



## ANALISIS RANTAI PASOK CABAI MERAH KERITING (*CAPSICUM ANNUUM* L) DI DKI JAKARTA (STUDI KASUS: PASAR INDUK KRAMAT JATI)

Nabila Maha Rani S.p<sup>1</sup>  
M. Rizal Taufikurahman<sup>2</sup>  
P. Setia Lenggono<sup>3</sup>

Universitas Trilogi, DKI Jakarta, Indonesia

<sup>1</sup>e-mail: [nmaharani0802@gmail.com](mailto:nmaharani0802@gmail.com)

<sup>2</sup>e-mail: [m.rizal@universitas-trilogi.ac.id](mailto:m.rizal@universitas-trilogi.ac.id)

<sup>3</sup>e-mail: [Setialenggono@universitas-trilogi.ac.id](mailto:Setialenggono@universitas-trilogi.ac.id)

### ABSTRAK

Fluktuasi harga cabai sangat tinggi setiap bulannya, dalam setiap bulan terjadi perbedaan antara harga tertinggi dan terendah yang signifikan. Fluktuasi harga tersebut mengindikasikan adanya rantai pasok yang tidak efisien di DKI Jakarta. Penelitian ini bertujuan (1) menganalisis dan mengidentifikasi rantai pasok cabai merah keriting di DKI Jakarta, (2) Menganalisis saluran rantai pasok yang paling efisien di DKI Jakarta, (3) Rekomendasi kebijakan yang efektif dalam menggambarkan rantai pasok cabai merah keriting di DKI Jakarta. Alat analisis yang digunakan Analisis Marjin Pemasaran, *Share* Pemasaran, Efisiensi Pemasaran. Hasil perhitungan dari analisis Marjin Pemasaran sebesar 15.000 sedangkan hasil dari analisis *Share* Pemasaran sebesar 0,68 atau 68 %. Hasil efisiensi pemasaran semua saluran menunjukkan hasil presentase tidak melebihi 33% yang artinya semua saluran pemasaran yang terdapat pada pasar Induk Kramat Jati dikatakan efisien. Rantai pasok cabai merah kriting yang ada di Pasar Induk Kramat Jati terdapat dua saluran terdapat di Jakarta Selatan dan Jakarta Timur, Komponen rantai pasok cabai merah keriting yang paling mempengaruhi inflasi terhadap cabai merah keriting itu sendiri terdapat pada pedagang kecil dan berpotensi juga pada tengkulak.

**Kata kunci:** *Cabai, Rantai Pasok, Marjin Pemasaran, Share Pemasaran, Efisiensi Pemasaran.*

### ABSTRACT

*Fluctuations in chili prices are very high every month, in each month there is a significant difference between the highest dan lowest prices. The price fluctuation indicates an inefficient supply chain in DKI Jakarta. This study aims (1) to analyze and identify curly red chili supply chains in DKI Jakarta, (2) Analyze the most efficient supply chain channels in DKI Jakarta, (3) Effective policy recommendations in describing curly red chili supply chains in DKI Jakarta. The analytical tool used is Marketing Margin, Market Share, Marketing Efficiency. The calculation result of the marketing share analysis is 15.000 while the result of the marketing Share analysis is 0.68 or 68%. The result of marketing efficiency off all channels show the percentage result do not exceed 33%, which means that all marketing channels found in the kramat jati main market are said to be efficient. Critical red chili supply chains that exist in the kramat jati main market there are two channels found in South Jakarta and East Jakarta, components of the curly red chili itself are found in small traders and also potentially in middlemen.*

**Keywords:** *Chili, Supply Chains, Marketing Margin. Share Market, Market Efficiency.*

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian. Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang memiliki kontribusi bagi perekonomian Indonesia, Selain itu memiliki kontribusi yang cukup besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 13,41 % pada sektor pertanian BPS (2018). Salah satu komoditas yang hortikultura yang mendapatkan prioritas pengembangan adalah komoditas cabai (PUSDATIN 2017).

Menurut (Saptana 2011) terdapat beberapa alasan penting pengembangan cabai: (a) merupakan golongan komoditas yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berpotensi sebagai sumber pendapatan petani; (b) termasuk salah satu komoditas sayuran unggulan nasional daerah dan berpotensi sebagai sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia; (c) memiliki sifat intensif tenaga kerja, sehingga berpotensi memecahkan permasalahan pengangguran di pedesaan; (d) memiliki potensi untuk promosi ekspor dan merupakan komoditas substitusi impor sehingga dapat memperbaiki neraca perdagangan; (e) naik turun harga cabai memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap inflasi.

