

**TESIS**

**ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT  
(CAPSICUM FRUTESCENS L.) KABUPATEN GOWA DI ERA  
PANDEMI COVID 19**

**Disusun dan diajukan oleh**

**KAMILIA NUR YAUMIL ALI**

**P042191011**



**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT  
(CAPSICUM FRUTESCENS L.) KABUPATEN GOWA DI ERA  
PANDEMI COVID 19**

**TESIS**

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

**KAMILIA NUR YAUMIL ALI  
P042191011**

Kepada

**PROGRAM STUDI MAGISTER AGRIBISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

# TESIS

## ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT (CAPSICUM FRUTESCENS L.) KABUPATEN GOWA DI ERA PANDEMI COVID 19

**KAMILIA NUR YAUMIL ALI**

**NIM: P042191011**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Program Studi Agribisnis  
Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin  
pada tanggal 29 Agustus 2022  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama



**Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.**  
NIP. 19680702 199303 2 003

Pembimbing Pendamping



**Dr. Letty Fudjaja, S.P., M.Si.**  
NIP. 19700203 199802 2 001

Ketua Program Studi  
Magister Agribisnis



**Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M.Si.**  
NIP. 19671223 199512 1 001

Dekan Sekolah Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin



**Prof. dr. Budu., Ph.D.Sp.M(K).M.Med.Ed.**  
NIP. 19661231 199503 1 009

**PERNYATAAN KEASLIAN TESIS  
DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis berjudul "ANALISIS EFISIENSI RANTAI PASOK CABAI RAWIT (*CAPSICUM FRUTESCENS L.*) KABUPATEN GOWA DI ERA PANDEMI COVID 19" adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing (Dr. Ir. Mahyuddin, M. Si. sebagai Pembimbing Utama dan Dr. Letty Fudjaja, S. P., M. Si. sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka tesis ini. Sebagian dari isi tesis ini telah dipublikasikan di *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis* pada Vol. 8, No. 2 (2022) : Juli 2022 sebagai artikel dengan judul "Analisis Efisiensi Rantai Pasok Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) Kabupaten Gowa di Era Pandemi Covid 19".

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 23 September 2022



**KAMILIA NUR YAUMIL ALI  
NIM. P042191011**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang Maha Kuasa, atas Rahmat dan Hidayah-Nya, yang telah memberikan penulis kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Tak lupa pula shalawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi tauladan bagi kita semua.

Tesis ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai “**Analisis Efisiensi Rantai Pasok Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens L.*) Kabupaten Gowa Di Era Pandemi Covid 19**” yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Agribisnis Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

Tiada manusia yang sempurna karena kesempurnaan hanyalah milik-Nya. Penulis menyadari bahwa selama penyusunan tesis ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Menyadari keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, dengan penuh kerendahan hati penulis mengakui bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Namun, berkat usaha dan kerja keras serta bimbingan, arahan, kerjasama, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak maka tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati, melalui kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua tercinta, Bapak Dr. Ir. Zahir Zainuddin, M, Sc. dan Ibu Dr. Ir. Hafsa Nirwana, M.T. dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga yang telah merawat, membesarkan, mendidik, mendoakan, memberikan motivasi dan dorongan, dengan penuh kasih sayang, ketulusan, kesabaran dan keikhlasan, curahan rasa cinta dan sayangnya yang tiada berujung dan pengorbanan yang tak ternilai. Kepada kakakku Muhammad Fariz Zahir Ali, S.Pi., M.Agr., Ph. D dan Asri Nurani Sjafruddin, S.T., M.Eng. yang turut membantu dan menyemangati serta memberi dukungan untuk penulis. Serta Keluarga Besar Alm. Sjaib Palad dan Keluarga Besar Alm. Zainuddin Dg.Rumpa. yang juga selalu hadir dan menyemangati serta memberi dukungan untuk penulis.
2. Bapak Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si. dan ibu Dr. Letty Fudjaja, S. P., M. Si. selaku pembimbing atas waktu, bimbingan, arahan dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama penyusunan tesis.
3. Bapak Prof. Dr. Musran Munizu, S.E., M.Si., Bapak Dr. Jusni, S.E. M.Si. dan Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.S selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk penyempurnaan tesis ini.
4. Bapak Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis, beserta seluruh jajaran dan staf Sekolah Pascasarjana yang telah memberikan fasilitas dan membantu selama masa studi penulis.

5. Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Gowa yang telah memberi arahan serta membantu dalam pengambilan data selama penelitian.
6. Ibu Saharia selaku kepala Badan Penyuluhan Pertanian (BPP) Kec. Tombolo Pao yang telah meluangkan waktu dalam berdiskusi dan pengambilan data dalam proses penelitian.
7. Bapak Hartono Dg. Mile selaku ketua kelompok tani yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini. Serta kepada seluruh responden, tidak banyak yang dapat saya haturkan selain ucapan terima kasih atas ketersediaan dan bantuannya.
8. Teman-teman Pejuang Tesis Alvia Dina Amsari, S.Pi., M.Si., Khairun Annisa, S.Pi., M.Si., Marwah Pratiwi, S.P., M.Si., Nur Indah Waliyanti, S.P., M.Agb., Aidah Aabidah, S.P., M.Agb., Sitti Hardiyanti Mulaputri, S.P., M.Agb. dan Rachmi Hatta, S.TP., M.Agb., serta Teman-teman Pascasarjana Agribisnis 2019-1 UH yang sama-sama berjuang menyelesaikan studi dan memberikan bantuan, dukungan serta semangat kepada penulis.
9. Kakak dan adik-adik Saodah New G dan Spupets. Terkhusus kepada Andi Nurul Farah Izzah, Nabilah Rala, Nadiah Rala, Emil, Adel & kak Maidah Yasin yang selalu memberikan dukungan, semangat dan bantuan kepada penulis.

10. Terkhusus juga kepada drg. Ainun Vidya Ningrum, S.K.G., IPTU Achmad Mirza, S.Tr.K.,S.I.K., Hasrina Utami, S.P., Andi Yusniar Chadijah, S.Tp., Gismawaty Lumentut, S.Tp., Sarah Fahmiah, S.Tp., Andi Nadya Tita Alia, S.Tp., drg. Sitti Munawarah, S.K.G., Dwi Syahnaz Hazizah, S.I.Kom., Nurul Dwi Mentari., Hariana Hamid, Nila Ridhayani, S.Pd., M.Biomed., A. Utami Batari, S.Pi., M.Si., Firman, S.P., M.Agb., A. Zulkarnaim Sumang, S.P., M.Ling., Taufik Saputra, S.P., M.Sc., dan Faisal, S.S., M.Hum., yang selalu memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah memberi bantuan dalam proses penyelesaian tesis ini yang tidak mampu disebutkan satu-persatu.
12. Dan terakhir kepada diri saya sendiri yang telah berjuang, selalu belajar, bersabar hingga mampu menyelesaikan studi magister ini.

Dengan kata pengantar ini, penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dan segala kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan dalam penyusunan tesis ini. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis.

**Penulis,**

**Kamilia Nur Yaumil Ali**

## ABSTRAK

**KAMILIA NUR YAUMIL ALI.** *Analisis Efisiensi Rantai Pasok Cabai Rawit (Capsicum Frutescens L.) Kabupaten Gowa di Era Pandemi Covid-19.* (dibimbing oleh **Mahyuddin** dan **Letty Fudjaja**)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis kondisi umum rantai pasok komoditas cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi, serta mengukur efisiensi rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi Covid-19.

Responden penelitian ini berjumlah 45 petani cabai rawit Kabupaten Gowa. Metode yang digunakan untuk pengambilan petani sampel adalah metode *proportional random sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif untuk menggambarkan rantai pasok cabai rawit pada era pandemi Covid-19 di Kabupaten Gowa dengan menggunakan kerangka *Food Supply Chain Network (FSCN)* dan analisis kuantitatif untuk menganalisis efisiensi rantai pasok cabai rawit pada era pandemi Covid-19 di Kabupaten Gowa dengan menggunakan analisis efisiensi operasional yang diukur dengan membandingkan output pemasaran terhadap input pemasaran serta rasio keuntungan terhadap biaya.

