebesar Rp 1.265 per kilogram, yang terdiri dari biaya pengemasan sebesar Rp 240, ongkos kirim sebesar Rp 400, dan biaya sewa ruang sebesar Rp 625 per kilogram. Setelah melalui proses distribusi, cabai merah tersebut dijual kembali oleh pedagang kepada pelanggan dengan harga Rp 20.000 per kilogram. Pembayaran dilakukan secara tunai, baik segera setelah pembelian atau setelah transaksi selesai di pasar. Modal yang digunakan oleh pedagang adalah untuk menutupi pengeluaran ini, yang meliputi biaya produksi dan distribusi, serta memastikan kelancaran operasional dalam proses penjualan dan distribusi cabai merah ke konsumen.

Aliran keuangan dalam rantai pasok cabai merah ini mencakup semua elemen penting dari distribusi yang mempengaruhi harga jual dan kestabilan pasokan. Beberapa penelitian terkait sistem distribusi dan pemasaran komoditas pertanian, termasuk cabai, menunjukkan bahwa transparansi dalam biaya dan informasi pasar sangat penting untuk kelancaran transaksi antara petani dan pedagang (Polii et al., 2019). Rochayat & Monika (2015) mengungkapkan bahwa dalam konteks cabai

merah, pengelolaan informasi yang efektif antara petani, pengecer, dan pedagang sangat penting untuk meminimalkan risiko kerugian dan memastikan pasokan yang stabil untuk memenuhi permintaan pasar.

3. Saluran III : petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer - konsumen

Bagian ketiga dari program pengelolaan rantai pasok di Kabupaten Lombok, yang berfokus pada cabai merah di Desa Galung, melibatkan lima petani di Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar. Jalur ini penting karena kebutuhan pedagang pengumpul selalu disesuaikan dengan permintaan pedagang eceran, yang menciptakan hubungan langsung antara petani dan pedagang. Dalam proses ini, aliran produk, data, dan modal berjalan lancar, memastikan kelancaran distribusi cabai merah dari petani ke pasar. Rantai pasok ini menekankan pentingnya koordinasi yang baik antara petani, pedagang pengumpul, dan pengecer untuk memenuhi permintaan pasar dengan efektif, sambil menjaga kestabilan harga dan kualitas produk yang sampai ke konsumen.

a. Aliran Barang

Aliran barang dalam manajemen rantai pasok cabai merah melibatkan beberapa pihak yang saling berinteraksi untuk memastikan distribusi yang efisien dari petani hingga konsumen. Proses dimulai dengan petani yang menanam cabai merah, yang kemudian mengumpulkan hasil panen untuk dijual. Cabai merah yang dipanen oleh petani biasanya langsung dijual kepada pedagang pengumpul, yang bertindak sebagai perantara antara petani dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul membeli cabai merah dalam jumlah besar, kemudian menyalurkannya ke pedagang pengecer yang ada di pasar-pasar lokal. Pengecer selanjutnya menjual cabai merah kepada konsumen akhir dengan harga yang telah disesuaikan berdasarkan permintaan pasar.

Selama proses distribusi, setiap pihak dalam rantai pasok memiliki peran penting dalam memastikan kualitas produk dan kelancaran aliran barang. Petani mengandalkan pedagang pengumpul untuk mendistribusikan hasil pertanian mereka ke pasar, sementara pedagang pengecer bertanggung jawab untuk menjaga kualitas produk dan memenuhi permintaan pasar secara stabil (Arhim, *et al.*, 2019). Setelah menerima cabai merah dari pedagang pengumpul, pengecer segera mengirimkannya ke pasar induk di Majene dan Tinambung. Rata-rata, pedagang pengumpul memasok sekitar 7.200 kg cabai merah ke pengecer menggunakan kendaraan roda empat ataupun sepeda motor. Keberhasilan aliran pasok ini bergantung pada kemampuan pedagang pengumpul untuk memenuhi permintaan pengecer dan pada konsistensi pengecer dalam menyediakan cabai merah kepada konsumen. Dengan demikian, aliran komoditas cabai merah dari petani ke pengecer hingga konsumen dapat berjalan lancar dan stabil

b. Aliran informasi

Produsen cabai merah di Desa Galung, Lombok, menerima informasi permintaan melalui jalur yang disampaikan oleh pedagang pengumpul, yang kemudian meneruskannya ke pedagang pengecer. Dengan cara ini, petani dapat memenuhi permintaan pasar sesuai dengan kebutuhan yang diterima dari pedagang.