Menariknya cabai merupakan komoditas hortikultura yang paling banyak mengalami fluktuasi harga. DKI Jakarta menempati peringkat ke 42 dari seluruh kota yang mengalami inflasi. Menurut (BPS 2019) pada musim tertentu kenaikan harga cabai cukup signifikan yang mempengaruhi tingkat inflasi, komoditi pemberi sumbangan terbesar inflasi per bulan Juni 2019 salah satunya terdapat komoditi cabai merah sebesar 0,00769 %. Kebutuhan cabai merah keriting yang harus dipenuhi di DKI Jakarta perharinya yaitu sebesar 42 ton (Pasar Induk Kramat Jati 2018) atau sekitar 800.000 ton/tahun (PUSDATIN 2016).

Masalah yang terdapat dalam rantai pasok cabai yaitu jalur distribusinya yang masih panjang saluran tata niaganya dan distribusi marjin yang tidak merata sehingga petani tidak mendapatkan nilai tambah yang optimal. Permasalahan distribusi cabai di Indonesia harus di perhatikan dan memberikan solusi yang tepat. Hal tersebut terjadi karena disparitas harga yang masih tinggi antara harga produsen dengan harga di tingkat konsumen. Rantai pasok bukan hanya dipengaruhi oleh ketersediaan barang namun disisi lain pemerintah berperan juga dalam mengatur rantai pasok komoditas cabai merah keriting juga diperlukan untuk meminimalisasi rantai pasok yang memiliki jalur distribusi yang panjang.

Menurut Royaldi (2014a) cabai dikelompokkan menjadi dua jenis : (1) cabai besar (*Capsicum annum L.*) terdiri dari cabai keriting dan cabai merah, (2) cabai rawit (*Capsicum frutescens, C. pendulum, C. baccatum, dan C. chinense*). Dari ketiga jenis cabai tersebut, cabai besar adalah cabai yang paling banyak diminati dan diperdagangkan kepada masyarakat. Cabai besar dan cabai rawit memiliki perbedaan yaitu cabai merah besar memiliki kulit permukaan yang halus dibanding cabai merah keriting, tetapi cabai merah keriting memiliki rasa yang lebih pedas dibandingkan dengan cabai merah besar. Menurut Levi *et al.*, (2000) dalam Indrajit dan Djokopranoto (2002) manajemen rantai pasokan adalah pendekatan untuk mengsinergikan pemasok, produsen, gudang, dan pedagang sehingga barang yang di produksi dapat di distribusikan ke lokasi dan secara tepat waktu guna meminimalkan biaya. Menurut Said dan Intan (2001) dalam sistem pemasaran dapat dikatakan bekerja dengan efektif dan efisien apabila mampu memfasilitasi insentif bagi pelaku yang terdapat dalam anggota rantai pasok (produsen, lembaga pemasaran, konsumen) yang dapat mendorong dalam memutuskan suatu keputusan para anggota secara efektif dan efisien.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Induk Kramat Jati Jakarta Timur pada bulan Mei-Juni 2019. Lokasi penelitian ini dipilih karena Pasar Induk Kramat Jati merupakan pasar induk sayuran dan buah terbesar di wilayah DKI Jakarta dimana banyak pedagang yang terlibat didalamnya serta perannya dalam menentukan harga komoditas cabai merah keriting.

### Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode secara sengaja atau *purposive sampling*. Perhitungan slovin digunakan untuk mengambil sampel didalam populasi adalah pedagang besar akan tetapi tetap melakukan investigasi terhadap pedagang pengecer dan pengirim. Jumlah populasi pedagang besar cabai merah di pasar induk kramat jati mencapai 65 pedagang besar. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan perhitungan slovin dalam Umar (1999) dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel yang diambil  
N = Jumlah populasi  
e = Derajat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10%

Sehingga, sampel yang akan diambil dari semua jumlah populasi adalah sebanyak 39 pedagang besar cabai merah. Sampel sebanyak 39 orang ini akan menjadi pedagang responden untuk melengkapi data-data pendukung yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **Data kuantitatif**, yaitu data dalam bentuk angka-angka (numerik).
- **Data kualitatif**, data kategorik yang diungkapkan dalam bentuk keterangan yang bermakna. Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah :
- **Data primer**, yaitu data yang terdiri dari data jumlah pasokan harian dan jumlah jenis biaya yang dikeluarkan masing-masing lembaga pemasaran, data harga pembelian dan penjualan, data jumlah pasokan harian serta data lainnya yang berkaitan dengan penelitian.
- **Data Sekunder**, yaitu data mengenai aliran rantai pasok dan peranan pemerintah terhadap rantai pasok cabai merah keriting, selain itu data juga didapat dari informasi statistic dalam bentuk data deret waktu yang dimiliki oleh kementerian pertanian serta data dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan penelitian terdahulu lainnya yang relevan.

