

SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

ANALISIS RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN) KOMODITAS CABAI MERAH BESAR DI KABUPATEN JEMBER

SUPPLY CHAIN ANALYSIS OF CHILI PEPPER COMMODITIES IN JEMBER REGENCY

Rizal Dwi Kurniawan, Anik Suwandari*, Julian Adam Ridjal

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Jember
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121

*E-mail : aniksuwandari@gmail.com

ABSTRACT

Chili pepper is one of vegetable horticulture commodities commonly cultivated by farmers in Jember Regency. Price of chili pepper commodities inclined fluctuation, so that matter had needed supply chain management in order that was more efficient. The design of this supply chain included upper management and downstream management. This study aimed to: (1) identify the mechanisms supply chain associated with product flow, information flow and financial flow in chili pepper commodities in Jember Regency; (2) determine the efficiency level of commodity supply chain of chili pepper in Jember Regency. The research used descriptive and analytical methods. Data analysis used descriptive analysis and marketing margin analysis. The analysis showed that: (1) The flow of products can be divided into the flow of products in the form of chili peppers and the flow of product in the form of processed products of packaged bali flavor; (2) The flow of information divided into the horizontal flow of information and vertical flow of information; (3) The financial flow is divided into 12 kinds of flow in which the transaction system of payment really affects the performance of each link; (4) The supply chain of chili pepper commodity in Jember Regency is efficient when viewed from: a) the value share of profit in each channel is higher than that of the cost ($ski > sbi$) and; b) The shared value of the received price by each chain is considered fair or proportional according to the functions performed; (5) There are distribution channels that have not been efficient when viewed from the value of its share of the producers (PS) that is less than 70%. These distribution channels consist of: a) Channel 1 is the channel between farmers and partnership agencies; b) channel 3, channel 4, channel 5 and channel 6, where the four channels have a long chain of channels.

Keywords: Chili pepper, supply chain, the flow of product, the flow of information, the flow of financial and efficiency.

ABSTRAK

Cabai merah besar merupakan salah satu komoditas hortikultura sayuran yang banyak diusahakan petani di Kabupaten Jember. Harga komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember cenderung fluktuatif sehingga dibutuhkan pengelolaan manajemen rantai pasokan agar lebih efisien. Rancangan rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember ini meliputi pengelolaan hulu dan hilir. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Mengetahui mekanisme rantai pasokan yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan pada komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember; (2) Mengetahui tingkat pada efisiensi rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dan analitik. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis deskriptif serta analisis margin pemasaran. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) 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; (2) Aliran Informasi terbagi menjadi aliran informasi secara horizontal dan aliran informasi secara vertikal; (3) Aliran keuangan dibedakan menjadi 12 macam aliran, dimana sistem transaksi pembayaran sangat mempengaruhi kinerja dari setiap mata rantai; (4) 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 ($ski > sbi$) dan; b) Nilai *share* bagian harga setiap mata rantai dinilai adil atau proporsional sesuai dengan fungsi yang dilakukan; (5) Masih terdapat saluran distribusi yang belum efisien bila dilihat dari nilai pangsa produesnya (PS) yang kurang dari 70%. Saluran-saluran distribusi tersebut terdiri dari: a) Saluran 1 yang merupakan saluran antara petani dengan lembaga kemitraan; b) Saluran 3, saluran 4, saluran 5 dan saluran 6, dimana keempat saluran tersebut memiliki rantai saluran yang panjang.

Kata kunci: Cabai merah besar, rantai pasokan, aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan dan efisiensi.

How to cite: Kurniawan, Suwandari A, Ridjal. 2014. Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember. *Berkala Ilmiah Pertanian* x(x): x-x

PENDAHULUAN

Hortikultura adalah salah satu sektor dalam pertanian yang memiliki jenis komoditas beragam dan merupakan sektor yang dibutuhkan masyarakat secara langsung. Cabai sebagai salah satu komoditas yang termasuk dalam kelompok hortikultura sayuran, banyak diusahakan oleh produsen dalam berbagai skala usahatani. Tujuan akhir dari usahatani cabai tersebut adalah pasar dalam negeri dan ekspor (Santika, 2001).

Cabai sendiri adalah tanaman hortikultura jenis sayuran yang juga merupakan tumbuhan anggota *genus Capsicum*. Menurut Tjahjadi (1991), hingga kini telah dikenal 12 jenis cabai. Namun, yang paling banyak dibudidayakan oleh para petani hanya beberapa jenis saja, yakni: cabai rawit, cabai merah besar, paprika dan cabai hias. Khusus cabai

merah besar merupakan jenis cabai yang paling banyak dibudidayakan oleh para petani Indonesia.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang secara geografis mempunyai areal lahan hortikultura yang cukup luas. Komoditas hortikultura sayuran banyak diusahakan di kabupaten ini. Khususnya untuk komoditas cabai merah besar, areal pertanamannya tersebar hampir di seluruh wilayah kecamatan, dimana Kecamatan Wuluhan merupakan sentra utama agribisnis cabai di Kabupaten Jember.

Dalam menunjang pengembangan usaha di sektor hortikultura cabai merah besar di Kabupaten Jember, diperlukan suatu upaya untuk menciptakan nilai ekonomi dari produk tersebut. Namun, sepanjang tahun 2012 hingga 2013 ini harga cabai merah biasa sangat fluktuatif. Kondisi harga cabai merah besar yang fluktuatif ini diakibatkan

oleh pengaturan manajemen rantai pasokan yang tidak efisien. Efisiennya manajemen rantai pasokan dapat tercapai jika pengelolaan dan pengawasan hubungan saluran distribusi dilakukan secara kooperatif oleh semua pihak yang terlibat. Bentuk pengaturan rantai pasokan sangat perlu mendapat perhatian khusus. Adanya pendekatan rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember diharapkan dapat memberikan gambaran ketersediaan pasokan cabai merah besar sebagai pertimbangan pengelolaan *supply chain* cabai merah besar bagi konsumen maupun industri pengolah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Mengetahui mekanisme rantai pasokan yang terkait dengan aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan pada komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember; (2) Mengetahui tingkat pada efisiensi rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember.

METODOLOGI PENELITIAN

Daerah penelitian ditentukan dengan menggunakan metode secara sengaja (*purposive method*) dimana daerah lokasi penelitian adalah Kabupaten Jember. Dalam penelitian ini, Kecamatan Wuluhan merupakan daerah lokasi pengambilan sampel petani cabai. Hal ini karena Kecamatan Wuluhan adalah sentra budidaya tanaman cabai merah besar terbesar yang ada di Kabupaten Jember.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitik. Metode pengambilan contoh yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Simple Random Sampling* dan *snowball sampling*. Metode *Simple Random Sampling* digunakan untuk menentukan sampel petani cabai merah besar, dimana pada metode ini, pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2006). Jumlah populasi petani cabai merah besar di wilayah penelitian mencapai 165 orang. Jumlah sampel ditentukan sesuai dengan pendapat Slovin dalam Umar (1999) dengan rumus:

$$n = N / [1 + N(e^2)]$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang diambil
- N = Jumlah populasi
- e = Derajat kelonggaran ketidaktelesian sebesar 15%

Jadi, sampel yang akan diambil dari semua jumlah populasi adalah sebanyak 35 orang. Sampel sebanyak 35 orang ini akan menjadi petani responden untuk melengkapi data-data seperti harga di tingkat petani cabai, aliran distribusi serta data-data pendukung yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

Teknik *snowball sampling* digunakan untuk pengambilan contoh lembaga atau mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember. Pasca dilakukan penelitian dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, diketahui bahwa lembaga pemasar yang terlibat dapat dilihat pada Tabel 1. berikut.

Tabel 1. Lembaga Pemasar yang Terlibat Dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

No.	Nama Lembaga Pemasar	Jumlah Anggota Lembaga
1.	Koperasi Mitra	1
2.	PT. Heinz ABC (*)	1
3.	Pedagang Antar Kota	3
4.	Pedagang Besar Luar Kota (*)	3
5.	Pedagang Pengumpul Desa	4
6.	Pedagang Pasar atau Partai	7
7.	Pedagang Pengecer Cabai	11
8.	Agroindustri Pengolah Cabai	4
9.	Pengecer Produk Olahan Cabai	4

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Keterangan :

(*) : Di luar batasan wilayah penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data sekunder berasal Badan Pusat Statistik, Dinas pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura,

Kecamatan Wuluhan serta literatur dari buku, jurnal, skripsi maupun thesis. Data primer diperoleh langsung dari petani cabai dan lembaga pemasar. Pada waktu penelitian, harga rata-rata buah cabai merah besar ditingkat petani adalah sebesar Rp 15.760,87/kg. Harga tersebut adalah harga rata-rata cabai merah besar mulai dari petikan ke-1 hingga ke-13, yaitu terjadi pada Bulan Juli - Oktober 2013 (musim panen).

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan pertama mengenai mekanisme rantai pasokan terkait aliran produk, aliran informasi serta aliran keuangan pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis ini menitik beratkan pada survei lapang dengan observasi dan wawancara sampel responden. Hal ini yang nantinya memberi gambaran mengenai mekanisme aliran produk dan aliran informasi serta aliran keuangan.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan kedua mengenai efisiensi rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah dengan menggunakan analisis efisiensi pemasaran. Efisiensi pemasaran tersebut dapat diketahui dengan cara melihat margin pemasaran. Secara matematis margin pemasaran dapat dinyatakan dengan menggunakan rumus margin pemasaran, yaitu:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

- M = Margin pemasaran
- Pr = Harga di tingkat pengecer (*retail price*)
- Pf = Harga di tingkat petani (*farm gate price*)

Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dilakukan dengan melihat *shared value*. Nilai dari *shared value* tersebut yang berkaitan dengan penerimaan nilai sebagai timbal balik dari kontribusi yang diberikan oleh masing-masing mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan ini, dimana kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Efisien, apabila *share of profit* > *share of cost*
- Tidak efisien, apabila *share of profit* < *share of cost*

Selain itu, menurut Prayitno *et al* (2013), dalam menentukan efisiensi pemasaran juga dapat dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan seperti berikut:

- Jika %Pf (PS) > 70% maka pemasaran cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah efisien.
- Jika %Pf (PS) ≤ 70% maka pemasaran di Kabupaten Jember adalah tidak efisien.