Metode ini juga memungkinkan petani untuk memperoleh informasi mengenai harga pasar cabai merah. Pedagang pengumpul mendapatkan informasi harga dari pedagang eceran, sehingga mereka dapat mengetahui harga yang berlaku di pasar. Oleh karena itu, harga jual cabai merah ditentukan berdasarkan informasi harga

yang diterima, dan hal ini penting untuk memastikan semua pihak dalam rantai pasok memiliki pemahaman yang sama mengenai harga yang berlaku.

Untuk menjamin keamanan konsumsi cabai merah, informasi yang akurat mengenai kualitas produk sangatlah penting. Cabai merah yang ditanam di Desa Galung harus memenuhi kriteria kualitas tertentu, seperti keseragaman warna, permukaan buah yang halus, serta bebas dari serangan hama. Selain itu, kemasan juga memainkan peran penting dalam menjaga kualitasnya. Cabai merah akan lebih awet jika disimpan dalam wadah kedap udara dan diletakkan di tempat yang sejuk. Oleh karena itu, kolaborasi antara para pemangku kepentingan dalam rantai pasok sangat dibutuhkan untuk menyebarkan pengetahuan mengenai teknik pengemasan dan penyimpanan yang benar, agar kualitas cabai merah tetap terjaga sampai ke konsumen.

Dalam transaksi penjualan cabai merah, informasi mengalir langsung dari petani, pengepul, dan pedagang melalui saluran yang terintegrasi. Sementara itu, transaksi antara pengecer dan konsumen dilakukan secara tatap muka atau melalui media komunikasi seperti telepon. Karena para peserta dalam rantai pasok dapat saling berbagi informasi dengan transparansi, aliran data dalam saluran ini dapat dianggap sangat efektif dan terintegrasi.

b. Aliran keuangan

Dalam manajemen rantai pasok cabai merah, aliran uang memainkan peran penting dalam memastikan kelancaran distribusi dan pemasaran produk. Mulai dari penanaman benih hingga pengiriman ke pelanggan, terdapat aliran keuangan yang berputar di antara petani, pedagang pengumpul, pengecer, dan konsumen. Rata-rata, produsen cabai merah di Desa Galung, Lombok mengeluarkan dana sebesar Rp 4.710.566 setiap kali melakukan penanaman cabai. Pengeluaran ini mencakup biaya untuk benih, pupuk, insektisida, dan biaya operasional lainnya yang terkait dengan proses budidaya cabai. Di jalur distribusi ini, pedagang pengumpul membayar petani rata-rata Rp 10.519/kg untuk cabai merah, dengan tambahan biaya pemasaran sebesar Rp 500/kg hingga sampai ke pengecer. Biaya ini mencakup Rp 200/kg untuk pengangkutan, Rp 100/kg untuk bongkar muat, dan Rp 200/kg untuk pengemasan. Sementara itu, cabai merah yang dijual oleh pengecer memiliki harga rata-rata Rp 15.000/kg, dengan biaya pemasaran sebesar Rp 940/kg, yang meliputi biaya pengiriman sebesar Rp 75/kg, pengemasan Rp 240/kg, dan sewa tempat Rp 625/kg. Akhirnya, pedagang menjual cabai merah tersebut langsung ke pelanggan dengan harga Rp 20.000/kg.

Setelah panen, petani menjual cabai merah mereka kepada pedagang pengumpul dengan harga yang ditentukan berdasarkan kesepakatan pasar. Pedagang pengumpul kemudian meneruskan cabai merah ke pedagang pengecer, yang akhirnya menjualnya kepada konsumen dengan harga yang telah disesuaikan. Sepanjang proses ini, aliran uang bergerak dari konsumen ke pengecer, kemudian dari pengecer ke pedagang pengumpul, dan akhirnya kembali ke petani.

Biaya distribusi, seperti ongkos kirim, pengemasan, dan biaya sewa ruang pasar, juga menjadi bagian dari aliran uang yang terjadi dalam rantai pasok ini. Pembayaran dilakukan secara langsung dan tunai oleh konsumen di titik penjualan, yang membantu memperlancar proses transaksi keuangan di seluruh rantai pasok. Aliran uang yang efisien ini sangat bergantung pada transparansi harga dan koordinasi yang baik antara petani, pedagang pengumpul, pengecer, dan konsumen. Dengan transparansi harga, setiap pihak dapat mengantisipasi biaya yang timbul

selama proses distribusi, yang pada gilirannya meningkatkan kelancaran aliran barang dan keuangan di seluruh rantai pasok (Arhim, et al., 2019,).