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah studi *literature*, observasi, dan wawancara mendalam dengan responden terpilih mengenai biaya cabai merah keriting. Pengumpulan data dilakukan melalui:

- pengumpulan data terdapat dari buku-buku jurnal, skripsi, dan sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian.
- Wawancara adalah proses Tanya jawab dengan objek penelitian, observasi yaitu melakukan pengamatan langsung mengenai rantai pasok cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati yang bersifat mendukung penelitian.



### Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan yaitu metode kualitatif dan didukung dengan metode kuantitatif. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk mendapatkan gambaran secara detail dan obyektif mengenai *supply chain* dari cabai merah. Tujuan dari analisis deskriptif ini ialah menggambarkan sifat suatu keadaan yang sementara berjalan pada saat penelitian dilakukan, dan mengetahui sebab-sebab dari gejala tertentu. Analisis deskriptif mencakup menganalisis secara deskriptif pada beberapa aspek yaitu mengenai mekanisme aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi pada rantai pasokan cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati.

#### Analisis Efisiensi Rantai Pasok

Analisis efisiensi rantai pasok cabai merah keriting dapat dilakukan melalui pendekatan efisiensi pemasaran. Metode analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan mengenai efisiensi rantai pasok cabai merah keriting adalah menggunakan metode analisis efisiensi pemasaran. Efisiensi dapat dihitung dengan cara menghitung margin pemasaran, margin pemasaran yaitu perbedaan harga diantara harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima petani atau produsen. Perbedaan harga biasanya disebabkan oleh perbedaan harga atau nilai dari jasa yang dilakukan oleh masing-masing lembaga pemasaran, harga tersebut merupakan biaya pemasaran. Namun, pada margin pemasaran bukan hanya biaya pemasaran tetapi terdapat pula keuntungan yang didapat oleh lembaga pemasaran.

Setiap lembaga pemasaran memiliki dan melakukan fungsi berbeda-beda sehingga perbedaan harga jual dari setiap lembaga pemasaran satu dengan yang lainnya sampai ke tingkat konsumen. Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, semakin besar perbedaan harga di tingkat produsen dengan harga ditingkat konsumen akhir atau semakin besar juga pola margin pemasaran. *share* pemasaran dan efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

#### Marjin Pemasaran

Untuk melakukan analisis marjin pemasaran dapat dihitung dengan rumus Sudyono (2002):

- $MP = Pr - Pf$

Keterangan :

MP = Marjin Pemasaran

Pr = Harga di tingkat pengecer

Pf = Harga di tingkat produsen

Share Pemasaran

Merupakan persentase harga yang diterima produsen dari harga yang diterima konsumen. Share harga yang diterima produsen dihitung dengan rumus Rahim (2007):

- Share pemasaran

$$Sf = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Sf = *Share* (bagian) yang diterima petani %

Pf = Harga ditingkat petani (Rp)

Pr = Harga ditingkat pengecer (Rp)

Kaidah keputusan :

Nilai *share* pemasaran  $\geq 40\%$  = efisien

Nilai *share* pemasaran  $\leq 40\%$  = tidak efisien Fatimah (2011)

Efisiensi Pemasaran

Total biaya pemasaran produk dengan total produksi produk yang dijual dihitung dengan rumus Soekartawi (1993):

- Efisiensi pemasaran

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

Keterangan :

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp)

TNP = Total Nilai Produk (Rp)

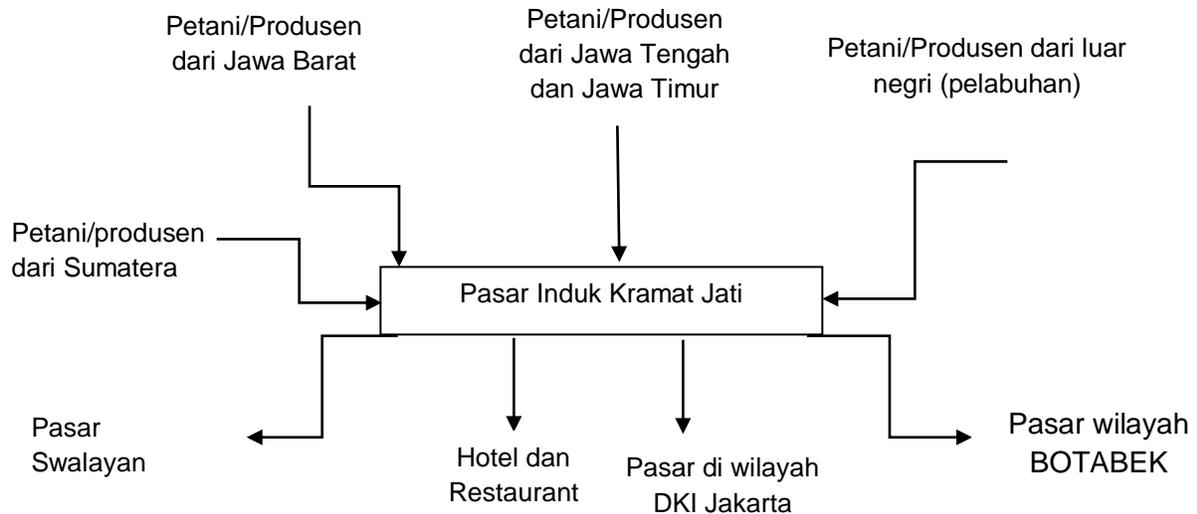
Kaidah keputusan menurut Roesmawaty (2011) yaitu:

0-33% = Efisien

34-67% = Kurang efisien

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pola Distribusi Sayur dan Buah Pasar Induk Kramat Jati**

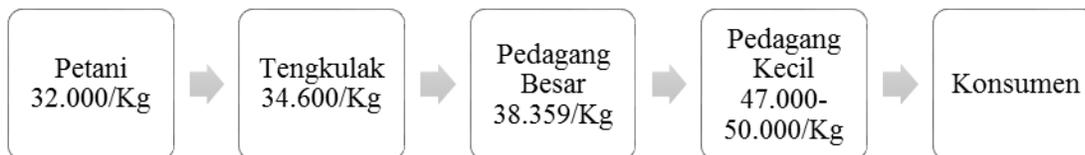


Gambar 1. Pola Distribusi Sayur dan Buah di Pasar Induk Kramat Jati

Sumber: Pasar Induk Kramat Jati, 2019

Pasokan sayur mayur dan buah-buahan yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati (Gambar 1) berasal dari beberapa daerah sentra seperti provinsi Sumatera, Jawa Tengah, Jawa Timur, Jawa Barat serta dari luar negeri.

**Jenis Aliran dalam Rantai Pasok**



Gambar 1. Rantai Pasok Cabai Merah Keriting di Pasar Induk Kramat Jati.

Aliran barang berupa cabai merah keriting dimulai dari petani sebagai produsen utama dalam rantai pasok cabai merah keriting. Tengkulak menawarkan harga cabai dalam bentuk kilo kepada petani. Tengkulak berperan sebagai pengumpul sekaligus pengirim cabai merah keriting ke pedagang besar di Pasar Induk Kramat Jati. Pedagang besar di Pasar Induk Kramat Jati tidak hanya berhubungan dengan satu tengkulak saja, banyak tengkulak dari daerah lain yang bekerjasama dengan pedagang besar tersebut.

Aliran keuangan pada rantai pasok cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati terjadi dari konsumen, pedagang kecil, pedagang besar, tengkulak, dan petani dilakukan secara tunai. Harga benih sampai cabai sudah siap untuk dijual sebesar Rp 4000/kg. Tengkulak membeli cabai merah keriting segar ke petani kisaran Rp 32.000/kg. Tengkulak menjual cabai merah keriting ke pedagang besar dengan harga Rp 34.600/kg. Pedagang besar menjual cabai merah keriting ke pedagang kecil/pengecer

dengan harga Rp 37.000 – 40.000/kg. Pedagang kecil menjual cabai merah keriting kepada konsumen akhir dengan harga Rp 47.000 – 50.000/kg.

Aliran informasi rantai pasok cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati terjadi secara horizontal dan vertikal. Terdapat lima jenis aliran informasi secara vertical yang terjadi diantaranya rantai pasok komoditas cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati, terdiri dari:

- a. Petani cabai dengan tengkulak
- b. Tengkulak dengan pedagang besar
- c. Pedagang besar dengan pedagang pengecer
- d. Pedagang kecil dengan konsumen.

### Anggota Rantai Pasok

Menurut Royaldi (2014b), anggota dalam rantai pasok ialah suatu kelompok yang terdapat didalam aktivitas pemasaran aliran suatu barang atau produk. Anggota utama rantai pasok cabai merah keriting di Pasar Induk Kramat Jati adalah petani, tengkulak, pedagang besar, pedagang kecil dan konsumen.

- a. Petani responden di Desa Pasir Datar, Kabupaten Sukabumi rata-rata berusia 40-45 tahun. Sebagian petani sebenarnya bisa saja langsung menjual cabai ke pasae didaerahnya, akan tetapi beberapa petani cabai mengaku ada yang diberi saham oleh tengkulak berupa modal dalam bentuk bibit atau uang sehingga petani harus menjual hasil cabai tersebut kepada tengkulak yang memberinya saham.
- b. Tengkulak yang berasal dari Desa Pasir Datar Kabupaten Sukabumi setiap harinya berhubungan langsung dengan pedagang besar di PIKJ. Informasi yang didapat pada saat wawancara pengumpul didaerah Desa Pasir Datar merupakan tengkulak individu atau masing-masing.
- c. Pedagang Besar di PIKJ berhubungan langsung dengan tengkulak atau pengirim dari Desa Pasir Datar dalam memasok cabai merah keriting.
- d. Pedagang kecil di Pasar Induk Kramat Jati membeli cabai merah keriting dalam jumlah yang lebih sedikit dalam satu kali pembelian 10-50 kilogram. Konsumen, Transaksi terjadi langsung antara pedagang pengecer dan konsumen akhir.

