

## **ANALISIS RANTAI PASOK CABAI MERAH DI KOTA JAMBI PROVINSI JAMBI**

lin Widya Ningsih<sup>1)</sup>, Ira Wahyuni<sup>\*2)</sup>, dan Adlaida Malik<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Alumni Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jambi

<sup>2)</sup>Staf Pengajar Jurusan Fakultas Pertanian Universitas Jambi

Email: irawahyunirikit@unja.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study was aimed at: (1) Knowing the description of the supply chain of red chili and, (2) Analyzing the supply chain performance of red chili in the city of Jambi. This research was conducted in Jambi City starting from the Angso Duo Central Market using primary data and secondary data. The analytical method used is descriptive using the Food Supply Chain Network (FSCN) framework and the marketing efficiency approach, through marketing margin analysis, farmer's share analysis and profit-to-cost ratio. The number of respondents was 30 farmers, 17 wholesalers and 8 wholesalers. From the research results it can be seen that (1): the supply chain of red chili still does not meet the desired criteria in the FSCN analysis framework, but it already has a clear target market but supply chain management is not well managed, red chili comes from two sources, namely from farmers and from various production centers through wholesalers, (2) the performance of the supply chain of red chili in Jambi City shows inefficient conditions. This can be seen from the results of the analysis of marketing margins, farmer's share, and profit-to-cost ratios which show that they have not been equally profitable for each member of the supply chain involved. The marketing channel for red chili from farmers that shows the most efficient condition is the marketing channel I. Meanwhile, the supply channel for red chili from various production centers through wholesalers shows the most efficient condition is supply channel II.*

*Keywords: Supply Chain, Efficiency, Red Chili*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara agraris, dimana sektor pertanian mempunyai kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Sektor pertanian terdiri dari subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura, perkebunan, peternakan, perikanan laut dan darat, serta kehutanan. Salah satu subsektor pertanian yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensial untuk terus dikembangkan adalah subsektor pertanian tanaman pangan dan hortikultura. Hortikultura merupakan sektor penting untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia. Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak dibutuhkan di Indonesia adalah cabai merah. Masyarakat Indonesia umumnya menyukai masakan pedas sehingga berbagai masakan tradisional nusantara kebanyakan menggunakan cabai. Cabai merah juga bisa diolah menjadi sambal dan dihidangkan langsung saat menikmati aneka kuliner. Harga cabai sering kali mengalami fluktuatif sehingga mempengaruhi inflasi. Pada tahun 2017 berdasarkan data Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter cabai merah merupakan komoditas penyumbang inflasi yang menduduki urutan pertama yaitu sebesar 63,24 persen. Fluktuatifnya harga cabai merah menyebabkan komoditas tersebut berubah dalam jangka waktu yang singkat akibat rantai pasokan yang tidak efisien.

Kota Jambi dalam memenuhi kebutuhan masyarakatnya akan komoditas cabai merah tersebut, sebanyak kurang lebih 89,78 persen dipasok dari daerah luar Kota Jambi. Kota Jambi dalam memenuhi kebutuhan komoditas cabai merah tersebut mendatangkan dari beberapa daerah yang merupakan daerah sentra produksi cabai merah, karena keterbatasan lahan yang kurang memadai sehingga tidak memungkinkan untuk mengembangkan komoditas tersebut dalam memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Sehingga memungkinkan terjadinya saluran distribusi yang panjang. Salah satu wadah dalam pengumpulan cabai merah adalah pasar tradisional yaitu Pasar Induk Angso Duo. Berdasarkan data Dinas

Perindustrian dan Perdagangan Kota Jambi Tahun 2017 menunjukkan pergerakan perbedaan harga yang cukup besar antara harga cabai merah di Pasar Induk Angso Duo dengan harga cabai merah ditingkat petani. Bahkan perbedaan harga tersebut juga terjadi diantara pedagang pengecer Pasar Induk Angso Duo dengan pedagang pengecer pasar yang ada di Kota Jambi.

Adanya cabai merah yang berasal dari daerah lain melalui pedagang grosir yang dipasok ke Kota Jambi menyebabkan ketidak stabilan harga dan menyebabkan terjadinya perbedaan harga yang terlihat sangat jelas, antara harga cabai merah ditingkat petani, dengan pedagang pengecer di Pasar Induk Angso Duo bahkan terjadi perbedaan harga dengan pedagang eceran pasar di Kota Jambi. Cabai merah yang berasal dari daerah lain menyebabkan harga yang berfluktuatif terutama ditingkat petani. Hal ini menyebabkan tingginya resiko harga yang diterima petani. Fenomena tersebut menggambarkan bahwa sistem rantai pasok belum efisien.