Margin Pemasaran

Margin pemasaran cabai mencerminkan selisih antara harga yang diterima petani (harga di tingkat produsen) dengan harga yang dibayarkan konsumen (harga di tingkat pasar akhir). Margin ini mencakup seluruh biaya pemasaran (seperti transportasi, penyimpanan, dan pengemasan) dan keuntungan yang diperoleh para pelaku di sepanjang rantai pasok (Aini, L. N., et al, 2020).

Margin pemasaran cabai cenderung tinggi dibandingkan komoditas pertanian lain karena cabai merupakan produk hortikultura yang memiliki karakteristik mudah rusak, musiman, dan fluktuatif dalam jumlah pasokan. Hal ini menyebabkan adanya biaya tambahan dalam proses distribusi, seperti pengemasan, penyimpanan berpendingin (cold storage), dan kerugian akibat cabai yang tidak layak jual. Selain itu, ketergantungan pada panjangnya rantai pasok – yang melibatkan banyak pelaku seperti pengumpul, pedagang besar, distributor, dan pengecer – juga memperbesar margin pemasaran.

Tabel. 1 Margin pemasaran cabai pada setiap saluran di desa Galung Lombok.

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin Pemasaran (Rp/Kg)
Saluran I			
Petani konsumen	18.000	18.000	0
Saluran II			
Petani	0	10.519	0
Pedagang pengecer	10.519	20.000	9.481
Konsumen	20.000		
Saluran III			
Petani	0	10.519	0
Pengumpul	10.519	15.000	4.481
Pengecer	15.000	20.000	5.000
konsumen	20.000	0	0

Sumber: data primer setelah diolah

Margin pemasaran pada Saluran I adalah sebesar Rp 0/kg, seperti terlihat pada tabel di atas. Hal ini terjadi karena cabai dijual langsung dari produsen kepada konsumen tanpa melalui perantara, sehingga tidak ada biaya tambahan yang meningkatkan harga di sepanjang rantai distribusi.

Sementara itu, Saluran II memiliki margin pemasaran sebesar Rp 9.481/kg, yang sepenuhnya diperoleh oleh pengecer. Margin ini mencerminkan tambahan biaya operasional pengecer, seperti transportasi, penyimpanan, dan kerugian akibat cabai yang rusak, serta keuntungan yang diambil oleh pengecer.

Pada Saluran III, margin pemasaran lebih kompleks karena melibatkan lebih banyak pelaku. Pada saluran ini, margin pemasaran terdiri dari Rp 4.481/kg yang diperoleh oleh pedagang pengumpul sebagai imbalan atas jasa pengumpulan, transportasi awal, dan penyimpanan, serta Rp 5.000/kg untuk pengecer, yang mencakup biaya operasional dan keuntungan. Secara total, margin pemasaran pada Saluran III lebih tinggi dibandingkan Saluran II karena adanya tambahan rantai distribusi, meskipun margin setiap pelaku tetap tersegmentasi.

Perbedaan margin ini menunjukkan bahwa semakin pendek rantai pasok, semakin kecil margin pemasaran yang terjadi. Dengan mengurangi perantara dalam saluran distribusi, petani dapat menerima harga yang lebih baik, sementara konsumen membayar harga yang lebih rendah. Hal ini menjadi alasan mengapa strategi seperti pasar tani, e-commerce, atau kemitraan langsung antara petani dan konsumen semakin diminati untuk efisiensi distribusi dan peningkatan kesejahteraan petani (Arsyad, M., *et al*, 2020).

Menurut Sudana (2019), kesenjangan harga antara produsen dan konsumen menjadi salah satu indikator utama dalam menilai efisiensi pemasaran. Kesenjangan harga yang terlalu besar dapat menunjukkan adanya ketidakefisienan dalam rantai pasok, seperti terlalu banyak perantara, biaya logistik yang tinggi, atau kurang optimalnya pengelolaan distribusi. Sebaliknya, kesenjangan harga yang kecil menunjukkan bahwa barang lebih cepat dan murah sampai ke tangan konsumen tanpa mengorbankan pendapatan produsen.