### Aktivitas Anggota Rantai Pasok

Aktivitas petani cabai merah keriting dimulai melakukan pekerjaan dari pagi hari pukul 07.00 hingga pukul jam 16.00. Beberapa petani bukan hanya menjadi petani cabai, tetapi ada juga yang menjadi peternak hewan, guru madrasah, dan berjualan usaha kecil seperti warung. Aktivitas tengkulak pada rantai pasok cabai merah keriting yakni tengkulak mendapatkan cabai merah keriting dengan cara mendatangi petani untuk menawarkan harga cabai merah keriting kepada petani, setelah adanya kesepakatan harga antar tengkulak dan petani lalu cabai merah keriting dibawah ke tempat tengkulak untuk dilakukan sortasi dan *grading*. Sesampainya di Pasar Induk Kramat Jati, tenaga kerja dari pedagang besar mulai melakukan bongkar muat dan mulai melakukan penjualan di Pasar Induk Kramat Jati kepada pedagang kecil/pengecer.

Aktivitas yang dilakukan oleh pedagang besar mencakup pembelian, penjualan, sortasi dan info pasar. Pedagang besar juga tidak melakukan proses angkut karena proses pengangkutan dilakukan oleh tengkulak yang sekaligus menjadi pengirim dan biayanya ditanggung oleh tengkulak itu sendiri. Pedagang kecil pada umumnya melakukan aktivitas membeli cabai merah keriting kepada pedagang besar biasanya dilakukan di pagi har kisaran jam 3-5 pagi. Pedagang kecil mengangkut cabai itu sendiri ke tempat mereka berjualan sedangkan kalau dari pasar-pasar lain menggunakan mobil *pick-up* yang mereka kendarakan sendiri.

Konsumen di Pasar Induk Kramat Jati terdiri dari konsumen rumahan dan konsumen industri. Aktivitas konsumen sendiri ada yang untuk konsumsi rumahnya sendiri dan ada pula yang menjadi tukang sayur di komplek daerah rumahnya.

### Konfigurasi Jaringan Logistik

#### Pola Aliran Rantai Pasok



Gambar 2. Diagram alir rantai pasok cabai merah keriting di Desa Pasir datar, Sukabumi  
Sumber: Data diolah, 2019

Petani di Kp Pasir Datar menanam cabai satu kali dalam satu tahun lalu dilakukan pergantian dengan tanaman sayur-mayur yang lainnya, tetapi untuk komoditas cabai merah keriting sendiri dilakukan secara berjenjang sehingga pasokan cabai dari Desa Pasir Datar ke Pasar Induk Kramat Jati selalu berkelanjutan. Dalam membeli cabai merah keriting, pedagang besar membeli dalam jumlah yang berbeda kisaran 1 ton - 2 ton per hari. Pada hari besar keagamaan seperti idul fitri, idul adha, hari raya natal permintaan konsumen meningkat karena pada hari tersebut pedagang bisa menjual 2 kali lipat dibanding hari biasa.

Pedagang kecil/pengecer di sekitar Pasar Induk kramat jati dan pasar yang berada di wilayah DKI Jakarta biasanya membeli cabai merah keriting 50-100/Kg/hari. Berdasarkan wawancara langsung kepada pedagang kecil/pengecer mereka tidak selalu membeli cabai merah keriting pada pedagang besar yang sama tetapi mereka sebelumnya menanyakan beberapa pedagang besar mengenai harga mana yang paling terjangkau.

#### Metode Transportasi dan Penyimpanan Cabai Merah Keriting

Transportasi untuk aktivitas bisnis dimulai dari petani hingga pedagang kecil. Alur transportasi berawal dari petani menggunakan mobil *pick-up* kecil untuk mengantarkan cabai merah keriting segar ke tengkulak. selanjutnya tengkulak mengirim cabai merah keriting segar ke PIKJ dengan truk besar yang memiliki kapasitas kisaran 1-2 ton. Perjalanan truk dari desa Pasir Datar Kabupaten sukabumi memakan waktu 5 jam bisa disebut lancar karena pengirim mengirimkan cabai merah keriting pada waktu malam hari. Menurut hasil wawancara dengan tengkulak, beberapa tengkulak menggunakan jasa pengawal yang merupakan polisi lalu lintas (POLANTAS) bertujuan untuk menghindari dari penilangan dan mengawal truk-truk yang bermuatan cabai merah keriting agar lebih cepat sampai, dikenakan biaya

tambahan untuk mobil *pick-up* seharga Rp 150.000 per bulan, untuk truk besar seharga Rp 300.000 perbulan. Pedagang pengecer yang berada di Jakarta Selatan dan Jakarta Timur yang dihitung dari biaya pengiriman, lalu untuk pedagang pengecer yang berjualan di sekitar Pasar Induk Kramat Jati tidak memerlukan biaya transportasi dikarenakan lokasi yang berdekatan dengan pedagang besar. Pedagang pengecer menggunakan jasa kuli angkut untuk membawa cabai merah keriting ke tempat berjualannya.