Kota Jambi sebagai salah satu daerah yang memiliki luas panen dan produksi terendah di Provinsi Jambi sering dihadapkan pada permasalahan yang sama sehingga masih perlunya penguatan sistem rantai pasok produk cabai merah. Rantai pasok pada umumnya memiliki tiga tujuan utama yaitu penurunan biaya (*cost reduction*), penurunan modal (*capital reduction*), dan perbaikan layanan (*service improvement*) (Van der Vorst, 2006). Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini ditujukan untuk (1) mengetahui gambaran rantai pasok cabai merah, dan (2) menganalisis kinerja rantai pasok cabai merah di Kota Jambi.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kota Jambi yang dimulai dari Pasar Induk Angso Duo. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), atas dasar pertimbangan bahwa Kota Jambi merupakan salah satu kabupaten/kota yang memiliki luas panen dan produksi terendah di Provinsi Jambi dengan jumlah penduduk dan konsumsi yang lebih tinggi sehingga mengakibatkan *deficiency* yang cukup besar. Analisis rantai pasok menggunakan pendekatan *Food Supply Chain Network* (FSCN). Dalam penelitian ini, untuk pengukuran kinerja rantai pasok akan dilihat menggunakan pendekatan efisiensi pemasaran yang mencerminkan efisiensi rantai pasok. Penelitian ini dibatasi pada pedagang lembaga pemasaran atau anggota rantai pasok yang berada di Kota Jambi. Responden dalam penelitian ini adalah petani cabai merah yang melakukan usahatani cabai merah dan lembaga pemasaran cabai merah di Kota Jambi. Jumlah responden 30 petani cabai merah yang ada di Kota Jambi, 17 pedagang grosir, dan 8 pedagang besar. Metode Sensus digunakan untuk mengambil sampel petani cabai merah di Kota Jambi, pengambilan sampel dilakukan secara keseluruhan dari jumlah populasi. Sedangkan penentuan sampel responden lembaga pemasaran atau mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah di Kota Jambi menggunakan metode *Snawball Sampling*.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari petani cabai merah dan lembaga pemasar dan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, maupun tulisan ilmiah dan instansi terkait. Untuk menjawab tujuan pertama mengenai gambaran rantai pasok cabai merah di Kota Jambi menggunakan metode pendekatan *Food Supply Chain Network* (FSCN). Hal ini yang nantinya memberikan gambaran mengenai sasaran rantai pasok, sasaran pengembangan, struktur rantai pasok, manajemen rantai pasok, dan sumber daya rantai pasok serta proses bisnis rantai pasok.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua mengenai kinerja rantai pasok cabai merah di Kota Jambi adalah dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran tersebut dapat diketahui dengan cara melihat margin pemasara, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya. Secara matematis, margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012) :

$$M_i = P_{ji} - P_{bi}$$

$$M_i = C_i - \pi_i$$

$$P_{ji} - P_{bi} = C_i + \pi_i$$

Melalui persamaan di atas, diperoleh persamaan baru yang merumuskan keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke – i seperti berikut ini:

$$\pi_i = P_{ji} - P_{bi} - C_i$$

Sedangkan marjin pemasaran total adalah

$$MT = \sum M_i$$

Keterangan :

- M<sub>i</sub> = Marjin pemasaran di tingkat lembaga ke – i
- P<sub>ji</sub> = Harga penjualan untuk lembaga pemasaran ke – i
- P<sub>bi</sub> = Harga beli/pembelian untuk lembaga pemasaran ke – i
- C<sub>i</sub> = Biaya lembaga pemasaran di tingkat ke – i
- π<sub>i</sub> = Keuntungan dari lembaga pemasaran di tingkat ke – i
- MT = Marjin total
- i = 1, 2, 3,.....n

Nilai *farmer's share* juga merupakan indikator efisiensi pemasaran, yang dihitung untuk mengetahui seberapa besar bagian yang diterima oleh produsen dari harga yang dibayarkan konsumen secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Asmarantaka, 2012) :

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Keterangan :

- F<sub>s</sub> = *Farmer's share*
- P<sub>f</sub> = Harga di tingkat produsen
- P<sub>r</sub> = Harga di tingkat konsumen

Dalam hal ini semakin mahal konsumen membayar harga yang ditawarkan oleh lembaga pemasaran (pedagang), maka bagian yang diterima oleh produsen akan semakin sedikit, karena produsen menjual komoditas pertanian dengan harga yang relatif rendah.