Adapun bagian biaya pada distribusi margin dalam melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasar ke-j adalah:

$$S_{bij} = [cij / (Pr - Pf)] * 100\%$$

$$cij = H_{jj} - H_{bj} - I_{ij}$$

Sedangkan keuntungan lembaga pemasar ke-j adalah:

$$Sk_j = [II_{ij} / (Pr - Pf)] * 100\%$$

$$II_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - cij$$

Keterangan :

- S_{bij} : bagian biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga ke-j (%)
- c_{ij} : biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga ke-j (rupiah)
- Pr : harga di tingkat pengecer (rupiah)
- Pf : harga di tingkat petani (rupiah)
- H_{jj} : harga jual lembaga pemasar ke-j (rupiah)
- H_{bj} : harga beli lembaga pemasar ke-j (rupiah)
- II_{ij} : keuntungan lembaga pemasar ke-j (rupiah)
- Sk_j : persentase keuntungan lembaga pemasar ke-j (%)

Berdasarkan hasil pengumpulan data didapatkan temuan berupa proses pengolahan cabai merah besar menjadi bumbu bali kemas yang dilakukan oleh agroindustri. Untuk mengetahui besaran nilai tambah dalam proses pengolahan tersebut, maka diperlukan perhitungan analisis nilai tambah dengan menggunakan metode hayami. Menurut Suryana (1990)

analisis nilai tambah dengan menggunakan metode hayami secara jelas dapat dilihat dengan rumus sebagai berikut:

$$NT = NB - (NBB + NBP)$$

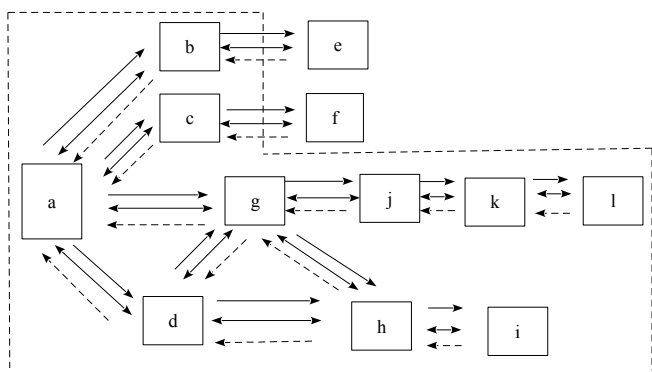
Keterangan :

- NT = Nilai Tambah (Rp/Kg)
- NP = Nilai Produk Olahan (Rp/Kg)
- NBB = Nilai bahan Baku (Rp/Kg)
- NBP = Nilai Bahan Penunjang (Rp/Kg)

HASIL

Mekanisme Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Rantai Pasokan Cabai Merah Besar di Kabupaten Jember

Dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember terdapat tiga mekanisme dalam rantai pasokan tersebut. Secara jelas, hasil berupa bentuk struktur dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember digambarkan dalam Gambar 1. berikut.



aGambar 1. Pola Aliran dalam Rantai Pasokan Cabai Merah Besar di Kabupaten Jember

Keterangan :

- : Batasan Penelitian
- > : Aliran produk berupa buah cabai merah besar
- > : Aliran produk berupa olahan cabai merah besar
- > : Aliran informasi
- > : Aliran keuangan

- a. Petani
- b. Koperasi Mitra
- c. Pedagang Cabai Antar Kota
- d. Pedagang Pengepul
- e. PT. Heinz ABC
- f. Pedagang Besar Luar Kota
- g. Pedagang Pasar/ Partai
- h. Pengecer Cabai
- i. Konsumen Cabai
- j. Agroindustri
- k. Pengecer Produk Olahan cabai
- l. Konsumen Produk Olahan

Berdasarkan Gambar 1. tentang pola aliran dalam rantai pasokan cabai merah besar di Kabupaten Jember menunjukkan bahwa mekanisme rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember secara umum terbagi menjadi 3 macam, yaitu aliran poduk, aliran Infomasi dan aliran keuangan. Terdapat 12 anggota mata rantai yang terlibat dalam mekanisme rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember, yaitu terdiri dari petani, koperasi mitra, pedagang cabai antar kota, pedagang pengepul, PT. Heinz ABC, pedagang besar luar kota, pedagang pasar/ partai, pedagang pengecer cabai, konsumen cabai, agroindustri, pengecer produk olahan dan konsumen produk olahan cabai merah besar.

Mekanisme aliran keuangan pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember sangat ditekankan pada bagaimana sistem transaksi pembayaran yang digunakan oleh masing-masing mata

rantai. Hasil berupa sistem transaksi pembayaran pada mekanisme aliran keuangan dapat dilihat pada Tabel 2. berikut.

Tabel 2. Mekanisme Aliran Keuangan Terkait Sistem Transaksi Pembayaran pada Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

No.	Aliran Keuangan	Sistem Transaksi Pembayaran		
		Tunai	Kredit	Konsinyasi
1.	Dari koperasi mitra kepada petani cabai	-	√	-
2.	Dari pedagang antar kota kepada petani cabai	-	√	-
3.	Dari pedagang pengepul kepada petani cabai	-	√	-
4.	Dari pedagang pasar atau pedagang partai kepada petani cabai	-	√	-
5.	Dari pihak PT. Heinz ABC kepada koperasi mitra	-	√	-
6.	Dari pedagang besar luar kota kepada pedagang antar kota	√	-	-
7.	Dari pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai kepada pengepul	-	√	-
8.	Dari pedagang pengecer kepada pedagang pasar/ partai	√	√	-
9.	Dari agroindustri pengolah kepada pedagang pasar/ partai	√	√	-
10.	Dari konsumen cabai kepada pedagang pengecer cabai	√	-	-
11.	Dari pedagang pengecer produk olahan kepada agroindustri	-	-	√
12.	Dari konsumen cabai kepada pedagang pengecer cabai	√	-	-

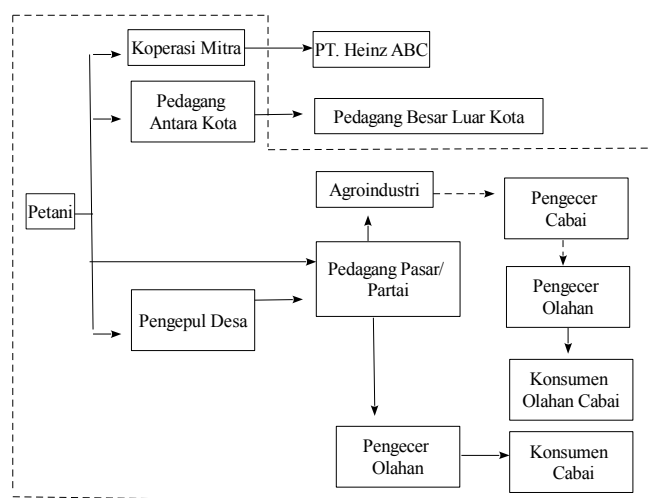
Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Keterangan:

- (√) : Sistem transaksi pembayaran yang dipilih
- (-) : Sistem transaksi pembayaran yang tidak dipilih

Saluran Distribusi pada Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

Hasil berupa Saluran pasokan atau pemasaran pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dapat dilihat pada Gambar 2. berikut.



Gambar 2. Saluran Pemasaran pada Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar

Keterangan :

- > : Saluran pemasaran cabai merah besar dalam bentuk (Buah) segar
- > : Saluran pemasaran produk olahan cabai merah besar
- > : Batasan Penelitian

Berdasarkan Gambar 2. tentang saluran pemasaran pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di atas menunjukkan bahwa rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember secara garis besar terdiri dari 6 macam saluran yang mendistribusikan produk berupa buah cabai merah besar dalam bentuk buah segar dan 1 saluran produk olahan.

Tingkat Efisiensi pada Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

Dalam penelitian ini, hasil perhitungan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran yang dijadikan sebagai tola ukur tingkat efisiensi rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 1 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	Harga Jual	7.000,00	58,33				
2	Koperasi Lestari Hortikultura						
	Harga Beli	7.000,00					
	Biaya	72,27		0,60		1,45	
	Transportasi						
	Biaya Tenaga Kerja	60,00		0,50		1,20	
	Biaya	100,00		0,83		2,00	
	Pengemasan						
	Harga Jual	12.000,00					
	Keuntungan	4.767,73	39,73		95,35		20,53
3	PT. Heinz ABC						
	Harga Beli	12.000,00					
	MP	5.000,00					
	Total		98,06	1,94	95,35	4,6	5

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 3. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 5.000,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 98,06% dan *share* biaya sebesar 1,94% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 53,33%.

Tabel 4 Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 2 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	Harga Jual	15.714,29	83,97				
2	Pedagang antar kota						
	Harga Beli	15.714,29					
	Biaya	53,64		0,29		1,79	
	Transportasi						
	Biaya Tenaga Kerja	51,33		0,27		1,71	
	Biaya	100,00		0,53		3,33	
	Pengemasan						
	Harga Jual	18.714,29					
	Keuntungan	2.795,03	14,94		93,17		13,64
3	Pedagang besar luar kota						
	Harga Beli	18.714,29					
	MP	3.000,00					
	Total		98,90	1,10	93,17	6,83	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 4. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar sebesar Rp 3.000,00. Nilai *share* atau bagian keuntungan adalah sebesar 98,90% dan *share* biaya sebesar 1,10% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 83,97%.

Tabel 5. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 3 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	Harga Jual	15.500,00	74,70				
2	Pedagang pengepul desa						
	Harga Beli	15.500,00					
	Biaya	71,50		0,34		1,36	
	Transportasi						
	Biaya Tenaga Kerja	43,75		0,21		0,83	
	Biaya	60,00		0,29		1,14	
	Pengemasan						
	Harga Jual	17.250,00					
	Keuntungan	1.574,75	7,59		30,00		8,99
3	Pedagang pasar/partai						
	Harga Beli	17.250,00					
	Biaya Tenaga Kerja	48,97		0,24		0,93	
	Biaya	30,00		0,14		0,57	
	Pengemasan						
	Biaya	5,12		0,02		0,10	
	Retribusi						
	Harga Jual	20.750,00					
	Keuntungan	3.415,90	16,46		65,06		40,62
4	Agroindustri						
	Harga Beli	20.750,00					
	MP	5.250,00					
	Total		98,75	1,25	95,06	4,94	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 5. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 5.250,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 98,75% dan *share* biaya sebesar 1,25% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 74,70%.

Tabel 6. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 4 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	a. Harga Jual	15.666,67	62,67				
2	Pedagang pengepul						
	Harga Beli	15.666,67					
	Biaya	60,24		0,24		0,65	
	Transportasi						
	Biaya Tenaga Kerja	95,83		0,38		1,03	
	Biaya	60,00		0,24		0,64	
	Pengemasan						
	Harga Jual	17.000,00					
	Keuntungan	1.117,26	4,47		11,97		5,17
3	Pedagang pengecer						
	Harga Beli	17.000,00					
	Biaya Tenaga Kerja	112,36		0,45		1,20	
	Biaya	30,00		0,12		0,32	
	Pengemasan						
	Biaya	5,34		0,02		0,06	
	Retribusi						
	Harga Jual	25.000,00					
	Keuntungan	7.852,31	31,41		84,13		53,17
4	Konsumen						
	Harga Beli	25.000,00					
	MP	9.333,33					
	Total		98,54	1,46	96,10	3,90	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 6. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar sebesar Rp 9.333,33. Nilai *share* keuntungan sebesar 98,54% dan share biaya sebesar 1,46% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 62,67%.