### Penyebaran Pasokan Cabai Merah Keriting di Pasar Induk Kramat Jati



Gambar 3. Sumber dan Pasokan Cabai Merah Keriting di DKI Jakarta  
Sumber: Data diolah, 2019

Cabai merah keriting yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati berasal dari beberapa daerah, cabai merah keriting yang ditanam para petani dibeli oleh tengkulak yang sekaligus menjadi pengirim. Bulan Mei tercatat sebesar 1.145 ton cabai merah keriting yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati lalu pada bulan juni bertepatan hari raya Idul Fitri pasokan cabai merah keriting yang masuk ke Pasar Induk Kramat Jati mengalami penurunan menjadi 693 ton dikarenakan pada minggu pertama di bulan Juni merupakan hari raya Idul Fitri dan pasokan cabai merah keriting pada hari itu hanya sebesar 64 ton (Dirjen Hortikultura 2019).

### Faktor-faktor yang menentukan Rantai Pasok Margin Pemasaran

Menurut Anindyasari, *et al* (2016) Margin pemasaran ialah hasil selisih dari harga jual dan biaya pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran.

Tabel 1. Margin Pemasaran Cabai Merah Keriting di Pasar Induk Kramat Jati

No	Harga Cabai	Margin Pemasaran
1.	Harga Cabai Merah Keriting di tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Rp 47.000
2.	Harga Cabai Merah Keriting di tingkat Produsen (petani) (Rp/Kg)	Rp 32.000
3.	Margin Pemasaran	Rp 15.000

Sumber: data diolah (2019)

Margin pemasaran yang didapat sebesar Rp 15.000 pada tingkat petani. Setyowati (2008) menyatakan margin memiliki suatu indikator penting dalam suatu strategi pemasaran. Hasil perhitungan margin yang didapatkan dianggap menguntungkan bagi petani di Desa Pasir Datar Kab Sukabumi.

## Market Share

Tabel 2. *Market Share* di tingkat petani

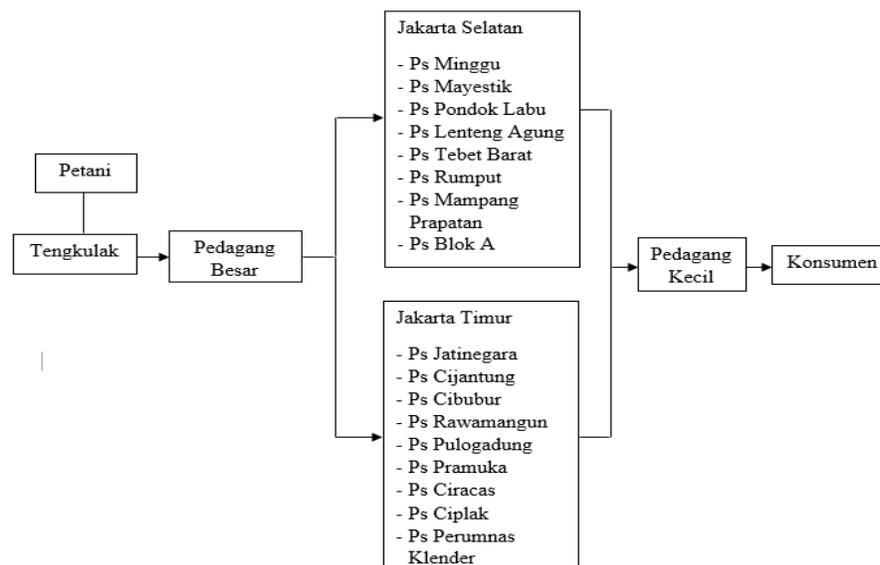
No	Harga Cabai	Jumlah
1.	Harga Cabai Merah Keriting di tingkat Petani (Rp/Kg)	Rp 32.000
2.	Harga Cabai Merah Keriting di tingkat Pengecer (Rp/Kg)	Rp 47.000
Share Pemasaran		68 %

Sumber data: data diolah (2019)

Share pemasaran atau bagian yang diterima petani yaitu sebesar 68 % dikatakan sebagai share pemasaran yang efisien.