Untuk mengetahui rasio keuntungan terhadap biaya pada masing-masing lembaga pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan terhadap Biaya} = \frac{\pi_i}{C_i} \times 100\%$$

Keterangan :

- π<sub>i</sub> = Keuntungan lembaga pemasaran ke - i
  - C<sub>i</sub> = Biaya pemasaran ke – i
  - i = 1, 2, 3 ..... (n)
- Sumber : Asmarantaka (2012)

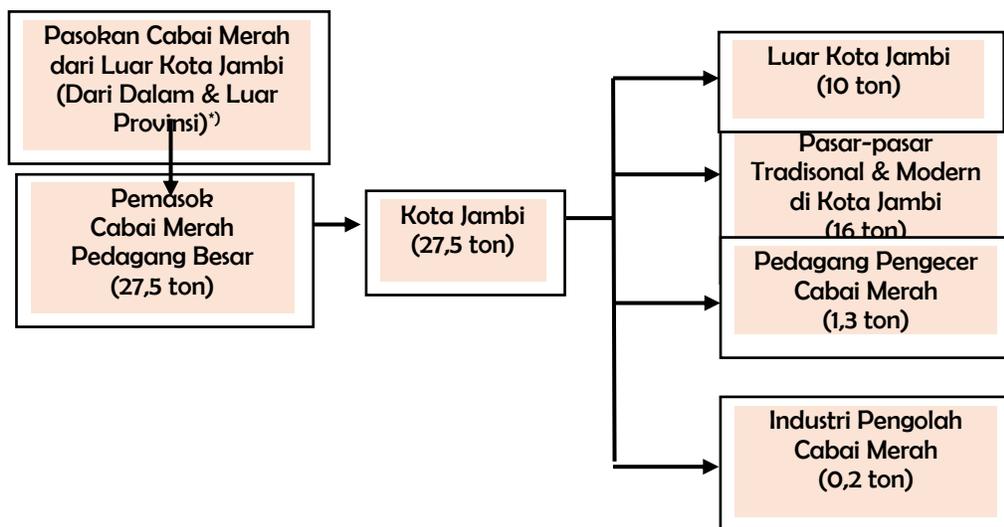
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sasaran Rantai Pasok Cabai merah di Kota Jambi

Sasaran pasar rantai pasok cabai merah masih didominasi untuk memenuhi kebutuhan pasar domestik. Petani cabai merah di Kota Jambi menjual hasil panennya ada yang langsung kepada konsumen akhir, kepada pedagang pengumpul desa dan kepada pedagang pengecer. ada 18 orang petani atau 60 persen petani yang menjual hasil panennya kepada pedagang besar, sedangkan petani yang menjual hasil panennya langsung kepada konsumen hanya ada 1 orang petani atau 3,33 persen, sedangkan petani yang menjual hasil panen nya kepedagang pengecer ada 11 orang petani atau 36,67 persen petani. Cabai merah yang masuk ke Kota Jambi berasal dari beberapa daerah yaitu Pulau Jawa, Medan, Aceh, Lampung,

Bengkulu, Padang, Kerinci dan Jangkat. Cabai merah yang ditanam oleh petani dibeli oleh pengepul yang berfungsi juga sebagai pemasok atau *supplier*, kemudian oleh pemasok dari luar kota dipasok ke Kota Jambi masuk melalui Pasar Induk Talang Gulo.

Pada saat penelitian tercatat rata-rata cabai merah yang masuk perhari sebesar 17,5 ton. Pada gambar 1 menunjukkan cabai merah yang masuk ke Kota Jambi tidak semuanya dijual dipasar yang ada di Kota Jambi. Sebesar 17,5 atau 63,63 persen cabai merah dijual di Kota Jambi tersebar di sembilan pasar tradisional Kota Jambi, dan sebesar 10 ton atau 36,37 persen cabai merah dijual ke luar Kota Jambi dan industri pengolahan cabai merah. Jumlah yang dipasok kepada konsumen di pasar tradisiomal Kota Jambi berbeda-beda tergantung besar kecilnya permintaan dan jumlah penduduk disekitar pasar. Pasokan terbesar berada di Pasar Induk Angso Duo yang memasok 7 ton atau 40 persen, sedangkan pasokan terkecil yaitu Pasar Rakyat Olak Kemang yang memasok cabai merah kepada konsumen 430 kilogram atau 2,46 persen. Sebaran cabai merah di Kota Jambi dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pemasok Cabai Merah di Kota Jambi