Tabel 7. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 5 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No.	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	Harga Jual	17.166,67	69,59				
2	Pedagang pasar/partai						
	Harga Beli	17.166,67					
	Biaya Tenaga Kerja	70,83		0,29		0,94	
	Biaya Pengemasan	30,00		0,12		0,40	
	Biaya Retribusi	5,84		0,02		0,08	
	Harga Jual	20.666,67					
	Keuntungan	3.393,32	13,76		45,24		31,81
3	Pengecer						
	Harga Beli	20.666,67					
	Biaya Transportasi	1.083,33		4,39		14,44	
	Biaya Pengemasan	40,00		0,16		0,53	
	Biaya Retribusi	27,78		0,11		0,37	
	Harga Jual	24.666,67					
	Keuntungan	2.848,89	11,55		37,99		2,47
4	Konsumen						
	Harga Beli	24.666,67					
	MP	7.500,00					
	Total		94,90	5,10	83,23	16,77	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 7. diketahui bahwa nilai margin pemasaran tiap kilogram cabai merah besar sebesar Rp 7.500,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 94,90% dan share biaya sebesar 5,10% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 69,59%.

Tabel 8. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran 6 dalam Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah besar

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Petani						
	Harga Jual	15.333,33	61,74				
2	P. Pengumpul						
	Harga Beli	15.333,33					
	Biaya Transportasi	71,24		0,29		0,75	
	Biaya T.K	66,67		0,27		0,70	
	Biaya Pengemasan	60,00		0,24		0,63	
	Harga Jual	17.333,33					
	Keuntungan	1.802,10	7,26		18,97		87,58
3	Pedagang pasar/partai						
	Harga Beli	17.333,33					
	Biaya T.K	108,74		0,44		1,14	
	Biaya Pengemasan	30,00		0,12		0,32	
	Biaya Retribusi	6,84		0,03		0,07	
	Harga Jual	19.833,33					
	Keuntungan	2.354,42	9,48		24,78		16,17
4	Pengecer						
	Harga Beli	19.833,33					
	Biaya Transportasi	588,10		2,37		6,19	
	Biaya T.K	166,67		0,67		1,75	
	Biaya Pengemasan	40,00		0,16		0,42	
	Biaya Retribusi	90,85		0,37		0,96	
	Harga Jual	24.833,33					
	Keuntungan	4.114,38	16,57		43,31		4,65
5	Konsumen						
	Harga Beli	24.833,33					

MP	9.500,00				
Total	95,05	4,95	87,06	12,94	

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 8. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran tiap satu kilogram cabai merah besar sebesar Rp 9.500,00 Nilai *share* keuntungan sebesar 95,05% dan share biaya sebesar 4,95% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 61,74%.

Dalam penelitian ini juga dilakukan perhitungan nilai tambah. Nilai tambah yang dimaksud adalah nilai tambah dari pengolahan cabai merah besar menjadi bumbu bali kemasan. Tabel 9. berikut menjelaskan tentang rata-rata perhitungan nilai tambah pada pengolahan cabai merah besar menjadi bumbu bali kemasan.

Tabel 9. Rata-Rata Perhitungan Nilai Tambah di Tingkat Agroindustri (Pengolah)

No	Variabel	Nilai Rata-rata
Output, Input dan Harga		
1	Output (kg /produksi)	14,75
2	Input Bahan baku (kg /produksi)	9,75
3	Input Tenaga Kerja (jam/produksi)	6,25
4	Faktor Konversi	1,50
5	Koefisien Tenaga Kerja	0,65
6	Harga Produk (Rp/kg)	49.750,00
7	Upah Tenaga Kerja (Rp/jam)	4.802,08
Biaya, Penerimaan dan Keuntungan		
8	Biaya Penyusutan Alat (Rp/produksi)	63.836,56
9	Biaya Total (Rp/produksi)	392.018,22
10	<i>Intermediate Cost</i>	40.763,76
11	Nilai Produk (Rp/kg)	74.880,95
12	a. Nilai Tambah (Rp/kg)	34.117,19
	b. Rasio Nilai Tambah (%)	44,42
13	a. Pendapatan Tenaga Kerja (Rp/kg)	3.089,29
	b. Pangsa Tenaga Kerja (%)	10,52
14	a. Keuntungan (Rp/Kg)	31.027,90
	b. Tingkat Keuntungan (%)	40,27

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 9. diketahui bahwa dengan bahan baku rata-rata sebanyak 9,75 kg/produksi menghasilkan bumbu bali adalah sebanyak 14,75 kg. produk olahan bentuk bumbu bali kemasan tersebut dijual dengan harga rata-rata sebesar Rp 49.750,00/kg. Nilai faktor konversi adalah 1,50 sehingga nilai produknya adalah Rp 74.880,95/kg. Nilai tambah dalam setiap 1 kg produk adalah Rp 34.117,19 atau 44,42% dari nilai produk. Tingkat keuntungan proses pengolahan ini adalah 40,27% dari nilai produk, yaitu sebesar Rp 31.027,90. dengan mengetahui nilai tambah dari produk olahan tersebut, maka hasil analisis margin pemasaran pada saluran distribusi produk olahan dapat dilihat pada Tabel 10. berikut.

Tabel 10. Marjin Pemasaran, *Share Value* dan Distribusi Marjin pada Saluran Produk Olahan Cabai Merah Besar pada Rantai Pasokan Cabai Merah besar

No	Lembaga Pemasaran	Harga (Rp/Kg)	Share (%)		DM (%)		π/C
			Ski	Sbi	Ski	Sbi	
1	Agroindustri						
	Harga Jual	49.750,00	82,92				
2	P. Pengecer						
	Harga Beli	49.750,00					
	Biaya Retribusi	361,11		0,60		3,52	
	Harga Jual	60.000,00					

3	Keuntungan Konsumen	9.888,89	16,48	96,48	27,38
	Harga Beli	60.000,00			
	MP	10.250,00			
	Total		99,40	0,60	96,48
					3,5
					2

Sumber: Data Primer diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 10. dapat diketahui bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar sebesar Rp 10.250,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 99,48% dan *share* biaya sebesar 0,60% dengan bagian keuntungan ditingkat petani (PS) sebesar 82,92%.

PEMBAHASAN

Mekanisme Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan pada Rantai Pasokan Cabai Merah Besar di Kabupaten Jember

Rantai pasokan merupakan proses yang dilakukan oleh setiap mata rantai yang terlibat dalam proses distribusi suatu produk. Diperlukan sebuah manajemen rantai pasokan agar diperoleh integrasi proses dari setiap mata rantai. Manajemen rantai pasokan komoditas cabai merah besar merupakan suatu konsep pendekatan mekanisme sistem pengelolaan cabai merah besar secara total, dimana didalamnya terdapat 2 proses kegiatan utama, yaitu proses penyaluran produk pertanian berupa buah cabai merah besar (segar) dan produk dalam bentuk olahan cabai merah besar.

Mekanisme rantai pasokan komoditas cabai merah besar memiliki beberapa aspek yang perlu diperhatikan terkait dengan aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan. Aliran produk dalam manajemen rantai pasokan cabai merah besar merupakan penyaluran produk berupa buah cabai maupun dalam bentuk olahan lanjutan yang siap konsumsi. Aliran informasi berkaitan proses komunikasi antar mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan cabai merah besar yang meliputi pemasok, pengolah, pendistribusi, pengecer dan pelanggan, sedangkan aliran keuangan merupakan penyaluran nilai dalam bentuk rupiah dimana aliran keuangan tersebut terdiri dari biaya yang dibayarkan dan keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan cabai merah besar.

Terdapat 12 anggota mata rantai yang terlibat dalam mekanisme rantai pasokan tersebut, yaitu:

- Petani cabai merah besar
Petani cabai merah besar adalah lembaga atau mata rantai yang bertindak sebagai produsen utama dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember.
- Koperasi Mitra Hortikultura Lestari Jember
Koperasi Mitra Hortikultura Lestari Jember merupakan salah satu mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember.
- Pedagang cabai antar kota
Pedagang cabai antar kota adalah lembaga atau mata rantai yang memasarkan produk berupa buah cabai merah besar kepada pedagang besar yang berada di Luar Jember (Surabaya dan Banyuwangi).
- Pedagang pengepul desa
Pedagang pengepul desa adalah lembaga perantara pemasaran pertama yang terlibat dalam pendistribusian cabai merah besar.
- PT. Heinz ABC
PT. Heinz ABC adalah lembaga yang menjadi mitra bagi Koperasi Hortikultura Lestari Jember. Dalam penelitian ini, kegiatan pengolahan maupun pemasaran yang dilakukan oleh PT. Heinz ABC tidak dibahas secara mendetail karena berada di luar batasan wilayah penelitian.

f. Pedagang besar luar kota

Pedagang besar luar kota adalah lembaga yang berperan dalam memenuhi kebutuhan akan buah cabai merah besar di luar wilayah Kabupaten Jember, seperti di daerah Surabaya dan Banyuwangi. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh pedagang besar luar kota tidak dibahas secara mendalam dalam penelitian ini karena berada di luar batasan wilayah penelitian.

g. Pedagang pasar atau pedagang partai

Pedagang pasar atau pedagang partai adalah salah satu mata rantai atau lembaga pemasar yang mendistribusikan buah cabai merah besar dalam jumlah besar yang berada di sekitar Pasar Tanjung Jember.

h. Pengecer cabai merah besar

Pedagang pengecer cabai merah besar adalah lembaga pemasar yang berhubungan langsung dengan konsumen.

i. Konsumen buah cabai merah besar

Konsumen buah cabai merah besar adalah mata rantai yang mengkonsumsi atau memanfaatkan buah cabai merah besar untuk kebutuhannya sendiri.

j. Agroindustri

Agroindustri adalah mata rantai dalam rantai pasokan ini berperan sebagai pengolah produk dari cabai merah besar menjadi produk bumbu bali kemasan.

k. Pengecer produk olahan

Pedagang pengecer produk olahan adalah lembaga pemasar yang mempunyai peranan untuk mendistribusikan produk olahan cabai merah besar langsung kepada konsumen yang menginginkan produk tersebut.

l. Konsumen produk olahan

Konsumen produk olahan adalah mata rantai terakhir yang memanfaatkan produk olahan tersebut untuk kebutuhannya sendiri.