Selain itu, efisiensi pemasaran juga terkait dengan kewajaran pendapatan produsen terhadap barang yang diproduksi. Produsen harus menerima bagian yang layak dari nilai akhir produk yang mereka hasilkan. Jika pendapatan produsen terlalu kecil dibandingkan dengan harga akhir di tingkat konsumen, maka rantai pemasaran dianggap tidak adil atau tidak efisien. Oleh karena itu, upaya untuk memperpendek rantai pasok atau memperbaiki mekanisme distribusi, seperti melalui digitalisasi pemasaran dan pembentukan kemitraan langsung antara produsen dan pembeli, menjadi solusi yang relevan untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan kesejahteraan produsen (Saptana, R., *et al*, 2015).

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran cabai mencakup kemampuan sistem pemasaran untuk mengoptimalkan aliran cabai dari produsen ke konsumen dengan biaya minimum, waktu distribusi yang cepat, dan kerugian produk yang rendah. Dalam pemasaran cabai, efisiensi sangat penting karena cabai merupakan komoditas yang mudah rusak, sehingga membutuhkan penanganan khusus, seperti pengemasan yang tepat, pengangkutan cepat, dan penyimpanan yang memadai.

Sistem pemasaran yang efisien ditandai dengan margin pemasaran yang wajar, sehingga petani mendapatkan pendapatan yang layak dari harga akhir produk. Upaya peningkatan efisiensi pemasaran cabai seringkali dilakukan melalui pengurangan panjang rantai pasok, digitalisasi pemasaran, dan pengembangan pasar langsung (Saptana, R., *et al*. 2015).

Tabel 2. Efisiensi pemasaran cabai pada setiap saluran di desa Galung lombok

No.	Saluran Pemasaran	Total nilai produk (Rp/Kg)	Total biaya (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)
1	Saluran I	18.000	780	4,3
2	Saluran II	20.000	1.265	6,3
3	Saluran III	20.000	1.440	7,2

Sumber: data primer setelah diolah

Berdasarkan data pada tabel efisiensi pemasaran manajemen rantai pasok cabai merah di Desa Galung Lombok, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar, tingkat efisiensi pemasaran tercatat sebesar 4,3% pada Saluran I, 6,3% pada Saluran II, dan 7,2% pada Saluran III. Hasil ini mengindikasikan bahwa saluran

pemasaran cenderung lebih efisien apabila rasio antara harga jual dan biaya pemasaran lebih rendah.

Saluran I dinilai sebagai jalur pemasaran yang paling efisien karena merupakan rantai pasok terpendek yang langsung menghubungkan petani dengan konsumen. Minimnya keterlibatan perantara dalam Saluran I berkontribusi pada rendahnya biaya pemasaran dibandingkan dengan saluran lainnya. Sebaliknya, pada Saluran II dan III, efisiensi pemasaran menurun karena keterlibatan lebih banyak pelaku distribusi, seperti pengumpul, pedagang besar, dan pengecer. Penambahan ini meningkatkan biaya operasional dan menyebabkan harga jual menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan biaya pemasaran. Rasio efisiensi pemasaran yang lebih besar pada saluran-saluran ini menandakan adanya peningkatan margin pemasaran, yang sering kali merugikan produsen karena harga di tingkat petani tetap rendah.

Efisiensi pemasaran ini juga mempertegas pentingnya optimalisasi rantai pasok dengan meminimalkan jumlah perantara dan biaya operasional untuk memastikan bahwa harga produk tetap kompetitif di tingkat konsumen sekaligus meningkatkan pendapatan bagi petani.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saptana, *R., et al* (2015) menyatakan bahwa setiap aktivitas dalam rantai pasok harus dapat menciptakan nilai bagi konsumen dengan biaya yang efisien. Dalam konteks pemasaran cabai, efisiensi dapat dicapai jika setiap tahapan distribusi (dari petani hingga konsumen akhir) meminimalkan biaya, seperti transportasi, pengemasan, dan penyimpanan, serta mengurangi kerugian produk. Penelitian ini juga menekankan bahwa dalam saluran yang lebih panjang, biaya distribusi meningkat karena keterlibatan lebih banyak perantara, yang pada gilirannya meningkatkan harga jual kepada konsumen dan mengurangi bagian pendapatan yang diterima petani.