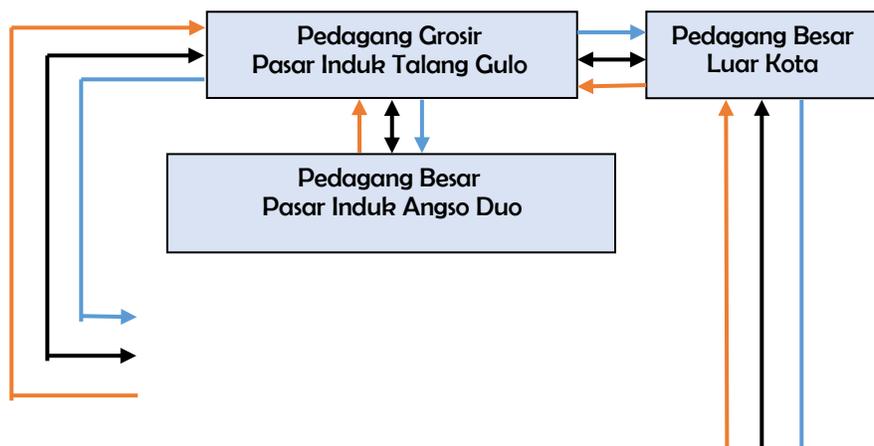
Keterangan :

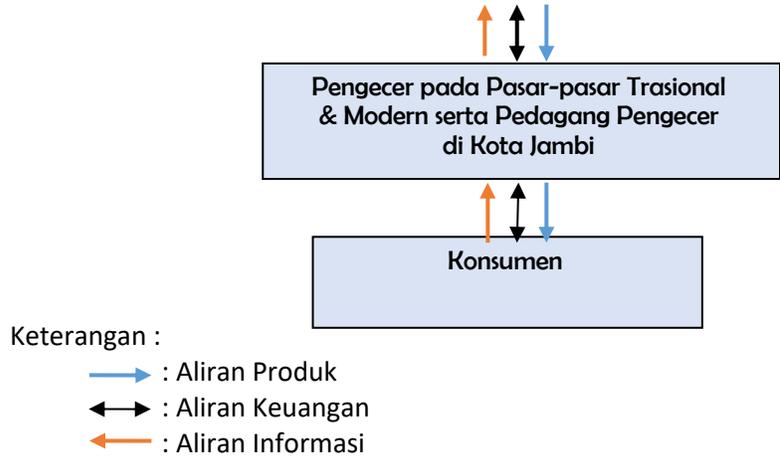
\*) Pemasok cabai merah berbagai daerah (tergantung harga dan musim)

Sasaran pengembangan yang ingin dicapai rantai pasok saat ini adalah peningkatan produksi dan kestabilan harga serta peningkatan kualitas cabai merah. Dalam hal ini, pemerintah Kota Jambi telah mencanangkan penggunaan benih bermutu untuk peningkatan produksi yang akan berpengaruh terhadap kestabilan harga dan kualitas cabai merah.

**Struktur Rantai Pasok Cabai Merah di Kota Jambi**

Cabai merah yang dikirim oleh pengirim dari berbagai daerah sampai ke Kota Jambi 1 sampai 2 hari, dan sampai di Kota Jambi pada malam hari. Pengiriman cabai merah oleh pengirim dikirim setiap hari sesuai dengan pesanan pedagang grosir. Pedagang grosir melakukan pemesanan dengan melakukan peramalan sederhana terhadap stok pada 2 hari kemudian yang bisa terjual habis berdas





