

**ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK CABAI MERAH DI  
KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU  
PROVINSI RIAU**

**OLEH:**

**PUTRI ANGGUN YULITA**

**174210191**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pertanian*



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
2021**

ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK CABAI MERAH  
DI KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI  
HULU PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA : PUTRI ANGGUN YULITA  
NPM : 174210191  
PROGRAM STUDI : AGRIBISNIS

KARYA TULIS ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM  
UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 26  
NOVEMBER 2021 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN  
YANG DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT  
PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING

  
Ir. Hj. Septina Elida, M.si  
NIDN. 0009036201

  
DEKAN FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP  
NIDN. 13086004

  
KETUA PROGRAM STUDI  
AGRIBISNIS

Sisca Vaulina, SP, MP  
NIDN. 1021018302

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN  
KOMPREHENSIF DI DEPAN PANITIA SIDANG FAKULTAS  
PERTANIAN  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 26 NOVEMBER 2021

| No | NAMA                          | JABATAN | TANDA TANGAN                                                                           |
|----|-------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Ir. Hj. Septina Elida, M.si   | Ketua   | 1.  |
| 2. | Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec    | Anggota | 2.  |
| 3. | Heriyanto, SP., M.Si          | Anggota | 3.  |
| 4. | Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si | Notulen | 4.  |



Dokumen ini adalah Arsip Milik :  
Perpustakaan Universitas Islam Riau

## **PERSEMBAHAN**

**بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ**

*Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan*

*Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah*

*Bacalah, dan Tuhanmulah yang Mahamulia yang mengajar manusia dengan  
pena*

*Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-'Alaq 1-5)*

*Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman dari kamu sekalian dan  
orang-orang berilmu beberapa derajat (QS: Al- Mujadalah 58:11)*

*Dan perumpamaan-perumpamaan ini Kami buat untuk manusia; dan tiada yang  
memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu (QS: Al- An'kaabut 43)*

*Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka  
mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (QS: Ar-Ra'd: 11)*

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillah...alhamdulillahirobbil'alamin*

*Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-  
Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Kasih sayang-Mu  
telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu yang  
memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau  
berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu  
terlimpahkan kehariban Rasulullah Muhammad SAW.*

*Dalam pembuatan skripsi ini banyak sekali pihak yang telah mendoakan,  
membantu dan menyemangati penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.  
Maka pada kesempatan ini izinkanlah penulis untuk mengucapkan terimakasih  
dan mempersembahkan skripsi ini kepada orangtua serta teman-teman yang  
sangat kukasihi dan kusayangi*

*Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu (Wirdaningsih) dan Ayah (Alm. M. Nur) yang telah memberikan kasih sayang secara dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiada terkira dan tidak dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, Terimakasih Ibu...Terimakasih Ayah...*

*Sebagai tanda terimakasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk Kakak ku (Deasy Nur Anggraini) yang telah memberiku semangat, dukungan dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga doa dan semua hal baik yang engkau berikan menjadikan ku manusia yang baik pula.. Terimakasih...*

*Teruntuk teman-temanku yang selalu menghibur, memberi dukungan, semangat serta doa saat menyelesaikan skripsi ini, Queen's (Devi Anggraini, Diah Anisa, Dwiyana Sahara dan Siti Masitoh) dan teman-teman yang lain dari kelas Agribisnis C17 saya ucapkan Terimakasih...*

*Teruntuk Dosen Pembimbing skripsi saya Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si, saya mengucapkan ribuan Terimakasih karena ibu sudah banyak membantu dan membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini, sudah memberikan masukan, nasehat dan diajarkan hal baik serta mengarahkan saya hingga skripsi ini dapat terselesaikan..*

*Terimakasih kepada orangtua, kakak, teman-teman dan dosen pembimbing.....*

## BIOGRAFI PENULIS



PUTRI ANGGUN YULITA, lahir di Rengat Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu pada tanggal 24 Juli 1999. Anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan M. Nur (Ayah) dan Wirdaningsih (Ibu). Penulis menyelesaikan pendidikan dasar pada tahun 2011 di SDN 006 Rengat. Pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMPN 2 Rengat dan selesai pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Rengat dan selesai pada tahun 2017. Kemudian penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Swasta di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau pada program studi Agribisnis Strata Satu (S1). Pada tanggal 26 November 2021 penulis berhasil mempertahankan Skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau” di ruang sidang ujian sarjana Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau dan sekaligus memperoleh gelar sarjana pertanian (SP).

**PUTRI ANGGUN YULITA, SP**

## ABSTRAK

**PUTRI ANGGUN YULITA (174210191), “ANALISIS MANAJEMEN RANTAI PASOK CABAI MERAH DI KECAMATAN SEBERIDA KABUPATEN INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU” di Bawah Bimbingan Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si Selaku Pembimbing.**

Cabai merah adalah salah satu komoditas pertanian yang unggul untuk di budidayakan di Kecamatan Seberida. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengetahui karakteristik anggota rantai pasok cabai merah, (2) menganalisis mekanisme distribusi rantai pasok cabai merah, (3) menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Responden petani diambil secara sensus yaitu sebanyak 32 orang petani. Pedagang Pengumpul diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu sebanyak 3 pedagang pengumpul. Pedagang pengecer dan konsumen diambil secara sengaja (*purposive*) yaitu masing-masing sebanyak 5 orang. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Aspek yang diteliti yaitu karakteristik anggota rantai pasok, aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan, biaya distribusi rantai pasok, margin distribusi rantai pasok, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran pada rantai pasok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur seluruh responden berada pada usia produktif. Lama pendidikan seluruh responden memiliki pendidikan yang masih rendah. Jenis kelamin seluruh responden rata-rata adalah berjenis kelamin laki-laki. Pengalaman berusaha seluruh responden tergolong cukup berpengalaman, Jumlah tanggungan keluarga seluruh responden memiliki jumlah tanggungan keluarga yang termasuk dalam jumlah yang kecil. Mekanisme distribusi rantai pasok terdiri dari saluran I, II, dan III. Aliran produk cabai merah di daerah penelitian menggunakan beberapa lembaga pemasaran. Pada saluran I lembaga pemasaran yang terlibat hanya petani dan konsumen. Pada saluran II lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran III lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, pedagang pengecer dan konsumen. Aliran informasi yang mengalir baik dari petani cabai merah sampai ke konsumen atau sebaliknya. Aliran keuangan yang mengalir dari pihak konsumen hingga sampai ke pihak petani cabai merah. Efisiensi pemasaran pada rantai pasok pada saluran I sebesar 5,36%, pada saluran II sebesar 7,72% dan pada saluran III sebesar 2,33%. Sehingga rantai pasok cabai merah di lokasi penelitian sudah efisien. *Farmer's share* pada saluran I adalah 100,00%, pada saluran II adalah 83,33% dan pada saluran III adalah 90,47%.

*Kata Kunci: Rantai Pasok, Efisiensi, Cabai Merah*

## ABSTRACT

**PUTRI ANGGUN YULITA (174210191), “SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ANALYSIS OF RED CHILLIES IN SEBERIDA DISTRICT, INDRAGIRI HULU REGENCY, RIAU PROVINCE” Under the guidance of Mrs. Ir. Hj. Septina Elida, M.Si as Advisor.**

Red chili is one of the superior agricultural commodities to be cultivated in Seberida District. This study aims to: (1) determine the characteristics of the red chili supply chain members, (2) analyze the distribution mechanism of the red chili supply chain, (3) analyze the marketing efficiency of the red chili supply chain in Seberida District, Indragiri Hulu Regency, Riau Province. The method used in this research is a survey method. Farmers' respondents were taken by census as many as 32 farmers. Collecting traders were taken *purposively*, namely as many as 3 collecting traders. Retailers and consumers are taken *purposively* namely 5 people each. The data analysis used is descriptive qualitative and quantitative. The aspects studied are the characteristics of supply chain members, product flow, information flow, financial flow, supply chain distribution costs, supply chain distribution margins, *farmer's share* and marketing efficiency in the supply chain. The results showed that the age of all respondents was in the productive age. The length of education of all respondents has a low level of education. The gender of all respondents on average is male. The farming and business experience of all respondents are quite experienced. Number of family dependents All respondents have a small number of family dependents. The supply chain distribution mechanism consists of channels I, II, and III. The flow of red chili products in the research area uses several marketing institutions. In channel I, the only marketing agencies involved are farmers and consumers. In channel II the marketing institutions involved are farmers, collectors, retailers and consumers. In channel III the marketing institutions involved are farmers, retailers and consumers. The flow of information that flows either from red chili farmers to consumers or vice versa. The financial flow that flows from the consumer side to the red chili farmers. Marketing efficiency in the supply chain in channel I is 5.36%, in channel II is 7.72% and in channel III is 2.33%. So that the red chili supply chain at the research site is efficient. *Farmer's share* in channel I is 100.00%, in channel II is 83.33% and in channel III is 90.47%.

*Keywords: Supply Chain, Efficiency, Red Chili*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat-Nya dan hanya kepada-Nya Sholawat serta salam diucapkan kepada Nabi Muhammad S.A.W yang membimbing umat nya dengan suri tauladan-Nya yang baik. Semoga keberkahan selalu tercurahkan kepada-Nya.

Alhamdulillahirabbil'alamin syukur kehadiran Alah S.W.T yang telah memberikan anugerah kesempatan dan pemikiran kepada penulis untuk dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini berjudul Analisis Manajemen Rantai Pasok Cabai Merah Di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

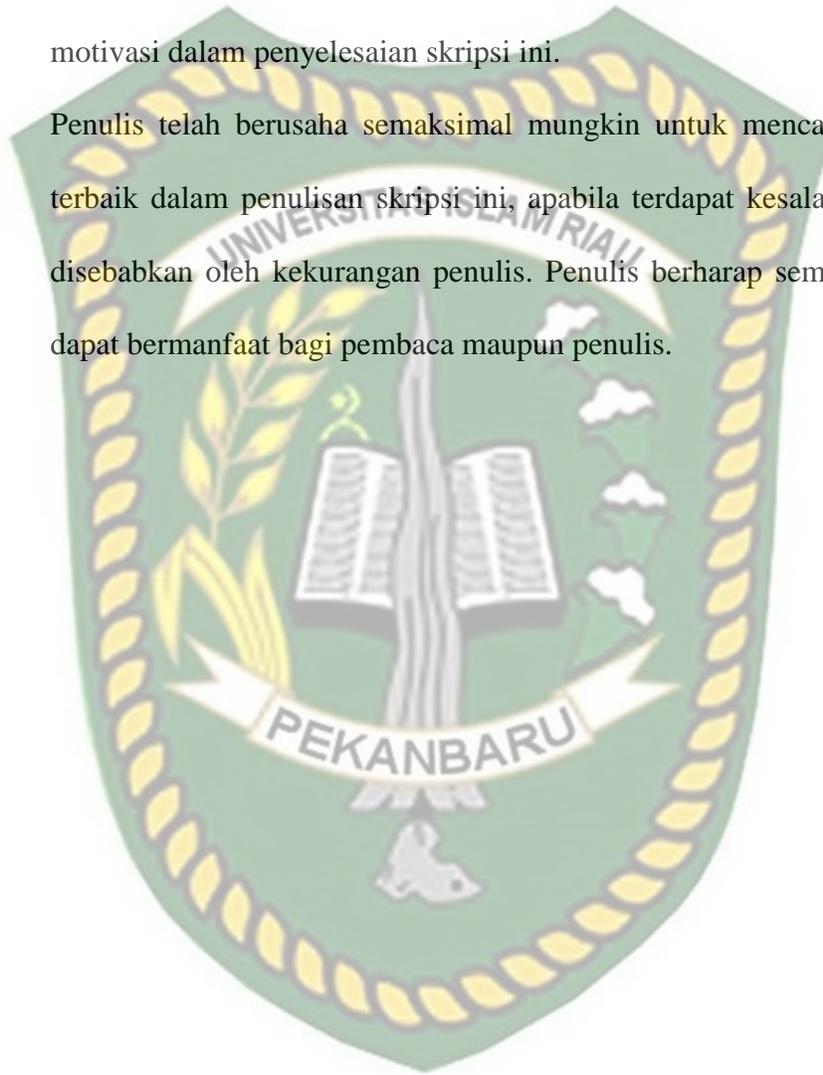
Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini terkhusus pada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Siti Zahrah, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Ibu Sisca Vaulina, SP, MP selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
3. Ibu Ir. Hj. Septina Elida, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. Ir. Saipul Bahri, M.Ec dan Heriyanto, SP, M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik dan saran untuk memperbaiki skripsi ini.

5. Terimakasih kepada seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau serta pihak yang ikut membantu baik materi maupun moril.
6. Orangtua yang telah memberikan dukungan baik berupa materi maupun motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai hasil yang terbaik dalam penulisan skripsi ini, apabila terdapat kesalahan itu karena disebabkan oleh kekurangan penulis. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun penulis.

Penulis



## DAFTAR ISI

|                                                | Halaman |
|------------------------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR .....                           | i       |
| DAFTAR ISI.....                                | iii     |
| DAFTAR TABEL.....                              | vi      |
| DAFTAR GAMBAR .....                            | viii    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | ix      |
| I. PENDAHULUAN .....                           | 1       |
| 1.1. Latar Belakang .....                      | 1       |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                     | 6       |
| 1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....       | 8       |
| 1.4. Ruang Lingkup Penelitian.....             | 9       |
| II. TINJAUAN PUSTAKA .....                     | 10      |
| 2.1. Karakteristik Anggota Rantai Pasok .....  | 10      |
| 2.1.1. Umur.....                               | 10      |
| 2.1.2. Pendidikan .....                        | 11      |
| 2.1.3. Jenis Kelamin .....                     | 12      |
| 2.1.4. Pengalaman Berusaha.....                | 12      |
| 2.1.5. Jumlah Tanggungan Keluarga.....         | 13      |
| 2.2. Tanaman Cabai Merah .....                 | 14      |
| 2.3. Pemasaran dalam Perspektif Islam.....     | 15      |
| 2.4. Rantai Pasok .....                        | 18      |
| 2.4.1. Definisi Rantai Pasok.....              | 18      |
| 2.4.2. Identifikasi Anggota Rantai Pasok.....  | 20      |
| 2.4.3. Manajemen Rantai Pasok.....             | 22      |
| 2.4.4. Mekanisme Distribusi Rantai Pasok ..... | 23      |
| 2.5. Pemasaran .....                           | 24      |

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.5.1. Pengertian Pemasaran .....                           | 24 |
| 2.5.2. Lembaga Pemasaran .....                              | 26 |
| 2.5.3. Saluran Pemasaran .....                              | 27 |
| 2.5.4. Fungsi Pemasaran .....                               | 29 |
| 2.5.5. Biaya Pemasaran .....                                | 30 |
| 2.5.6. Margin Pemasaran .....                               | 31 |
| 2.5.7. <i>Farmer's Share</i> .....                          | 32 |
| 2.5.8. Efisiensi Pemasaran .....                            | 32 |
| 2.6. Penelitian Terdahulu .....                             | 33 |
| 2.7. Kerangka Penelitian .....                              | 38 |
| III. METODE PENELITIAN.....                                 | 43 |
| 3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian.....               | 43 |
| 3.2. Teknik Pengambilan Sampel .....                        | 43 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data.....                           | 44 |
| 3.4. Konsep Operasional .....                               | 44 |
| 3.5. Analisis Data .....                                    | 47 |
| 3.5.1. Analisis Karakteristik Anggota Rantai Pasok.....     | 47 |
| 3.5.2. Analisis Mekanisme Distribusi Rantai Pasok .....     | 48 |
| 3.5.3. Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok ..... | 48 |
| IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....                   | 53 |
| 4.1. Geografis dan Topografi .....                          | 53 |
| 4.2. Kependudukan .....                                     | 54 |
| 4.3. Tingkat Pendidikan .....                               | 55 |
| 4.4. Mata Pencaharian.....                                  | 56 |
| 4.5. Sarana dan Prasarana .....                             | 57 |
| 4.6. Kondisi Pertanian.....                                 | 60 |
| V. HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                | 62 |
| 5.1. Karakteristik Pelaku Rantai Pasok.....                 | 62 |
| 5.1.1. Umur.....                                            | 62 |

|                                                    |     |
|----------------------------------------------------|-----|
| 5.1.2. Jenis Kelamin .....                         | 65  |
| 5.1.3. Lama Pendidikan .....                       | 65  |
| 5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga .....            | 67  |
| 5.1.5. Pengalaman Usaha .....                      | 68  |
| 5.2. Mekanisme Distribusi Rantai Pasok .....       | 70  |
| 5.2.1. Saluran I .....                             | 70  |
| A. Aliran Produk .....                             | 71  |
| B. Aliran Informasi .....                          | 73  |
| C. Aliran Keuangan .....                           | 73  |
| 5.2.2. Saluran II .....                            | 74  |
| A. Aliran Produk .....                             | 75  |
| B. Aliran Informasi .....                          | 78  |
| C. Aliran Keuangan .....                           | 80  |
| 5.2.3. Saluran III .....                           | 82  |
| A. Aliran Produk .....                             | 82  |
| B. Aliran Informasi .....                          | 84  |
| C. Aliran Keuangan .....                           | 85  |
| 5.3. Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok .....   | 87  |
| 5.3.1. Biaya Distribusi Pada Rantai Pasok .....    | 87  |
| 5.3.2. Margin Distribusi Pada Rantai Pasok .....   | 89  |
| 5.3.3. <i>Farmer Share</i> Pada Rantai Pasok ..... | 93  |
| 5.3.4. Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok ..... | 94  |
| VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....                     | 96  |
| 6.1. Kesimpulan .....                              | 96  |
| 6.2. Saran .....                                   | 97  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                               | 98  |
| LAMPIRAN .....                                     | 103 |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                                                                                                                                              | Halaman |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah di Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2016-2020 .....                                                             | 2       |
| 2. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaen Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                 | 3       |
| 3. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah di Kecamatan Seberida Tahun 2016-2020 .....                                                                   | 4       |
| 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Seberida Tahun 2020 .....                                                                | 55      |
| 5. Jumlah Pendidikan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                                                               | 56      |
| 6. Distribusi Mata Pencanharian Penduduk di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                                           | 57      |
| 7. Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                                                        | 58      |
| 8. Jumlah Sarana Peribadahan yang Tersedia di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                                         | 59      |
| 9. Jumlah Sarana Kesehatan dan Umum yang Tersedia di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                                  | 59      |
| 10. Luas Tanaman Sayur-Sayuran Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020 .....                                                              | 61      |
| 11. Karakteristik Pelaku Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....                                                                  | 63      |
| 12. Perbedaan Margin Distribusi untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....                       | 89      |
| 13. Analisis Biaya, Margin, dan <i>Farmer's Share</i> untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 ..... | 91      |

|                                                                                                                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 14. Perbedaan <i>Farmer's Share</i> untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 ..... | 93 |
| 15. Efisiensi Pemasaran untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....             | 95 |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                                                                                | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Bagan Aliran Rantai Pasokan .....                                                                  | 22      |
| 2. Saluran Pemasaran Tingkat Satu Sampai Tingkat Tiga .....                                           | 29      |
| 3. Kerangka Pemikiran .....                                                                           | 42      |
| 4. Pola Distribusi Pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu ..... | 70      |
| 5. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran I .....                           | 71      |
| 6. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran II .....                          | 75      |
| 7. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran III .....                         | 82      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran                                                                                                                               | Halaman |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Identitas Petani Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....                                        | 103     |
| 2. Identitas Pedagang Pengumpul Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.....                             | 104     |
| 3. Identitas Pedagang Pengecer Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.....                              | 105     |
| 4. Identitas Konsumen Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 .....                                      | 106     |
| 5. Biaya Pemasaran Cabai Merah Oleh Konsumen pada Saluran I di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.....             | 107     |
| 6. Biaya Pemasaran Cabai Merah Oleh Pedagang Pengumpul pada Saluran II di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.....  | 108     |
| 7. Biaya Pemasaran Cabai Merah Oleh Pedagang Pengecer pada Saluran II di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.....   | 109     |
| 8. Biaya Pemasaran Cabai Merah Oleh Pedagang Pengecer pada Saluran III di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021 ..... | 110     |

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Program pembangunan pada sektor pertanian telah menjadi tujuan utama di Kabupaten Indragiri Hulu. Pembangunan pada sektor pertanian bertujuan untuk meningkatkan jumlah produksi pada sektor pertanian untuk memenuhi kebutuhan pangan dan untuk meningkatkan pendapatan petani. Untuk membangun sektor pertanian dalam rangka diversifikasi pangan maka pengembangan komoditi hortikultura tidak bisa diabaikan. Produk hortikultura saat ini akan diarahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen melalui pasar. Ciri khas yang dimiliki oleh tanaman hortikultura adalah memiliki kandungan air yang tinggi sehingga tanaman hortikultura mudah busuk, harga berdasarkan kualitas dan dikonsumsi dalam keadaan segar. Komoditas tanaman hortikultura memiliki potensi yang baik. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya konsumsi produk hortikultura seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya nilai gizi pangan (Situmorang *et al.*, 2015).

Tanaman sayuran yang banyak ditanam di Kabupaten Indragiri Hulu yaitu kacang panjang, cabai, terung, ketimun, kangkung dan bayam. Salah satu tanaman hortikultura yang memiliki nilai ekonomis tinggi adalah cabai merah. Hal ini dikarenakan cabai merah adalah komoditi yang bernilai tinggi, memiliki nilai ekonomis dan komoditas unggul nasional dan daerah. Komoditas hortikultura seperti cabai perlu mendapatkan perhatian lebih karena sangat berperan dalam berbagai aspek, baik aspek sosial maupun aspek ekonomi. Komoditi cabai mampu memengaruhi laju inflasi di berbagai daerah serta nasional. Komoditas cabai merah

ini memiliki karakteristik waktu budidaya yang relatif lama, dan tidak dapat dipanen sekaligus, mudah rusak, mudah diserang hama dan produksi musiman.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu, dapat dilihat luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu tahun 2016 – 2020 pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah di Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2016-2020.

| No | Tahun | Luas Panen (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----|-------|-----------------|----------------|------------------------|
| 1. | 2016  | 175             | 675            | 3,86                   |
| 2. | 2017  | 168             | 751,50         | 4,47                   |
| 3. | 2018  | 205             | 589,50         | 2,88                   |
| 4. | 2019  | 200             | 421,50         | 2,11                   |
| 5. | 2020  | 214             | 443            | 2,08                   |

Sumber: Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu, 2020

Pada Tabel 1 terlihat bahwa luas panen tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu pada tahun 2016-2020 terjadi peningkatan. Tahun 2016 luas panen tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu adalah 175 Ha dan terjadi peningkatan luas panen pada tahun 2020 yaitu menjadi 214 Ha. Produksi tanaman cabai merah tahun 2016-2020 berfluktuatif. Tahun 2016 produksi tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu adalah 675 ton dan terjadi penurunan produksi cabai merah pada tahun 2020 yaitu menjadi 443 ton. Hal ini dikarenakan hasil panen yang belum stabil. Tahun 2017 produksi cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu meningkat yaitu 751,50 ton dengan produktivitas 4,47%.