Dijelaskan bahwa proses rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember memiliki 3 macam aliran, yaitu, aliran produk, aliran informasi dan aliran keuangan. Mekanisme rantai pasokan tersebut secara dijelaskan sebagai berikut:

1. Aliran Produk

Berdasarkan jenis produknya, aliran produk dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dapat dibedakan menjadi dua macam aliran, yaitu aliran produk berupa buah cabai merah besar segar dan aliran produk berupa produk olahan cabai merah besar.

a. Aliran produk berupa buah cabai merah besar

Petani cabai merah besar di Kecamatan Ambulu-Jember mendistribusikan hasil panennya berupa buah cabai merah besar kepada beberapa lembaga pemasar. Lembaga pemasar yang dimaksud adalah terdiri dari pedagang cabai antar kota, pedagang pengepul dan langsung didistribusikan kepada pedagang pasar atau pedagang partai di kawasan Pasar Tanjung Jember. Pedagang cabai antar kota membeli cabai merah besar dengan tujuan untuk dijual kembali di daerah luar Kabupaten Jember, yaitu kepada pedagang besar di Surabaya dan Banyuwangi. Pedagang besar luar kota baik yang berada di Surabaya maupun Banyuwangi dalam penelitian diasumsikan sebagai konsumen akhir dikarenakan batasan wilayah penelitian yang hanya mencakup wilayah Kabupaten Jember saja.

Distribusi produk buah cabai merah besar dari petani yang mengalir kepada pedagang pengepul maupun yang mengalir langsung kepada pedagang pasar atau pedagang partai di kawasan Pasar Tanjung Jember notabennya digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi cabai bagi masyarakat yang berada di sekitar pusat kota Jember dan juga digunakan sebagai bahan baku agroindustri pengolah cabai merah besar. Cabai merah besar yang

telah berada ditangan pengepul dan pedagang pasar atau pedagang partai di kawasan Pasar Tanjung Jember didistribusikan kepada masyarakat jember melalui perantara pedagang pengecer cabai.

Distribusi cabai merah besar hasil panen petani juga ada mengalir kepada koperasi mitra (Koperasi Hortikultura Lestari Jember). Distribusi produk ini dilaksanakan berdasarkan pada kesepakatan antara petani cabai dan pihak koperasi di awal masa tanam cabai. Buah cabai merah besar tersebut oleh pihak koperasi akan didistribusikan kepada PT. Heinz ABC-Indonesia.

b. Aliran produk berupa produk olahan cabai merah besar

Produk olahan cabai merah besar adalah buah cabai merah besar yang diolah sedemikian rupa hingga menjadi bumbu bali dalam kemasan. Aliran produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan dimulai dari pelaku agroindustri. Agroindustri selain melakukan pengolahan, juga melakukan kegiatan distribusi. Oleh karena itu, aliran produk ditingkat agroindustri pengolahan ini dapat dibedakan menjadi 2 macam aliran, yaitu aliran produk *inflow* dan aliran produk *outflow*.

Pedagang pengecer merupakan satu-satunya mata rantai yang berfungsi sebagai lembaga perantara atau pemasar produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan. Pedagang pengecer mendapatkan produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan dari pihak agroindustri yang menitipkan produk tersebut. Konsumen yang menjadi target utama pedagang pengecer untuk mendistribusikan produk berupa bumbu bali kemasan adalah ibu rumah tangga maupun PKL penjual makanan yang berada di sekitar pusat kota Jember.

2. Aliran Informasi

Dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember, aliran informasi dibedakan menjadi dua macam, yaitu aliran informasi yang mengalir secara horizontal dan aliran informasi yang mengalir secara vertikal.

Aliran informasi secara horizontal hanya terjadi ditingkat petani cabai. Aliran informasi secara horizontal dikalangan petani cabai ini berupa *sharing* atau tukar pendapat tentang teknik budidaya, teknik olah tanah dan pemilihan benih unggul yang dapat meningkatkan hasil produksi. Di Kecamatan Wuluhan sebenarnya terdapat Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) yang terdiri dari 8 anggota kelompok tani yang bisa difungsikan sebagai sarana penyampaian informasi di kalangan petani cabai yang ada di kecamatan tersebut. Namun, lembaga-lembaga tersebut pada kenyataannya hanya sebatas lembaga formalitas saja karena dirasa tidak cukup aktif untuk memfasilitasi kebutuhan petani cabai.

Terdapat 6 macam jenis aliran informasi secara vertikal yang terjadi antar mata rantai dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember, dimana aliran vertikal ini antara lain terdiri dari aliran:

a. Antara petani cabai dengan lembaga pemasar cabai merah besar

Aliran informasi yang terjadi antara petani cabai dengan lembaga pemasar mengalir 2 arah, yaitu informasi yang mengalir dari petani cabai kepada lembaga pemasar dan informasi yang mengalir dari lembaga pemasar kepada petani cabai.

Informasi yang mengalir dari petani kepada lembaga pemasar baik lembaga koperasi mitra, pedagang antar kota, pedagang pengepul desa maupun pedagang pasar atau partai berupa informasi produk atau cabai merah besar yang dihasilkan petani tersebut dan mekanisme transaksi penjualan.

Informasi yang mengalir dari lembaga pemasar kepada petani adalah berupa informasi harga. Petani cabai yang menjual produknya kepada koperasi mitra mengetahui harga cabai semenjak awal musim tanam, sedangkan bagi petani yang menjual produknya kepada pedagang antar kota, pedagang pengepul desa maupun pedagang pasar/ partai, harga produk baru bisa diketahui saat proses transaksi berlangsung.

Proses komunikasi atau penyampaian informasi antara petani dan lembaga pemasar buah cabai merah besar dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan cara penyampaian informasi secara langsung (tatap muka) dan menggunakan bantuan media komunikasi (SMS).

b. Antara pedagang pengepul dengan pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai

Aliran informasi antara pedagang pengepul dengan pedagang pasar/ partai dan pengecer mengalir secara dua arah, yaitu: 1) Informasi yang mengalir dari pedagang pengepul kepada pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai; 2) Informasi yang mengalir dari pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai kepada pengepul.

Informasi yang mengalir dari pedagang pengepul kepada pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai berupa jumlah dan jenis cabai yang akan didistribusikan serta informasi kapan waktu pengiriman produk. Informasi yang mengalir dari pedagang pasar/ partai dan pengecer cabai kepada pedagang pengepul berupa informasi tentang harga beli cabai sesuai dengan harga pasar yang berlaku saat transaksi terjadi. Proses penyampaian informasi dilakukan secara langsung, namun lebih sering menggunakan bantuan media komunikasi seperti telepon.

c. Antara pedagang pasar/ partai dengan pengecer cabai dan pelaku agroindustri

Aliran informasi di tingkat ini terjadi 2 arah, yaitu: 1) Mengalir dari pedagang pasar/ partai kepada pelanggannya yang terdiri dari pedagang pengecer cabai dan pelaku agroindustri; 2) Mengalir dari pedagang pengecer cabai dan pelaku agroindustri kepada pedagang pasar/ partai yang ada di sekitar kawasan Pasar Tanjung Jember.

Informasi yang mengalir dari pedagang pasar/ partai kepada pelanggannya yang terdiri dari pedagang pengecer cabai dan pelaku agroindustri adalah informasi berupa informasi jumlah pasokan dan kualitas cabai merah yang tersedia serta informasi harga jual cabai. Informasi yang mengalir dari pedagang pengecer cabai dan pelaku agroindustri kepada pedagang pasar/ partai berupa informasi tentang jumlah kebutuhan cabai merah besar. Proses pertukaran informasi lebih sering terjadi secara langsung.

d. Antara pedagang pengecer cabai dengan konsumen cabai

Aliran informasi antara pedagang pengecer cabai merah besar dengan pelanggan atau konsumen merupakan arus informasi yang masuk ataupun keluar antara pedagang pengecer cabai merah besar dengan pelanggan yang dalam hal ini adalah konsumen cabai merah besar bentuk (buah) segar. Informasi berupa harga jual cabai, kualitas produk adalah informasi berasal dari pedagang pengecer, sedangkan informasi berupa jumlah kebutuhan atau konsumsi cabai merah besar berasal dari konsumen. Pertukaran informasi terjadi terjadi secara langsung saat transaksi berlangsung.

e. Antara agroindustri pengolah cabai dengan pengecer produk olahan cabai

Aliran informasi diantara pelaku agroindustri pengolah cabai merah besar dengan pedagang pengecer produk olahan terjadi secara 2 arah, yaitu mengalir dari agroindustri kepada pedagang pengecer produk olahan cabai dan mengalir dari pedagang pengecer produk olahan cabai kepada agroindustri. Bentuk informasi yang mengalir dari agroindustri kepada lembaga pemasar adalah informasi jumlah produk yang akan dititipkan kepada pedagang pengecer, harga jual produk, perkiraan waktu kadaluarsa dan informasi produk yang tanpa menggunakan bahan pengawet. Informasi yang mengalir dari pedagang pengecer produk olahan cabai kepada agroindustri berupa informasi jumlah produk yang terjual dan informasi kritik serta saran dari konsumen. Pertukaran informasi lebih banyak terjadi secara langsung, namun tidak menutup kemungkinan menggunakan

media komunikasi seperti telepon dan pesan singkat bila memang diperlukan.

f. Antara pedagang pengecer dengan konsumen produk olahan cabai merah besar

Aliran informasi antara pedagang pengecer produk olahan cabai merah besar dengan konsumen mengalir 2 arah, yaitu dari: a) pedagang pengecer kepada konsumen produk olahan cabai merah besar berupa informasi harga jual produk dan informasi tentang produk; b) Informasi dari konsumen produk olahan cabai merah besar kepada pengecer berupa informasi tentang saran dan kritik serta informasi jumlah produk yang akan dibeli. Penyampaian informasi terjadi secara langsung saat transaksi pembelian terjadi.