**Gambar 2. Rantai Pasok (Aliran Produk, Aliran Uang/Dana dan Aliran Informasi Cabai Merah di Kota Jambi**

Berdasarkan Gambar 2, aliran produk dalam rantai pasok cabai merah hanya terdapat 1 (satu) macam aliran produk, yaitu cabai merah segar. Aliran keuangan atau finansial dalam rantai pasok cabai merah merupakan penyaluran nilai bentuk rupiah yang mengalir dari hilir ke hulu dan dari hulu ke hilir. Aliran informasi dikalangan petani berupa *sharing* atau saling bertukar pendapat mengenai teknik budidaya, teknik pemupukan, teknik pemanenan, dan informasi mengenai perkembangan harga di pasaran sebagai acuan dalam proses penjualan kepada pedagang dan menjadi acuan dalam proses tawar-menawar antara petani dengan pedagang. Informasi yang mengalir dari petani kepada lembaga pemasaran berupa informasi produk atau cabai merah yang dihasilkan petani tersebut dan mekanisme sistem transaksi. Informasi yang mengalir dari lembaga pemasaran kepada petani adalah mengenai informasi perkembangan harga. Informasi yang mengalir dari pedagang pengumpul desa kepada pedagang pengecer berupa jumlah dan kualitas yang akan didistribusikan serta informasi kapan waktu pengiriman cabai merah dan harga beli cabai merah yang sesuai dengan harga pasar yang berlaku saat transaksi terjadi. Aliran informasi yang terjadi antara pedagang pengecer dengan konsumen akhir merupakan arus informasi yang berupa harga jual, dan kualitas yang diinginkan konsumen. Sedangkan, informasi yang mengalir dari konsumen akhir kepada pedagang pengecer berupa keluhan dan masukan dari konsumen akhir atas kualitas produk yang dijual.

Berdasarkan hasil penelitian Fajar (2014), aliran informasi yang dilakukan dengan pencatatan terhadap permintaan dan ketersediaan jagung, baik berupa kuantiti maupun harga dapat memberikan informasi yang akurat sehingga dapat mengurangi fluktuasi harga tinggi. Dalam hal ini kelemahan yang terjadi pada aliran informasi adalah tidak adanya pencatatan mengenai kualitas dan harga pada permintaan dan ketersediaan cabai merah. Hal tersebut menyebabkan informasi yang diterima oleh anggota rantai pasok simpang siur dan menyebabkan terjadinya fluktuasi harga.

**Pengukuran Kinerja Rantai Pasok Cabai Merah di Kota Jambi**

Dalam pengukuran kinerja rantai pasok dilihat dari pendekatan efisiensi pemasaran melalui analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan terhadap biaya.

**Margin Pemasaran**

Hasil analisis margin pemasaran cabai merah yang dipasok dari berbagai daerah sentra produksi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Marjin Pemasaran Cabai Merah di Kota Jambi yang Berasal dari Berbagai Daerah Sentra Produksi

Uraian	Pola Pasokan								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9

	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PG									
Biaya	2	2	2	1	1	2	2	2	2
Pemasaran (Rp/Kg)	.084, 37	.127, 7	.024, 07	.979, 14	.975, 66	.202, 97	.048, 2	.030, 12	.115, 57
Harga Beli (Rp/Kg)	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Harga Jual (Rp/Kg)	7.38	7.66	7.40	7.42	7.40	7.00	7.28	7.16	7.00
Keuntungan (Rp/Kg)	5.38	6.07	5.50	5.71	5.50	5.00	5.57	5.16	5.00
Margin	5	6	0	4	0	0	1	7	0
Pemasaran (Rp/Kg)	.000	.333	.100	.285	.100	.000	.285	.000	.000
	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	0.08	0.46	0.12	0.26	0.07	0.20	0.33	0.03	0.11
	4,37	0,7	4,06	4,28	5,66	2,87	3,2	0,12	5,57
PG									
Biaya	1		1	1	1	1	1	1	8
Pemasaran (Rp/Kg)	.076, 16		.083, 83	.087, 85	.075, 65	.077, 65	.075, 97	.087, 66	75,3 3
Harga Beli (Rp/Kg)	2		2	2	2	2	2	2	2
Harga Jual (Rp/Kg)	5.38		5.50	5.71	5.50	5.00	5.57	5.16	5.00
Keuntungan (Rp/Kg)	3.28		3.80	4.25	3.80	4.00	4.25	4.25	3.50
Margin	6		0	0	0	0	0	0	0
Pemasaran (Rp/Kg)	.901		.300	.536	.300	.000	.679	.083	.500
	8		9	9	9	1	9	1	9
	.977, 16		.383, 83	.623, 85	.375, 65	0.07 7,65	.754, 97	0.17 0,66	.375, 33
PG									
Biaya	9	9	1	1	1	1	1	1	1
Pemasaran (Rp/Kg)	9,96 3	54,9 6	.256, 99	.301, 22	.264, 93	.228, 02	.240, 09	.317, 02	.358, 67
Harga Beli (Rp/Kg)	3.28	2	3	3	3	3	3	3	3
Harga Jual (Rp/Kg)	6	6.07	3.80	4.25	3.80	4.00	4.25	4.25	3.50
Keuntungan (Rp/Kg)	4	6	0	0	0	0	0	0	0
Margin	0.97	3	4	4	4	4	4	4	4
Pemasaran (Rp/Kg)	7	7.96	2.82	4.33	4.33	5.85	4.88	4.45	4.00
	7	2	6	3	3	7	2	4	0
	.691	1	9	1	1	1	1	1	1
Pemasaran (Rp/Kg)	7	1.88	.026	0.08	0.53	1.85	0.63	0.20	0.50
	.790, 96	6	1	3	3	7	2	4	0
		1	0.28	1	1	1	1	1	1
		2.84	2,99	1.38	1.79	3.08	1.87	1.52	1.85
		0,96		4,22	7,93	5,02	2,09	1,02	8,67