Kabupaten Indragiri Hulu memiliki 14 kecamatan, satu diantaranya adalah Kecamatan Seberida. Pada tahun 2020, Kecamatan Seberida merupakan salah satu

Kecamatan yang memiliki luas panen cabai merah terluas di Kabupten Indragiri Hulu. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu, dapat dilihat luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu per Kecamatan Tahun 2020 pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah Menurut Kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No | Kecamatan       | Luas Panen (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----|-----------------|-----------------|----------------|------------------------|
| 1  | Peranap         | 33              | 65             | 1,96                   |
| 2  | Batang Peranap  | 15              | 30             | 2,00                   |
| 3  | Seberida        | 40              | 79             | 1,98                   |
| 4  | Batang Cenaku   | 5               | 10             | 2,00                   |
| 5  | Batang Gansal   | 12              | 24             | 2,00                   |
| 6  | Kelayang        | 28              | 55             | 1,96                   |
| 7  | Rakit Kulim     | 3               | 6              | 2,00                   |
| 8  | Pasir Penyu     | 12              | 23             | 1,92                   |
| 9  | Lirik           | 5               | 10             | 2,00                   |
| 10 | Sungai Lala     | 10              | 22             | 2,20                   |
| 11 | Lubuk Batu Jaya | 14              | 40             | 2,85                   |
| 12 | Rengat Barat    | 16              | 31             | 1,93                   |
| 13 | Rengat          | 16              | 33             | 2,06                   |
| 14 | Kuala Cenaku    | 5               | 10             | 2,00                   |

Sumber: Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu, 2020

Pada Tabel 2 terlihat bahwa pada tahun 2020 luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu berbeda-beda. Kecamatan Seberida merupakan Kecamatan yang memiliki luas panen 40 Ha dan produksi cabai merah mencapai 79 ton dengan produktivitas 1,98%. Kecamatan Lubuk Batu Jaya adalah kecamatan yang memiliki produktivitas paling tinggi yaitu 2,85% dengan luas panen 14 Ha dan produksi 40 ton.

Kecamatan Seberida memiliki luas 634,43 Km<sup>2</sup> dan menjadi Kecamatan yang paling diminati oleh para pengusaha dalam mengembangkan usaha mereka, salah satunya adalah usahatani cabai merah. Kecamatan Seberida memiliki potensi yang besar pada sektor pertanian. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu dapat dilihat luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman cabai merah di Kecamatan Seberida tahun 2016-2020 pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Luas Panen, Jumlah Produksi dan Produktivitas Tanaman Cabai Merah di Kecamatan Seberida Tahun 2016-2020.

| No | Tahun | Luas Panen (Ha) | Produksi (Ton) | Produktivitas (Ton/Ha) |
|----|-------|-----------------|----------------|------------------------|
| 1. | 2016  | 5               | 42,00          | 8,40                   |
| 2. | 2017  | 3               | 29,00          | 9,67                   |
| 3. | 2018  | 9               | 33,50          | 3,72                   |
| 4. | 2019  | 6               | 20,00          | 3,33                   |
| 5. | 2020  | 40              | 79,00          | 1,97                   |

Sumber: Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu, 2020

Pada tabel 3 terlihat bahwa luas panen, jumlah produksi dan produktivitas tanaman cabai merah di Kecamatan Seberida pada tahun 2016-2020 berfluktuatif. Luas panen cabai merah pada tahun 2016-2020 mengalami peningkatan. Tahun 2016 luas panen cabai merah di Kecamatan Seberida adalah 5 Ha dan terjadi peningkatan luas panen pada tahun 2020 yaitu menjadi 40 Ha. Pada data diatas terlihat bahwa pada tahun 2020 luas panen tanaman cabai merah di Kecamatan Seberida memiliki luas panen terluas yaitu 40 Ha. Pada tahun 2017, produksi cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu mengalami penurunan yaitu sebesar 29 ton dengan produktivitas 9,67%.

Hasil produksi cabai merah dipasarkan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Saluran distribusi cabai merah di Kecamatan Seberida dimulai dari petani dan berakhir pada pihak konsumen. Dari keadaan di lapangan diperoleh informasi bahwa pemasaran cabai merah melalui saluran pemasaran yang cukup panjang. Saluran pemasaran yang panjang akan menyebabkan banyaknya biaya yang dikeluarkan dan semakin tinggi harga yang dibayar oleh konsumen. Hal ini menyebabkan rendahnya keuntungan petani. Sebaliknya, saluran pemasaran yang pendek akan menyebabkan sedikitnya biaya yang dikeluarkan dan semakin rendah harga yang dibayar oleh konsumen. Biaya yang dikeluarkan misalnya biaya transportasi, fasilitas penyimpanan dan pengangkutan. Menurut hasil kajian LIPI (1971), diketahui bahwa 35 – 40% produk hortikultura dapat mengalami kerusakan sebelum sampai ke pihak konsumen. Berarti hanya 60% dari produk hortikultura yang didistribusikan dan dapat dinikmati oleh konsumen. Dengan kondisi ini akan menyebabkan kerugian di pihak petani serta pihak yang terlibat dalam mendistribusikan produk.

Saluran pemasaran tanaman cabai merah di Kecamatan Seberida memiliki tiga jenis saluran pemasaran. Saluran pertama terdiri dari petani dan konsumen, saluran kedua terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen kemudian saluran ketiga terdiri dari petani, pedagang pengecer dan konsumen. Pemukiman masyarakat di Kecamatan Seberida sebagian besar berada jauh dari lokasi pasar. Hal ini menyebabkan pemasaran cabai merah di daerah penelitian menggunakan saluran pemasaran yang panjang. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya margin sehingga menyebabkan belum efisiennya

rantai pasok. Manajemen rantai pasok dibutuhkan dalam menentukan efisien pada rantai pasok. Manajemen rantai pasok adalah hubungan produsen dan konsumen untuk menyampaikan harga jual kepada konsumen serta biaya yang dikeluarkan dalam jumlah yang sedikit namun mampu memberi keuntungan pada rantai pasok secara menyeluruh (Christopher, 2011). Dalam upaya memenuhi kebutuhan pelanggan, manajemen rantai pasok diperlukan sebagai pendekatan untuk menyatukan pemasok, pengusaha, gudang, distributor dan pengecer secara efisien sehingga dapat memproduksi sekaligus mendistribusikan produk dalam jumlah, waktu dan lokasi yang tepat sehingga mampu menurunkan biaya dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam manajemen rantai pasok diperlukan pengaturan mekanisme distribusi rantai pasok untuk dapat menentukan efisien atau tidaknya rantai pasok cabai merah di lokasi penelitian. Dalam mengelola rantai pasok digunakan suatu konsep pendekatan yang bermanfaat untuk menyelesaikan masalah untuk memenuhi permintaan konsumen. Waktu penyampaian produk dilakukan secara efisien dengan tetap menjaga kualitas produk. Sistem pengaturan pada rantai pasok berhubungan dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan (Tompodung, et. al 2016). Keunggulan manajemen rantai pasok adalah mengetahui kemampuan dalam mengelola aliran produk dalam suatu rantai pasokan dan mengetahui kegiatan produksi dan distribusi agar dapat bekerjasama untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam proses pemasaran cabai merah perlu memperhatikan berbagai aspek yang dapat memengaruhi proses distribusi produk. Manajemen rantai pasok bertujuan untuk mengirimkan produk dengan waktu yang tepat, mengurangi biaya, meningkatkan produksi dari seluruh rantai pasok, dan mengurangi waktu

dalam kegiatan perencanaan serta distribusi. Oleh karena itu saya melakukan penelitian dengan judul Analisis Manajemen Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

## 1.2. Perumusan Masalah Penelitian

Tanaman cabai merah adalah tanaman sayuran dengan luas panen paling luas di Kecamatan Seberida. Dalam proses distribusi cabai merah di Kecamatan Seberida pada saluran II menggunakan saluran pemasaran yang panjang. Distribusi cabai merah pada saluran I hanya melalui petani kemudian konsumen akhir, saluran II memerlukan beberapa anggota rantai pasok yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen, dan saluran III menggunakan beberapa anggota rantai pasok yaitu petani, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran II petani cabai merah memproduksi dan memasarkan cabai merah ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul yang membeli cabai merah dari petani, kemudian memasarkan lagi cabai merah ke pedagang pengecer di pasar Soegih Seberida. Pedagang pengecer cabai merah di pasar Soegih tidak hanya memasarkan cabai merah langsung ke konsumen namun juga menjual cabai merah ke pedagang pengecer lainnya. Pedagang keliling dan pedagang warung juga berperan sebagai pedagang pengecer yang mendistribusikan cabai merah segar hingga sampai kepada konsumen. Salah satu hal yang menyebabkan saluran pemasaran menjadi panjang adalah karena sebagian besar pemukiman masyarakat yang ada di Kecamatan Seberida terletak jauh dari lokasi pasar, sehingga masyarakat memilih membeli cabai merah di warung yang dekat dari pemukiman masyarakat atau membeli cabai merah dengan pedagang keliling yang menjual cabai merah disekitar pemukiman masyarakat yang ada di Kecamatan

Seberida. Pada saluran III petani memproduksi dan memasarkan cabai merah ke pedagang pengecer di pasar, dan pedagang pengecer memasarkan cabai merah ke konsumen akhir.

Saluran pemasaran yang panjang menyebabkan adanya perbedaan harga cabai merah yang ada di petani dan harga cabai merah di konsumen. Semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan, maka semakin meningkat perbedaan harga antara petani dan konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik anggota rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
2. Bagaimana mekanisme distribusi rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?
3. Bagaimana efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Karakteristik anggota rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau
2. Mekanisme distribusi rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau
3. Efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.

Manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan menganalisis manajemen rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida.
2. Bagi Kalangan Akademis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan informasi, wawasan dan referensi mengenai rantai pasok cabai merah.
3. Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan sebagai bahan pertimbangan keberhasilan rantai pasok khususnya di daerah Kabupaten Indragiri Hulu.
4. Bagi Pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan pengetahuan tentang mekanisme distribusi rantai pasok, dan efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida.

#### **1.4. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian ini dikhususkan hanya untuk membahas mengenai manajemen rantai pasok meliputi pendistribusian cabai merah segar berawal dari petani hingga ke konsumen. Manajemen rantai pasok dapat meningkatkan kemampuan pendistribusian cabai merah secara efektif lebih cepat dan efisien. Ada beberapa anggota rantai pasok yang digunakan dalam memasarkan cabai merah. Pada saluran I terdiri dari petani dan konsumen, pada saluran II terdiri dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen dan saluran III terdiri dari petani, pedagang pengecer dan konsumen. Mekanisme distribusi rantai pasok diperlukan untuk mengetahui efisien atau tidaknya rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida. Waktu penyampaian produk kepada konsumen akhir harus dilakukan secara efisien dan tetap menjaga kualitas produk. Mekanisme distribusi rantai pasok terdiri dari aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu sehingga ruang lingkup penelitian ini hanya menganalisis karakteristik anggota rantai pasok, menganalisis mekanisme distribusi rantai pasok serta menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau.



## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Karakteristik Anggota Rantai Pasok

#### 2.1.1. Umur

Umur diartikan sebagai lamanya hidup seseorang yang dapat diukur dalam satuan waktu dilihat dari segi kronologik, individu normal yang menunjukkan derajat perkembangan anatomis dan fisiologik sama (Nuswantari, 1998). Umur merupakan lamanya waktu hidup atau adanya seseorang sejak dilahirkan.

Umur merupakan lamanya kehidupan yang dapat diukur dengan tahun. Umur adalah usia seseorang yang terhitung sejak saat dilahirkan sampai saat hari terlahirnya seseorang. Umur adalah salah satu variabel penting dalam bidang penelitian komunitas. Semakin cukup umur maka akan semakin meningkat tingkat kematangan dan kekuatan seseorang dalam bekerja dan berfikir (Hurlock, 1998). Manusia yang sudah dewasa akan lebih dipercaya daripada orang yang belum tinggi tingkat kedewasaannya. Umur dapat mempengaruhi pola pikir seseorang. Apabila umur seseorang bertambah, maka akan semakin berkembang daya tangkap dan pola pikir, sehingga semakin banyak pengetahuan yang diperoleh (Notoatmodjo, 2003). Depkes RI menyebutkan bahwa usia produktif adalah antara 15-54 tahun.

Usia dibedakan menjadi dua, yaitu usia kronologis dan usia biologis. Usia kronologis dihitung berdasarkan kalender, sehingga usia tidak bisa ditambah atau dikurangi. Usia biologis adalah usia yang dapat dilihat dari jaringan tubuh manusia dan tergantung pada faktor nutrisi dan lingkungan, sehingga usia biologis dapat dipengaruhi.

### 2.1.2. Pendidikan

Pendidikan adalah usaha yang dilakukan untuk mempengaruhi individu atau kelompok agar melakukan rencana yang sudah dipersiapkan oleh pelaku pendidikan. Tingkat pendidikan minimal terjadi sampai sekolah menengah atas (SMA). Untuk tingkat pendidikan yang tergolong rendah adalah sebelum atau tidak mencapai tingkat SMA.

Menurut Kurniawan (2017) pendidikan adalah kegiatan yang dilakukan oleh generasi tua dengan menyalurkan pengetahuan, pengalaman serta keterampilan dengan tujuan untuk mempersiapkan kehidupan generasi selanjutnya baik secara jasmani maupun rohani. Umumnya tingkat pendidikan menunjukkan kemampuan manusia dalam berfikir dan mengambil keputusan. Rendahnya pendidikan akan menyebabkan kurangnya pengetahuan dan wawasan untuk memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Tingkat pendidikan terdiri dari pendidikan dasar yaitu sekolah dasar dan sekolah menengah tingkat pertama, pendidikan menengah yaitu sekolah menengah tingkat atas, dan pendidikan tinggi yaitu diploma, magister, spesialis dan doktor. Pendidikan dasar bertujuan untuk meningkatkan kemampuan serta menambah pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat dalam hidup bermasyarakat. Pendidikan menengah bertujuan untuk mengembangkan pendidikan dasar dan mempersiapkan peserta didik agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan untuk bersosialisasi. Pendidikan tinggi adalah pendidikan yang bertujuan untuk menyiapkan peserta didik agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki

kemampuan di bidang akademik sehingga dapat mengembangkan serta menciptakan teknologi.

### **2.1.3. Jenis Kelamin**

Jenis kelamin dapat dibedakan dari genetik dan fenotipnya seksnya. Fenotip seks adalah karakteristik dari genetalia internal dan eksternal dari laki-laki dan perempuan yang memiliki perbedaan satu sama lain. Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dengan laki-laki yang dilihat dari sisi biologis sejak seseorang dilahirkan. Perbedaan fungsi biologis antara laki-laki dan perempuan adalah tetap dan tidak dapat diubah (Hungu, 2007).

Menurut Fakih (2003) pengertian jenis kelamin adalah perbedaan antara laki-laki dan perempuan yang dilihat dari sisi biologis yang melekat pada jenis kelamin tertentu. Jenis kelamin dapat menunjukkan ciri khas manusia dalam berperilaku. Pada pekerjaan di bidang usahatani, manusia yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak menjadi pelaku usahatani dibanding perempuan. Ketepatan posisi kerja akan membantu dalam meningkatkan efektivitas dan produktivitas yang berperan dalam menentukan kesuksesan suatu usaha. Adanya perbedaan antara laki-laki dan perempuan akan menimbulkan pola pikir yang berbeda satu sama lain.

### **2.1.4. Pengalaman Berusaha**

Pengalaman adalah pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dalam jangka waktu yang tidak ditentukan (Sajogyo & Pudjiwati, 2011). Pengalaman yang dimiliki seseorang dapat menentukan keberlanjutan suatu usaha. Semakin lama seseorang bekerja, maka semakin berkembang wawasan serta keterampilan yang dimiliki seseorang tersebut. Petani yang sudah memiliki banyak pengalaman dalam usahatani

akan menyadari bahwa bercocok tanam adalah usaha yang paling baik dan sesuai dengan petani itu sendiri.

Lamanya seseorang bekerja sering dikaitkan dengan pengalaman kerja. Hal ini disebabkan karena semakin banyak pengalaman kerja seseorang maka semakin lama waktu seseorang tersebut bekerja. Dengan banyaknya tantangan ataupun kesulitan saat bekerja, maka akan membuat seseorang lebih terampil dan lebih memahami bidang pekerjaannya. Pengalaman merupakan hal dasar dalam proses menerima inovasi yang dapat membantu meningkatkan produktivitas usahatani yang dikelola. Pengalaman usahatani dibedakan menjadi tiga yaitu berpengalaman (>10 Tahun), cukup berpengalaman (5-10 Tahun) dan kurang berpengalaman (<5 tahun). Pengalaman usahatani setiap petani memiliki waktu yang berbeda-beda (Soeharjo dan Patong, 1999).

#### **2.1.5. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Jumlah tanggungan keluarga adalah semua anggota keluarga yang ditanggung di dalam sebuah rumah tangga yang tinggal dalam satu atap dan belum memiliki pekerjaan. Kebutuhan yang diperlukan dalam keluarga akan semakin meningkat apabila memiliki jumlah anggota keluarga yang banyak. Menurut Abu Ahmadi (2002) jumlah tanggungan keluarga dapat digolongkan sebagai berikut, besar apabila jumlah tanggungan >5 orang, dan kecil apabila jumlah tanggungan <5 orang.

Menurut Tohir (2012) jumlah tanggungan keluarga adalah salah satu faktor yang dapat menentukan besarnya pendapatan dalam keluarga yang berguna untuk memenuhi kebutuhan keluarga tersebut. Besarnya jumlah tanggungan dalam keluarga akan memotivasi petani untuk menambah pendapatan keluarganya. Kemiskinan dapat

menjadi sebuah masalah yang berkaitan dengan jumlah tanggungan keluarga. Menurut Wirosuhardjo (1996), bahwa jumlah tanggungan keluarga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dalam keluarga. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga maka akan mempengaruhi tenaga kerja dalam keluarga untuk mencari pendapatan yang lebih banyak.

## 2.2. Cabai Merah Besar (*Capsicum annuum* L.)

Cabai merupakan tanaman perdu dari famili terung-terungan (Solanaceae). Cabai diduga memiliki 90 genus dan 2.000 spesies yang terdiri dari tumbuhan herba, semak, dan tumbuhan kerdil lainnya. Dari banyaknya spesies tersebut, hampir dapat dikatakan sebagian besar merupakan tumbuhan negeri tropis. Namun, secara ekonomis yang dapat dan sudah dimanfaatkan hanya beberapa spesies saja. Terdapat 2 jenis cabai, yaitu cabai kecil atau disebut dengan cabai rawit dan cabai besar atau disebut dengan cabai merah (Rachmawati, et.al, 2012). Klasifikasi tanaman cabai merah menurut Setiadi (2006):

|            |                             |
|------------|-----------------------------|
| Kingdom    | : Plantae                   |
| Divisio    | : Spermatophyta             |
| Sub Divisi | : Angiospermae              |
| Kelas      | : Dicotyledoneae            |
| Ordo       | : Solanes                   |
| Famili     | : Solanaceae                |
| Genus      | : Capsicum                  |
| Spesies    | : <i>Capsicum annuum</i> L. |

Cabai adalah tanaman asli dari Amerika Tengah di daerah Bolivia. Pada mulanya cabai tumbuh dengan liar dan proses penyebaran biji dibantu oleh bangsa burung (aves). Masyarakat pertama yang membudidayakan cabai adalah suku Inca di Amerika Selatan, suku Maya di Amerika Tengah, dan suku Aztek dari Meksiko pada tahun 2500 SM. Orang yang paling berjasa dalam penyebaran tanaman cabai hingga ke seluruh dunia adalah Christophorus Columbus (1451-1506). Colombus membawa biji cabai dan tanaman lainnya hingga ke Spanyol. Jenis cabai yang dibawa oleh Columbus ke Spanyol adalah cabai merah (*Capsicum annuum*). Biji yang dibawa oleh Columbus ditanam oleh petani Spanyol dan tumbuh dengan baik, lalu menyebar ke seluruh Eropa. Di Indonesia diperkirakan pertama kali dibawa oleh pelaut dari Portugis yaitu Ferdinand Magellan (1480-1521). Pelaut itu berlayar pada tahun 1519 hingga ke daerah melalui jalur laut sebelah barat dengan menggunakan lima kapal melalui Samudera Atlantik menuju lautan teduh dan melewati selat Magellan. Cabai merah adalah tanaman semusim yang berbuah pada umur 3 bulan dan berumur hingga 6 bulan. Pada saat ini cabai banyak mengalami perubahan, baik dari bentuk, rasa, maupun warna seperti yang kita temui sehari-hari dipasar. Ada cabai merah besar, cabai keriting, cabai paprika yang tidak pedas, cabai rawit, cabai gondola, cabai dieng dan cabai hias yang berwarna-warni.

### **2.3. Pemasaran dalam Perspektif Islam**

Keanekaragaman nabati yang datang dari Allah SWT memiliki hikmah dan manfaat tersendiri. Semua makhluk hidup seperti manusia dan tumbuh-tumbuhan sangat berkaitan dengan kehidupan. Tumbuh-tumbuhan memiliki manfaat yang sangat banyak bagi manusia. Tumbuh-tumbuhan merupakan berkah dan nikmat dari

Allah SWT yang diberikan kepada seluruh umat manusia. Allah SWT menyampaikan hal ini dalam Surah ‘Abasa 27-32 :

فَأَنْبَتْنَا فِيهَا حَبًّا (27) وَعِنَبًا وَقَضْبًا (28) وَزَيْتُونًا وَنَخْلًا (29) وَحَدَائِقَ غُلْبًا (30)  
وَفَاكِهَةً وَأَبًّا (31) مَتَاعًا لَكُمْ وَلِأَنْعَامِكُمْ (32)

Yang artinya:

*“lalu kami tumbuhkan biji-bijian di bumi itu, anggur dan sayur-sayuran, zaitun dan kurma, kebun-kebun (yang) lebat, dan buah-buahan serta rumput-rumputan, untuk kesenanganmu dan untuk binatang-binatang ternakmu” (Q.S. ‘Abasa [80]:27-32).*

Dalam islam, kegiatan pada sektor pertanian adalah salah satu pekerjaan yang sangat dianjurkan. Kegiatan pada sektor pertanian adalah salah satu cara untuk mendapatkan pahala dari Allah *Subhanallahu wa Ta’ala*. Hal ini dikarenakan dengan bekerja pada sektor pertanian maka mendapatkan manfaat serta mendapatkan nafkah yang halal dari hasil memasarkan hasil pertanian. Selain itu bekerja pada bidang pertanian juga akan menumbuhkan sifat tawakkal di diri petani (Al-Majmuk: 9/54 & Shahih Muslim Syarh Imam An-Nawawi). Bekerja pada sektor pertanian akan membuat seseorang memahami hakikat untuk bertawakkal kepada Allah SWT. Awalnya, hanya ada tiga jenis pekerjaan yang disampaikan oleh Imam Al-Mawardi, yaitu dia berkata “Pokok mata pencaharian tersebut adalah bercocok tanam (pertanian), perdagangan dan pembuatan suatu barang (industri)”.

Kegiatan jual beli sudah dikenal oleh umat manusia sejak dahulu. Dalam ajaran islam telah disampaikan menghalalkan kegiatan jual beli dan mengharamkan

riba. Nabi Muhammad SAW dulu adalah seorang pedagang yang jujur. Allah SWT telah memberikan keterangan dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Yang artinya:

“Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. ‘Al-Baqarah :275).