## Efisiensi Pemasaran

Analisis pemasaran dikatakan efisien jika mampu membagikan hasil dari petani ke konsumen dengan biaya yang adil dari total keseluruhan harga yang dibayar oleh konsumen. Saluran pasokan cabai merah keriting ke pasar yang ada di daerah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur terdapat pada Gambar 5



Gambar 5. Saluran Pasokan Cabai Merah Keriting di Pasar Induk Kramat Jati  
Sumber: Data diolah, 2019

Beberapa cabai merah kerating diatas dipasok dari Desa Pasir datar, Sukabumi. Seluruh pedagang pengecer membeli cabai pada pedagang besar yang ada di Pasar Induk Kramat Jati, berdasarkan hasil wawancara sebagian besar pedagang pengecer di Pasar Minggu dan Pasar Pramuka membeli ke pedagang pengecer di PIKJ hanya untuk tambahan jualan mereka.

Analisis pemasaran dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil dari produsen kepada konsumen dengan biaya wajar serta mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayarkan konsumen Mubyarto (1995). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan seluruh saluran menunjukkan hasil presentase tidak melebihi 33% yang artinya semua saluran pemasaran dikatakan efisien. Secara rinci efisiensi ke 17 saluran pemasaran yang terdapat pada PIKJ sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil perhitungan efisiensi pemasaran

No.	Saluran Pemasaran	Presentase
1.	Saluran 1	0.82%
2.	Saluran 2	0.81%
3.	Saluran 3	0.84%
4.	Saluran 4	0.84%
5.	Saluran 5	0.82%
6.	Saluran 6	0.82%
7.	Saluran 7	0.83%
8.	Saluran 8	0.82%
<b>9.</b>	<b>Saluran 9</b>	<b>0.53%</b>
10.	Saluran 10	0.82%
11.	Saluran 11	0.82%
12.	Saluran 12	0.82%
13.	Saluran 13	0.82%
14.	Saluran 14	0.84%
15.	Saluran 15	0.83%
16.	Saluran 16	0.82%
17.	Saluran 17	0.83%

Sumber: Data diolah, 2019

Diantara kedua saluran di dua daerah Jakarta yakni bagian timur dan selatan yang memiliki biaya transportasi paling rendah dalam satu kali pengiriman ada di pasar jatinegara sebesar Rp 32.000 dalam satu kali pengiriman 150 kg cabai merah keriting. Jumlah banyaknya pengiriman cabai merah keriting ke pasar tradisional yang ada di wilayah Jakarta Selatan dan Jakarta Timur berbeda-beda antara 50-150 kilogram cabai merah keriting untuk sekali pembelian ke pedagang besar. Saluran pemasaran jika dihitung dengan jarak tempuh waktu pengiriman barang semua memiliki angka yang efisien jika dirata-rata sebesar 0.82% karena tidak memerlukan jarak tempuh yang jauh dalam mendistribusikan cabai merah keriting ke pasar-pasar tujuan.

Pada komponen rantai pasok cabai merah keriting didapatkan pada pedagang kecil yang merupakan salah satu penyebab dalam inflasi karena kenaikan harga yang terjadi pada pedagang kecil cukup tinggi sebesar Rp 47.000 sedangkan harga dipedagang besar sebesar Rp 38.359, sementara inflasi juga berpotensi terjadi di tengkulak karena jarak yang terlalu jauh maka bisa menyebabkan inflasi.

### Implementasi Kebijakan

Pemerintah DKI Jakarta dapat melakukan beberapa hal agar dapat menangani inflasi pada cabai merah keriting, diantara sebagai berikut:

1. Melakukan koordinasi dan monitoring harga secara berkala, terstruktur dan terevaluasi, tujuannya adalah agar semua elemen yang terkait dalam sistem rantai pasok cabai merah keriting difungsikan sebagai mana mestinya, memonitoring secara terstruktur dan terevaluasi berguna agar meminimalisir pihak atau komponen rantai pasok melakukan permainan yang dapat merugikan komponen lainnya.
2. Konsisten dengan Pengendalian Inflasi Daerah Merujuk pada 4K (Ketersediaan Harga, Ketersediaan Pasokan, Kelancaran Distribusi, dan Komunikasi yang Efektif tetap harus dilakukan), fungsinya

adalah agar dapat mengambil perencanaan kebijakan yang dapat menekan kenaikan harga cabai merah keriting, kelancaran distribusi yang lancar dapat meminimalisir kerusakan pada cabai merah keriting, sehingga tidak ada penyusutan berat yang berdampak pada kerugian atau menghindari menaikkan harga agar tetap dapat untung, komunikasi yang efektif berguna agar kedekatan kepada semua komponen dapat terjalin, ketika sudah terjalin dengan baik, maka kemungkinan kesalahan dan permainan harga bisa ditekan.