2. Aliran Keuangan

Aliran keuangan atau aliran finansial merupakan penyaluran nilai dalam bentuk rupiah. Aliran keuangan tersebut terdiri dari komponen biaya serta keuntungan yang diterima oleh setiap mata rantai yang terlibat. Aliran keuangan dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember tersebut mengalir dari hilir ke hulu dimana dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Dari koperasi mitra kepada petani cabai

Aliran keuangan yang mengalir dari koperasi mitra Hortikultura Lestari Jember adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak koperasi kepada petani cabai atas pembelian cabai merah besar. Penentuan harga dilakukan diawal masa tanam cabai yaitu sebesar Rp 7000,00/kg. Sistem yang digunakan dalam proses transaksi ini menggunakan sistem pembayaran kredit. Petani cabai akan menerima uang setidaknya 7 hari setelah cabai merah besar telah sampai ke tangan koperasi mitra.

b. Dari pedagang antar kota kepada petani cabai

Aliran keuangan ditingkat ini adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pihak pedagang antar kota kepada petani cabai atas pembelian cabai merah besar. Pedagang antar kota menetapkan harga berdasarkan pada harga pasar yang berlaku saat proses transaksi terjadi, yaitu rata-rata sebesar Rp 15.714,29/kg. Sistem yang digunakan dalam proses transaksi ini menggunakan sistem pembayaran kredit. Petani cabai akan menerima uang atas penjualan setidaknya 7 hari pasca proses transaksi.

c. Dari pedagang pengepul kepada petani cabai

Aliran keuangan ditingkat ini merupakan aliran uang yang terjadi akibat adanya pembelian cabai merah besar oleh pedagang pengepul dari petani cabai. Harga beli ditentukan berdasarkan pada harga pasar yang berlaku saat proses transaksi terjadi, yaitu sebesar Rp 15.500,00/kg. Sistem pembayaran yang digunakan dalam transaksi ini menggunakan sistem pembayaran kredit.

d. Dari pedagang pasar atau pedagang partai kepada petani cabai

Aliran keuangan ini adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh pedagang pasar atau pedagang partai kepada petani cabai atas pembelian cabai merah besar. Petani cabai menjual produknya dengan rata-rata harga sebesar Rp 17.166,67/kg. Sistem pembayaran yang digunakan dalam transaksi ini menggunakan sistem pembayaran kredit.

e. Dari pihak PT. Heinz ABC kepada koperasi mitra

Aliran keuangan dari PT. Heinz ABC kepada pihak koperasi mitra adalah aliran keuangan yang diakibatkan karena adanya pembelian oleh PT. Heinz ABC dari koperasi mitra. PT. Heinz ABC membeli cabai merah besar tersebut dengan harga sebesar Rp 12.000/kg. Sistem pembayaran yang digunakan oleh PT. Heinz ABC kepada pihak koperasi menggunakan sistem pembayaran kredit dimana PT. Heinz ABC akan mentranfer uang pembayaran selambat-lambatnya 5 setelah cabai merah besar yang dikirimkan.

f. Dari pedagang besar luar kota kepada pedagang antar kota

Aliran keuangan dari pihak pedagang besar luar kota kepada pedagang cabai antar kota aliran keuangan yang diakibatkan karena adanya pembelian buah cabai merah besar oleh pedagang besar luar kota dari pedagang cabai antar kota. Harga beli yang harus dibayarkan oleh pedagang besar luar kota kepada pedagang cabai antar kota adalah rata-rata sebesar Rp 18.714,29 /kg. Sistem pembayaran yang digunakan baik dalam aliran keuangan aliran keuangan dari pihak pedagang cabai antar kota kepada petani cabai maupun aliran keuangan dari pihak pedagang besar luar kota kepada pihak pedagang cabai antar kota menggunakan sistem pembayaran tunai sesaat transaksi terjadi.

g. Dari pedagang pasar/ partai dan pengecer kepada pengepul

Aliran keuangan ini terjadi karena adanya peralihan produk berupa cabai merah besar dari pedagang pengepul kepada pedagang pasar/ partai maupun kepada pengecer. Rata-rata harga beli sebesar Rp 17.194,44/kg. Sistem pembayaran yang digunakan adalah sistem pembayaran kredit dimana pembayaran dilakukan saat proses pengiriman berikutnya atau 7 hari pasca transaksi.

h. Dari pedagang pengecer kepada pedagang pasar/ partai

Aliran keuangan ini terjadi karena adanya pembelian cabai merah besar oleh pengecer kepada pedagang pasar atau pedagang partai. Rata-rata harga beli adalah Rp 20.250,00/kg. Sebanyak 33,33% pedagang pengecer membayar dengan cara pembayaran tunai dan sebanyak 66,67% pedagang pengecer membayar kredit.

i. Dari agroindustri pengolah kepada pedagang pasar/ partai

Terdapat dua sistem pembayaran yang terjadi antara kedua mata rantai ini, yaitu sebanyak 75% pelaku agroindustri melakukan pembayaran tunai dan 25% sisanya membayar dengan sistem kredit. Pembayaran kredit hanya bisa dilakukan apabila pelaku agroindustri melakukan pembelian buah cabai merah besar dalam jumlah besar. Rata-rata harga beli adalah sebesar Rp 20.750,00/kg.

j. Dari konsumen cabai kepada pedagang pengecer cabai

Aliran keuangan ini merupakan sejumlah uang yang mengalir karena adanya transaksi pembelian cabai merah besar dari konsumen kepada pedagang pengecer. Rata-rata harga jual yang ditetapkan pedagang pengecer adalah sebesar Rp 24.833,33/kg. Sistem pembayaran yang digunakan sistem pembayaran tunai.

k. Dari pengecer produk olahan kepada agroindustri

Aliran keuangan ini merupakan sejumlah uang yang mengalir karena adanya transaksi pembelian cabai merah besar oleh pengecer kepada agroindustri. Aliran keuangan ini 100% menggunakan sistem pembayaran konsinyasi. Rata-rata harga jual yang ditetapkan oleh pihak agroindustri per kemasan 50 gram sebesar Rp 2.487,50 atau sebesar Rp 49.750,00/kg bumbu bali.

l. Dari konsumen produk olahan cabai kepada pedagang pengecer

Aliran keuangan ini terjadi karena adanya transaksi pembelian produk berupa bumbu bali kemasan oleh konsumen dari pengecer. Aliran keuangan ini terjadi secara langsung di tempat pembelian dengan sistem pembayaran tunai. Rata-rata harga jual yang ditetapkan pedagang pengecer adalah sebesar Rp 3.000,00/ kemasannya atau Rp 60.000,00/kg bumbu bali.

Saluran Distribusi Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

Proses distribusi hasil produksi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar. Proses distribusi tersebut secara tak langsung juga akan membentuk suatu saluran yang menghubungkan lembaga-lembaga atau mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember. Rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember terdiri dari 6 macam saluran distribusi produk berupa buah cabai merah besar segar dan satu saluran distribusi produk berupa olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan.

Enam macam saluran yang mendistribusikan produk berupa buah cabai merah besar dalam bentuk segar tersebut terdiri dari:

1. Saluran satu [Petani (34,3%) → Koperasi Mitra (100%) → PT. Heinz ABC]

Saluran pemasaran satu merupakan jenis saluran pemasaran satu tingkat karena hanya terdiri dari satu lembaga perantara saja. 34,3% dari total petani cabai yang menjadi sampel dalam penelitian ini memilih saluran satu untuk menyalurkan hasil produksinya. Petani cabai merah besar pada saluran ini menjual semua hasil produksinya kepada koperasi mitra (Koperasi Hortikultura lestari) sesuai dengan kesepakatan kontrak kerjasama. Koperasi mitra bertindak sebagai perantara penjualan produk cabai merah besar dari petani kepada PT. Heinz ABC – Indonesia.

2. Saluran dua [Petani (20%) → pedagang antar kota (100%) → pedagang besar luar kota]

Saluran pemasaran dua tergolong dalam *one-level channel* atau saluran satu tingkat hanya memiliki sebuah lembaga perantara saja. Lembaga dalam saluran ini terdiri dari petani, pedagang cabai antar kota dan pedagang besar luar kota. Petani cabai yang tergabung dalam saluran pemasaran dua adalah sekitar 20% dari total petani sampel. Pedagang antar kota menjual cabai merah besar kepada pedagang besar yang berada di luar Kabupaten Jember. Sebanyak 66,67% dari total pedagang cabai merah besar antar kota tersebut menjual kembali cabai tersebut kepada pedagang besar di daerah Surabaya dan sisanya sebesar 33,33% menjual produknya kepada pedagang besar di daerah Banyuwangi.

3. Saluran tiga [Petani (11,4%) → pengepul (50%) → pedagang pasar/ partai (42,8%) → agroindustri]

Saluran pemasaran tiga merupakan jenis saluran dua tingkat (*Two-level channel*) karena terdapat dua lembaga perantara yang terlibat didalamnya. Terdapat 4 macam lembaga yang terlibat dalam saluran ini, yaitu petani, pedagang pengepul, pedagang pasar/ partai dan agroindustri pengolah cabai merah besar.

Petani cabai yang tergabung dalam saluran tiga ini adalah sebanyak 11,4% dari jumlah petani sampel, sedangkan 50% dari jumlah sampel pedagang pengepul mendistribusikan cabai merah besar segar tersebut kepada pedagang pasar atau pedagang partai yang berada di kawasan Pasar Tanjung, Jember. Pedagang pasar atau partai dalam saluran ini mempunyai peran penting dalam penentuan harga beli maupun harga jual cabai karena mengetahui jumlah pasokan cabai dipasaran dimana sebanyak 42,8% dari total sampel pedagang pasar atau pedagang partai menjual kembali produk cabai tersebut kepada pelaku agroindustri pengolah cabai merah besar yang ada di sekitar wilayah kota Jember.

4. Saluran empat [Petani (8,6%) → pengepul desa (50%) → pedagang pengecer (18,2%) → konsumen]

Saluran pemasaran empat tergolong dalam jenis saluran pemasaran dua tingkat (*Two-level channel*) karena memiliki dua lembaga perantara yang terlibat didalamnya. Saluran empat terdiri dari 4 mata rantai, yaitu petani cabai, pedagang pengepul, pedagang pengecer dan konsumen.

Petani cabai merah besar yang tergabung dalam saluran pemasaran keempat adalah sekitar 8,6% dari total petani sampel. Sebanyak 50% dari total pedagang pengepul membeli cabai tersebut dengan tujuan untuk dijual kembali kepada pedagang pengecer, dimana pedagang pengecer cabai merah besar yang terlibat dalam saluran empat ini hanya sebanyak 18,2% saja.

5. Saluran lima [Petani (8,6%) → pedagang pasar/ partai (42,8%) → pedagang pengecer (27,%) → konsumen]

Saluran lima tergolong dalam jenis saluran pemasaran *two-level channel* karena dalam saluran pemasaran ini terdapat dua lembaga perantara yang terlibat didalamnya. Petani cabai yang bergabung dengan saluran lima ini adalah sekitar 8,6% petani dari

total petani sampel. Petani cabai pada saluran ini memilih langsung menyalurkan hasil panennya kepada pedagang pasar/ partai.