Perdagangan atau kegiatan jual beli adalah pekerjaan yang dianjurkan oleh Allah SWT. Namun, manusia juga harus memperhatikan kegiatan jual beli agar terhindar dari jalan yang bathil ketika melakukan pertukaran barang menjadi milik diantara sesama manusia. Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِإِلْبَاطٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Yang artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.” (Q.S. An-Nisa’: 29)

Dalam Surah An-Nur ayat 37 dijelaskan bahwa agar manusia tetap mengingat Allah SWT ketika kegiatan jual beli. Allah berfirman dalam Surah An-Nur ayat 37:

رَجَالٌ لَا تُلْهِيمُهُمْ تِجَارَةً وَلَا بَيْعٌ عَن ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ لَا يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Yang artinya:

*“Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang.”( Q.S. An-Nur: 37).*

Kegiatan jual beli dalam ajaran islam adalah kegiatan tukar menukar barang untuk suatu kenikmatan. Kegiatan tukar menukar barang yang bukan kemanfaatan dan bukan kelezatan yang memiliki daya tarik, pertukaran barang juga bukan emas dan bukan perak juga bukan merupakan barang hutangan dan sifat-sifat barang tersebut jelas. Dalam kegiatan jual beli, sistem jual beli Mulamasah (wajib membeli jika pembeli telah menyentuh barang dagangan) dan munabazah (sistem barter antara dua orang dengan melemparkan barang dagangan masing-masing tanpa memeriksanya) dilarang dilakukan. Hal ini ada dalam hadist Riwayat Abu Hurairah. Hadist Riwayat Abu Hurairah: *“Bahwa Rasulullah SAW, melarang sistem jual beli mulamasah (wajib membeli jika pembeli telah menyentuh barang dagangan) dan munabazah (sistem barter antara dua orang dengan melemparkan barang dagangan masing-masing tanpa memeriksanya).*

## **2.4. Rantai Pasok**

### **2.4.1. Definisi Rantai Pasok**

Menurut Setevenson dan Chuong (2014) *supply chain* adalah urutan fungsi fasilitas dan aktivitas yang terlibat dalam proses produksi serta pengiriman suatu produk atau jasa. *Supply Chain* atau rantai pasok adalah kaitan antar perusahaan yang melakukan aktivitas menyalurkan barang atau jasa dari tempat awal sampai ke tempat pelanggan (Assauri, 2011).

Dalam *Supply Chain* ada kaitan mengenai barang, informasi dan uang. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, informasi mengalir secara dua arah baik hulu ke hilir atau sebaliknya, dan uang mengalir dari hilir ke hulu. Rantai pasok adalah kegiatan yang saling terkait agar dapat mengambil keputusan dalam mengintegrasikan pemasok, gudang, manufaktur, jasa transportasi, pengecer dan konsumen secara efisien (Li, 2007).

Rantai pasokan adalah sebuah sistem yang digunakan oleh organisasi untuk mendistribusikan hasil produksi kepada konsumen. Sebaiknya antar organisasi dalam rantai pasok saling berhubungan sehingga kegiatan pengadaan dan penyaluran bahan baku serta hasil produksi terintegrasi secara baik dan benar. Bahan baku dan aliran informasi adalah rangkaian dari rantai pasokan. Rantai pasokan sendiri merangkul semua kegiatan dan transformasi barang mulai dari bahan mentah sampai penyaluran kepada konsumen. Selain itu, Chopra dan Meindl (2013) berpendapat bahwa *supply chain* atau rantai pasok adalah semua pihak yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan. Pihak yang terlibat dalam rantai pasok adalah produsen, pemasok, pengangkutan, pergudangan, pengecer dan pelanggan itu sendiri. Rantai pasok memiliki sifat dinamis yang melibatkan tiga aliran konstan yaitu aliran produk, aliran informasi, dan aliran uang.

Rantai pasok dapat diartikan sebagai aktifitas pendistribusian barang mulai dari bahan baku awal sampai menjadi produk yang bisa dikonsumsi oleh konsumen. Dari pengertian ini, pada rantai pasok terdiri dari perusahaan yang mengambil bahan baku dari alam, perusahaan yang mengubah bahan baku utama menjadi barang setengah jadi, supplier yang menyediakan bahan-bahan pendukung produk,

perusahaan perakitan, distributor, dan teraler yang menjual barang tersebut ke konsumen akhir. Rantai pasokan adalah penyelarasan perusahaan yang mendistribusikan produk menuju pasar (Lambert, 2003). Rantai pasokan melibatkan proses baik secara langsung maupun tidak langsung dalam rangka memenuhi permintaan konsumen. Dalam rantai pasokan tidak hanya terdiri dari produsen dan pemasok tapi juga pedagang, gudang dan pelanggan (Chopra, 2003).

#### **2.4.2. Identifikasi Anggota Rantai Pasok**

Dalam pelaksanaan manajemen rantai pasok perlu diketahui hubungan dengan siapa saja anggota yang terlibat dan proses apa yang perlu dihubungkan. Anggota rantai pasok adalah semua anggota yang saling terkait melalui pemasok dan pelanggan. Terdapat dua jenis anggota rantai pasok yang pertama yaitu anggota primer adalah anggota yang terlibat secara langsung dalam memproduksi barang atau jasa misalnya petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer serta konsumen, yang kedua yaitu anggota sekunder adalah anggota yang terlibat secara tidak langsung dalam memproduksi barang atau jasa namun anggota sekunder memiliki pengaruh pada kegiatan tersebut. Anggota rantai pasok memiliki tujuan yang sama, adalah sebagai berikut:

##### **1. Pemasok (Supplier)**

Pemasok adalah anggota yang menyediakan bahan baku utama dalam proses produksi. Yang dapat dikatakan sebagai bahan baku utama adalah bahan mentah, bahan penolong, bahan dagangan, suku cadang dan sebagainya. Menurut Kurniawati (2013), pemasok atau supplier adalah salah satu faktor kesuksesan sebuah

perusahaan. Salah satu hal yang dapat menjamin ketersediaan bahan baku adalah pemilihan pemasok yang tepat.

## 2. Produsen (*Manufacturer*)

Produsen adalah pihak yang meminta komponen kepada pemasok untuk diproduksi oleh pihak produsen. Pemasok berhubungan langsung dengan produsen yang bekerja memproduksi barang.

## 3. Distributor (*Distribution*)

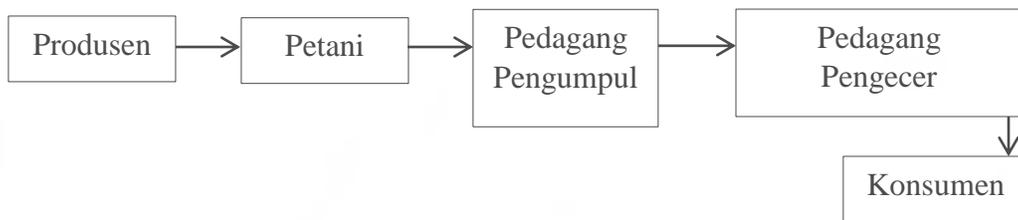
Produk yang telah diproduksi oleh produsen langsung didistribusikan kepada konsumen. Meskipun penyaluran barang bisa dilakukan dengan banyak cara proses penyaluran barang pada umumnya dilakukan melalui distributor. Barang yang sudah siap diproduksi oleh produsen disalurkan ke pedagang besar dalam jumlah yang besar sehingga pedagang besar dapat menyalurkan barang dalam jumlah kecil ke pedagang pengecer.

## 4. Pengecer (*Retail Outlet*)

Gudang atau tempat penyimpanan biasanya digunakan oleh pedagang besar sebelum menyalurkan barang ke pedagang pengecer. Dengan mengatur kembali pola pengiriman dari pedagang besar ke pedagang pengecer maka pedagang besar dapat menghemat biaya gudang.

## 5. Konsumen (*Customer*)

Mengingat tujuan utama dari rantai pasok adalah mendistribusikan barang dari produsen hingga berakhir pada pihak konsumen, maka apabila barang sudah sampai atau tiba di pihak konsumen berarti mata rantai pasok telah selesai. Konsumen merupakan anggota rantai pasok terakhir dalam pendistribusian barang.



Gambar 1. Bagan Aliran Rantai Pasokan (Chopra dan Meindl, 2001)

### 2.4.3. Manajemen Rantai Pasok

*Supply chain management* adalah sebuah sistem yang didalamnya mencakup kegiatan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan produk tersebut. Manajemen rantai persediaan mencakup semua proses dan kegiatan yang terlibat dalam pengiriman produk ke tangan konsumen. Operasi rantai pasokan yang efisien bergantung pada aliran data yang lengkap dan akurat terkait produk yang diminta konsumen dari pedagang pengecer (Elida et al., 2021). Rantai pasok jaringan dari berbagai organisasi yang terhubung dan memiliki tujuan yang sama, yaitu menyalurkan barang ke konsumen (Indrajit, 2002). Manajemen rantai pasokan digunakan sebagai pendekatan untuk menerapkan pengintegrasian pemasok, gudang, dan pengusaha yang dilakukan secara efisien dengan mendistribusikan produk dengan kuantitas, lokasi dan waktu yang tepat untuk memuaskan konsumen serta memperkecil biaya.

Penerapan konsep pemasaran dalam perspektif mikro adalah manajemen rantai pasok. *Supply chain management* mencakup seluruh kegiatan memasarkan produk mulai dari produksi, distribusi, hingga proses pemasaran suatu barang. Produsen menghasilkan suatu barang dengan waktu, jumlah dan lokasi yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai pengintegrasian pemasok, distributor, pengecer dan konsumen secara efisien diperlukan pendekatan manajemen rantai pasok.

Menurut Henkoff (1994) manajemen rantai pasok adalah keadaan suatu perusahaan dalam menyalurkan komponen, material dan produk yang sudah di produksi ke konsumen. Tujuan manajemen rantai pasok bagi pedagang adalah untuk membantu menurunkan biaya operasi, distribusi dan pemasaran. Produk yang didistribusikan secara efisien akan membantu meningkatkan daya saing produk di pasaran. Manfaat dari penerapan konsep manajemen rantai pasok yaitu menurunkan biaya, meningkatkan pendapatan, pemanfaatan asset, laba dan skala usaha. Sistem manajemen rantai pasok adalah suatu sistem pemasaran yang dapat membantu memberikan kepuasan pada konsumen.

Menurut Harland (1996) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai jaringan bisnis yang berawal dari memproduksi barang hingga pemenuhan kebutuhan konsumen akhir.

#### **2.4.4. Mekanisme Distribusi Rantai Pasok**

Rantai pasokan menyangkut yang sedang berlangsung hubungan mengenai aliran uang, barang dan informasi. Menciptakan aliran informasi yang akurat adalah salah satu faktor yang dapat membantu mengoptimalkan rantai pasokan. Hal ini dikarenakan apabila aliran informasi berjalan dengan lancar dan pendistribusian barang yang efisien maka akan menghasilkan kepuasan pada konsumen. Ada tiga jenis aliran yang harus dikelola dalam manajemen rantai pasok yaitu aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan yang berguna untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam rantai pasok secara optimal. 1) aliran produk mengalir dari hulu ke hilir, 2) aliran informasi mengalir dari hilir ke hulu atau sebaliknya, dan 3) aliran keuangan mengalir dari hilir ke hulu (Elida *et al.*, 2021).

Aliran produk merupakan arus dari suatu barang atau material yang melibatkan arus barang yang berasal dari pemasok hingga sampai ke konsumen. Aliran waktu termasuk kedalam aliran produk karena waktu dihitung untuk menghitung berapa lama waktu yang dibutuhkan agar produk sampai ke konsumen.

Aliran informasi adalah aliran yang sangat berperan dalam rangka menciptakan manajemen rantai pasok yang baik dan unggul. Kinerja *supply chain* yang baik adalah mampu mengatur aliran informasi dengan jujur dan akurat. Informasi yang terkait pada aliran ini adalah informasi tentang ketersediaan produk pada produsen. Informasi ini sangat dibutuhkan oleh distributor maupun pabrik. Informasi tentang status pengiriman bahan baku sering dibutuhkan oleh perusahaan yang mengirim ataupun yang menerima. Informasi harus dibagikan agar pihak yang berkepentingan bisa memonitor untuk perencanaan yang lebih akurat.

Aliran keuangan merupakan aliran yang mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan mengalir dari pihak konsumen atas pembayaran barang yang dibeli kemudian mengalir pada setiap anggota rantai pasok hingga sampai ke pihak produsen dimana uang tersebut digunakan untuk biaya produksi. Aliran keuangan bersifat searah, artinya uang pembayaran atas produk yang dibeli konsumen akan diterima oleh produsen sebagai penukar produk yang dihasilkan.

## **2.5. Pemasaran**

### **2.5.1. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran adalah fungsi yang dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan manusia yang belum terpenuhi dan mengukur pasar yang akan melayani. Pemasaran adalah proses dimana seseorang mendapatkan apa yang mereka butuhkan dengan

melakukan pertukaran. Pemasaran adalah keadaan dimana seseorang yang membutuhkan sumber daya orang lain dan bersedia untuk menawarkan produk atau jasa dengan nilai sebagai imbalannya. Pemasaran merupakan proses dimana individu ataupun kelompok mampu mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan berhasil memenuhi kebutuhan mereka baik itu berupa barang ataupun jasa dengan cara menciptakan, menawarkan atau menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. (Kotler dan Keller, 2007).

Sedangkan menurut (Stanton, 1993) pemasaran adalah kegiatan bisnis secara menyeluruh yang dibuat untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Keberhasilan usaha pada sektor pertanian tergantung pada kemampuan dibidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia (Firdaus, 2010). Pemasaran adalah kegiatan pokok yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam usahanya demi mempertahankan kelangsungan hidup serta mendapatkan laba (Swastha, 1990). Manusia selalu memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda namun juga memiliki keterbatasan yang berbeda. Kebutuhan manusia harus bisa terpenuhi demi tercapainya kepuasan, namun terbentur dengan keterbatasan. Maka dari itu, tugas utama dari pemasar adalah memenuhi setiap kebutuhan dengan memperhatikan keterbatasan yang ada.

Pemasaran adalah proses merencanakan, menentukan harga, promosi, dan distribusi barang agar terciptanya pertukaran barang yang menghasilkan kepuasan pada pihak konsumen. Pemasaran komoditi pertanian adalah proses mengalirnya aliran produk serta terjadinya pemindahan kepemilikan oleh lembaga pemasaran.

Pemasaran terdiri dari kegiatan yang berbeda-beda. Pertambahan nilai pada barang terjadi saat adanya perpindahan barang. Dalam konsep pemasaran tercapainya tujuan organisasi apabila dapat mengetahui kebutuhan serta target pasar (Armstrong, 2008).

### **2.5.2. Lembaga Pemasaran**

Moehar (2001) lembaga pemasaran adalah individu atau kelompok yang memiliki hubungan dengan individu atau kelompok lain yang melakukan kegiatan memasarkan produk dengan menyalurkan barang dari produsen ke pihak konsumen. Lembaga pemasaran menjalankan fungsi pemasaran dengan memenuhi kebutuhan konsumen. Balas jasa dari pihak konsumen kepada lembaga pemasaran adalah nilai margin pemasaran. Lembaga pemasaran bermanfaat ketika konsumen ingin memenuhi kebutuhan sesuai dengan waktu, tempat dan bentuk yang diinginkan oleh konsumen. Ada tiga kelompok dalam penyaluran barang yaitu produsen, lembaga perantara dan konsumen. Fungsi lembaga perantara adalah menyampaikan barang dari produsen ke konsumen, mengingat jarak antar produsen dan konsumen yang sering berjauhan. Maka dari itu, peran lembaga perantara sangat besar dalam mendistribusikan barang. Produsen adalah pihak yang memproduksi atau menghasilkan barang seperti petani. Lembaga perantara adalah pihak yang membantu menjualkan barang dari produsen ke konsumen seperti pedagang seperti pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. Konsumen adalah pihak yang membutuhkan barang yang dipasarkan oleh lembaga perantara seperti rumah tangga dan perusahaan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat kegiatan pemasaran yaitu:

1. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul adalah lembaga yang memiliki hubungan langsung dengan produsen atau petani. Transaksi antara petani dan pedagang pengumpul dilakukan secara tunai atau melalui kontrak pembelian.

## 2. Pedagang Besar

Pedagang besar adalah lembaga yang mengumpulkan barang dari pedagang pengumpul kemudian mendistribusikan barang tersebut ke agen atau pedagang pengecer.

## 3. Agen Penjualan

Agen adalah lembaga yang membeli barang dari pedagang besar dalam jumlah yang banyak dengan harga yang lebih rendah dari pedagang pengecer.

## 4. Pengecer

Pedagang pengecer adalah lembaga terakhir yang mendistribusikan barang ke pihak konsumen. Apabila pedagang pengecer berhasil menjual barang ke pihak konsumen, maka pedagang pengecer yang akan menentukan keberhasilan lembaga pemasaran pada suatu rantai pemasaran.

### 2.5.3. Saluran Pemasaran

Menurut Basu Swastha (1999) saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen dalam proses menyalurkan barang hingga sampai ke konsumen atau pemakai industri. Saluran pemasaran merupakan sekumpulan organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses menghasilkan suatu barang siap untuk digunakan dan dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan alur yang diikuti barang setelah proses produksi berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh konsumen, proses perpindahan barang dari produsen sampai ke konsumen

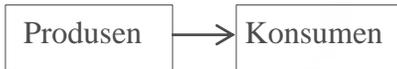
memiliki kegiatan yang saling bekerja sama. Ada kegiatan yang membeli dan mengumpulkan hasil pertanian, mengangkut hasil ke daerah konsumen dan mengecerkannya. Panjang atau pendeknya saluran pemasaran yang digunakan dipengaruhi oleh beberapa hal: 1) sifat produk yang dipasarkan, 2) jarak antara produsen dan konsumen, 3) sifat penyebaran produk, 4) ketersediaan modal, 5) tingkat keuntungan yang akan diperoleh 6) jumlah produk yang dipasarkan. (Darus, 2018).

Saluran pemasaran adalah masing-masing perantara dalam kegiatan pemasaran dengan menyalurkan produk agar lebih dekat dengan konsumen akhir (Kotler dan Armstrong, 2008). Menurut Swastha (2000) terdapat lima macam saluran dalam penyaluran barang konsumsi. Produsen dapat menggunakan lebih dari satu lembaga perantara. Macam-macam distribusi barang konsumsi adalah sebagai berikut:

1. Produsen – Konsumen
2. Produsen – Pengecer – Konsumen
3. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen
4. Produsen – Tengkulak – Pedagang Pengumpul – Pengecer – Konsumen
5. Produsen – Tengkulak – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Saluran pemasaran adalah serangkaian kelompok yang saling berkaitan dan berhubungan antara satu sama lain dalam proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Berikut adalah gambar saluran tingkat pertama sampai tingkat ketiga (Kotler dan Armstrong, 2008):

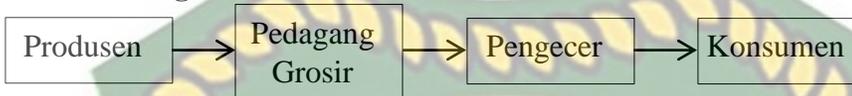
### Saluran Pertama



### Saluran Kedua



### Saluran Ketiga



Gambar 2. Saluran Pemasaran Tingkat Pertama – Tingkat Ketiga

### 2.5.4. Fungsi Pemasaran

Moehar (2001) fungsi pemasaran adalah kegiatan yang mampu membantu melancarkan proses pendistribusian barang atau jasa. Ada tiga tipe fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran adalah fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi penyediaan fasilitas. Fungsi pemasaran menurut Deliyanti (2010) adalah :

#### 1. Fungsi Pertukaran

Melalui kegiatan pemasaran konsumen dapat mendapatkan produk yang dibutuhkan dari produsen dengan cara menukar uang dengan barang atau pertukaran antar barang dengan barang untuk digunakan sendiri maupun untuk dijual kembali.

#### 2. Fungsi Distribusi Fisik

Fungsi fisik meliputi pengangkutan dan penyimpanan. Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan mengangkut dan menyimpan barang. Produk disalurkan dari produsen menuju konsumen untuk memenuhi kebutuhan dengan berbagai cara. Penyimpanan barang mengutamakan upaya untuk menjaga pasokan barang agar tidak kekurangan saat dibutuhkan. Untuk komoditi pertanian yang bersifat musiman, fungsi penyimpanan sangat diperlukan, namun untuk konsumsi bersifat tetap.

### 3. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas memiliki tujuan untuk melancarkan kegiatan dalam menukarkan barang antara produsen dan konsumen. Upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional dan penetapan harga digunakan fungsi penyediaan fasilitas yang dapat membantu memperbaiki sistem pemasaran. Fungsi penanggungan resiko dan informasi pasar adalah bagian dari fungsi fasilitas. Proses penyaluran barang dari produsen ke konsumen biasanya memiliki resiko seperti kerusakan dan kehilangan. Resiko dapat dibedakan menjadi dua yaitu resiko fisik dan ekonomi. Resiko fisik seperti penyusutan volume barang serta kehilangan. Resiko ekonomi seperti fluktuasi harga pada barang.

#### **2.5.5. Biaya Pemasaran**

Biaya adalah pengeluaran yang diukur dalam bentuk uang yang dilakukan oleh produsen dalam menjalankan usahanya demi mendapatkan hasil usaha yang maksimal dan dapat mencapai tujuan tertentu dari sebuah usaha. Pada usahatani, yang termasuk dalam biaya adalah biaya penyusutan, transportasi, biaya angkut, dan biaya retribusi.

Besar kecilnya biaya pemasaran tergantung pada penggunaan fasilitas pada setiap lembaga pemasaran. Jumlah fasilitas yang digunakan oleh masing-masing lembaga pemasaran tergantung pada kondisi komoditi pertanian yang mudah rusak sehingga memerlukan biaya yang besar untuk fungsi pemasaran. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran suatu produk, maka akan bertambah pula biaya pemasaran.

Biaya pemasaran yang meningkat tidak menjadi faktor penentu efisien atau tidaknya proses pemasaran. Apabila biaya pemasaran meningkat namun diikuti oleh meningkatnya kepuasan konsumen maka proses pemasaran tersebut efisien. Jika biaya pemasaran meningkat namun tidak diikuti meningkatnya kepuasan konsumen maka proses pemasaran tidak efisien.

Rincian biaya pemasaran untuk komoditi pertanian antara lain, biaya transportasi, gudang, bongkar muat, dan biaya retribusi. Biaya yang dikeluarkan untuk setiap komoditi berbeda-beda.

#### **2.5.6. Margin Pemasaran**

Darus (2018) margin pemasaran adalah selisih antara harga di tingkat produsen dan harga di tingkat konsumen. Margin pemasaran terdiri atas rincian biaya pemasaran yang dikeluarkan dan keuntungan dalam pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya untuk melakukan fungsi pemasaran atau disebut dengan biaya pemasaran dan keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Menurut Pearce dan Robinson (2008), margin adalah selisih antara tingkat rantai pemasaran atau selisih harga antara produsen dan konsumen. Margin pemasaran menunjukkan perbedaan antara harga beli pada pihak konsumen dan harga jual pada pihak produsen namun tidak menunjukkan kuantitas pemasaran barang.

Salah satu indikator untuk mengukur tingkat efisiensi adalah margin pemasaran. Carani (2006) margin adalah perbedaan harga pada pihak produsen dan konsumen serta balas jasa yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran. Ada dua komponen dalam margin pemasaran yaitu biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran. Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dapat

dihitung dengan harga barang ditingkat konsumen dikurangi dengan harga barang ditingkat produsen.