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem distribusi cabai merah di Desa Galung Lombok, Kecamatan Tinambung, Kabupaten Polewali Mandar melibatkan tiga saluran, yaitu Saluran I (petani ke konsumen), Saluran II (pengecer ke konsumen), dan Saluran III (pengumpul, pengecer, konsumen, dan petani). Rata-rata volume cabai yang dipasarkan melalui ketiga saluran ini mencapai 26.840 kg per musim. Proses distribusi melibatkan aliran barang, aliran informasi, dan aliran keuangan mulai dari pertanian hingga pengangkutan. Biaya yang dikeluarkan dalam budidaya dan pemasaran cabai cukup besar, dengan biaya rata-rata budidaya mencapai Rp 3.181.116. Saluran I tidak menghasilkan margin pemasaran karena transaksi langsung antara petani dan konsumen, sedangkan Saluran II dan III menghasilkan margin pemasaran yang lebih besar. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa semakin panjang rantai distribusi, semakin besar margin pemasaran yang dihasilkan. Untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan pendapatan petani, disarankan untuk mengurangi jumlah perantara dalam rantai pasok.

Daftar Pustaka

- Aisha, S. A. W. H. A. (2022). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, Dan Budaya Digital*. Dd Publishing.
- Aini, L. N., et al. (2020). *Analisis Margin Pemasaran Cabai Merah di Indonesia*. Jurnal Agribisnis.

- Agustin, M., et.al. (2018). Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Cabai Merah (*Capsicum Annuum* L.) Di Sta Mantung Kecamatan Pujon Kabupaten Malang.
- Arhim, M., Putri, D. A., Anisa, A., Rukka, M. R., Risamasu, P. I. M., & Kamariah, N. (2019, October). Supply chain management performance toward competitiveness of chili as main agriculture commodity. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 343, No. 1, p. 012108). IOP Publishing.
- Arsyad, M., et al. (2020). *Analisis Rantai Pasok Cabai di Indonesia: Efisiensi dan Kendala*. Jurnal Agribisnis Indonesia
- Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. *Rineka Cipta*.
- Anggraini A, (2014). Analisis pemasaran cabai merah keriting di Desa Sidera Kecamatan Sigibiromaru Kabupaten Sigi. *Jurnal Agrotekbis*. 2.6:667-675.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Provinsi Sulawesi Barat dalam Angka 2021. *BPS Sulawesi Barat*.
- BPP Kecamatan Tinambung. (2022). Program Penyuluhan Pertanian Desa Galung Tenggara. *Jurnal Eugenia*. Vol. 25. No. 3.
- Intyas, C. A., Putritamara, J. A., & Haryati, N. (2022). *Dinamika Agrobisnis Era VUCA: Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*. Universitas Brawijaya Press.
- Multazam, D. I. (2022). Strategi Komunikasi Lintas Budaya dalam Mempertahankan Eksistensi Kuliner sebagai Identitas Budaya. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 5(1), 1-10.
- Oroh, A. R., Kindangen, P., & Pondaag, J. J. (2023). Analisis Supply Chain Komoditas Tomat di Desa Tumaratas Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(4), 188-199.
- Rochayat y. dan monica. V. R. (2015). Respon kualitas dan ketahanan simpan cabai merah (*capsicum annum* L). *Jurnal kultivasi*. 14(1) : 65-71.
- Rozaini, N., & Silaban, S. J. (2023). *Pengaruh Biaya Produksi Dan Harga Jual Terhadap Pendapatan Petani Cabai Merah Di Kecamatan Doloksanggul Kabupaten Humbang Hasundutan*. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 128-141.
- Saptana, R., et al. (2015). *Efisiensi dan Distribusi Nilai Tambah dalam Sistem Pemasaran Produk Hortikultura*. *Jurnal Agribisnis dan Ekonomi Pertanian*.
- Sedana, G. (2011). Kebijakan Alternatif Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Agribisnis Pada Sistem Subak. *dwijenAGRO*, 2(2).
- Sudana I. W. (2019). Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkap Nelayan di Desa Sangga langit Kabuaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 No. 2.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. *PT Alfabet*.
- Tubagus, L. S., Mangantar, M., & Tawas, H. N. (2016). Analisis rantai pasokan (supply chain) komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota

- Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2).
- Polii, M.G.M. et.al. (2019). Kajian Teknik Budidaya Tanaman Cacabi (*Capsicum Annum* L.) Kabupaten Minahasa.
- Prawoto, N. (2012). Model pengembangan dan pemberdayaan masyarakat berbasis kemandirian untuk mewujudkan ketahanan ekonomi dan ketahanan pangan (Strategi pemberdayaan ekonomi pada masyarakat Dieng di Propinsi Jawa Tengah). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 8(2), 121-134.
- Puspitasari, A., Priyadi, R., & Supyadi, D. (2021). Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Cabai Rawit Merah di Kecamatan Cigalontang. *Agribusiness System Scientific Journal*, 1(1).