Prosentase jumlah pedagang pasar atau partai yang terlibat dalam saluran pemasaran ini adalah sebesar 42,8% dari total sampel pedagang pasar atau partai. Proses distribusi pemasaran terus berlanjut hingga diakhir saluran. Cabai merah besar oleh sekitar 27,3% dari total sampel pengecer dijual langsung kepada konsumen buah cabai merah besar buah segar.

6. Saluran enam [Petani (17,1%) → pengepul (50%) → pedagang pasar/ partai (57,1) → pengecer (54,5%) → konsumen]

Saluran ini adalah jenis saluran pemasaran tiga tingkat atau juga dapat disebut saluran tingkat banyak (*multy-level channel*) karena dalam proses distribusi cabai merah besar segar banyak menggunakan perantara. Saluran enam merupakan bentuk saluran yang dipilih oleh sekitar 17,1% dari total petani cabai untuk menyalurkan hasil produksinya. Petani cabai menyalurkan atau mendistribusikan hasil panennya kepada para pedagang pengepul yang sekitar Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember.

Sebanyak 50% dari jumlah total pedagang pengepul yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember memilih saluran ini untuk mendistribusikan produknya kembali kepada pedagang pasar/ partai di kawasan Pasar Tanjung Jember. Sebanyak 57,1% dari total pedagang pasar atau pedagang partai yang terlibat dalam saluran ini kembali menjual cabai tersebut kepada pedagang pengecer yang menjadi pelanggan tetap. Di akhir saluran, sebanyak 54,5% pengecer yang terlibat dalam saluran ini menjual langsung kepada konsumen.

Dalam penelitian ini juga didapatkan hasil berupa saluran distribusi produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan. Alur distribusi produk olahan tersebut dimulai dari agroindustri (100%) → pengecer produk olahan (100%) → konsumen produk olahan. Saluran ini tergolong dalam saluran satu tingkat karena hanya terdapat satu lembaga perantara saja.

Rata-rata agroindustri membutuhkan bahan baku cabai merah besar adalah sebanyak 9,75 kg/produksi. Pihak agroindustri dalam proses pendistribusian, menitipkan produk tersebut kepada pengecer. Pengecer sebagai lembaga perantara produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan merupakan distributor tunggal produk tersebut. Hal ini karena pengecer adalah lembaga pemasaran satu-satunya yang berperan dalam pendistribusian bumbu bali kemasan kepada konsumen.

Tingkat Efisiensi pada Rantai Pasokan Komoditas Cabai Merah Besar Di Kabupaten Jember

Salah satu indikator untuk mengetahui tingkat keberhasilan rantai pasokan adalah dengan mengetahui tingkat efisiensi dari setiap saluran yang ada dalam rantai pasokan tersebut. Menurut Puspitawati dan Wardhani (2013) menjelaskan bahwa dalam proses pemasaran, semakin efisien apabila kerja lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat juga efisien sehingga semua pihak akan semakin mendapatkan keuntungan. Indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi alam rantai pasokan adalah dengan menggunakan pendekatan perhitungan margin pemasaran.

Dalam penelitian ini, ditemukan fenomena bahwa harga cabai merah besar sangat fluktuatif sehingga penentuan harga beli dan harga jual yang digunakan untuk menghitung margin pemasaran dari setiap saluran yang ada dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember menggunakan harga beli dan harga jual saat penelitian ini berlangsung yaitu harga cabai merah besar dalam rentan waktu pada Bulan Juli - Oktober 2013. Hasil perhitungan analisis margin pemasaran pada masing-masing saluran dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dapat dilihat sebagai berikut:

1. Analisis margin pemasaran pada saluran 1

Saluran 1 terdiri dari petani sebagai produsen → koperasi mitra (Koperasi Hortikultura Lestari Jember) → PT. Heinz ABC. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 5.000,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 98,06% dan *share* biaya sebesar 1,94%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran 1 adalah logis atau menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya pada saluran pemasaran tersebut.

Dalam saluran pemasaran 1, petani cabai bersedia melakukan kerjasama dengan pihak koperasi karena dengan kerjasama tersebut petani akan mendapatkan kepastian harga. Rata-rata harga jual adalah sebesar Rp 7.000,00/kg cabai dengan pangsa produsen (PS) atau prosentase keuntungan sebesar 58,33% dari harga terakhir ditingkat konsumen (PT. Heinz ABC) yaitu sebesar Rp12.000/kg. Nilai pangsa produsen (PS) prosentase tersebut menjelaskan bahwa saluran 1 ini masih belum sepenuhnya efisien (PS < 70%). Namun, petani cabai masih menerima harga yang lebih tinggi dari harga yang diterima konsumen.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh Koperasi hortikultura Lestari adalah sebesar Rp 4.767,73 atau 39,73%. Komponen bagian biaya yang dikeluarkan oleh pihak Koperasi Hortikultura Lestari terdiri dari bagian biaya transportasi rata-rata sebesar Rp.72,27/kg atau 0,60%, bagian biaya tenaga kerja rata-rata sebesar Rp 60,00/kg atau 0,50% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.100,00/kg atau 0,83%. Distribusi margin pada saluran pemasaran satu menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 4.767,73/kg atau 95,35% hanya dimiliki oleh Koperasi hortikultura Lestari saja, sehingga dapat dikatakan bahwa pembagian keuntungannya adalah merata. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pihak koperasi adalah sebesar Rp 232,27 atau 4,65% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 72,27/kg atau 1,45%, rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 60,00/kg atau 1,20% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.100,00/kg atau 2,00%. Dalam saluran satu, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh Koperasi Hortikultura Lestari akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 20,53 per kilogram cabai merah besar.

2. Analisis margin pemasaran pada saluran 2

Saluran 2 dalam pendistribusian produk hanya menggunakan satu perantara saja, yaitu petani cabai → pedagang antar kota → pedagang besar luar kota. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar pada saluran 2 adalah Rp 3.000,00. Nilai *share* atau bagian keuntungan adalah sebesar 98,90% dan *share* biaya sebesar 1,10% sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran 2 adalah logis karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya pada saluran pemasaran tersebut. Rata-rata harga jual yang diterima petani adalah Rp 15.714,29/kg Nilai PS atau prosentase keuntungan petani adalah sebesar 83,97% dari harga terakhir ditingkat konsumen (pedagang luar kota) yaitu sebesar Rp 18.714,29/kg. Nilai prosentase tersebut menjelaskan bahwa dalam saluran 2 masih tergolong efisien (Nilai PS > 70%). Petani menerima harga yang tinggi dari harga yang diterima konsumen.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang antar kota adalah sebesar Rp 2.795,03 atau 14,94%. Komponen bagian biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang antar kota terdiri dari bagian biaya transportasi rata-rata sebesar Rp 53,65/kg atau 0,29%, bagian biaya tenaga kerja rata-rata sebesar Rp 51,33/kg atau 0,27% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.100,00/kg atau 0,53%. Biaya pengemasan merupakan biaya yang paling besar yang dikeluarkan oleh pedagang antar kota pada saluran 2.

Distribusi marjin pada saluran pemasaran dua menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 2.795,03/kg atau 93,17% hanya dimiliki oleh pedagang antar kota saja, sehingga dapat dikatakan bahwa pembagian keuntungannya adalah merata. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pihak pedagang antar kota adalah sebesar Rp 204,98 atau 6,83% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 53,65/kg atau 1,79%, rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 51,33/kg atau 1,71% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.100,00/kg atau 3,33%. Dalam saluran dua, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang antar kota akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 13,64 per kilogram cabai merah besar.

3. Analisis margin pemasaran pada saluran 3

Saluran 3 digolongkan dalam jenis saluran pemasaran dua tingkat karena dalam pendistribusiannya menggunakan dua perantara, yaitu petani → pedagang pengepul desa → pedagang pasar atau partai → agroindustri. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 5.250,00 Nilai *share* keuntungan sebesar 98,75% dan *share* biaya sebesar 1,25%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran 3 adalah logis atau menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya pada saluran pemasaran tersebut.

Rata-rata harga jual cabai merah besar yang diterima petani adalah sebesar Rp 15.500,00/kg. Nilai pangsa produsen (PS) atau prosentase keuntungan sebesar 77,50% dari harga terakhir ditingkat konsumen (agroindustri) yaitu sebesar Rp 20.750,00/kg. Nilai prosentase tersebut menjelaskan bahwa saluran pemasaran 3 adalah efisien (PS > 70%).

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul adalah sebesar Rp 1.574,75 atau 7,59%, sedangkan bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pasar atau partai adalah sebesar Rp 3.415,90 atau 16,46%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengepul terdiri dari rata-rata bagian biaya transportasi sebesar Rp 71,50/kg atau 0,34%, rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 43,75/kg atau 0,21% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp 60,00/kg atau 0,29%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pasar atau partai terdiri dari rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 48,97/kg atau

0,24%, rata-rata bagian biaya pengemasan Rp 30,00/kg atau 0,14% dan rata-rata biaya retribusi sebesar Rp 5,12/kg atau 0,02%.

Distribusi marjin pada lembaga pedagang pengepul desa menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 1.574,75/kg atau 30,00%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pengepul desa adalah sebesar Rp 175,25 atau 3,33% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 71,50/kg atau 1,36%, rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 43,75/kg atau 0,83% dan rata-rata margin biaya pengemasan Rp.60,00/kg atau 1,14%. Dalam saluran tiga, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 8,99 per kilogram cabai.

Rata-rata margin keuntungan pada lembaga pedagang pasar atau partai adalah sebesar Rp 3.415,90 atau 65,06%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pasar atau partai adalah sebesar Rp 84,09 atau 1,60% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 48,97/kg atau 0,93%, rata-rata margin biaya pengemasan Rp.30,00/kg atau 0,57% dan rata-rata margin biaya retribusi sebesar Rp 5,12/kg atau 0,10%. Setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar atau partai akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 40,62/kg cabai merah besar.

4. Analisis margin pemasaran pada saluran 4

Saluran 4 terdiri dari petani → pedagang pengepul → pedagang pengecer → konsumen. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 9.333,33 Nilai *share* keuntungan sebesar 98,54% dan *share* biaya sebesar 1,46%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran 4 adalah logis (*share* keuntungan > *share* biaya). Rata-rata harga jual cabai merah besar yang diterima petani adalah sebesar Rp 15.666,67/kg cabai. Nilai prosentase keuntungan petani atau PS adalah sebesar 62,67% dari harga terakhir ditingkat konsumen yaitu Rp 25.000,00/kg. Hal ini menjelaskan bahwa saluran pemasaran 4 masih belum sepenuhnya efisien (PS < 70%). Namun, meskipun demikian petani cabai merah besar masih menerima harga yang lebih tinggi dari harga yang diterima konsumen.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul desa adalah sebesar Rp 1.117,26 atau 4,47%, sedangkan bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 7.852,31 atau 31,41%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengepul terdiri dari rata-rata bagian biaya transportasi sebesar Rp 60,24/kg atau 0,24%, rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 90,83/kg atau 0,38% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp 60,00/kg atau 0,24%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengecer terdiri dari rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 112,36/kg atau 0,45%, rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.30,00/kg atau 0,12% dan rata-rata biaya retribusi sebesar Rp 5,34/kg atau 0,02%.