### **2.5.7. Farmer's Share**

*Farmer's share* adalah bagian yang diterima oleh pihak petani dan dinyatakan dalam bentuk persentase dengan membandingkan antara harga pada pihak petani dan harga pada pihak konsumen. Selain margin pemasaran, *farmer's share* juga merupakan salah satu indikator yang dapat menentukan tingkat efisiensi pemasaran, namun nilai *farmer's share* yang tinggi tidak sepenuhnya dapat menentukan suatu sistem pemasaran berjalan dengan efisien. *Farmer's share* dan margin pemasaran memiliki hubungan yang negatif yaitu apabila nilai *farmer's share* tinggi maka nilai margin pemasaran akan rendah atau sebaliknya. Terdapat dua perbedaan harga konsumen yaitu harga konsumen ditingkat pedagang besar dan harga konsumen ditingkat pedagang pengecer atau konsumen akhir yang membutuhkan barang pada pemasaran lokal.

Dengan analisis *farmer's share* maka dapat diketahui bagian yang diterima oleh petani yang dinyatakan dalam persentase. Pemasaran dapat dikatakan efisien apabila *share* keuntungan setiap lembaga pemasaran merata (Jumiati et.al, 2013).

### **2.5.8. Efisiensi Pemasaran**

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi lancar atau tidaknya pendistribusian barang dari produsen ke konsumen adalah memilih saluran pemasaran yang efisien. (Darus, 2018). Saluran pemasaran dapat dikatakan efisien apabila saluran pemasaran suatu barang pendek, nilai *farmer's share* yang tinggi dan nilai margin pemasaran yang rendah. Efisiensi pemasaran adalah cara mengukur

produktivitas pemasaran dengan melihat sumber daya yang digunakan dan output yang dihasilkan. Pada komoditas pertanian, efisiensi pemasaran mengukur produksi hasil pertanian dengan melihat sumber daya yang digunakan terhadap output yang dihasilkan melalui efisiensi operasional. Efisiensi operasional dapat meningkatkan output dan input pada proses pemasaran. Ada tiga cara yang bisa dilakukan untuk meningkatkan efisiensi yaitu meningkatkan kepuasan konsumen tanpa meningkatkan biaya pemasaran, menurunkan biaya pemasaran tanpa menurunkan kepuasan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus meningkatkan biaya pemasaran namun meningkatkan tingkat kepuasan konsumen harus lebih besar dibandingkan meningkatkan biaya pemasaran. Margin pemasaran, nilai *farmer's share* dan *share* keuntungan dapat dijadikan indikator untuk mengukur tingkat efisiensi pemasaran.

Panjang pendeknya saluran pemasaran serta nilai margin pemasaran dapat menentukan efisiensi pemasaran. Apabila saluran pemasaran pendek maka semakin kecil nilai margin pemasaran dan proses pemasaran tersebut dapat dikatakan efisien. Efisiensi pemasaran terdiri dari biaya yang dikeluarkan dan kepuasan konsumen. Menurunkan biaya pemasaran tanpa menurunkan kepuasan konsumen dapat meningkatkan efisiensi pemasaran, namun menurunkan biaya pemasaran sekaligus menurunkan kepuasan konsumen dapat menurunkan efisiensi pemasaran (Soekartawi, 1985).

## 2.6. Studi Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan rujukan dalam penelitian ini, berikut beberapa penelitian terdahulu yang bisa dijadikan sebagai acuan yang relevan dengan penelitian.

Penelitian yang diambil untuk rujukan penelitian ini adalah penelitian mengenai manajemen rantai pasok dan efisiensi pemasaran di beberapa daerah maupun mengenai komoditas yang diteliti.

Fransiska (2016) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Komoditi Cabai Merah di Kelurahan Muara Fajar Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui karakteristik anggota rantai pasok cabai merah, menganalisis saluran distribusi rantai pasok cabai merah dan menganalisis efisiensi distribusi rantai pasok cabai merah di lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survey. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis saluran lembaga, fungsi, biaya, margin, *farmer's share*, harga pokok produksi dan efisiensi pemasaran.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa umur responden berada pada usia produktif, lama pendidikan petani rata-rata 10 tahun, pedagang pengumpul 12 tahun, pedagang pengecer rata-rata 11 tahun, pengalaman usahatani rata-rata 4 tahun, pedagang pengumpul 7 tahun dan pedagang pengecer rata-rata 8 tahun. Jumlah tanggungan keluarga petani rata-rata 5 jiwa, pedagang pengumpul 6 jiwa, pedagang pengecer 6 jiwa dan konsumen rata-rata 6 jiwa. Saluran pemasaran cabai merah dari petani – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Margin pemasaran sebesar Rp. 5.000,00/Kg, total biaya pemasaran sebesar Rp. 2.054,95/Kg, *farmer's share* 80,00%, harga pokok produksi Rp. 9826,24/Kg dengan efisiensi 8,22%.

Lukman (2017) dengan judul “Analisis Manajemen Rantai Pasok Kentang (*Solanum Tuberosum L.*) di Desa Ngadas Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana kondisi rantai pasok, menganalisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran kentang di lokasi penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode survey. Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif manajemen rantai pasok dan analisis efisiensi pemasaran.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis deskriptif didapatkan hasil yaitu anggota primer rantai pasok kentang desa Ngadas terdiri dari petani, penebas lokal, pedagang besar dan pedagang pengecer. Manajemen rantai pasok mencakup kegiatan mendapatkan bahan baku, kegiatan perencanaan produksi, kegiatan produksi dan kegiatan pendistribusian kentang ke konsumen. Analisis data kuantitatif pada penelitian ini mendapatkan data yaitu perincian nilai total margin pada saluran pemasaran I adalah Rp. 1.600,00/kg, pada saluran pemasaran II sebesar Rp. 2.300,00/kg dan saluran pemasaran III sebesar Rp. 1.300,00/kg. Hasil analisis distribusi margin menunjukkan bahwa distribusi margin pada pemasaran kentang di daerah penelitian belum merata. Hasil analisis share atau bagian harga yang diterima petani untuk saluran pemasaran I 68.63%, pada saluran pemasaran II sebesar 60.34% dan saluran pemasaran III sebesar 68.63%. Hal ini menunjukkan bahwa secara *share* harga yang didapatkan petani semua saluran pemasaran belum efisien karena farmers share masih kurang dari 90%.

Novianto (2019) dengan judul “Analisis Supply Chain Management (SCM) Komoditas Cabai Rawit Merah di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang”. Tujuan

dari penelitian ini adalah untuk mengetahui SCM komoditas cabai rawit merah dan efisiensi SCM komoditas cabai rawit merah di daerah penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deksriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aliran produk berupa cabai rawit merah segar, aliran informasi dari petani ke setiap mata rantai yang terlibat, dan aliran keuangan berupa biaya dan keuntungan pada tiga saluran pemasaran yang sejalan dengan proses pendistribusian produk, yang mana transaksi pembayaran yang digunakan berpengaruh pada kinerja setiap mata rantai.

Rizal (2013) dengan judul “Analisis Rantai Pasokan (*Supply Chain*) Komoditas Cabai Merah Besar di Kabupaten Jember”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme rantai pasokan yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan pada komoditas cabai merah besar dan mengetahui tingkat pada efisiensi rantai pasokan komoditas cabai merah besar di daerah penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif serta analisis margin pemasaran.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa aliran produk dapat dibedakan menjadi aliran produk berupa buah cabai merah besar dan aliran produk berupa produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan. Aliran informasi terbagi menjadi aliran informasi secara horizontal dan aliran informasi secara vertikal. Aliran keuangan dibedakan menjadi 12 macam aliran dimana sistem transaksi pembayaran sangat mempengaruhi kinerja dari setiap mata rantai. Rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah efisien jika dilihat

dari a) nilai *share* keuntungan lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya ( $s_k > s_{bi}$ ) dan; b) nilai *share* bagian harga setiap mata rantai dinilai adil atau proporsional sesuai dengan fungsi yang dilakukan. Masih terdapat saluran distribusi yang belum efisien bila dilihat dari nilai pangsa produsennya (PS) yang kurang dari 70%. Saluran distribusi tersebut terdiri dari a) saluran 1 yang merupakan saluran antara petani dengan lembaga kemitraan; b) saluran 3 dan saluran 4, saluran 5 dan saluran 6, dimana keempat saluran tersebut memiliki rantai saluran yang panjang.

Intan (2019) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Semangka di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik pelaku rantai pasok semangka, mengetahui mekanisme rantai pasok yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan semangka dan menganalisis efisiensi rantai pasok semangka di daerah penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa umur seluruh responden berada pada usia produktif. Lama pendidikan rata-rata 10 tahun, pedagang pengumpul 10 tahun, pedagang pengecer 11 tahun dan konsumen akhir 11 tahun. Pengalaman berusahatani petani rata-rata 4 tahun, pedagang pengumpul 5 jiwa, pedagang pengecer 6 jiwa dan konsumen 6 jiwa. Mekanisme aliran rantai pasok semangka di Desa Kubang Jaya hanya terdiri dari petani semangka, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen akhir dan terdapat aliran produk yang mengalir dari petani sampai konsumen. Aliran keuangan mengalir dari konsumen sampai ke petani semangka dan

aliran informasi mengalir dari petani semangka sampai ke konsumen akhir atau sebaliknya. Margin pemasaran sebesar Rp. 3.800,00/kg, total biaya pemasaran sebesar Rp. 668,58/kg, *farmer's share* 24,00% dengan efisiensi distribusi rantai pasok sebesar 13,37%.

Saptana (2014), dengan judul “Manajemen Rantai Pasok Komoditas Telur Ayam Kampung”. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan pelaku rantai pasok komoditas telur ayam kampung, menganalisis kelembagaan manajemen rantai pasok komoditas telur ayam kampung dan menganalisis rantai nilai komoditas telur ayam kampung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survey. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Data kuantitatif dianalisis menggunakan analisis R/C ratio, margin tata niaga dan analisis rantai nilai, sementara informasi kualitatif dengan analisis deskriptif dengan fokus pada kelembagaan manajemen rantai pasok.

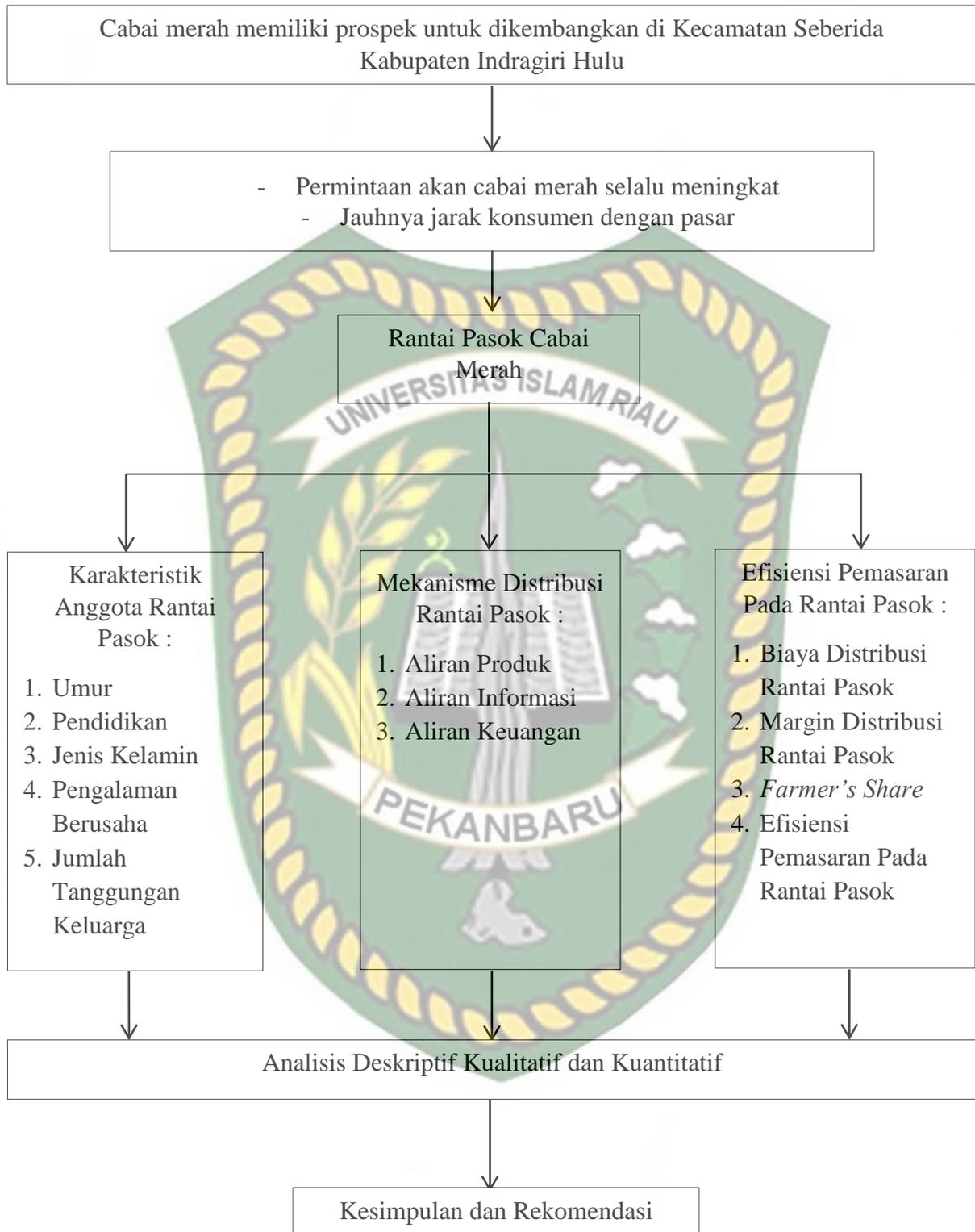
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 8 pelaku utama rantai pasok komoditas telur ayam kampung, yaitu pemerintah, indutsri pembibitan, peternak, kelompok peternak, asosiasi peternak, pedagang di sentra produksi, pedagang di sentra konsumsi dan industri kue atau roti. Kelembagaan yang paling strategis dalam keseluruhan rantai pasok komoditas telur ayam kampung adalah kelembagaan distribusi dan pemasaran. Industri roti/kue menerima nilai tambah terbesar per unit output, sedangkan pedagang besar di pusat produksi dan pedagang besar di pusat konsumsi menerima nilai terbesar secara agregat.

## 2.7. Kerangka Penelitian

Kecamatan Seberida adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Indragiri Hulu yang memiliki luas panen cabai merah terluas. Cabai merah merupakan salah satu komoditi yang memiliki prospek untuk dikembangkan. Salah satu kegiatan yang dilakukan petani di Kecamatan Seberida dalam mengelola usahatani nya adalah memproduksi tanaman cabai merah dan memasarkan cabai merah tersebut ke konsumen agar dapat memenuhi permintaan akan cabai merah yang terus meningkat baik dengan menggunakan lembaga perantara maupun tanpa menggunakan lembaga perantara. Permintaan cabai merah akan semakin meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk. Kegiatan pendistribusian cabai merah di Kecamatan Seberida perlu dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan cabai merah sesuai dengan waktu yang diinginkan konsumen. Dalam kegiatan pendistribusian cabai merah ada beberapa masalah yang dihadapi. Pada saluran II, saluran pemasaran yang digunakan cukup panjang diawali dari petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer hingga konsumen. Yang menyebabkan panjangnya saluran pemasaran adalah karena lokasi pemukiman masyarakat yang jauh dari pasar, sehingga kebanyakan masyarakat membeli cabai merah di warung sekitar pemukiman atau membeli dengan pedagang keliling dan jauhnya jarak antara petani dengan pasar sehingga menyebabkan petani menggunakan lembaga perantara dalam memasarkan cabai merah. Dengan panjangnya saluran pemasaran menyebabkan besarnya margin dan keuntungan yang diperoleh petani lebih kecil dari pedagang. Panjangnya saluran pemasaran menyebabkan rantai pasok yang tidak efisien. Untuk menganalisis manajemen rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida digunakan analisis : 1) karakteristik anggota rantai pasok yang meliputi umur, pendidikan, jenis kelamin, pengalaman

berusaha serta jumlah tanggungan keluarga. Umur adalah faktor dapat menentukan kemampuan kerja petani dalam mengelola usahatani nya. Salah satu faktor yang menentukan hasil pekerjaan yang dilakukan akan menjadi baik dan maksimal adalah umur. Apabila petani dan pedagang berada pada usia yang produktif, maka akan membantu memaksimalkan hasil kerja sehingga umur petani dan pedagang dapat mempengaruhi keberhasilan rantai pasok. Indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melihat kegiatan petani dalam bekerja adalah pendidikan (Hasyim, 2006). Pendidikan adalah faktor yang dapat mempengaruhi bagaimana perilaku petani dan pedagang dalam menerima inovasi baru dalam usahanya. Tingkat pendidikan akan menunjukkan banyaknya pengetahuan dan wawasan yang dimiliki oleh petani dan pedagang dalam menerapkan teknologi dalam usahanya (Lubis, 2000). Untuk menentukan produktivitas petani dan pedagang dalam bekerja salah satu faktor yang dapat digunakan adalah jenis kelamin. Pada umumnya jenis kelamin laki-laki akan lebih produktif dibanding perempuan pada pekerjaan yang menggunakan fisik. Sehingga jenis kelamin mempengaruhi keberhasilan rantai pasok. Pengalaman berusahatani adalah faktor penentu keberhasilan usaha dalam hal ini adalah rantai pasok. Petani dan pedagang yang sudah lama bekerja pada suatu usaha memiliki kemampuan dalam berusaha yang lebih baik dibandingkan petani atau pedagang yang belum lama menjalankan suatu usaha. Jumlah tanggungan keluarga yang besar dapat mendorong dan memotivasi petani dalam menjalankan kegiatan usahatani yang lebih intensif dan menerapkan teknologi sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani dan pedagang (Soekartawi, 2003). 2) mekanisme distribusi rantai pasok didalamnya terdiri dari tiga aliran yaitu aliran produk, aliran

informasi dan aliran keuangan. Ketiga aliran ini adalah sistem pengaturan yang penting untuk diketahui. Tujuan dari sistem pengaturan pada rantai pasok ini adalah memberikan keuntungan pada masing-masing lembaga pemasaran. Aliran produk, informasi dan keuangan menjadi sistem pengaturan yang sangat penting pada rantai pasok. Hal ini dikarenakan sistem pengaturan tersebut adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pada setiap lembaga pemasaran. Untuk menjaga dan meningkatkan mutu rantai pasok cabai merah diperlukan pengambilan keputusan yang tepat. 3) efisiensi pemasaran pada rantai pasok. Untuk mengukur tingkat efisiensi rantai pasok dapat dihitung menggunakan biaya distribusi, margin, dan *farmer's share*. Margin pemasaran digunakan sebagai indikator untuk mengukur efisiensi dengan menghitung selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran. Selain margin pemasaran, *farmer's share* juga dapat menentukan tingkat efisiensi dengan menghitung hasil pembagian dari harga jual di tingkat petani dan harga jual di tingkat konsumen. Indikator ini di analisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif sehingga dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini. Untuk itu dapat disusun skema kerangka pemikiran penelitian tentang rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Pemikiran

### III. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Metode, Tempat dan Waktu Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, Penelitian ini berlokasi di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa di daerah tersebut merupakan salah satu kecamatan yang paling banyak produksi cabai merah di Kabupaten Indragiri Hulu.

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan yang dimulai dari bulan Januari 2021 – Juni 2021, meliputi kegiatan penyusunan usulan penelitian, survei lokasi tempat penelitian, pengumpulan data primer maupun sekunder, pengolahan data, analisis data dan penyusunan laporan akhir.

#### 3.2. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah petani cabai merah yang melakukan budidaya cabai merah di Kecamatan Seberida. Responden yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari petani cabai merah, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Jumlah sampel petani cabai merah yang diambil dalam penelitian ini adalah 32 orang. Semua sampel petani cabai merah diambil sebagai responden secara sensus. Untuk pedagang pengumpul jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 3 orang, untuk pedagang pengecer 5 orang, dan untuk konsumen diambil sebanyak 5 orang yang dipilih secara sengaja (*purposive*) sebagai informan kunci dalam pemasaran cabai merah dengan kriteria pedagang dan

konsumen yang dominan menjual dan membeli cabai merah. Total responden dalam penelitian ini adalah 45 responden.

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang sesuai dengan rumusan dan tujuan dari penelitian. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan beberapa responden yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen dengan memberikan kuisisioner. Data primer dalam penelitian ini meliputi karakteristik anggota rantai pasok yang meliputi (umur, lama pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga), harga jual tanaman cabai yang diterima petani, saluran distribusi yang digunakan, pola aliran distribusi yang digunakan, jumlah pembelian pedagang pengumpul dan pengecer, harga jual/beli pedagang pengumpul dan pengecer, biaya pemasaran di setiap lembaga pemasaran, keuntungan yang didapat dan harga ditingkat konsumen. Teknik secara wawancara dan kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data primer. Data sekunder adalah data pendukung yang menggambarkan daerah penelitian secara umum seperti luas panen dan jumlah produksi cabai merah, geografi dan topografi, keadaan penduduk, pendidikan penduduk, kondisi pertanian dan mata pencaharian penduduk. Data sekunder diperoleh dari instansi terkait seperti Kantor Dinas Pertanian dan Perikanan Kabupaten Indragiri Hulu serta Kantor Kecamatan Seberida.

### 3.4. Konsep Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menafsir variabel atau istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka perlu dibuat konsep operasional sebagai berikut:

1. Petani Cabai Merah adalah petani yang membudidayakan cabai merah dan memiliki lahan serta mendapat manfaat dari usahanya.
2. Cabai Merah adalah produk pertanian yang dihasilkan oleh petani.
3. Umur adalah lamanya hidup dari masing-masing pelaku rantai pasok.
4. Lama Pendidikan adalah lamanya waktu pendidikan yang pernah ditempuh oleh masing-masing pelaku rantai pasok (Tahun).
5. Pengalaman Berusaha adalah lamanya waktu masing-masing pelaku rantai pasok melakukan budidaya cabai merah saat penelitian ini dilakukan (Tahun).
6. Jumlah Anggota Keluarga adalah jumlah keseluruhan orang yang tinggal disuatu tempat yang sama dan saling ketergantungan (Jiwa).
7. Rantai pasok adalah aktivitas dalam memasarkan atau proses pendistribusian cabai merah dari pihak produsen hingga ke konsumen yang terdiri dari aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan.
8. Manajemen Rantai Pasok adalah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku rantai pasok dalam mengelola pendistribusian cabai merah hingga sampai ke pihak konsumen.
9. Produksi adalah banyaknya cabai merah yang dihasilkan oleh petani dalam satu kali musim panen (Kg).

10. Pedagang Pengumpul adalah pedagang atau penjual maupun badan hukum yang mengumpulkan dan membeli cabai merah dari petani kemudian menjualnya ke pasar.
11. Pedagang Pengecer adalah pedagang yang memasarkan cabai merah segar langsung ke konsumen.
12. Konsumen adalah individu atau kelompok yang memakai dan membutuhkan cabai merah segar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
13. Pemasaran adalah proses memasarkan atau memindahkan cabai merah dari petani ke konsumen.
14. Lembaga Pemasaran adalah individu atau badan usaha yang mendistribusikan cabai merah segar dari petani kepada konsumen akhir.
15. Saluran Pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat untuk menyalurkan cabai merah segar dari produsen sampai ke konsumen.
16. Harga jual adalah harga yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran saat memasarkan cabai merah (Rp/Kg).
17. Harga beli adalah harga yang dibayarkan oleh pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen (Rp/Kg).
18. Biaya adalah biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan atau mengirimkan cabai merah ke konsumen (Rp/Kg).
19. Distribusi adalah suatu kegiatan atau proses menyalurkan cabai merah segar dari produsen hingga sampai pada konsumen.