Konsumsi Akhir	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Harga Jual (Rp/Kg)	0.97	7.96	2.82	4.33	4.33	5.85	4.88	4.45	4.00
Total	7	2	6	3	3	7	2	4	0
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	3	3	4	4	4	4	4	4	4
Total	.260,	.082,	.364,	.368,	.316,	.508.	.364,	.434,	.349,
Keuntungan (Rp/Kg)	49	66	89	21	24	,64	26	8	57
Total	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Margin (Rp/Kg)	3.59	0.21	5.42	6.78	6.93	8.85	7.59	7.28	7.00
Total	2	9	6	5	3	7	6	7	0
Margin (Rp/Kg)	2	2	2	3	3	3	3	3	3
Total	6.58	2.94	9.79	1.27	1.24	3.36	1.95	1.72	1.34
	2,49	1,66	0,88	2,35	9,24	5,54	9,26	1,8	9,57

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa pola pasokan yang memiliki total margin pemasaran terbesar adalah pola pasokan 6 dengan total margin sebesar 33.365,54. Sedangkan pola pasokan yang memiliki total margin pemasaran terkecil yaitu pola pasokan 2 dengan total margin sebesar 22.941,66. Untuk hasil analisis margin pemasaran cabai merah petani Kota Jambi dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Marjin Pemasaran Cabai Merah Petani di Kota Jambi**

Uraian	Saluran		
	1	2	3
<b>Petani</b>			
Biaya Pemasaran	900	158,33	
Harga Jual (Rp/Kg)	35.000	27.300	24.500
<b>PPD</b>			
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)			220
Harga Beli (Rp/Kg)			24.500
Harga Jual (Rp/Kg)			30.400
Keuntungan (Rp/Kg)			5.900
Margin Pemasaran (Rp/Kg)			6.120
<b>PG</b>			
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)			
Harga Beli (Rp/Kg)			
Harga Jual (Rp/Kg)			
Keuntungan (Rp/Kg)			
Margin Pemasaran (Rp/Kg)			
<b>PB</b>			
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)			
Harga Beli (Rp/Kg)			
Harga Jual (Rp/Kg)			
Keuntungan (Rp/Kg)			
Margin Pemasaran (Rp/Kg)			
<b>PP</b>			
Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		66,11	1.271,67

Harga Beli (Rp/Kg)		27.300	30.400
Harga Jual (Rp/Kg)		38.667	41.700
Keuntungan (Rp/Kg)		11.367	11.300
Margin Pemasaran (Rp/Kg)		11.433,11	12.571,67
<b>Konsumen Akhir</b>			
Harga Beli (Rp/Kg)	35.000	38.667	41.700
<b>Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)</b>	900	224,44	1.491,67
<b>Total Keuntungan (Rp/Kg)</b>		11.367	17.200
<b>Total Margin (Rp/Kg)</b>		11.433,11	18.691,67

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran terbesar adalah saluran pemasaran 3 yaitu sebesar Rp.18.691,67 per kilogram, hal ini disebabkan karena banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan juga sangat besar. Sedangkan saluran pemasaran yang memiliki nilai margin pemasaran terkecil, bahkan tidak ada margin pemasaran dalam saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan karena tidak ada lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran I. Dalam hal ini petani melakukan pemasaran produknya secara langsung kepada konsumen akhir, tidak melibatkan satu lembaga pun dalam memasarkan produknya.

Untuk hasil analisis *farmer's share* pemasaran cabai merah petani Kota Jambi dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Analisis *Farmer's Share* Pemasaran Cabai Merah di Kota Jambi Provinsi Jambi, Tahun 2020**

Saluran Pemasaran	Harga di tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga di tingkat Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	30.000	30.000	100
2	27.727	38.667	71,71
3	22.667	41.700	54.36

Berdasarkan Tabel 5, saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang memiliki *farmer's share* terbesar dan merupakan yang paling efisien. Lembaga pemasaran pada saluran pemasaran I tidak ada. Adapun perhitungan *farmer's share* dalam pemasaran cabai merah yang berasal dari berbagai daerah sentra produksi luar Kota Jambi dapat dilihat pada Tabel 6.