3. Melakukan kerjasama dengan sentral produksi cabai merah keriting dalam rangka menjamin pasokan, pemerintah DKI Jakarta tentunya sudah memiliki data pemasok cabai merah keriting, data tersebut bisa dijadikan sumber informasi untuk meninjau langsung kepada produsen dan menjalin kerjasama, terkait pendistribusian cabai merah keriting agar tidak dimainkan oleh tengkulak, pemerintah menjadi jalan tengah untuk mempertemukan pedagang besar dan produsen serta menjadi mediasi dalam perjanjian kerjasama tersebut.
4. Jaminan pasokan diperkuat dengan penyediaan storage, hal ini dilakukan agar kualitas cabai merah keriting tetap terjaga, meminimalisir kerusakan, sehingga produk yang dijual tetap terjaga kualitasnya, hal ini adalah langkah konkrit penerapan peraturan terdapat dalam Perda dalam penjaminan mutu barang yang dipasarkan.
5. Menjaga stabilisasi harga non-makanan juga perlu dilakukan, seperti harga bahan bakar minyak untuk kebutuhan rumah tangga, dengan stabilnya bahan bakar makan secara langsung dan tidak langsung pula dapat menekan biaya produksi pada setiap komponen rantai pasok, semakin mahal biaya produksi yang di keluarkan maka semakin mahal pula produk yang harus di jual. Menjaga stabilitas harga bahan bakar pula harus di sinkronkan dengan pihak terkait agar regulasi yang dikeluarkan menjadi tidak tumpang tindih.

## SIMPULAN

1. Rantai pasok cabai merah kriting yang ada di Pasar Induk Kramat Jati terdapat dua saluran terdapat di Jakarta Selatan dan Jakarta Timur. Pasokan cabai merah keriting yang terdiri dari 17 pasar yang terdapat di daerah Jakarta Selatan. Saluran rantai pasokan diatas berawal dari cabai merah keriting yang berasal dari berbagai daerah seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Lampung, hingga Nusa Tenggara Barat. Sudah optimal namun masih ada beberapa kebijakan yang harus ditambahkan oleh pemerintah dalam mengatur kebijakan rantai pasok cabai merah keriting.
2. Saluran rantai pasok paling efisien di wilayah DKI Jakarta yang terhitung dari Pasar Induk Kramat Jati ke Pasar Jatinegara yaitu sebesar 0.53%. Hal ini disebabkan oleh banyaknya pembelian cabai Pasar Jatinegara lebih besar dibanding dengan pasar lainnya. Pembelian lebih banyak bertujuan agar biaya transportasi tetap namun muatan lebih banyak dari yang lainnya sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.
3. Upaya pemerintah dalam mengoptimisasikan rantai pasok cabai merah keriting yaitu menerapkan pengaturan pola tanam pada daerah sentra untuk mengatur jadwal panen cabai sehingga pasokan tersedia sepanjang tahun. Kedua melakukan pemetaan sentra utama dan sentra penunjang cabai nasional. Ketiga melibatkan pelaku usaha dalam penataan rantai pasokan cabai.

## REFERENSI

- Anindyasari, D., Setiadi, A. and Ekowati, T., 2016. Efisiensi Pemasaran Susu Segar Di Kecamatan Banyumanik, Kecamatan Getasan, Dan Kecamatan Cepogo. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 14(1), pp.1-8.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulan. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Fatimah, S.N., 2011. *Analisis pemasaran kentang (Solanum tuberosum L.) di Kabupaten Wonosobo* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS SEBELAS MARET).
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. LP3ES. Jakarta.
- Soekartawi, S., 1993. E-Agribisnis: Teori Dan Aplikasinya. *Jurnal Fakultas Hukum UII*.
- Umar, Husein. 1999. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Saptana. 2011. Efisiensi produksi dan perilaku petani terhadap resiko produktivitas cabai merah di Provinsi Jawa Tengah [desertasi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Sudiyono. 2002. Pemasaran Pertanian. UMM Press. Malang
- [PUSDATIN] Pusat Data dan Informasi Pertanian. 2016. Outlook Komoditas Pertanian Subsektor Hortikultura Cabai Merah. Jakarta (ID): Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- \_\_\_\_\_. 2017. Outlook Tanaman Pangan dan Hortikultura. Jakarta (ID): Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.
- Ridha, A., Perdana, A. H., & As' ad, A. (2018). CELEBRITY ENDORSER PADA JEJARING SOSIALINSTAGRAM UNTUK MENARIK MINAT PEMBELIAN CALON KONSUMEN. *JURNAL ECONOMIC RESOURCE*, 1(1), 86-96.
- Rahim, A. and Hastuti, D.R.D., 2007. Ekonomika Pertanian (Pengantar, Teori, dan Kasus). *Penerbit Penebar Swadaya. Cimanggis, Depok, Jakarta*.
- Roesmawaty, H., 2011. Analisa efisiensi pemasaran pisang di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Agribisnis*, 3(5), pp.1-9.