20. Keuntungan adalah hasil yang diperoleh setiap lembaga pemasaran yang terlibat dari hasil penjualan cabai merah segar yang didapat dan melebihi biaya yang dikeluarkan (Rp/Kg).
21. Aliran produk adalah aliran yang dilalui cabai merah dari produsen menuju ke konsumen. Aktivitas dalam aliran ini membeli dan memindahkan cabai merah dari produsen hingga ke konsumen.
22. Aliran keuangan adalah aliran yang dilalui cabai merah sebagai pembayaran atas pembelian cabai merah.
23. Aliran informasi adalah aliran yang dilalui cabai merah terkait dengan kualitas dan kuantitas, harga cabai merah serta kesediaan cabai merah.
24. Efisiensi pemasaran adalah setiap saluran pemasaran diukur dengan margin pemasaran dan *Farmer's Share* (%).
25. Margin Distribusi adalah perbedaan harga cabai merah segar yang dibayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani (Rp).
26. *Farmer's Share* adalah perbandingan harga yang diterima petani cabai merah dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dan dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

### 3.5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menganalisis mekanisme distribusi rantai pasok yang meliputi aliran barang, aliran informasi dan aliran keuangan di daerah penelitian. Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi anggota rantai pasok yang meliputi (umur, lama pendidikan, jenis kelamin,

pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga). Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis biaya distribusi rantai pasok, margin distribusi rantai pasok, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran pada rantai pasok.

### **3.5.1. Analisis Karakteristik Anggota Rantai Pasok**

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis karakteristik anggota rantai pasok cabai merah adalah dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik anggota rantai pasok yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen yang meliputi umur, lama pendidikan, jenis kelamin, pengalaman berusaha dan jumlah tanggungan keluarga. Analisis ini dilakukan dengan metode survei atau observasi di lapangan dan wawancara sampel. Analisis ini meliputi jumlah, rata-rata serta persentase.

### **3.5.2. Analisis Mekanisme Distribusi Rantai Pasok**

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis mekanisme distribusi rantai pasok cabai merah adalah dengan analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif ini digunakan untuk menganalisis mekanisme distribusi rantai pasok yang meliputi aliran barang, aliran informasi serta aliran keuangan dalam rantai pasok. Analisis ini dilakukan dengan metode survei atau observasi di lapangan dan wawancara sampel. Analisis ini berbentuk struktur atau pola dalam rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu.

### **3.5.3. Analisis Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok**

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok cabai merah adalah dengan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif ini digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran pada rantai

pasok menggunakan persamaan biaya distribusi rantai pasok, margin distribusi rantai pasok, dan *farmer's share*. Dalam menganalisis efisiensi pemasaran pada rantai pasok menggunakan beberapa persamaan, yaitu sebagai berikut:

#### A. Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok

Untuk menghitung efisiensi pemasaran menurut Soekartawi (2002) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{TBP}{TNP} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produksi (Rp/Kg)

Kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran pada rantai pasok adalah :

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67% = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

Untuk menentukan efisiensi pemasaran, perhitungan margin distribusi rantai pasok dan *farmer's share* juga digunakan dengan persamaan berikut:

#### 1. Biaya Distribusi Rantai Pasok

Biaya distribusi adalah biaya yang sengaja dikeluarkan untuk keperluan memasarkan atau menyampaikan suatu komoditi dari pihak produsen ke pihak konsumen yang meliputi biaya pengangkutan, biaya bongkar muat, dan biaya pengemasan. Soekartawi (1993) mendefinisikan biaya pemasaran adalah biaya yang

dikeluarkan untuk kepentingan pemasaran. Untuk menghitung besarnya biaya pemasaran dapat digunakan rumus menurut (Soekartawi, 1993), sebagai berikut:

$$BP = B1 + B2 + B3 + B4 + B5 + B6 \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

BP = Biaya Pemasaran Cabai Merah (Rp/Kg)

B1 = Biaya Transportasi (Rp/Kg)

B2 = Biaya Bongkar Muat (Rp/Kg)

B3 = Biaya Pengemasan (Rp/Kg)

B4 = Biaya Karung (Rp/Kg)

B5 = Biaya Sewa Tempat (Rp/Kg)

B6 = Biaya Retribusi Pasar (Rp/Kg)

## 2. Margin Distribusi Rantai Pasok

Margin merupakan nilai dari selisih harga di tingkat konsumen dan harga di tingkat produsen. Menurut Sudiyono (2001), untuk menghitung margin digunakan rumus sebagai berikut:

$$M_p = P_r - P_f \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

$M_p$  = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

$P_r$  = Harga ditingkat Konsumen (Rp/Kg)

$P_f$  = Harga ditingkat Produsen (Rp/Kg)

Untuk menganalisis margin distribusi rantai pasok menggunakan selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran. Tujuan menganalisis margin distribusi rantai pasok adalah untuk menentukan efisiensi rantai pasok cabai

merah di Kecamatan Seberida. Semakin tinggi nilai margin maka pendapatan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran semakin tinggi dan semakin rendah bagian yang diterima oleh petani.

### 3. *Farmer's Share*

*Farmer's Share* adalah bagian yang diterima oleh petani. Untuk menghitung *Share*, dapat dihitung dengan membagi nilai tiap rincian margin dengan harga pada tingkat konsumen akhir. *Farmer's Share* dihitung menurut rumus Soekartawi (2002) sebagai berikut:

$$F_s = \frac{P_f}{P_r} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

$F_s$  = bagian (*share*) yang diterima petani (%)

$P_f$  = harga ditingkat petani (Rp/Kg)

$P_r$  = harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Analisis *farmer's share* merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida. Nilai *farmer's share* yang tinggi tidak selalu menjadi penentu bahwa saluran pemasaran tersebut efisien. Hal ini dikarenakan apabila *farmer's share* tinggi namun tidak terdapat nilai kepuasan didalamnya, maka saluran tersebut menjadi tidak efisien. Asmarantaka (2014) ukuran dari efisien sendiri merupakan kepuasan dari setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam aliran produk. Menurut Prayitno (2013) kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah:

Jika  $\%P_f (PS) > 70\%$  : efisien.

Jika %Pf (PS) < 70% : tidak efisien.

Menurut Downey dan Erickson (1992) apabila bagian yang diterima produsen > 40% maka *farmer's share* dikatakan efisien, dan apabila bagian yang diterima produsen < 40% berarti *farmer's share* belum efisien.

Bagian keuntungan dan biaya pada pada distribusi dalam melaksanakan fungsi pemasaran adalah :

$$Ski = \frac{Ki}{Pr - Pf} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

$$Sbi = \frac{Bi}{Pr - Pf} \times 100\% \dots\dots\dots (6)$$

Keterangan:

Ski = Persentase Keuntungan Lembaga Pemasaran Ke-i

Sbi = Bagian Biaya Untuk Melaksanakan Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Ke-i  
Ki = Keuntungan Lembaga Pemasaran Ke-i (%)

Bi = Biaya Untuk Melaksanakan Fungsi Pemasaran Oleh Lembaga Ke-i

P<sub>f</sub> = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

P<sub>r</sub> = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

## IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

### 4.1. Geografis dan Topografi

Kabupaten Indragiri Hulu merupakan Kabupaten dengan luas wilayah meliputi 8.198,26 Km<sup>2</sup> atau 819.826,0 Ha yang terdiri dari dataran rendah, dataran tinggi dan rawa-rawa dengan ketinggian 5-100 mdpl. Kabupaten Indragiri Hulu terletak pada 0<sup>0</sup>15' Lintang Utara, 1<sup>0</sup>5' Lintang selatan, 101<sup>0</sup>10' Bujur timur, dan 102<sup>0</sup>48' Bujur Timur. Suhu udara maksimum pada tahun 2020 yaitu 35,4<sup>0</sup>C, sedangkan suhu minimum berkisar pada 22,0<sup>0</sup>C. Curah hujan maksimum pada tahun 2020 sebesar 506,2 mm/22 hari pada bulan Januari. Kelembapan udara maksimum mencapai 100% sedangkan kelembapan udara minimum berkisar pada 83%. Kecamatan Batang Peranap menjadi ibukota kecamatan yang memiliki jarak terjauh dari ibukota kabupaten dengan jarak 96 Km.

Batas-batas daerah Kabupaten Indragiri Hulu adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pelalawan
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Bungo Tebo (Provinsi Jambi)
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Kuantan Singingi
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Indragiri Hilir. (Kabupaten Indragiri Hulu, 2020).

Kecamatan Seberida merupakan Kecamatan yang terletak dijalur lintas timur yang merupakan jalur utama lintas transportasi darat di Pulau Sumatera. Mata pencaharian utama masyarakat di Kecamatan Seberida berada pada sektor perkebunan, perdagangan dan pertambangan. Keadaan topografi wilayah Kecamatan

ini di dominasi dataran rendah yang sangat potensi untuk perkebunan. Berdasarkan data pertumbuhan penduduk semenjak lima tahun terakhir Kecamatan dengan luas 634,43 Km<sup>2</sup> yang terdiri dari 10 desa dan 1 Kelurahan. (Kecamatan Seberida, 2020)

Desa Kelesa menjadi desa yang paling jauh jaraknya dengan pusat pemerintahan Kabupaten dengan jarak 41 Km. Sementara jarak desa-desa dari pusat pemerintahan Kabupaten Indragiri Hulu berkisar antara 20-41 Km. Desa terdekat dari pusat pemerintahan Kabupaten adalah Desa Titian Resak yaitu 20 Km. Batas-batas daerah Kecamatan Seberida adalah sebagai berikut:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Rengat Barat dan Rengat
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Batang Gansal
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Batang Gansal dan Kecamatan Kuala Cenaku
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Batang Cenaku. (Kecamatan Seberida, 2020).

#### **4.2. Kependudukan**

Pada akhir tahun 2019, jumlah penduduk Kecamatan Seberida adalah 56.168 jiwa yang terdiri dari 29.338 laki-laki dan 26.830 perempuan dari total jumlah rumah tangga 14.291. Dari data diatas rata-rata jumlah penduduk adalah 4 orang per rumah tangga. Penduduk Kecamatan Seberida yang berjenis kelamin laki-laki memiliki rasio 109, dimana dari 100 orang penduduk yang berjenis kelamin perempuan terdapat 109 orang penduduk yang berjenis kelamin laki-laki. Seluruh desa/kelurahan memiliki rasio jenis kelamin diatas 100 artinya penduduk yang berjenis kelamin laki-laki di

Kecamatan Seberida lebih banyak dari jumlah penduduk yang berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Jenis Kelamin Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Seberida Tahun 2020.

| No     | Desa/Kelurahan  | Jenis Kelamin |           | Jumlah | Persentase(%) |
|--------|-----------------|---------------|-----------|--------|---------------|
|        |                 | Laki-Laki     | Perempuan |        |               |
| 1      | Bukit Meranti   | 1.633         | 1.463     | 3.126  | 5,56          |
| 2      | Paya Rumbai     | 4.394         | 3.930     | 8.324  | 14,81         |
| 3      | Kelesa          | 1.022         | 890       | 1.912  | 3,40          |
| 4      | Beligan         | 835           | 834       | 1.669  | 2,97          |
| 5      | Seresam         | 1.659         | 1.554     | 3.213  | 5,72          |
| 6      | Petala Bumi     | 1.863         | 1.827     | 3.690  | 6,56          |
| 7      | Titian Resak    | 3.282         | 3.031     | 6.313  | 11,23         |
| 8      | Sibabat         | 1.640         | 1.432     | 3.072  | 5,46          |
| 9      | Pangkalan Kasai | 8.687         | 7.869     | 16.556 | 29,47         |
| 10     | Buluh Rampai    | 3.175         | 2.966     | 6.141  | 10,93         |
| 11     | Bandar Padang   | 1.118         | 1.034     | 2.152  | 3,83          |
| Jumlah |                 | 29.338        | 26.830    | 56.168 | 100,00        |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa Pangkalan Kasai adalah desa yang memiliki jumlah penduduk paling banyak yaitu 16.556 jiwa atau 29,47% diikuti oleh Desa Paya Rumbai 8.324 jiwa. Beligan menjadi desa yang memiliki jumlah penduduk paling sedikit yaitu sebanyak 1.669 jiwa atau 2,97%.

#### 4.3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah usaha untuk mencapai taraf hidup yang lebih baik. Untuk meningkatkan kualitas bangsa cara yang paling efektif yang dilakukan adalah meningkatkan mutu pendidikan.

Menurut Sutrisno (2016) pendidikan adalah kegiatan yang saling berkaitan dan memiliki unsur yang saling berhubungan antara unsur satu dan unsur lainnya.

Pendidikan sangat berperan dalam peningkatan produksi serta pendapatan seseorang sebagai dampak positif dari adopsi inovasi di sektor pertanian. Apabila petani memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, maka petani akan mampu melihat kemungkinan resiko yang dihadapi, semakin efisien dalam pengelolaan usaha, makin menginterpretasikan proses yang diproduksi. Pendidikan merupakan hal penting yang dianggap sebagai pertumbuhan, maka pendidikan akan membantu pertumbuhan batin manusia tanpa batasan usia.

Tabel 5. Jumlah Pendidikan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No     | Pendidikan    | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|---------------|--------|----------------|
| 1      | TK            | 1.114  | 10,81          |
| 2      | SD/Sederajat  | 6.478  | 62,89          |
| 3      | SMP/Sederajat | 1.343  | 13,04          |
| 4      | SMA/Sederajat | 714    | 6,93           |
| 5      | SMK/Sederajat | 650    | 6,31           |
| Jumlah |               | 10.299 | 100,00         |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa jumlah siswa terbesar di Kecamatan Seberida adalah siswa Sekolah Dasar (SD) yaitu dengan jumlah siswa 6.478 orang atau sebesar 62,89% dan jumlah siswa siswa paling rendah di Kecamatan Seberida adalah siswa SMK yaitu dengan jumlah siswa 650 orang atau sebesar 6,31%. Untuk siswa SMA/Sederajat, jumlah siswa 714 orang atau sebesar 6,93%. Jumlah siswa SMA dan SMK yang ada di Kecamatan Seberida termasuk kedalam angka yang kecil, yang artinya pendidikan di Kecamatan Seberida masih rendah. Hal ini sangat berpengaruh dalam pembangunan terutama pembangunan pada sektor pertanian.

#### 4.4. Mata Pencaharian

Mata pencaharian adalah kegiatan yang termasuk dalam golongan bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang sudah pernah bekerja untuk memenuhi kebutuhan. Mata pencaharian penduduk Kecamatan Seberida berbeda-beda, yaitu petani, peternak, penyuluh pertanian, pedagang, industri kecil (rumah tangga), penggalian dan pertambangan, usaha jasa, PNS, bidan, dan dokter. Untuk lebih rinci bisa dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Distribusi Mata Pencaharian Penduduk di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No     | Jenis Pekerjaan               | Jumlah (Jiwa) | Persentase (%) |
|--------|-------------------------------|---------------|----------------|
| 1      | Petani                        | 6.326         | 66,61          |
| 2      | Peternak                      | 1.157         | 12,18          |
| 3      | Pedagang                      | 638           | 6,71           |
| 4      | Industri Kecil (Rumah Tangga) | 262           | 2,75           |
| 5      | Penggalian dan Pertambangan   | 150           | 1,57           |
| 6      | Usaha Jasa                    | 225           | 2,36           |
| 7      | PNS                           | 702           | 7,39           |
| 8      | Bidan                         | 25            | 0,26           |
| 9      | Dokter                        | 12            | 0,12           |
| Jumlah |                               | 9.497         | 100,00         |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat Kecamatan Seberida adalah Petani dengan jumlah 6.326 jiwa atau sebanyak 66,6% yang didalamnya termasuk petani dalam usaha perkebunan, tanaman pangan dan hortikultura. Maka dari itu dapat diambil kesimpulan bahwa dengan tingginya jumlah petani, maka usaha di bidang pertanian bisa dikatakan memadai karena memiliki luas lahan usaha pertanian yang sangat memadai.

## 4.5. Sarana dan Prasarana

### 4.5.1. Sarana Pendidikan

Pendidikan memiliki peran penting dalam pembangunan daerah di segala bidang dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Jumlah sarana pendidikan yang ada di Kecamatan seberida dapat dilihat pada Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Jumlah Sarana Pendidikan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No     | Jenis Sarana | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|--------------|--------|----------------|
| 1      | TK           | 12     | 29,26          |
| 2      | SD           | 23     | 56,09          |
| 3      | SMP          | 4      | 9,75           |
| 4      | SMA          | 1      | 2,43           |
| 5      | SMK          | 1      | 2,43           |
| Jumlah |              | 41     | 100,00         |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 7 terlihat bahwa jumlah sarana pendidikan Taman Kanak-Kanak berjumlah 12, Sekolah Dasar berjumlah 23, SMP berjumlah 4, SMA berjumlah 1 dan SMK berjumlah 1. Maka dari itu dapat menunjukkan bahwa sarana pendidikan di Kecamatan Seberida sudah dapat dikatakan cukup memadai.

### 4.5.2. Sarana Peribadahan

Sarana peribadahan merupakan sarana yang paling penting untuk disediakan. Sarana peribadahan merupakan sarana kehidupan yang berguna untuk mengisi kebutuhan rohani setiap manusia. Toleransi hidup beragama berjalan dengan sangat baik di Kecamatan Seberida. Tempat ibadah merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk menunjang pengetahuan dan wawasan serta bekal tentang keagamaan yang sangat diperlukan oleh seluruh masyarakat. Dengan tersedianya

sarana peribadahan akan meningkatkan keimanan setiap masyarakat. Jumlah sarana peribadahan yang ada di Kecamatan Seberida dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Jumlah Sarana Peribadahan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No     | Sarana Peribadahan | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|--------------------|--------|----------------|
| 1      | Masjid             | 41     | 21,13          |
| 2      | Mushalla           | 143    | 73,71          |
| 3      | Gereja             | 10     | 5,15           |
| 4      | Vihara             | -      | -              |
| Jumlah |                    | 194    | 100,00         |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa tempat peribadahan terbanyak adalah Mushalla dengan jumlah 143. Jumlah Mushalla lebih banyak daripada Masjid yaitu dengan jumlah 41 masjid. Dengan data tersebut dapat membuktikan bahwa Kecamatan Seberida rata-rata masyarakat pemeluk agama islam.

#### 4.5.3. Sarana Kesehatan dan Umum

Fasilitas dan tenaga kesehatan di Kecamatan Seberida hendaknya diberi perhatian yang lebih dengan memberikan tenaga kesehatan yang berkualitas. Untuk melihat jumlah sarana kesehatan yang ada di Kecamatan Seberida maka dapat dilihat dari Tabel 9 berikut:

Tabel 9. Jumlah Sarana Kesehatan dan Umum di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No | Sarana Kesehatan | Jumlah | Persentase (%) |
|----|------------------|--------|----------------|
| 1  | Poliklinik       | 3      | 3,84           |
| 2  | Puskesmas        | 1      | 1,28           |
| 3  | Pustu            | 13     | 16,66          |
| 4  | Praktek Dokter   | 10     | 12,82          |
| 5  | Praktek Bidan    | 10     | 12,82          |
| 6  | Poskesdes        | 5      | 6,41           |
| 7  | Polindes         | 2      | 2,56           |
| 8  | Posyandu         | 34     | 43,58          |

|        |    |        |
|--------|----|--------|
| Jumlah | 78 | 100,00 |
|--------|----|--------|

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Pada Tabel 9 terlihat bahwa jumlah posyandu merupakan sarana kesehatan yang paling banyak jumlahnya yaitu 34. Terdapat beberapa sarana kesehatan yang ada di Kecamatan Seberida seperti Poliklinik, Puskesmas, Pustu, Praktek Dokter dan Bidan, Poskesdes, Polindes dan Posyandu. Maka dari itu dapat diambil kesimpulan bahwa sarana kesehatan di Kecamatan Seberida sangat memadai.

#### 4.6. Kondisi Pertanian

Sebagian besar masyarakat di Kecamatan Seberida mengandalkan pertanian sebagai mata pencaharian. Kecamatan Seberida menyimpan potensi yang besar di sektor pertanian. Secara umum, sub sektor perkebunan kelapa sawit dan perkebunan karet mendominasi sektor pertanian di Kecamatan Seberida. Terdapat 5.158 rumah tangga yang mengusahakan tanaman perkebunan. Tanaman perkebunan yang paling banyak diusahakan oleh masyarakat adalah tanaman kelapa sawit, karet, kelapa dan kakao. Selain banyak masyarakat yang mengusahakan sub sektor perkebunan, sub sektor lain seperti hortikultura, tanaman pangan, dan tanaman buah tetap menjadi bidang mata pencaharian sebagian penduduk di Kecamatan Seberida. Sayuran yang ditanam oleh masyarakat diantaranya kacang panjang, bayam, mentimun, terung, dan cabai. Dilihat dari populasi tanaman hortikultura yang ditanam oleh masyarakat di Kecamatan Seberida, terlihat bahwa tanaman cabai merupakan tanaman yang paling banyak ditanam masyarakat yaitu seluas 6,8 Ha. Tanaman pangan yang ditanami di daerah ini adalah padi ladang, jagung, ubi rambat, kacang tanah, kacang kedelai dan ubi kayu. Tanaman buah yang tersedia di daerah ini antara lain pisang, nanas,

rambutan, durian dan jeruk. Pohon pisang menjadi tanaman yang paling banyak populasinya, yaitu mencapai 42.134 pohon. Luas Tanaman sayur-sayuran menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Seberida dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Luas Tanaman Sayur-sayuran (Ha) Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2020.

| No     | Desa/Kelurahan  | Kacang Panjang | Bayam | Mentimun | Terung | Cabai |
|--------|-----------------|----------------|-------|----------|--------|-------|
| 1.     | Bukit Meranti   | 0,5            | 0,25  | 0,1      | -      | 0,1   |
| 2.     | Paya Rumbai     | -              | -     | -        | -      | -     |
| 3.     | Kelesa          | -              | -     | -        | -      | -     |
| 4.     | Beligan         | 0,25           | 0,1   | -        | -      | -     |
| 5.     | Seresam         | 1              | -     | 1        | -      | 1     |
| 6.     | Petala Bumi     | -              | 0,1   | -        | -      | 0,1   |
| 7.     | Titian Resak    | 0,5            | 0,1   | -        | -      | 0,5   |
| 8.     | Sibabat         | -              | -     | -        | -      | -     |
| 9.     | Pangkalan Kasai | 2              | 3     | 2        | 1      | 5     |
| 10.    | Buluh Rampai    | 0,5            | 0,1   | -        | -      | 0,1   |
| 11.    | Bandar Padang   | 0,5            | -     | -        | -      | -     |
| Jumlah |                 | 5,25           | 3,65  | 3,1      | 1      | 6,8   |

Sumber: Kantor Kecamatan Seberida Tahun, 2020

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa tanaman cabai merupakan tanaman sayur-sayuran yang memiliki luas tanaman paling besar diantara tanaman sayuran lainnya yaitu 6,8 Ha. Desa Pangkalan Kasai adalah Desa yang memiliki luas tanam cabai paling besar yaitu 5 Ha. Tanaman kacang panjang juga menjadi salah satu tanaman sayur-sayuran yang luas tanamnya besar yaitu 5,25 Ha. Desa Pangkalan Kasai menjadi Desa yang luas tanam kacang panjang paling besar yaitu 2 Ha.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 5.1. Karakteristik Pelaku Rantai Pasok

Hubungan rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida dianalisis dari karakteristik pelaku rantai pasok sekaligus peran di dalam rantai pasok. Dalam hal ini, yang termasuk pelaku rantai pasok adalah lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam penyaluran cabai merah hingga sampai ke konsumen. Struktur hubungan rantai pasok pada saluran I terdiri dari dua pelaku yaitu petani dan konsumen, pada saluran II terdiri dari empat pelaku, yaitu petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen dan pada saluran III terdiri dari 3 pelaku yaitu petani, pedagang pengecer dan konsumen.