**Tabel 6. Analisis *Farmer's Share* Pemasaran Cabai Merah di Kota Jambi yang Berasal dari Berbagai Daerah Sentra Produksi, Tahun 2020**

Saluran Pasokan	Harga di Tingkat Pemasok (Rp/Kg)	Harga di tingkat Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1	25.385	40.977	61,94
2	26.076	37.923	68,76
3	25.500	42.826	59,54
4	25.714	44.333	58,00
5	25.500	44.333	57,52
6	25.500	45.857	55,61

7	25.571	44.882	56,97
8	25.167	44.454	56,61
9	25.500	44.000	57,95

Berdasarkan Tabel 6, saluran pasokan II merupakan saluran pasokan yang paling efisien karena memiliki *farmer's share* tertinggi, yaitu pada saluran 2.

Perhitungan rasio keuntungan terhadap biaya pada pemasaran cabai merah di Kota Jambi Provinsi Jambi dapat dilihat pada Tabel 7.

**Tabel 7. *B/C Ratio* Pemasaran Cabai Merah Petani di Kota Jambi, Tahun 2020**

Saluran Pemasaran	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Rasio Keuntungan Terhadap Biaya
I	29.100	900	32,3
II	10.940	224.44	48,7
III	17.200	1.491,67	11,5

Berdasarkan hasil analisis *B/C Ratio*, saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran yang memiliki nilai *B/C Ratio* paling besar yaitu, 48,7. Hal ini karena biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran II lebih sedikit atau lebih kecil dibandingkan dengan saluran lainnya. Nilai 48,7 menunjukkan bahwa setiap Rp.1,0 biaya pemasaran per kilogram yang dikeluarkan dapat memberikan keuntungan pemasaran sebesar Rp.48,7 per kilogram. Sedangkan saluran III merupakan saluran pemasaran yang memiliki *B/C Ratio* terkecil yaitu sebesar 11,5, artinya setiap Rp.1,00 biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh saluran III dapat memberikan keuntungan pemasaran sebesar Rp.11,5 per kilogram. Perhitungan rasio keuntungan terhadap biaya pada pemasaran cabai merah di Kota Jambi yang dipasok dari berbagai sentra produksi dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8. *B/C Ratio* Pemasaran Cabai Merah di Kota Jambi yang Berasal dari Berbagai Daerah Sentra Produksi, Tahun 2020**

Pola Pasokan	Keuntungan Pemasaran (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Rasio Keuntungan Terhadap Biaya
I	23.592	3.260,49	7,2
II	20.219	3.082,66	6,6
III	25.426	4.364,89	5,8
IV	26.785	4.368,21	6,1
V	26.933	4.316,24	6,2
VI	28.857	4.508,64	6,4
VII	27.596	4.364,26	6,3
VIII	27.287	4.434,8	6,2
IX	27.000	4.349,57	6,2

Hasil analisis *B/C Ratio* pemasaran cabai merah di Kota Jambi yang dipasok dari berbagai daerah sentra produksi produksi, pola pasokan I merupakan pola pasokan yang memiliki nilai *B/C Ratio* paling besar, yaitu 7,2. Nilai 7,2 menunjukkan bahwa setiap Rp.1,0 biaya pemasaran per kilogram yang dikeluarkan dapat memberikan keuntungan pemasaran sebesar Rp.7,2 perkilogram. Sedangkan pola

pasokan III merupakan pola pasokan pemasaran yang memiliki *B/C Ratio* terkecil, yaitu 5,8, artinya setiap Rp.1,0 biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pola pasokan III dapat memberikan keuntungan pemasaran sebesar Rp.5,8 per kilogram. Berdasarkan hasil penelitian Kurniawan (2014), Saluran distribusi yang terdapat pada rantai pasokan komoditas cabai merah di Kabupaten Jember adalah efisien jika dilihat dari: (a) Nilai share keuntungan yang diperoleh pada setiap saluran lebih besar bila dibandingkan dengan share biaya ( $s_{ki} > s_{bi}$ ) dalam hal ini analisis rasio keuntungan terhadap biaya setiap lembaga pemasaran sudah efisien karena keuntungan yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan. Namun berdasarkan hasil penelitian Agustin (2018), kinerja rantai pasok dapat dikatakan efisien apabila analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan analisis rasio keuntungan terhadap biaya dapat memberikan keuntungan secara merata dan biaya pemasaran yang digunakan lebih rendah dari harga produk yang dipasarkan.