Distribusi marjin pada lembaga pedagang pengepul menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 1.117,26/kg atau 11,97%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pengepul desa adalah sebesar Rp 216,07 atau 2,32% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 60,24/kg atau 0,65%, rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 95,83/kg atau 1,03% dan rata-rata margin biaya pengemasan Rp.60,00/kg atau 0,64%. Dalam saluran 4, tiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 5,17/kg.

Rata-rata margin keuntungan pengecer adalah sebesar Rp 7.852,31 atau 84,13%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh

pengecer adalah sebesar Rp 147,70 atau 1,58% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 112,36/kg atau 1,20%, rata-rata margin biaya pengemasan Rp.30,00/kg atau 0,32% dan rata-rata margin biaya retribusi sebesar Rp 5,34/kg atau 0,06%. Setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar/ partai akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 53,17/kg.

5. Analisis margin pemasaran pada saluran 5

Saluran 5 terdiri dari lembaga petani → pedagang pasar atau partai → pedagang pengecer → konsumen. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar adalah sebesar Rp 7.500,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 94,90% dan *share* biaya sebesar 5,10%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran 5 adalah logis atau menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar dibandingkan *share* biaya pada saluran tersebut.

Rata-rata harga jual cabai merah besar yang diterima petani adalah sebesar Rp 17.166,67/kg cabai dengan nilai PS atau prosentase keuntungan petani sebesar 69,59% dari harga terakhir ditingkat konsumen yaitu sebesar Rp 24.666,67/kg. Nilai prosentase keuntungan (PS) tersebut memberi pengertian bahwa saluran ini masih belum efisien jika dilihat dari nilai pangsa produsen yang kurang dari 70%. Namun, dalam hal ini petani cabai merah besar masih dapat menerima harga yang tinggi dari harga yang diterima konsumen.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang pasar atau partai adalah sebesar Rp 3.393,32 atau 13,76%, sedangkan bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 2.848,89 atau 11,55%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pasar atau partai terdiri rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 70,83/kg atau 0,29% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp 30,00/kg atau 0,12% serta rata-rata bagian biaya retribusi sebesar 5,84 atau 0,02%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengecer terdiri dari rata-rata bagian biaya transportasi sebesar Rp 1.083,33 atau 4,39%, rata-rata bagian biaya pengemasan Rp.40,00/kg atau 0,16% dan rata-rata biaya retribusi sebesar Rp 27,78/kg atau 0,11 persen.

Distribusi marjin pada lembaga pedagang pasar atau partai menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 3.393,32/kg atau 45,24%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang partai adalah sebesar Rp 106,68 atau 1,42% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pasar atau partai terdiri rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 70,83/kg atau 0,94% dan rata-rata margin biaya pengemasan Rp 30,00/kg atau 0,40% serta rata-rata margin biaya retribusi sebesar 5,84 atau 0,08%. Dalam saluran pemasaran 5, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar atau partai akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 31,81 per kilogram cabai merah besar.

Rata-rata margin keuntungan pada lembaga pedagang pengecer adalah sebesar Rp 28.48,89 atau 11,55%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 1.151,11 atau 15,35% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 1.083,33 atau 14,44%, rata-rata margin biaya pengemasan Rp.40,00/kg atau 0,53% dan rata-rata margin biaya retribusi sebesar Rp 27,78/kg atau 0,37 persen. Setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar atau partai akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 2,47 per kilogram cabai merah besar. Pedagang pengecer mempunyai margin keuntungan dan margin biaya yang lebih besar daripada pedagang pasar atau partai sehingga dapat dikatakan pembagian keuntungan dari masing-masing mata rantai atau lembaga dalam saluran lima dapat dikatakan merata.

6. Analisis margin pemasaran pada saluran 6

Berdasarkan jumlah atau banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat, saluran 6 ini dapat digolongkan dalam jenis saluran pemasaran banyak tingkat atau *multy-level channel*, yaitu petani → pedagang pengepul desa → pedagang pasar atau partai → pedagang pengecer → konsumen. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram cabai merah besar dalam bentuk buah segar pada saluran ini adalah sebesar Rp 9.500,00. Nilai *share* keuntungan sebesar 95,05% dan *share* biaya sebesar 4,95%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran 6 adalah logis atau menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar dibandingkan *share* biaya pada saluran pemasaran 6 ini.

Rata-rata harga jual cabai merah besar yang diterima petani adalah sebesar Rp 15.333,33/kg cabai. Nilai pangsa produsen (PS) atau prosentase keuntungan petani cabai adalah sebesar 61,74% dari harga terakhir ditingkat konsumen yaitu sebesar Rp 24.833,33/kg. Nilai PS tersebut menjelaskan bahwa saluran 6 yang terdapat pada rantai pasokan cabai merah besar di Kabupaten Jember belum bisa dikatakan efisien (nilai PS < 70%). Namun, petani cabai merah besar masih menerima harga yang tinggi dari harga yang diterima konsumen.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang pengepul desa adalah sebesar Rp 1.802,10/kg atau 7,26%, bagian keuntungan yang diterima pedagang pasar atau partai adalah sebesar Rp 2.354,42 atau 9,48%, sedangkan bagian keuntungan yang diterima oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 4.114,38 atau 16,57%. Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengepul terdiri dari rata-rata biaya transportasi sebesar Rp 71,24/kg atau 0,29, rata-rata bagian biaya tenaga kerja Rp 66,67/kg atau 0,27% dan rata-rata bagian biaya pengemasan sebesar Rp 60,00 atau 0,24% dari harga beli cabai ditingkat konsumen.

Komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pasar atau partai terdiri dari rata-rata bagian biaya tenaga kerja sebesar Rp 108,74/kg atau 0,44% dan rata-rata bagian biaya pengemasan Rp 30,00/kg atau 0,12% serta rata-rata bagian biaya retribusi sebesar 6,84 atau 0,03%, sedangkan komponen bagian (*share*) biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengecer terdiri dari rata-rata bagian biaya transportasi sebesar Rp 588,10 atau 2,37 biaya tenaga kerja Rp 166,67/kg atau 0,67%, biaya pengemasan Rp.40,00/kg atau 0,16% dan rata-rata biaya retribusi sebesar Rp 90,85/kg atau 0,37 persen.

Distribusi marjin pada lembaga pedagang pengepul menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 1.802,10/kg atau 18,97%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pengepul adalah sebesar Rp 197,91 atau 2,08% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengepul desa terdiri rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 71,24/kg atau 0,75%, rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 66,67/kg atau 0,70% dan rata-rata margin biaya pengemasan Rp 60,00/kg atau 0,63%. Dalam saluran 6, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengepul akan menghasilkan keuntungan Rp 87,58/kg.

Distribusi marjin pada lembaga pedagang pasar atau partai menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan sebesar Rp 2.354,42/kg atau 24,78%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang partai adalah sebesar Rp 145,58 atau 1,53% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pasar atau partai terdiri rata-rata margin biaya tenaga kerja sebesar Rp 108,74/kg atau 1,14% dan rata-rata margin biaya pengemasan Rp 30,00/kg atau 0,32% serta rata-rata margin biaya retribusi sebesar 6,84 atau 0,07%. Dalam saluran 6, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pasar atau partai akan menghasilkan keuntungan Rp 16,17/kg.

Rata-rata margin keuntungan pada lembaga pedagang pengecer adalah sebesar Rp 4.114,38 atau 43,31%. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp 885,62 atau 9,32% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut terbagi dalam rata-rata rata-rata margin biaya transportasi sebesar Rp 588,10 atau 6,19%, rata-rata margin biaya tenaga kerja Rp. 166,67/kg atau 1,75, rata-rata margin biaya pengemasan Rp.40,00/kg atau 0,42% dan rata-rata margin biaya retribusi sebesar Rp 90,85/kg atau 0,96 persen. Setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 4,65 per kilogram cabai merah besar. Pedagang pengecer mempunyai keuntungan yang paling besar daripada lembaga pemasar lain dalam saluran ini.

7. Perhitungan nilai tambah pada proses pengolahan cabai merah besar menjadi produk bumbu bali kemasan

Manajemen rantai pasokan mempunyai tugas utama yaitu meningkatkan *profit* dengan cara menghemat biaya (*cost*) dan inovasi produk. Memberikan nilai tambah pada suatu produk merupakan salah satu cara yang dapat diterapkan konsep *supply chain*. Nilai tambah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengolahan cabai merah besar menjadi bumbu bali kemasan yang dilakukan oleh pihak agroindustri akan dapat menaikkan nilai produk (olahan) tersebut jika dibandingkan dengan cabai merah besar hanya dijual dalam bentuk segar (tidak mengalami pengolahan).

Berdasarkan hasil analisis, dengan menggunakan bahan baku berupa cabai merah besar rata-rata sebanyak 9,75 kg dalam sekali produksi, rata-rata bumbu bali kemasan yang dihasilkan adalah sebanyak 14,75 kg/proses produksi. Usaha pengolahan ini mampu menyerap tenaga kerja sebesar 6,25 jam/produksinya sehingga curahan tenaga kerja yang dibutuhkan untuk mengolah 1 kg cabai merah besar menjadi bumbu bali adalah sebanyak 0,65.

Dalam hasil perhitungan di atas, produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan tersebut dijual oleh pihak agroindustri dengan harga rata-rata sebesar Rp 49.750,00 per kilogram, sedangkan nilai faktor konversinya adalah sebesar 1,50 sehingga didapatkan nilai produk bumbu bali kemasan tersebut adalah sebesar Rp 74.880,95/kg. nilai produk ini dialokasikan untuk untuk biaya-biaya seperti biaya bahan baku, bahan tambahan dan biaya lainnya sebesar Rp 392.018,22, serta termasuk didalamnya biaya penyusutan alat sebesar Rp 63.836,56. Dengan demikian nilai tambah yang terdapat dalam setiap 1 kg bumbu bali adalah Rp 34.117,19 atau 44,42% dari nilai produk.