Karakteristik pelaku rantai pasok meliputi beberapa komponen yaitu karakteristik berdasarkan umur, jenis kelamin, lama pendidikan, pengalaman berusaha, dan jumlah tanggungan keluarga. Tabel karakteristik pelaku rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Tahun 2021 dapat dilihat pada Tabel 11.

#### 5.1.1. Umur

Umur merupakan indikator untuk mengukur produktif atau tidaknya seseorang serta dapat mempengaruhi sikap, bagaimana cara berfikir dan kemampuan fisik dalam mengelola usahanya. Usia produktif adalah antara 15 – 54 tahun. Pada umumnya petani yang umurnya berada pada usia produktif memiliki fisik yang lebih kuat dibandingkan dengan petani yang usianya sudah tidak produktif lagi begitu sebaliknya. Pekerja usia muda cenderung mengalami ketidakberdayaan yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan pekerja usia tua.

Tabel 11. Karakteristik Pelaku Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu 2021.

| Uraian                               | Petani        |     | Pedagang Pengumpul |     | Pedagang Pengecer |     | Konsumen      |     |
|--------------------------------------|---------------|-----|--------------------|-----|-------------------|-----|---------------|-----|
|                                      | Jumlah (Jiwa) | (%) | Jumlah (Jiwa)      | (%) | Jumlah (Jiwa)     | (%) | Jumlah (Jiwa) | (%) |
| Umur (Tahun)                         |               |     |                    |     |                   |     |               |     |
| 30 – 35                              | 1             | 3   | 1                  | 33  | 1                 | 20  | 2             | 40  |
| 36 – 41                              | 5             | 16  | 1                  | 33  | 1                 | 20  | 1             | 20  |
| 42 – 47                              | 16            | 50  | 1                  | 33  | 1                 | 20  | -             |     |
| 48 – 53                              | 4             | 12  | -                  | -   | 1                 | 20  | -             |     |
| 54 – 59                              | 5             | 16  | -                  | -   | 1                 | 20  | 1             | 20  |
| 60 – 65                              | 1             | 3   | -                  | -   | -                 | -   | 1             | 20  |
| Jumlah                               | 32            | 100 | 3                  | 100 | 5                 | 100 | 5             | 100 |
| Rata-rata Umur                       | 47            |     | 39                 |     | 45                |     | 44            |     |
| Jenis Kelamin                        |               |     |                    |     |                   |     |               |     |
| P                                    | 1             | 3   | -                  | -   | 5                 | 100 | 5             | 100 |
| L                                    | 31            | 97  | 3                  | 100 | -                 |     | -             |     |
| Jumlah                               | 32            | 100 | 3                  | 100 | 5                 | 100 | 5             | 100 |
| Lama Pendidikan (Tahun)              |               |     |                    |     |                   |     |               |     |
| 6                                    | 12            | 38  | -                  | -   | 1                 | 20  | -             | -   |
| 9                                    | 10            | 31  | 2                  | 67  | 1                 | 20  | 1             | 20  |
| 12                                   | 10            | 31  | 1                  | 33  | 3                 | 60  | 4             | 80  |
| Jumlah                               | 32            | 100 | 3                  | 100 | 5                 | 100 | 5             | 100 |
| Rata-rata Lama Pendidikan            | 9             |     | 10                 |     | 10                |     | 11            |     |
| Jumlah Tanggungan Keluarga           |               |     |                    |     |                   |     |               |     |
| 2 – 4                                | 18            | 53  | 2                  | 67  | 1                 | 20  | 5             | 100 |
| 5 – 7                                | 13            | 40  | 1                  | 33  | 4                 | 80  | -             |     |
| 8 – 10                               | 1             | 7   | -                  | -   | -                 | -   | -             |     |
| Jumlah                               | 32            | 100 | 3                  | 100 | 5                 | 100 | 5             | 100 |
| Rata-rata Jumlah Tanggungan Keluarga | 5             |     | 4                  |     | 5                 |     | 3             |     |
| Pengalaman Usaha                     |               |     |                    |     |                   |     |               |     |
| 3 – 5                                | 13            | 41  | 1                  | 33  | 1                 | 20  | -             | -   |
| 6 – 8                                | 13            | 41  | 2                  | 67  | 1                 | 20  | -             | -   |
| 9 – 11                               | 4             | 12  | -                  | -   | 2                 | 40  | -             | -   |
| 12 – 14                              | 1             | 3   | -                  | -   | -                 | -   | -             | -   |

|                               |    |     |   |     |    |     |   |   |
|-------------------------------|----|-----|---|-----|----|-----|---|---|
| 15 – 17                       | 1  | 3   | - | -   | -  | -   | - | - |
| 18 – 20                       | -  | -   | - | -   | 1  | 20  |   |   |
| Jumlah                        | 32 | 100 | 3 | 100 | 5  | 100 | - | - |
| Rata-rata<br>Pengalaman Usaha | 7  |     | 6 |     | 11 |     | - |   |

Pada Tabel 11 terlihat bahwa umur petani bervariasi dari 30 – 65 tahun. Persentase umur petani tertinggi adalah berada pada kisaran umur 42 – 47 tahun sebanyak 16 petani dengan persentase 50% dan persentase terendah berada pada kisaran umur 60 – 65 tahun sebanyak 1 petani dengan persentase 3% dengan rata-rata umur petani 47 Tahun.

Umur pedagang pengumpul bervariasi dari 30 – 47 tahun dengan persentase 33% pada setiap kisaran umur dengan jumlah pedagang pengumpul yaitu 3 orang dengan rata-rata umur pedagang pengumpul adalah 39 tahun.

Umur pedagang pengecer bervariasi dari 30 - 59 tahun dengan persentase 20% pada setiap kisaran umur dengan jumlah pedagang pengecer yaitu 5 orang dengan rata-rata umur pedagang pengecer 45 tahun.

Umur konsumen berkisar 30 – 61 tahun. Persentase terbesar dari umur konsumen adalah berada pada kisaran umur 30 – 35 tahun sebanyak 2 konsumen dengan persentase 40% dan rata-rata umur konsumen adalah 44 tahun.

Hal ini menunjukkan bahwa seluruh umur responden berada pada usia produktif. Umur tenaga kerja yang produktif berkisar antara (15-60 tahun) berhubungan positif terhadap produktivitas tenaga kerja. Artinya, jika umur tenaga kerja pada kategori produktif maka produktivitas kerjanya akan meningkat. Hal ini dikarenakan pada tingkat usia produktif tenaga kerja memiliki kreatifitas yang tinggi

terhadap pekerjaan sebab didukung oleh pengetahuan dan wawasan yang lebih baik serta mempunyai tanggung jawab yang tinggi terhadap tugas yang diberikan (Suyono dan Hermawan, 2013).

### **5.1.2. Jenis Kelamin**

Amron (2009) Secara umum, tingkat produktivitas laki-laki lebih tinggi dari perempuan. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dimiliki oleh perempuan seperti fisik yang kurang kuat, dalam bekerja cenderung menggunakan perasaan atau faktor biologis seperti harus cuti saat melahirkan. Jenis kelamin memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap produktivitas tenaga kerja. Pada pekerja berjenis kelamin pria umumnya tingkat produktivitas lebih banyak dibanding wanita (Hasanah, 2011). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya ada satu petani cabai merah yang berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 31 petani berjenis kelamin laki-laki dan 1 petani berjenis kelamin perempuan. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pada umumnya laki-laki lebih produktif untuk pekerjaan yang menggunakan fisik. Sedangkan untuk pedagang pengumpul dapat diketahui bahwa seluruh pedagang pengumpul berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 3 orang atau sebesar 100% dan pedagang pengecer serta konsumen sebanyak 5 orang berjenis kelamin perempuan atau sebesar 100%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 11.

### **5.1.3. Lama Pendidikan**

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan sumber daya manusia. Menurut Mosher (1987), pendidikan merupakan faktor yang dapat memengaruhi tingkat keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Suyono

(2013) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi produktivitas kerja seseorang karena memiliki wawasan dan pengetahuan yang lebih luas. Jika pendidikan seseorang rendah maka wawasan dan pengetahuannya juga akan rendah sehingga akan berdampak kepada menurunnya produktivitas kerja.

Berdasarkan Tabel 11 pendidikan untuk petani bervariasi dari lama pendidikan 6 – 12 tahun dengan persentase lama pendidikan tertinggi berada pada lama pendidikan 6 tahun sebanyak 12 petani atau sebesar 38% dan lama pendidikan 9 dan 12 tahun sebanyak masing-masing 10 petani atau sebesar 31% dengan rata-rata lama pendidikan petani 9 tahun.

Lama pendidikan pedagang di daerah penelitian berkisar dari 6 – 12 tahun, untuk pedagang pengumpul dengan persentase lama pendidikan tertinggi berada pada lama pendidikan 9 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 67% dan persentase lama pendidikan terendah berada pada lama pendidikan 12 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 33% dengan rata-rata lama pendidikan pedagang pengumpul 10 tahun. Pedagang pengecer dengan persentase lama pendidikan tertinggi berada pada lama pendidikan 12 tahun sebanyak 3 orang atau sebesar 60% dan persentase lama pendidikan terendah berada pada lama pendidikan 6 dan 9 tahun sebanyak masing-masing 1 orang atau sebesar 40% dengan rata-rata lama pendidikan pedagang pengecer 10 tahun. Kemudian untuk lama pendidikan konsumen berkisar 9 – 12 tahun dengan persentase lama pendidikan tertinggi 12 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 80% dan persentase lama pendidikan terendah 9 tahun yaitu 1 orang atau sebesar 20% dengan rata-rata lama pendidikan konsumen 11 tahun. Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa lama pendidikan petani dan pedagang cabai merah di daerah penelitian masih tergolong rendah dan lama pendidikan tidak berpengaruh besar terhadap produktivitas kerja petani dan pedagang cabai merah di daerah penelitian.

#### **5.1.4. Jumlah Tanggungan Keluarga**

Menurut Yasin (2008) besarnya tanggungan keluarga tidak berpengaruh terhadap peningkatan jumlah produksi, hal ini dikarenakan dengan besarnya jumlah tanggungan keluarga akan diikuti dengan besarnya kebutuhan petani sehari-hari. Dengan besarnya biaya untuk memenuhi kebutuhan hidup petani dan keluarganya, hal ini menjadi motivasi bagi petani untuk meningkatkan produktivitas usahanya. Semakin banyak tanggungan dan anak responden, maka waktu yang disediakan responden untuk bekerja semakin efektif (Situngkir, 2007).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga petani cabai merah sangat beragam berkisar dari 2 – 8 jiwa, persentase jumlah tanggungan keluarga tertinggi berada pada kisaran 2 – 4 jiwa sebanyak 18 petani atau sebesar 53% dan persentase terendah dengan jumlah tanggungan keluarga 8 – 10 jiwa sebanyak 1 petani atau sebesar 3% dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga petani cabai merah 5 jiwa.

Sedangkan jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul berkisar dari 2 – 8 jiwa, untuk pedagang pengumpul persentase jumlah tanggungan keluarga tertinggi pada kisaran 2 – 4 jiwa sebanyak 2 orang atau sebesar 67% dan persentase terendah dengan jumlah tanggungan keluarga 5 – 7 jiwa sebanyak 1 orang atau sebesar 33% dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul 4

jiwa. Untuk pedagang pengecer, persentase tanggungan keluarga tertinggi pada 5 – 7 jiwa sebanyak 4 orang atau sebesar 80% dan persentase tanggungan keluarga terendah pada 2 - 4 jiwa yaitu sebanyak 1 orang atau sebesar 20% dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga pedagang pengecer 5 jiwa.

Jumlah tanggungan keluarga konsumen cabai merah bervariasi dari 2 – 4 jiwa. Diketahui bahwa seluruh jumlah tanggungan keluarga konsumen berada pada kisaran 2 – 4 jiwa atau sebesar 100% dengan rata-rata jumlah tanggungan keluarga konsumen cabai merah 3 jiwa.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa jumlah tanggungan keluarga seluruh responden di lokasi penelitian termasuk dalam jumlah yang kecil. Besar atau kecilnya jumlah tanggungan keluarga mempengaruhi pola konsumsi dalam suatu rumah tangga (Tjiptoherijanto, 1996). Semakin besar jumlah tanggungan keluarga, maka akan semakin meningkat kebutuhan dalam rumah tangga dan akan menimbulkan motivasi agar bekerja lebih giat untuk meningkatkan pendapatan dalam rumah tangga. Keluarga yang memiliki jumlah tanggungan yang besar dan pendapatan relatif rendah akan sangat mempengaruhi tingkat partisipasi kerja. Apabila jumlah tanggungan keluarga besar maka tingkat partisipasi kerja juga meningkat dan mencari tambahan pendapatan. (Wiryosuharto, 1992).

#### **5.1.5. Pengalaman Usaha**

Semakin lama seseorang melakukan pekerjaannya, maka akan semakin terampil. Keterampilan yang tinggi akan berdampak positif terhadap kinerjanya seperti waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaannya menjadi semakin cepat dan kualitas hasil pekerjaan juga akan semakin baik (Suleman, 2014).

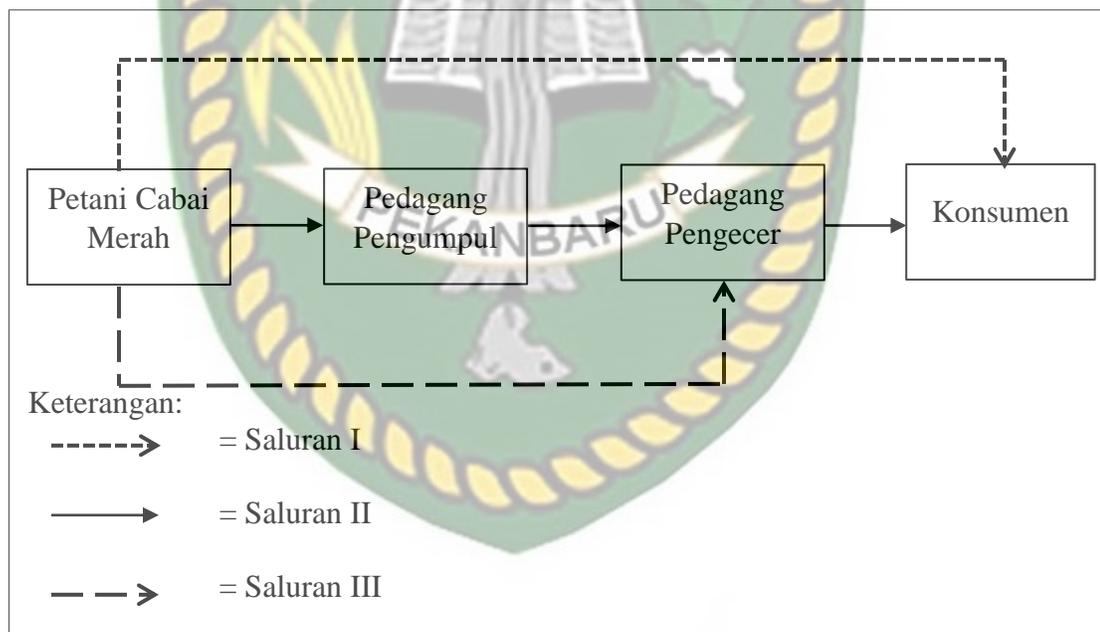
Berdasarkan Tabel 11 dapat dilihat bahwa pengalaman berusahatani petani di lokasi penelitian beragam yaitu 3 - 20 tahun dengan persentase pengalaman berusahatani paling tinggi pada kisaran 3–8 tahun sebanyak 26 petani atau sebesar 41% dan pengalaman berusahatani terendah berada pada kisaran 12 – 17 tahun sebanyak 2 petani sebesar 3% dengan rata-rata pengalaman berusahatani 8 tahun.

Sedangkan untuk pengalaman usaha pedagang pengumpul dengan persentase tertinggi pada kisaran 6 – 8 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 67% dengan rata-rata pengalaman berusahatani 6 tahun. Untuk persentase pengalaman usaha pedagang pengecer dengan persentase tertinggi berkisar pada 9 – 11 tahun sebanyak 2 orang atau sebesar 40% dan persentase pengalaman usaha terendah 18 – 20 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 20% dengan rata-rata pengalaman berusaha yaitu 11 tahun. Pengalaman pedagang cabai merah di Kecamatan Seberida tergolong lama. Pengalaman berkaitan erat dengan keterampilan yang dimiliki oleh masing-masing orang. Semakin lama seseorang berdagang maka akan diikuti dengan tingginya keterampilan yang dimiliki yang nantinya akan berpengaruh pada besarnya pendapatan penjualan. Hal ini dapat menunjukkan bahwa jika dilihat secara umum pengalaman dalam berusahatani cabai merah sudah cukup lama sehingga keterampilan yang dimiliki pun juga semakin banyak. Pengalaman dan keterampilan yang dimiliki oleh petani akan bermanfaat bagi petani untuk mengambil keputusan yang bertujuan untuk keberhasilan usahatani agar lebih baik dari musim sebelumnya. Dengan memiliki keterampilan, pengalaman berushatani cabai merah dapat digunakan petani untuk mengambil keputusan yang akan dilakukan pada

musim berikutnya yang tujuannya adalah untuk keberhasilan dalam kegiatan usahatani cabai merah yang dijalankan.

## 5.2. Mekanisme Distribusi Rantai Pasok

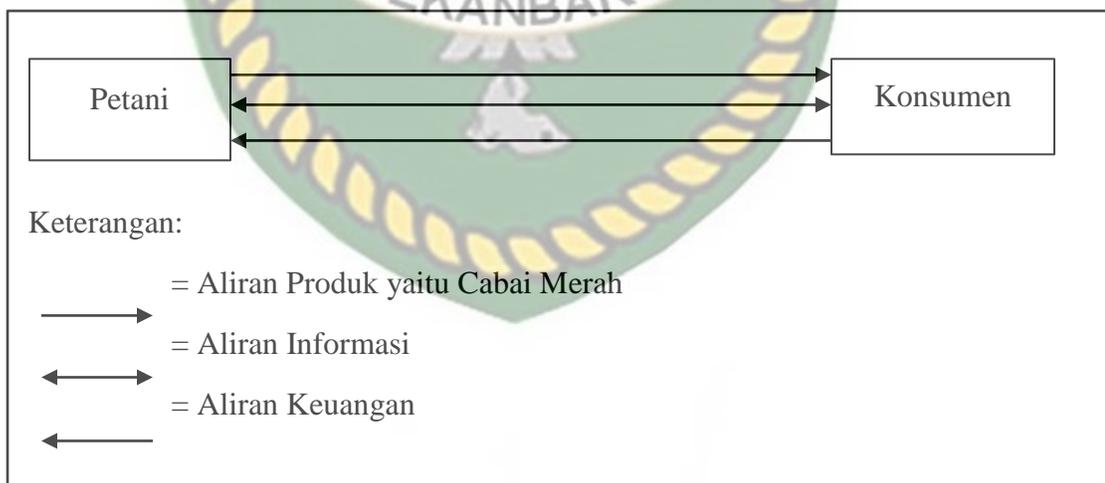
Pujawan (2005) pada suatu rantai pasokan pada umumnya memiliki tiga macam aliran yang harus dikelola. Saluran distribusi rantai pasok menggambarkan tiga aliran yaitu yang pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu ke hilir, kedua adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu dan yang ketiga adalah aliran keuangan dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Dalam rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu ini terdapat tiga saluran dalam rantai pasok yang dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:



Gambar 4. Pola Distribusi dalam Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu, 2021.

### 5.2.1. Saluran I : Petani Cabai Merah – Konsumen

Saluran I pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu terdiri dari petani cabai merah dan konsumen. Saluran yang digunakan pada saluran I rantai pasok adalah saluran tingkat nol (*zero level channel*), artinya pada saluran tingkat nol petani cabai merah langsung menjual komoditi cabai merah segar kepada konsumen. Konsumen membeli cabai merah langsung kepada petani dikarenakan lokasi pemukiman masyarakat yang sebagian besar berada jauh dari lokasi pasar. Sehingga bagi masyarakat yang pemukimannya berada dekat dengan lahan petani, mereka langsung membeli ke petani. Selain itu, konsumen memilih langsung membeli cabai merah ke petani dikarenakan jika membeli langsung pada petani harga jual yang ditetapkan petani lebih murah dibanding harga jual cabai merah di pasar. Pada saluran rantai pasok I terdapat aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan. Aliran yang terjadi pada saluran rantai pasok I dapat dilihat pada Gambar 5 berikut:



Gambar 5. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran I.

## A. Aliran Produk

Aliran produk dalam saluran I rantai pasok cabai merah merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas dalam memindahkan produk berupa cabai merah segar dari petani ke konsumen akhir. Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa aliran produk yang terjadi dalam saluran I rantai pasok cabai merah ini yaitu dimulai dari petani cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang langsung menjual cabai merah ke pihak konsumen akhir. Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa aliran produk yang terjadi dalam saluran I rantai pasok cabai merah ini yaitu dimulai dari petani cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang langsung menjual cabai merah ke pihak konsumen akhir. Kegiatan distribusi aliran produk pada saluran I rantai pasok cabai merah ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Petani dengan Konsumen

Petani cabai merah di Kecamatan Seberida memasarkan hasil panennya berupa cabai merah segar langsung ke pihak konsumen. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh petani cabai merah adalah kegiatan penjualan cabai merah segar kepada pihak konsumen yang berdomisili di daerah dekat lahan petani yang datang langsung ke lokasi atau tempat petani membudidayakan cabai merah. Jumlah rata-rata cabai merah yang dijual oleh petani ke pihak konsumen dalam 1 kali panen adalah 9 kg. Jumlah ketersediaan cabai merah yang dibeli konsumen tidak selalu pasti sesuai dengan stok yang ada. Konsumen yang membeli cabai merah membawa cabai merah dengan menggunakan sepeda motor, cabai merah segar disimpan didalam plastik selama perjalanan menuju ke tempat konsumen. Penanggungans resiko ditingkat petani sepenuhnya menjadi tanggung jawab petani. Resiko yang dihadapi

berupa harga yang berfluktuasi, cuaca yang tidak mendukung serta serangan hama dan penyakit. Pengendalian yang bisa dilakukan oleh petani adalah dengan menyemprotkan pestisida yang direkomendasikan untuk hama dan penyakit.

Aliran produk pada saluran I rantai pasok cabai merah relatif berjalan dengan lancar mulai dari pihak petani hingga sampai ke pihak konsumen. Hal ini dikarenakan petani selalu menyediakan stok cabai merah tepat waktu meski terkadang ada keterlambatan ketersediaan cabai merah, namun masih dalam batas yang bisa ditolerir oleh pihak konsumen.