Dalam hal ini kinerja rantai pasok cabai merah di Kota Jambi dikatakan belum efisien karena belum memberikan keuntungan secara merata dan masih terdapat saluran yang memiliki biaya pemasaran yang besar, margin pemasaran yang tinggi dan *farmer's share* yang rendah belum ada saluran pemasaran atau saluran pasokan yang menunjukkan kondisi memiliki margin pemasaran yang rendah, *farmer's share* yang tinggi dan rasio keuntungan terhadap biaya yang tinggi. Saluran pemasaran cabai merah petani di Kota Jambi yang menunjukkan kondisi paling efisien adalah saluran pemasaran I dengan sebaran total margin terkecil, *farmer's share* terbesar yaitu 100 persen dan total rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 32,3 persen. Sedangkan saluran pasokan cabai merah dari berbagai daerah sentra produksi yang menunjukkan kondisi paling efisien adalah saluran pasokan II dengan sebaran total margin terkecil, *farmers share* terbesar yaitu 68,76 persen dan total rasio keuntungan terhadap biaya sebesar 6,56 persen.

#### KESIMPULAN

Pasokan cabai merah di Kota Jambi, dipasok dari berbagai sentra produksi berasal dari beberapa daerah, yaitu dari Pulau Jawa, Medan, Aceh, Lampung, Bengkulu, Padang, Kerinci dan Jangkat. Seluruh cabai merah masuk ke Kota Jambi dipasok oleh pengirim ke pedagang grosir Kota Jambi. Rantai pasok Cabai merah memiliki aliran produk, yaitu Pemasok dari luar Kota Jambi dan di Kota Jambi ke Pedagang Besar/Pedagang Grosir, Pedagang Pengecer dan Konsumen. Aliran dana dari hilir ke hulu dan aliran informasi dari hilir ke hulu dan sebaliknya terjadi timbal balik. Terdapat tiga alur produk pemasaran cabai merah petani di Kota Jambi yang dimulai dari petani dan 9 (sembilan) aliran pasokan yang dimulai dari pemasok luar Kota Jambi yang memasok ke pedagang grosir pasar Induk Talang Gulo kemudian memasoknya ke pedagang besar Pasar Induk Angso Duo.

Rantai pasok cabai merah di Kota Jambi saat ini masih belum efisien. Rantai pasok sudah memiliki sasaran yang jelas tetapi proses bisnis yang belum terintegrasi dan manajemen rantai pasok belum diterapkan dengan baik didalam rantai pasok, salah satunya dapat dilihat dari kesepakatan kontraktual antar anggota rantai pasok secara informal atau tidak tertulis, dan terdapat kendala pada sumber daya rantai pasok terutama pada sumber daya permodalan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Melia, Siswadi, dan Hirdanti. 2018. *Analisis Rantai Pasok (Supply Chain) Cabai Merah (Capsicum Annuum L.) Di Sta Mantung Kecamatan Pujon Kabupaten Malang*. Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang. Jurnal Berkala Ilmiah Pertanian. Volume X. Nomor X
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID): Departemen Agribisnis FEM-IPB
- Departemen Kebijakan Ekonomi dan Moneter. 2017. *Inflasi Desember 2017*. Indonesia
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan. 2017. *Harga Cabai merah ditingkat Petani, Pedagang Pengecer Pasar Induk, dan Pasar Eceran di Kota Jambi*. Kota Jambi. Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Kota Jambi

- Erwandri, Erpit. 2017. *Analisis Rantai Pasok Kentang di Kabupaten Kerinci, Provinsi Jambi*. Jambi (ID): Pascasarjana Universitas Jambi
- Fajar, Amerina I. 2014. *Analisis Rantai Pasok Jagung di Provinsi Jawa Barat*. Sekolah Pasca Sarjana, Institute Pertanian Bogor
- Kurniawan, Swandari dan Ridjal. 2013. *Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Komoditas Cabai Merah di Kabupaten Jember. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember*. Jurnal Berkala Ilmiah Pertanian. Volume 9. Nomor 9.
- Van Der Vorst, J.G.A.J. 2006. *Effective Food Supply Chain: Generating, modeling and evaluating supply chain scenarios*. Proefschrift wageningen. Diunduh dari <http://www.library.Wur.nl/wda/dissertations/dis2841.pdf> (Diakses 03 Januari 2019).