Pendapatan tenaga kerja dari setiap kilogram cabai merah besar yang diolah menjadi bumbu bali kemasan ini adalah sebesar Rp 3.089,29. Hal tersebut dapat berarti bahwa pangsa tenaga kerja dalam proses pengolahan ini tergolong kecil, yaitu sebesar 10,52%. Tingkat keuntungan dari proses pengolahan ini adalah 40,27% dari nilai produk atau sebesar Rp 31.027,90. Nilai tingkat keuntungan tersebut berarti bahwa setiap 100 unit nilai produk yang dihasilkan akan diperoleh keuntungan sebanyak 40 unit.

8. Analisis margin pemasaran pada saluran produk olahan

Saluran distribusi produk olahan cabai merah besar dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember merupakan saluran pemasaran produk olahan cabai merah besar (bumbu bali kemasan) yang diproduksi oleh agroindustri pengolah cabai. Nilai margin pemasaran untuk setiap satu kilogram produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan adalah sebesar Rp 10.250,00. Nilai *share* atau bagian keuntungan adalah sebesar 99,40% dan *share* biaya sebesar 0,60%, sehingga dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran produk olahan cabai merah besar adalah logis atau menguntungkan karena nilai *share* keuntungan yang diperoleh lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya pada saluran tersebut.

Produk olahan cabai merah besar yang diproduksi oleh pihak agroindustri dijual dalam bentuk kemasan kecil 50 gram dengan harga rata-rata per kemasan sebesar Rp 2.487,50. Namun, dalam dalam penelitian ini, perhitungan harga jual telah dikonversikan dalam bentuk satuan 1 rupiah per kilogram sehingga rata-rata harga jual produk olahan cabai merah besar yang diterima agroindustri adalah sebesar Rp 49.750,00/kg dengan nilai pangsa produsen (PS) atau prosentase keuntungan petani cabai sebesar 82,92% dari harga terakhir ditingkat konsumen yaitu sebesar Rp 60.000,00/kg. Nilai tersebut menjelaskan bahwa saluran produk olahan cabai merah besar ini adalah efisien ($PS > 70\%$). Agroindustri tidak dirugikan dalam saluran tersebut karena keuntungan yang didapatkan lebih besar dari lembaga pemasaran pada saluran ini.

Bagian (*share*) keuntungan yang diterima oleh pedagang antar kota adalah sebesar Rp 9.888,89 atau 16,48%. Komponen bagian biaya yang dikeluarkan oleh pihak pedagang pengecer hanya terdiri dari rata-rata bagian biaya retribusi Rp 361,11/kg atau 0,60%.

Distribusi margin pada saluran distribusi produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan menunjukkan bahwa rata-rata margin keuntungan adalah sebesar Rp 9.888,89/kg atau 96,48% hanya dimiliki oleh pedagang pengecer saja, sehingga dapat dikatakan bahwa pembagian keuntungannya adalah merata. Margin biaya yang harus dibayarkan oleh pihak pengecer produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan adalah sebesar Rp 361,11 atau 3,52% untuk sekali pendistribusian cabai merah besar. Margin biaya tersebut merupakan rata-rata margin biaya retribusi. Pedagang pengecer tidak mengeluarkan biaya transportasi karena biaya tersebut ditanggung oleh pihak agroindustri pengolah cabai merah besar. Dalam saluran distribusi produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan, setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan oleh pedagang antar kota akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 27,38/kg.

Rantai pasokan dapat dikatakan efisien bila dalam proses penyampaian produk hingga ke tangan konsumen dengan biaya serendah-rendahnya dan mampu memberikan pembagian nilai yang adil kepada semua mata rantai yang terlibat didalamnya. Enam saluran distribusi produk buah cabai merah besar dalam bentuk segar dan satu saluran distribusi produk olahan cabai merah besar dalam bentuk produk olahan adalah efisien jika dilihat dari: a) Nilai *share* keuntungan yang diperoleh pada setiap saluran lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya ($ski > sbi$) dan; b) Nilai *share* bagian harga yang diterima oleh setiap mata rantai dinilai adil atau proporsional sesuai dengan fungsi yang dilakukan setiap mata rantai. Namun, bila dilihat berdasarkan nilai pangsa produsen atau tingkat keuntungan petani cabai, masih terdapat saluran yang belum efisien karena masih terdapat nilai pangsa produsennya (PS) kurang dari 70%.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi yang terdapat pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah efisien bila dilihat dari *shared value* yang adil atau proporsional sesuai dengan kontribusi mata rantai yang terlibat didalamnya. Bentuk kontribusi mata rantai berupa pembagian tugas mulai dari petani cabai yang melakukan budidaya atau kegiatan usahatani, lembaga pemasar yang mendistribusikan produk baik dalam bentuk buah cabai merah besar segar ataupun dalam bentuk produk olahan, serta konsumen potensial dan konsumen akhir yang melakukan permintaan produk. Adanya pembagian nilai yang adil sesuai dengan kontribusi dan pemasaran yang efisien akan mendukung kinerja (*performance*) setiap mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember.

Selain itu, dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember ini, peneliti juga merekomendasikan dibentuknya lembaga atau asosiasi yang dapat menghimpun para pelaku agroindustri pengolah cabai merah besar yang ada disekitar Kabupaten Jember. Adanya lembaga atau asosiasi tersebut akan menambah nilai tawar dari pelaku agroindustri. Asosiasi agroindustri pengolah cabai merah besar tersebut dapat melakukan dengan kerjasama dengan petani cabai sehingga kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan bersama. Keuntungan yang bisa didapatkan oleh asosiasi agroindustri pengolah cabai merah besar adalah mendapatkan harga bahan baku produksi yang lebih murah dan stabil, sedangkan keuntungan yang bisa didapatkan oleh petani cabai adalah berupa keuntungan kepastian harga. Kepastian harga sangat dibutuhkan oleh petani cabai mengingat harga cabai yang sangat fluktuatif.

Penelitian ini secara keseluruhan dapat menunjukkan hasil analisis secara deskriptif dan kuantitatif mengenai rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember. Diharapkan hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan manajemen rantai pasokan komoditas cabai merah besar di suatu wilayah yang lain. Pengambilan keputusan dan implikasi manajemen yang tepat dalam proses rantai pasokan komoditas cabai merah besar ini sangat diperlukan, karena keputusan dan kebijakan yang tepat akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan juga berpengaruh terhadap kinerja (*performance*) mata rantai yang terlibat dalam menjaga pasokan cabai merah besar di seluruh wilayah Kabupaten Jember.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Berdasarkan hasil pembahasan pada permasalahan pertama, dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:
 - Terdapat 12 mata rantai yang berperan aktif dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember, yaitu: (a) Petani cabai; (b) Koperasi mitra; (c) Pedagang cabai antar kota; (d) Pedagang pengepul desa; (e) PT. Heinz ABC; (f) Pedagang besar luar kota; (g) Pedagang pasar atau pedagang partai; (h) Pengecer cabai merah besar; (i) Konsumen; (j) Agroindustri pengolah; (k) Pengecer produk olahan, serta; (l) Konsumen produk.
 - Aliran produk dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dapat dibedakan menjadi dua macam aliran, yaitu aliran produk berupa buah cabai merah besar dan aliran produk berupa produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan.
 - Aliran informasi dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember juga terbagi menjadi dua macam aliran, yaitu aliran informasi secara horizontal yang terjadi diantara sesama petani cabai dan aliran informasi secara vertikal yang terjadi pada setiap mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan cabai merah besar di Kabupaten Jember.
 - Aliran keuangan dalam rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember dibedakan menjadi 12 macam aliran dimana dalam aliran keuangan tersebut, sistem transaksi pembayaran yang digunakan selama proses distribusi sangat mempengaruhi kinerja dari setiap mata rantai.
 - Proses pengolahan cabai merah besar menjadi bumbu bali kemasan mampu memberikan nilai tambah Rp 34.117,19/kg atau 44,42% dari nilai produk.
- Berdasarkan hasil pembahasan pada permasalahan kedua mengenai efisiensi rantai pasokan dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

- Rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember terdiri dari 6 macam saluran yang mendistribusikan produk berupa buah cabai merah besar dalam bentuk buah segar dan satu distribusi produk olahan cabai merah besar dalam bentuk bumbu bali kemasan.
- Saluran distribusi yang terdapat pada rantai pasokan komoditas cabai merah besar di Kabupaten Jember adalah efisien jika dilihat dari: a) Nilai *share* keuntungan yang diperoleh pada setiap saluran lebih besar bila dibandingkan dengan *share* biaya ($ski > sbi$) dan; b) Nilai (*share*) bagian harga yang diterima oleh setiap mata rantai dinilai adil atau proporsional sesuai dengan fungsi yang dilakukan setiap mata rantai.
- Masih terdapat saluran distribusi yang belum efisien bila dilihat dari nilai pangsa produsennya (PS) yang kurang dari 70%. Saluran-saluran distribusi tersebut terjadi dari: a) Saluran 1 (PS: 58,33%), yaitu merupakan saluran antara petani dengan lembaga kemitraan; a) Saluran 4 (PS: 62,67%), Saluran 5 (PS: 69,59%) dan Saluran 6 (PS: 61,74%), dimana ketiga saluran tersebut dapat dikatakan memiliki rantai saluran yang panjang.

Saran

- Petani cabai merah besar dalam memasarkan produknya direkomendasikan untuk memilih saluran 2 karena saluran tersebut yang paling efisien bila dilihat dari nilai pangsa produsen yang mencapai 83,97%.
- Para pelaku agroindustri pengolah cabai merah besar ada di sekitar Kabupaten Jember dirasa perlu untuk melakukan kerjasama langsung dengan petani cabai guna mendapatkan harga bahan baku yang lebih terjangkau sehingga mampu meningkatkan nilai tambah dan meminimalisir kerugian apabila bumbu bali kemasan yang dihasilkan tidak terjual habis.
- Ketiga aliran dalam mekanisme rantai pasokan komoditas cabai merah besar perlu dioptimalkan dengan melakukan upaya pengelolaan dan manajemen pengawasan yang baik sehingga dapat mendukung kinerja (*performance*) mata rantai dalam menawarkan produknya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada para petani cabai dan lembaga pemasaran yang memberikan informasi serta Dr. Ir. Joni Murti Mulyo Aji, M. Rur. M. yang telah membantu dalam penyempurnaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Santika, Adhi. 2001. *Agribisnis Cabai*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Suryana, A. 1990. *Diversifikasi Pertanian dalam Proses Mempercepat Laju Pembangunan Nasional*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Tjahjadi. 1991. *Bertanam Cabai*. Yogyakarta: Kanisius.
- Umar, Husein. 1999. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Puspitawati dan Wardhani. 2013. Analisa Efisiensi Pemasaran Komoditi Cabai (*Capsicum Annum L*) pada Beberapa Saluran Pemasaran Di Kota Madiun. *Jurnal Agri-tek*. 14 (1).