### **B. Aliran Informasi**

Aliran informasi dalam saluran I rantai pasok cabai merah adalah hal yang penting dan yang paling dibutuhkan dalam menentukan lancarnya aliran produk dan aliran keuangan. Penyampaian informasi kepada petani dan konsumen bertujuan untuk mempertahankan rasa kepercayaan. Pada Gambar 5 terlihat bahwa aliran informasi pada saluran rantai pasok I mengalir secara timbal balik. Aliran informasi pada saluran I rantai pasok cabai merah adalah:

#### **1. Petani dengan Konsumen**

Aliran informasi antara petani dengan konsumen mengalir dari petani cabai merah kepada konsumen dan informasi yang mengalir dari konsumen ke petani cabai merah. Pihak petani menyampaikan informasi ke konsumen berupa informasi cabai merah segar yang sudah siap dipanen dan dipasarkan ke konsumen. Pihak konsumen menyampaikan informasi ke petani berupa informasi jumlah kebutuhan atau konsumsi cabai merah. Proses penyampaian informasi antara petani dan konsumen dilakukan dengan media komunikasi berupa telepon dan penyampaian informasi

secara langsung. Aliran informasi yang terjadi antara petani dengan konsumen pada lokasi penelitian menunjukkan bahwa aliran informasi sudah terintegrasi dengan baik.

### **C. Aliran Keuangan**

Aliran keuangan yang mengalir pada saluran I rantai pasok cabai merah adalah berupa uang yang dibayarkan dari penjualan cabai merah. Pada Gambar 5 dapat dilihat bahwa aliran keuangan berupa rincian biaya dan keuangan yang diterima oleh petani cabai merah dan mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan pada saluran I rantai pasok cabai merah adalah:

#### **1. Tingkat Petani**

Aliran keuangan yang mengalir pada tingkat petani adalah sejumlah uang dari pembelian cabai merah yang harus dibayar oleh konsumen kepada petani cabai merah. Harga beli cabai merah disesuaikan dengan harga dibawah pasaran yaitu sebesar Rp 36.000/Kg. Harga cabai merah disesuaikan dengan jumlah produksi dan mutu atau kualitas cabai merah yang sudah siap ditempat transaksi kemudian dijual dan dibawa oleh konsumen. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh konsumen dibayar secara tunai.

#### **2. Tingkat Konsumen**

Aliran keuangan yang mengalir pada pihak konsumen adalah berupa transaksi pembelian cabai merah segar oleh konsumen kepada petani. Aliran keuangan dilakukan dengan sistem pembayaran tunai langsung ditempat pembelian. Rata-rata harga jual dibawah harga pasar yaitu sebesar Rp 36.000/Kg. Biaya yang dibebankan kepada konsumen adalah biaya transportasi dan biaya pengemasan (plastik). Biaya

transportasi rata-rata yaitu Rp 13.000 dan biaya pengemasan (plastik) rata-rata yaitu Rp 18.500.

### 5.2.2. Saluran II : Petani - Pedagang Pengumpul – Pengecer - Konsumen

Saluran II pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu terdiri dari petani cabai merah, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran ini, petani menjual cabai merah langsung ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menjual lagi cabai merah ke pedagang pengecer yang kemudian dijual kepada konsumen. Pada saluran II, pedagang pengumpul memasarkan cabai merah ke pedagang pengecer kemudian pedagang pengecer memasarkan cabai merah kepada pedagang pengecer lain seperti pedagang di warung maupun pedagang keliling. Terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan yang terjadi pada saluran II rantai pasok cabai merah dapat dilihat pada Gambar 6 berikut:



Gambar 6. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran II.

#### A. Aliran Produk

Aliran produk dalam saluran II rantai pasok cabai merah merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas dalam memindahkan produk berupa cabai merah segar dari

petani sampai ke konsumen akhir. Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa aliran produk yang terjadi dalam saluran II rantai pasok cabai merah ini yaitu dimulai dari petani cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang menjual cabai merah ke pedagang pengumpul, pedagang pengecer lalu ke pihak konsumen. Kegiatan distribusi aliran produk pada saluran II rantai pasok cabai merah adalah:

#### 1. Petani dengan Pedagang Pengumpul

Petani cabai merah di Kecamatan Seberida memasarkan hasil panennya berupa cabai merah segar dengan menggunakan lembaga perantara. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh petani cabai merah adalah kegiatan penjualan cabai merah segar kepada pedagang pengumpul yang berdomisili di daerah sekitar Kecamatan Seberida yang datang ke lokasi atau tempat petani membudidayakan cabai merah. Petani memanen cabai merah dari lahan dan kemudian disortir agar cabai merah yang dipasarkan dalam kualitas yang baik. Jumlah cabai merah segar yang dibeli oleh pedagang pengumpul dalam 1 kali panen yaitu rata-rata 258 kg. Jumlah cabai merah yang dibeli oleh pedagang pengumpul tidak selalu pasti sesuai dengan stok yang ada serta permintaan pasar. Proses pengangkutan cabai merah dilakukan oleh pedagang pengumpul menggunakan sepeda motor, cabai merah segar disimpan di dalam karung selama perjalanan menuju tempat pedagang pengumpul.

Penanggungans resiko ditingkat petani sepenuhnya menjadi tanggung jawab petani cabai merah. Resiko yang dihadapi petani cabai merah adalah resiko harga yang berfluktuasi, hama dan penyakit yang menyerang cabai merah seperti serangan lalat buah, keriting daun dan cuaca yang kurang mendukung seperti saat musim hujan serangan hama akan lebih banyak menyerang tanaman cabai merah. Pengendalian

yang biasa dilakukan petani untuk mengatasi masalah hama dan penyakit yaitu dengan menyemprotkan pestisida yang direkomendasikan untuk hama dan penyakit.

## 2. Pedagang Pengumpul dengan Pedagang Pengecer

Pedagang pengumpul melakukan pendistribusian cabai merah segar kepada pedagang pengecer di pasar tradisional salah satunya yaitu pasar Soegih yang ada di Kecamatan Seberida. Kegiatan distribusi tergantung pada kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya baik dengan cara komunikasi lewat telepon maupun secara langsung. Terkait harga cabai merah segar sepenuhnya ditentukan oleh pedagang pengumpul setelah itu dilakukan pengiriman cabai merah. Pengiriman cabai merah segar dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer menggunakan kendaraan milik pedagang pengumpul berupa kendaraan motor. Pedagang di warung dan pedagang keliling termasuk pedagang pengecer di Kecamatan Seberida selain pedagang pengecer yang berjualan di pasar. Pedagang pengecer warung membeli cabai merah segar dari pasar kemudian membawanya dengan kendaraan motor yang kemudian di jual di warung milik pedagang. Untuk pedagang pengecer keliling, pedagang membeli cabai merah segar di pasar dan kemudian mereka jual dengan cara berkeliling menggunakan sepeda motor dengan membawa cabai merah segar yang akan mereka jual.

Penanggungans resiko ditingkat pedagang pengumpul menjadi tanggung jawab pedagang pengumpul itu sendiri. Resiko yang dihadapi pedagang pengumpul adalah saat harga berfluktuasi dan ketika cuaca sedang musim hujan. Saat musim hujan akan menyulitkan pedagang pengumpul untuk mengambil cabai merah segar dari petani dikarenakan jalan yang tidak memadai saat musim hujan. Dan dalam proses

pengantaran, pedagang pengumpul harus memerhatikan agar cabai segar yang dibawa tidak mengalami kerusakan atau busuk sehingga menghindari pedagang pengumpul dari kerugian.

### 3. Pedagang Pengecer Dengan Konsumen

Pedagang pengecer adalah lembaga perantara yang terakhir. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer adalah satu-satunya lembaga perantara yang memasarkan cabai merah langsung kepada konsumen. Harga pada tahap ini ditetapkan oleh pedagang pengecer. Konsumen adalah anggota rantai pasok terakhir dari seluruh kegiatan distribusi cabai merah segar. Penanggungungan resiko ditingkat pedagang pengecer sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang pengecer. Resiko yang dihadapi pedagang pengecer adalah harga yang berfluktuasi dan cabai merah tidak habis terjual, karena cabai merah memiliki karakteristik mudah busuk.

Aliran produk pada saluran II rantai pasok cabai merah relatif berjalan dengan lancar mulai dari pihak petani hingga sampai ke pihak konsumen. Hal ini dikarenakan pedagang pengumpul selalu mengutamakan ketepatan dalam waktu pengantaran dengan kualitas dan kuantitas pemenuhan stok cabai merah meski terkadang ada keterlambatan pengiriman cabai merah, namun masih bisa ditolerir oleh konsumen.

#### **B. Aliran Informasi**

Aliran informasi dalam saluran II rantai pasok cabai merah adalah hal yang penting dan yang paling dibutuhkan dalam melancarkan aliran produk dan aliran keuangan. Penyampaian informasi antar setiap pelaku anggota rantai pasok bertujuan untuk mempertahankan rasa kepercayaan. Pada Gambar 6 terlihat bahwa aliran

informasi pada saluran rantai pasok II mengalir secara timbal balik. Aliran informasi pada saluran II rantai pasok cabai merah adalah:

### 1. Petani dengan Pedagang Pengumpul

Aliran informasi antara petani dengan pedagang pengumpul mengalir dari petani cabai merah kepada pedagang pengumpul dan informasi yang mengalir dari pedagang pengumpul ke petani cabai merah. Pihak petani menyampaikan informasi ke pedagang pengumpul berupa informasi cabai merah segar yang sudah siap dipanen dan dipasarkan. Pihak pedagang pengumpul menyampaikan informasi ke petani berupa informasi terkait harga cabai merah. Cabai merah dijual sesuai dengan harga pasar yang berlaku saat ini. Proses penyampaian informasi antara petani dengan pedagang pengumpul dilakukan dengan menggunakan media komunikasi berupa telepon dan penyampaian informasi secara langsung. Aliran informasi yang terjadi antara petani dengan pedagang pengumpul pada lokasi penelitian menunjukkan bahwa aliran informasi sudah terintegrasi dengan baik.

### 2. Pedagang Pengumpul dengan Pedagang Pengecer

Aliran informasi antara pedagang pengumpul dengan pedagang pengecer mengalir dari pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer dan informasi yang mengalir dari pedagang pengecer ke pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul menyampaikan informasi ke pedagang pengecer berupa informasi terkait ketersediaan stok cabai merah segar, kualitas, kondisi serta rencana waktu pengiriman. Pedagang pengecer menyampaikan informasi ke pedagang pengumpul berupa informasi harga beli cabai merah sesuai dengan harga dipasaran.

### 3. Pedagang Pengecer dengan Konsumen

Aliran informasi antara pedagang pengecer dengan konsumen mengalir dari pedagang pengecer kepada konsumen dan informasi yang mengalir dari konsumen ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer menyampaikan informasi ke konsumen berupa informasi yang masuk maupun keluar seperti harga jual cabai merah. Konsumen menyampaikan informasi ke petani berupa informasi jumlah kebutuhan atau konsumsi cabai merah. Penyampaian informasi terjadi secara langsung saat melakukan transaksi.

### **C. Aliran Keuangan**

Aliran keuangan yang mengalir pada saluran II rantai pasok cabai merah adalah berupa uang yang dibayarkan dari penjualan cabai merah. Pada Gambar 6 dapat dilihat bahwa aliran keuangan berupa rincian biaya dan keuangan yang diterima oleh petani cabai merah dan mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan pada saluran II rantai pasok cabai merah adalah:

#### **1. Tingkat Petani**

Aliran keuangan yang mengalir pada tingkat petani adalah sejumlah uang dari pembelian cabai merah yang harus dibayar oleh pedagang pengumpul kepada petani cabai merah. Harga beli cabai merah disesuaikan dengan harga yang berlaku di pasaran yaitu sebesar Rp 40.000/Kg. Harga cabai merah disesuaikan dengan jumlah produksi dan mutu atau kualitas cabai yang sudah siap ditempat transaksi kemudian dijual dan dibawa oleh konsumen. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh pedagang pengumpul dibayar secara tunai.

#### **2. Tingkat Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul adalah pedagang yang memiliki sarana transportasi, modal serta gudang tempat penyimpanan stok untuk cabai merah. Dalam melakukan pembelian cabai merah kepada petani, pedagang pengumpul mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul yaitu biaya transportasi rata-rata sebesar Rp 63.000 untuk mengangkut dan biaya bongkar muat rata-rata sebesar Rp 53.000 dan untuk biaya karung rata-rata Rp 21.000. Pedagang pengumpul cabai merah di Kecamatan Seberida menggunakan modal sendiri. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh pedagang pengecer dibayar secara tunai.

### 3. Tingkat Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membuka usahanya di pasar tradisional, pemilik warung yang membuka usahanya di pemukiman masyarakat serta pedagang keliling yang menjualkan cabai merah segar ke lokasi konsumen. Pembelian cabai merah dilakukan oleh pedagang pengecer ke pedagang pengumpul secara langsung untuk dipasarkan ke konsumen akhir. Dalam melakukan pembelian cabai merah kepada pedagang pengumpul, pedagang pengecer mengeluarkan sejumlah biaya yaitu biaya transportasi rata-rata Rp 29.000, biaya sewa tempat rata-rata sebesar Rp 3.000/bulan, biaya retribusi pasar rata-rata sebesar Rp 2000/hari dan biaya plastik rata-rata Rp 24.500. Pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Seberida menggunakan modal sendiri. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh konsumen dibayar secara tunai. Dalam pengantaran cabai merah, ada sebagian pedagang pengecer yang langsung menjemput ke gudang pedagang pengumpul.

#### 4. Tingkat Konsumen

Aliran keuangan yang mengalir pada pihak konsumen adalah berupa transaksi pembelian cabai merah segar oleh konsumen kepada pedagang pengecer. Aliran keuangan dilakukan dengan sistem pembayaran tunai langsung ditempat pembelian. Rata-rata harga jual adalah Rp 48.000 sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran.

#### 5.2.3. Saluran III: Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen

Saluran III pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu terdiri dari petani cabai merah, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran ini, petani menjual cabai merah langsung ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer menjual cabai merah kepada konsumen. Pada saluran III, pedagang pengecer yang berada di pasar langsung menjual cabai merah ke konsumen. Terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan yang terjadi pada saluran III rantai pasok cabai merah dapat dilihat pada Gambar 7 berikut:



Gambar 7. Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Saluran III.

#### A. Aliran Produk

Aliran produk dalam saluran III rantai pasok cabai merah merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas dalam memindahkan produk berupa cabai merah segar dari

petani ke konsumen akhir. Pada Gambar 7 dapat dilihat bahwa aliran produk yang terjadi dalam saluran III rantai pasok cabai merah ini yaitu dimulai dari petani cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu yang menjual cabai merah ke pedagang pengecer lalu ke pihak konsumen. Kegiatan distribusi aliran produk pada saluran III rantai pasok cabai merah ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Petani dengan Pedagang Pengecer

Petani cabai merah di Kecamatan Seberida memasarkan hasil panennya berupa cabai merah segar dengan menggunakan lembaga perantara. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh petani cabai merah adalah kegiatan penjualan cabai merah segar kepada pedagang pengecer yang berdomisili di daerah sekitar Kecamatan Seberida yang datang ke lokasi atau tempat petani membudidayakan cabai merah. Petani memanen cabai merah dari lahan kemudian disortir agar cabai merah yang akan dijual dalam kualitas baik. Jumlah cabai merah segar yang dibeli oleh pedagang pengecer dalam 1 kali panen yaitu rata-rata 42 kg. Jumlah cabai merah yang dibeli oleh pedagang pengecer tidak selalu pasti sesuai dengan stok yang ada serta permintaan pasar. Proses pengangkutan cabai merah dilakukan oleh pedagang pengecer dengan menggunakan sepeda motor, cabai merah segar disimpan di dalam karung selama perjalanan menuju tempat lokasi penjualan pedagang pengecer di pasar.

Penanggungans resiko ditingkat petani sepenuhnya menjadi tanggung jawab petani cabai merah. Resiko yang dihadapi petani cabai merah adalah resiko harga yang berfluktuasi, hama dan penyakit yang menyerang tanaman cabai merah serta

cuaca yang kurang mendukung. Pengendalian yang biasa dilakukan petani adalah dengan menyemprotkan pestisida yang direkomendasikan untuk hama dan penyakit.

## 2. Pedagang Pengecer dengan Konsumen

Pedagang pengecer adalah lembaga perantara yang terakhir. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer adalah satu-satunya lembaga perantara yang memasarkan cabai merah langsung kepada konsumen. Harga pada tahap ini ditetapkan oleh pedagang pengecer. Konsumen adalah anggota rantai pasok terakhir dari seluruh kegiatan distribusi cabai merah segar. Penanggungungan resiko ditingkat pedagang pengecer sepenuhnya menjadi tanggung jawab pedagang pengecer. Resiko yang dihadapi pedagang pengecer adalah harga yang berfluktuasi, dan cabai merah yang tidak habis terjual, karena cabai merah memiliki karakteristik mudah busuk.

Aliran produk pada saluran III rantai pasok cabai merah relatif berjalan lancar mulai dari petani hingga sampai ke pihak konsumen. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer selalu menyediakan stok cabai merah di pasar meski terkadang ada keterlambatan pengiriman cabai merah oleh pedagang pengecer namun masih dalam batas yang bisa ditolerir oleh pihak konsumen.

### **B. Aliran Informasi**

Aliran informasi dalam saluran III rantai pasok cabai merah adalah hal yang penting dan yang paling dibutuhkan dalam melancarkan aliran produk dan aliran keuangan. Penyampaian informasi antar setiap anggota rantai pasok bertujuan untuk mempertahankan rasa kepercayaan. Pada Gambar 7 terlihat bahwa aliran informasi pada saluran rantai pasok III mengalir secara timbal balik. Aliran informasi pada saluran III rantai pasok cabai merah adalah:

## 1. Petani dengan Pedagang Pengecer

Aliran informasi antara petani dengan pedagang pengecer mengalir dari petani cabai merah kepada pedagang pengecer dan informasi yang mengalir dari pedagang pengecer ke petani cabai merah. Pihak petani menyampaikan informasi ke pedagang pengecer berupa informasi cabai merah segar yang sudah siap dipanen dan dipasarkan. Pihak pedagang pengecer menyampaikan informasi ke petani berupa informasi terkait harga cabai merah yang berlaku dipasaran saat ini. Proses penyampaian informasi antara petani dengan pedagang pengecer dilakukan dengan menggunakan media komunikasi berupa telepon dan penyampaian informasi seara langsung. Aliran informasi yang terjadi antara petani dengan pedagang pengecer di lokasi penelitian menunjukkan bahwa aliran informasi sudah terintegrasi dengan baik.

## 2. Pedagang Pengecer dengan Konsumen

Aliran informasi antara pedagang pengecer dengan konsumen mengalir dari pedagang pengecer kepada konsumen dan informasi yang mengalir dari konsumen ke pedagang pengecer. Pedagang pengecer menyampaikan informasi ke konsumen berupa informasi yang masuk maupun keluar seperti harga jual cabai merah. Konsumen menyampaikan informasi ke petani berupa informasi jumlah kebutuhan atau konsumsi cabai merah. Penyampaian informasi terjadi secara langsung saat melakukan transaksi.

## C. Aliran Keuangan

Aliran keuangan yang mengalir pada saluran III rantai pasok cabai merah adalah berupa uang yang dibayarkan dari penjualan cabai merah. Pada Gambar 7 dapat dilihat bahwa aliran keuangan berupa rincian biaya dan keuangan yang diterima

oleh petani cabai merah dan mengalir dari hilir ke hulu. Aliran keuangan pada saluran III rantai pasok cabai merah adalah:

#### 1. Tingkat Petani

Aliran keuangan yang mengalir pada tingkat petani adalah sejumlah uang dari pembelian cabai merah yang harus dibayar oleh pedagang pengecer kepada petani cabai merah. Harga beli cabai merah disesuaikan dengan harga yang berlaku dipasaran yaitu rata-rata sebesar Rp 38.000/Kg. Harga cabai merah disesuaikan dengan jumlah produksi dan mutu dan kualitas cabai yang sudah siap ditempat transaksi kemudian dijual dan dibawa oleh konsumen. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh pedagang pengecer dibayar secara tunai.

#### 2. Tingkat Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang berjualan di pasar. Pembelian cabai merah dilakukan oleh pedagang pengecer ke petani secara langsung untuk dipasarkan ke konsumen akhir. Dalam melakukan pembelian cabai merah kepada petani, pedagang pengecer mengeluarkan sejumlah biaya yaitu biaya transportasi rata-rata Rp 31.000, biaya sewa tempat rata-rata Rp 3000/bulan, biaya retribusi pasar rata-rata sebesar Rp 2000/hari dan biaya plastik rata-rata Rp 24.500. Pedagang pengecer yang ada di Kecamatan Seberida menggunakan modal sendiri. Pembayaran akan pembelian cabai merah oleh konsumen dibayar secara tunai. Dalam pengantaran cabai merah, pedagang pengecer langsung menjemput cabai merah ke lokasi usahatani petani.

### 3. Tingkat Konsumen

Aliran keuangan yang mengalir pada pihak konsumen adalah berupa transaksi pembelian cabai merah segar oleh konsumen kepada pedagang pengecer. Aliran keuangan dilakukan dengan sistem pembayaran tunai langsung ditempat pembelian. Rata-rata harga jual adalah Rp 42.000 sesuai dengan harga yang berlaku dipasaran.

#### **5.3. Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok**

Efisiensi rantai pasok pada komoditas pertanian tidak hanya dipengaruhi oleh panjang pendeknya saluran pemasaran yang digunakan namun juga dapat dihitung dengan besarnya nilai margin pada setiap saluran pemasaran. Semakin pendek saluran pemasaran maka semakin kecil nilai margin pada saluran pemasaran tersebut. Dalam hal ini efisiensi rantai pasok dapat dikatakan efisien. Indikator yang digunakan untuk menentukan efisiensi pada saluran pemasaran adalah dengan perhitungan margin dan *farmer's share*.

##### **5.3.1. Biaya Distribusi Pada Rantai Pasok**

Biaya distribusi adalah semua biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga perantara pada setiap saluran pemasaran dalam kegiatan memasarkan cabai merah ke konsumen akhir. Hal yang dapat menentukan besar kecilnya biaya yang dikeluarkan adalah dengan mengetahui panjang atau pendeknya saluran pemasaran yang digunakan. Biaya merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pemasaran dan biaya dibebankan kepada konsumen.

Pada saluran I rantai pasok cabai merah, petani tidak mengeluarkan biaya. Petani langsung menjual cabai merah ke konsumen tanpa lembaga perantara. Biaya dibebankan kepada konsumen yang akan membeli cabai merah. Biaya yang

dikeluarkan oleh konsumen adalah biaya transportasi yaitu rata-rata Rp 1.497,22/kg dan biaya pengemasan (plastik) rata-rata Rp 433,88/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh konsumen adalah Rp 1.931/kg.

Pada saluran II rantai pasok cabai merah petani tidak mengeluarkan biaya karena cabai merah langsung dibeli oleh pedagang pengumpul ke lokasi usahatani cabai merah. Pedagang pengumpul mengeluarkan biaya transportasi yaitu rata-rata sebesar Rp 381,38/kg, biaya bongkar muat Rp 286,93/kg dan biaya karung Rp 82,07/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp 750,36/kg. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer meliputi biaya transportasi rata-rata Rp 2.423,33/kg, biaya sewa tempat rata-rata Rp 78,33/kg, biaya retribusi pasar rata-rata Rp 52,22/kg dan biaya pengemasan rata-rata Rp 404,33/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 2.958,21/kg.

Pada saluran III rantai pasok cabai merah petani tidak mengeluarkan biaya karena cabai merah langsung dibeli oleh pedagang pengecer yang ada di pasar ke lokasi usahatani cabai merah. Pedagang pengecer mengeluarkan biaya transportasi rata-rata Rp 731/kg, biaya sewa tempat rata-rata Rp 75,72/kg, biaya retribusi pasar rata-rata Rp 50,34/kg dan biaya pengemasan (plastik) rata-rata Rp 122,80/kg. Total biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 979,86/kg. Biaya yang dikeluarkan tersebut merupakan biaya yang paling sering dikeluarkan dalam pendistribusian cabai merah dan biaya distribusi diatas untuk 1 kali panen cabai merah. Untuk lebih jelasnya mengenai biaya distribusi cabai merah dapat dilihat pada Tabel 13.

### 5.3.2. Margin Distribusi Pada Rantai Pasok

Margin distribusi adalah perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani. Adanya perbedaan harga pada masing-masing lembaga perantara disebut margin pemasaran. Margin pemasaran terdiri dari biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam kegiatan pemasaran. Perhitungan margin pemasaran bertujuan untuk mengetahui tingkat kompetensi masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat (Sudiyono, 2001).

Menurut Pearce dan Robinson (2008), margin pemasaran adalah selisih dari masing-masing lembaga pemasaran terkait dengan harga ditingkat petani dan harga ditingkat konsumen. Pada margin pemasaran terdiri dari biaya dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran.

Tabel 12. Perbedaan Margin Distribusi untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

| No                            | Uraian                           | Saluran I | Saluran II   | Saluran III  |
|-------------------------------|----------------------------------|-----------|--------------|--------------|
| 1.                            | Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)   | 36.000    | 40.000       | 38.000       |
| 2.                            | Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg) | 36.000    | 48.000       | 42.000       |
| <b>Margin Distribusi (Rp)</b> |                                  | <b>-</b>  | <b>8.000</b> | <b>4.000</b> |

Pada Tabel 12 dapat dilihat bahwa margin distribusi rantai pasok cabai merah pada setiap saluran pemasaran untuk satu kilogram cabai merah. Pada saluran I tidak terdapat perbedaan harga cabai merah antara petani dan konsumen. Hal ini dikarenakan petani langsung menjual cabai merah ke pihak konsumen akhir. Biaya distribusi cabai merah dalam bentuk biaya operasional sebesar Rp 1.931/kg. Biaya yang dikeluarkan adalah biaya yang dibebankan kepada konsumen akhir.

Pada saluran II rantai pasok cabai merah, margin distribusi rantai pasok cabai merah untuk setiap satu kilogram adalah Rp 8.000/kg, untuk pedagang pengumpul sebesar Rp 3.000/kg. Sedangkan pedagang pengecer sebesar Rp 5.000/kg. Biaya distribusi cabai merah dalam bentuk biaya operasional sebesar Rp 3.708,59/kg. Biaya distribusi yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul sebesar Rp 750,36/kg. Sedangkan untuk pedagang pengecer biaya distribusi dalam bentuk biaya operasional yang dikeluarkan sebesar Rp 2.958,21/kg. Biaya operasional tersebut adalah biaya yang sering dikeluarkan oleh pedagang dalam setiap melakukan proses pemasaran.

Pada saluran III rantai pasok cabai merah margin distribusi rantai pasok cabai merah untuk setiap satu kilogram adalah Rp 4.000/kg. Biaya distribusi cabai merah dalam bentuk biaya operasional sebesar Rp 979,86/kg. Biaya operasional tersebut adalah biaya yang sering dikeluarkan oleh pedagang dalam setiap melakukan proses pemasaran. Di antara ketiga saluran pemasaran, saluran II memiliki margin pemasaran tertinggi yaitu Rp 8.000/kg. Margin distribusi rantai pasok pada setiap saluran pemasaran pada rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Analisis Biaya, Margin, dan *Farmer's Share* untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

| Uraian                       | Saluran I    |             | Saluran II    |             | Saluran III |           |
|------------------------------|--------------|-------------|---------------|-------------|-------------|-----------|
|                              | (Rp/Kg)      | Share (%)   | (Rp/Kg)       | Share (%)   | (Rp/Kg)     | Share (%) |
| <b>a. Petani</b>             |              |             |               |             |             |           |
| Harga Jual                   | 36.000       | 100,00      | 40.000        | 83,33       | 38.000      | 90,47     |
| Biaya Pemasaran              |              |             |               |             |             |           |
| 1. Transportasi              | 1.497,22     | 4,15        |               |             |             |           |
| 2. Pengemasan/Plastik        | 433,88       | 1,20        |               |             |             |           |
| <b>Total Biaya</b>           | <b>1.931</b> | <b>5,37</b> |               |             |             |           |
| Margin                       | -            |             |               |             |             |           |
| Keuntungan                   | 34.068       | 94,63       |               |             |             |           |
| Harga Jual                   | 36.000       | 100,00      |               |             |             |           |
| <b>b. Pedagang Pengumpul</b> |              |             |               |             |             |           |
| Harga Beli                   |              |             | 40.000        |             |             |           |
| Biaya Pemasaran              |              |             |               |             |             |           |
| 1. Transportasi              |              |             | 381,38        | 0,80        |             |           |
| 2. Bongkar Muat              |              |             | 286,93        | 0,60        |             |           |
| 3. Karung                    |              |             | 82,07         | 0,17        |             |           |
| <b>Total Biaya</b>           |              |             | <b>750,36</b> | <b>1,57</b> |             |           |
| Margin                       |              |             | 3.000         |             |             |           |
| Keuntungan                   |              |             | 2.249,64      | 4,68        |             |           |
| Harga Jual                   |              |             | 43.000        | 100,00      |             |           |
| <b>c. Pedagang Pengecer</b>  |              |             |               |             |             |           |
| Harga Beli                   |              |             | 43.000        |             | 38.000      |           |
| Biaya Pemasaran              |              |             |               |             |             |           |
| 1. Transportasi              |              |             | 2.423,33      | 5,04        | 731         | 1,74      |

|                              |               |  |                 |        |                 |        |
|------------------------------|---------------|--|-----------------|--------|-----------------|--------|
| 2. Sewa Tempat               |               |  | 78,33           | 0,16   | 75,72           | 0,18   |
| 3. Restribusi Pasar          |               |  | 52,22           | 0,10   | 50,34           | 0,11   |
| 4. Pengemasan/Plastik        |               |  | 404,33          | 0,84   | 122,80          | 0,30   |
| <b>Total Biaya</b>           |               |  | <b>2.958,21</b> | 6,16   | 979,86          | 2,33   |
| Margin                       |               |  | 5.000           |        | 4.000           |        |
| Keuntungan                   |               |  | 2041,79         | 4,25   | 3.020,14        | 7,20   |
| Harga Jual                   |               |  | 48.000          | 100,00 | 42.000          | 100,00 |
| <b>d. Konsumen</b>           |               |  |                 |        |                 |        |
| Harga Beli                   | 36.000        |  | 48.000          |        | 42.000          |        |
| <b>Total Biaya Pemasaran</b> | <b>1.931</b>  |  | <b>3.708,59</b> |        | <b>979,86</b>   |        |
| <b>Total Margin</b>          | -             |  | <b>8.000</b>    |        | <b>4.000</b>    |        |
| <b>Total Keuntungan</b>      | <b>34.068</b> |  | <b>4.291,41</b> |        | <b>3.020,14</b> |        |

### 5.3.3. *Farmer's Share* Pada Rantai Pasok

*Farmer's Share* adalah bagian yang diterima oleh petani. *Farmer's Share* adalah salah satu indikator untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran. *Farmer's Share* bertujuan untuk mengetahui berapa bagian yang diterima oleh petani dalam kegiatan pemasaran cabai merah. Untuk menghitung *farmer's share* dihitung dengan membandingkan harga cabai merah pada petani dan harga cabai merah pada konsumen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Semakin tinggi margin pemasaran maka semakin rendah bagian yang diterima oleh petani. Menurut Downey dan Erickson (1992) jika bagian yang diterima petani > 40% maka *farmer's share* dapat dikatakan efisien, apabila bagian yang diterima petani < 40% maka *farmer's share* dapat dikatakan tidak efisien.

Tabel 14. Perbedaan *Farmer's Share* untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

| No                               | Uraian                           | Saluran I     | Saluran II   | Saluran III  |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| 1.                               | Harga Ditingkat Petani (Rp/Kg)   | 36.000        | 40.000       | 38.000       |
| 2.                               | Harga Ditingkat Konsumen (Rp/Kg) | 36.000        | 48.000       | 42.000       |
| <b><i>Farmer's Share</i> (%)</b> |                                  | <b>100,00</b> | <b>83,33</b> | <b>90,47</b> |

Pada Tabel 14 dapat dilihat bahwa *Farmer's Share* pada rantai pasok cabai merah pada setiap saluran pemasaran untuk satu kilogram cabai merah. Pada saluran pemasaran I nilai *Farmer's Share* atau bagian yang diterima oleh petani yaitu 100,00%. Hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran I petani langsung menjual cabai merah ke pihak konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran.

Pada saluran pemasaran II nilai *Farmer's Share* atau bagian yang diterima oleh petani yaitu 83,33%. Pada saluran pemasaran II dalam memasarkan cabai

merah, petani menggunakan beberapa lembaga pemasaran seperti pedagang pengumpul dan pedagang pengecer.

Pada saluran III nilai *Farmer's Share* atau bagian yang diterima oleh petani yaitu 90,47%. Diantara ketiga saluran pemasaran, saluran I memiliki persentase *farmer's share* tertinggi yaitu 100,00%. Dalam memasarkan cabai merah, petani menggunakan lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer sebelum dijual kepada konsumen. Hal ini dapat menjelaskan bahwa pada saluran I, II dan III tergolong efisien (nilai FS > 40%), Pada saluran pemasaran I petani menjual cabai merah langsung ke pihak konsumen dengan harga Rp 36.000/kg, pada saluran pemasaran II petani menjual cabai merah ke pedagang pengumpul dengan harga Rp 40.000/kg kemudian pedagang pengumpul menjual cabai merah ke pihak pedagang pengecer dengan harga Rp 43.000/kg dan pedagang pengecer menjual ke pihak konsumen akhir dengan harga Rp 48.000/kg, pada saluran pemasaran III petani menjual cabai merah ke pedagang pengecer dengan harga Rp 38.000/kg dan pedagang pengecer menjual ke pihak konsumen akhir dengan harga Rp 42.000/kg.

#### **5.3.4. Efisiensi Pemasaran Pada Rantai Pasok**

Indikator yang dapat menentukan apakah saluran pemasaran dapat dikatakan efisien tidak hanya saluran pemasaran yang pendek, namun juga nilai margin pemasaran serta nilai *farmer's share* yang tinggi. Untuk mengetahui efisiensi pada setiap saluran pemasaran maka perlu diketahui berapa total biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan persamaan total biaya pemasaran pada setiap saluran dibagi dengan nilai produk yang dipasarkan atau harga jual cabai merah pada pihak konsumen

kemudian dikali 100%. Semakin kecil nilai efisiensi maka semakin efisiensi saluran pemasaran tersebut. Efisiensi pemasaran cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu pada setiap saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Efisiensi Pemasaran untuk Setiap Saluran Pemasaran pada Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Tahun 2021.

| No | Saluran Pemasaran | Total Nilai Produk (Rp/Kg) | Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg) | Efisiensi Pemasaran(%) |
|----|-------------------|----------------------------|-------------------------------|------------------------|
| 1. | Saluran I         | 36.000                     | 1.931                         | <b>5,36</b>            |
| 2. | Saluran II        | 48.000                     | 3.708,59                      | <b>7,72</b>            |
| 3. | Saluran III       | 42.000                     | 979,86                        | <b>2,33</b>            |

Pada Tabel 15 dapat dilihat bahwa efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I, II, dan III rantai pasok cabai merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu termasuk efisien yaitu pada saluran I adalah 5,36%, pada saluran II adalah 7,72% dan saluran III adalah 2,33% yang artinya apabila biaya pemasaran lebih rendah dari nilai produk yang dipasarkan maka semakin efisien saluran pemasaran dari produk cabai merah. Pada ketiga saluran pemasaran, saluran II memiliki persentase efisiensi tertinggi yaitu 7,72%. Menurut Soekartawi dalam Roesmawaty (2011) menyatakan bahwa kaidah keputusan pada efisiensi pemasaran pada rantai pasok adalah 0 – 33% termasuk efisien. Menurut Prayitno (2013) kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan efisiensi pemasaran adalah jika  $\%Pf (PS) > 70\%$  adalah efisien dan jika  $\%Pf (PS) < 70\%$  adalah tidak efisien.

Fransiska (2016) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Komoditi Cabai Merah di Kelurahan Muara Fajar Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru” hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran cabai merah di Kelurahan Muara Fajar Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru sebesar 8,22%.

## VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Hasil penelitian Analisis Manajemen Rantai Pasok Cabai Merah di Kecamatan Seberida Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Karakteristik pelaku rantai pasok adalah: (1) umur seluruh responden berada dalam usia produktif, (2) lama pendidikan seluruh responden memiliki pendidikan yang masih rendah, (3) jenis kelamin seluruh responden rata-rata adalah berjenis kelamin laki-laki, (4) pengalaman berusahatani seluruh responden tergolong cukup berpengalaman, (5) jumlah tanggungan seluruh responden memiliki jumlah tanggungan keluarga yang termasuk dalam jumlah yang kecil.
2. Mekanisme distribusi rantai pasok terdiri dari saluran I, II, dan III. Aliran produk cabai merah di daerah penelitian menggunakan beberapa lembaga pemasaran. Pada saluran I lembaga pemasaran yang terlibat hanya petani dan konsumen. Pada saluran II lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer dan konsumen. Pada saluran III lembaga pemasaran yang terlibat adalah petani, pedagang pengecer dan konsumen. Aliran informasi yang mengalir baik dari petani cabai merah sampai ke konsumen atau sebaliknya. Aliran keuangan yang mengalir dari pihak konsumen hingga sampai ke pihak petani cabai merah.
3. Efisiensi pemasaran cabai merah pada saluran I yaitu 5,36%. Efisiensi pemasaran cabai merah pada saluran II yaitu 7,72%. Efisiensi pemasaran pada saluran III yaitu 2,33%. Dapat dikatakan bahwa pemasaran cabai merah di

lokasi penelitian sudah efisien karena saluran pemasaran I, II dan III memiliki nilai efisiensi yang berada pada kisaran 0 – 33%. Berdasarkan nilai bagian yang diterima oleh petani atau *farmer share* dalam saluran pemasaran I adalah 100%, saluran II adalah 83,33% dan saluran III adalah 90,47% yang artinya adalah efisien karena  $PS > 70\%$ .

## 6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya petani bisa mengoptimalkan penjualan cabai merah langsung ke konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran. Sehingga petani bisa berperan sebagai penentu harga jual cabai merah dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Jika menggunakan lembaga perantara, petani mendapatkan keuntungan yang lebih kecil dari para pedagang.
2. Untuk membantu petani memperpendek saluran pemasaran, sebaiknya pemerintah memberikan bantuan seperti KUR atau bantuan lainnya sehingga petani memiliki modal dan lahan milik sendiri sehingga petani bisa langsung menjual cabai merah langsung ke konsumen tanpa lembaga perantara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alqur'an dan Terjemahannya. 2009. Departemen Agama RI. Jakarta.
- Apriani, Intan. 2019. "Analisis Rantai Pasok Semangka di Desa Kubang Jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar". Skripsi. Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit FEUI.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Indragiri Hulu. 2020. *Kabupaten Indragiri Hulu dalam Angka*. Rengat.
- Badan Pusat Statistik Kecamatan Seberida. 2020. *Kecamatan Seberida dalam Angka*. Indagiri Hulu.
- Baharuddin, R. 2016. "Respon Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Cabai (*Capsicum annum. L*) Terhadap Pengurangan Dosis NPK dengan Pemberian Pupuk Orgaik". *Dinamika Pertanian*. 32 (2) : 115 – 124.
- Basu, Swastha. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: Liberty.
- Chopra, S. and Meindl, P. 2007. *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operation, 2nd or 3rd Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Darus. 2018. "Analisis Pemasaran Padi Sawah di Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu". *Jurnal Agribisnis*. 20 (1): 1 – 10.
- Djarwiningsih, T. 2005. *Capsicum spp.* (Cabai): Asal, Persebaran dan Nilai Ekonomi. *Jurnal Biodiversitas*. 6 (4): 292 - 296.
- Downey, W. dan Erickson, S. P. 1992. *Manajemen Agribisnis, Edisi Kedua*. Jakarta: Terjemahan Erlangga.
- Elida, Septina., Azharuddin., Sutrisno, J., Darsono. 2021. "The Current Condition Of Agro-Industrial Supply Chain Management Of Public Sago Product: A Case Survey Of Meranti Islands Regency, Indonesia". *Jurnal IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 905 (1): 012091.
- Elizabeth, Hurlock. 1998. *Perkembangan Anak Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Fakih, Mansur. 2003. *Analisis Gender dan Transformasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Firdaus, Muhammad. 2009. *Manajemen Agribisnis*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Gasperz, V. 1999. *Ekonomi Manajerial Pembuat Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Gittinger JP. 2008. *Analisa Ekonomi Proyek-Proyek Pertanian*. Jakarta: UI Press.
- Hardiyanti, Sri. 2018. “Analisis Rantai Pasok Ikan Lele di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru”. Skripsi. Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Harland, C. M. 1996. “Supply Chain Management: Relationships, Chains and Networks”. *British Journal of Management* 7 (Special Issue) 63 – 80.
- Henkoff, R. 1994. “Delivering the Goods”. *Fortune*.130 (11) : 64 – 78.
- Hermawan, Kartajaya. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Hungu. 2007. *Pengertian Jenis Kelamin*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Indrajit RE, Djokopranoto R. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana, Indonesia.
- Jannah, Miftahul. 2018. “Analisis Rantai Pasokan Cabai Merah di Kabupaten Banyuwangi”. *Seminar Nasional*. Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Jember.
- Jebarus. F. 2001. *Supply Chain Management*. Usahawan No.2.
- Kambey, S.F., L. Kawet., J. S. B Sumarauw. 2016. “Analisis Rantai Pasokan Kubis di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon”. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 4 (5): 303 - 408.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Syamsul. 2017. *Pendidikan Karakter: Konsepsi dan Implementasinya secara terpadu di Lingkungan Keluarga, Sekolah, Perguruan Tinggi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Kurniawan, D. R. 2014. “Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Komoditas Cabai Merah Besar di Kabupaten Jember. Skripsi. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Agribisnis”. Fakultas Pertanian. Universitas Jember. Jember.
- Lambert, D.M., dan Cooper, M.C. 2000. “Issues in Supply Chain Management. *Journal Industrial Marketing Management*”. 29, 65 – 83.

- Li, L. 2007. *Supply Chain Management. Concept, Techniques, and Practices Enhancing Value Through Collaboration*. World Scientific Publishing. Co. Pte Ltd, Singapore.
- Limbong dan Sitorus. 1987. "Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Cilembu (Kasus di Desa Cilembu, Kecamatan Pamulihan, Kabupaten Sumedang Provinsi Jawa Barat)". Skripsi. Bogor. Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian. Fakultas Pertanian.
- Meilinda, F. 2016. "Analisis Rantai Pasok Komoditi Cabai Merah di Kelurahan Muara Fajar Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru". Skripsi. Fakultas Pertanian, Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Riau, Pekanbaru.
- Moehar. 2001. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, H. A., Asmarantaka, W. R., dan Baga, M. L. 2015. "Efisiensi Pemasaran Gambir di Kabupaten Lima Puluh Kota Sumatera Barat". *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 9 (2): 221 - 239.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nurhuda, Lukmana., Setiawan, Budi., dan Andriani, D. R. 2017. "Analisis Manajemen Rantai Pasok Kentang di Desa Ngadas Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang". *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. 1 (2): 129 - 142.
- Nurhidayana., Kuswardani, R. A dan Siregar, M. A. 2012. "Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batubara". *Jurnal Agribisnis Sumatera Utara*. 5 (1): 28 - 39
- Nursalam. 2011. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika
- Nuswantari. 1998. *Kamus Kedokteran Dorland Edisi 25*. Jakarta: EGC.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Pratama, Y., Y. dan Nuswantara, Bayu. 2020. "Analisis Pemasaran Kacang Tanah di Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang". *Jurnal Agribisnis*. 2 (1): 34 - 38
- Prajnanta, F. 2007. *Mengatasi Permasalahan Bertanam Cabai Hibrida secara Intensif*. Jakarta: Agromedia Pustaka.

- Pratama, D., Swastika, S., Hidayat, T., dan Boga, K. 2017. *Teknologi Budidaya Cabai Merah*. Universitas Riau. Riau. Hlm: 4 - 51.
- Prayitno AB, Hasyim Al, Situmorang S. 2013. "Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Adiluwih Kabupaten Pringsewu Provinsi Lampung". *JIIA*. 1 (1): 53 - 59.
- Pujawan, I Nyoman. 2005. *Supply Chain Management*. Surabaya: PT. Guna Widya.
- Roesmawaty, H. 2011. "Analisa Efisiensi Pemasaran Pisang di Kecamatan engkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu". *Agrobisnis*. 3 (5): 1 - 9.
- Sajogyo dan Pudjiwati. 2011. *Sosiologi Pedesaan*. Yogyakarta: UGM Press.
- Saputro, N. Y., dan Sedyono, E. 2019. "Analisis Supply Chain Management (SCM) Komoditas Cabai Rawit Merah di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang". *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Program Studi Teknik Informatika, Universitas Madiun. 2 (1): 267 - 271.
- Saptana., dan Yofa., D. R. 2016. "Penerapan Konsep Manajemen Rantai Pasok pada Produk Unggas". *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. 34 (2): 143 - 161.
- Saptana., Muslim, Chairul., dan Susilowati, S. H. 2018. "Manajemen Rantai Pasok Komoditas Cabai pada Agroekosistem Lahan Kering di Jawa Timur". *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*. 16 (1): 19 - 41.
- Saptana., dan Sartika, T. 2014. "Manajemen Rantai Pasok Komoditas Telur Ayam Kampung". *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. 11 (1): 1 - 11.
- Setiadi. 2006. *Bertanam Cabai*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Soeharjo, A. dan D. Patong. 1999. *Sendi-Sendi Pokok Ilmu Usahatani. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi*. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Soekartawi, 1993. *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka Harapan, Jakarta.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Stevenson, William J., Chuong, Sum Chee. 2014. *Manajemen Operasi: Perspektif Asia, edisi 9 buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Pres Malang.

- Suroni, Akhmad. 2020. "Analysis of Coconut Supply Chain as Industry Potential in Sula Islands Regency North Maluku Province". *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*. 4(1): 18-24.
- Tjiptoherijanto, P. 1996. *Sumber Daya Manusia dalam Pembangunan Nasional*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Todaro, M.P. dan Smith, S.C. 2012. *Economic Development (11th ed)*. New York: Pearson.
- Tohir, K.A. 1982. *Seuntai Pengetahuan Tentang Usahatani Indonesia*. Jakarta: Bina Aksara.
- Tompodung, E., Worang, G. F., dan Roring, F. 2016. "Analisis Rantai Pasok (*Supply Chain*) Ikan Mujair di Kecamatan Eris Kabupaten Minahasa". *Jurnal EMBA*. 4(4): 279-290.
- William, J. Stanton. 2006. *Fundamental of Marketing*. Sevennt Edition, MC. Graw-Hill, Inc.
- Wirosuhardjo. 1996. *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Wuwung, S. C. 2013. "Manajemen Rantai Pasokan Produk Cengkeh pada Desa Wawona Minahasa Selatan". *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 1(3): 230-238.
- Yasin, A. 2008. *Agribisnis dalam Kemelut*. UIR Press. Pekanbaru.