Hasil penelitian menunjukkan kondisi rantai pasok cabai rawit di era pandemi Covid-19 membawa perubahan terhadap sasaran pasar (lebih berfokus ke pasar lokal) dan proses bisnis rantai pasok, yakni procurement, manufacturing, replenishment, dan customer order. Selain itu, rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa selama masa pandemi Covid-19 tergolong efisien (< 33%) yakni hasil perhitungan efisiensi per saluran menunjukkan saluran 1 (11,58), saluran 2 (12,23), saluran 3 (16,26), saluran 4 (15,22), saluran 5 (14,12) dan saluran 6 (12,52). Saluran yang paling efisien berdasarkan perhitungan R/C ratio ialah saluran 6 dengan nilai R/C ratio tertinggi yaitu 5,24.

**Kata kunci:** *cabai rawit, Covid-19, FSCM, rantai pasok, efisiensi pemasaran*



## ABSTRACT

**KAMILIA NUR YAUMIL ALI.** *Analysis of Supply Chain Efficiency of Cayenne Pepper (*Capsicum Frutescens L.*) Gowa Regency at the Era of Pandemic Covid-19.* (Supervised by **Mahyuddin** and **Letty Fudjaja**)

This study aims to identify and analyze the general condition of the cayenne pepper supply chain in the Gowa Regency during the pandemic era, as well as measure the efficiency of the Gowa Regency in cayenne pepper supply chain during the era of pandemic Covid-19.

The respondents of this study were 45 cayenne pepper farmers in Gowa Regency. The method used for sampling farmers is the proportional random sampling method. The analysis used is a qualitative analysis which used to describe the cayenne pepper supply chain in the era of pandemic Covid-19 in Gowa Regency using the Food Supply Chain Network (FSCN) framework and quantitative analysis to analyze the efficiency of the cayenne pepper supply chain at the era of pandemic Covid-19 in Gowa Regency. by using a operational efficiency as measured by comparing marketing outputs to marketing inputs and profit to cost ratio

The results showed that the condition of the cayenne pepper supply chain in the era of pandemic Covid-19 brought changes to the target market (focusing more on the local market) and supply chain business processes where the four cycles, namely procurement, manufacturing, replenishment, and customer orders were carried out at the era of pandemic and The cayenne pepper supply chain in Gowa Regency during the pandemic covid- was classified as efficient (< 33%) where the results of the efficiency calculation per channel showed channel 1 (11.58), channel 2 (12.23), channel 3 (16.26), channel 4 (15.22), channel 5 (14.12) and channel 6 (12.52). The most efficient channel based on the calculation of the R/C ratio is channel 6 with the highest R/C ratio value of 5.24.

**Keywords:** *cayenne pepper, Covid-19, FSCM, supply chain, marketing efficiency*



## DAFTAR ISI

TESIS .....	i
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I .....	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH .....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	6
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN.....	8
BAB II .....	9
A. Cabai Rawit .....	9
B. Rantai Pasok .....	12
C. Anggota Rantai Pasokan .....	16
D. Pemasaran .....	19
E. Saluran Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran .....	25
F. Covid 19 .....	28
G. Penelitian Terdahulu .....	33
H. Kerangka Pikir .....	37
I. Hipotesis.....	39
BAB III .....	40
A. Lokasi dan Waktu .....	40
B. Populasi dan Sampel.....	41
C. Jenis dan Sumber Data .....	43
D. Teknik Analisis Data .....	44
E. Konsep Operasional .....	48

BAB IV .....	49
A. Keadaan Umum Lokasi.....	49
1. Letak Geografis dan Administratif .....	49
BAB V .....	53
A. Karakteristik Responden.....	53
B. Kondisi Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa di Era Pandemi Covid-19 .....	59
C. Analisis Efisiensi Rantai Pasok Cabai Rawit di Kabupaten Gowa Selama Masa Pandemi Covid 19 .....	113
D. Analisis R/C ratio (Rasio Keuntungan Terhadap Biaya) .....	114
BAB VI.....	118
A. Kesimpulan .....	118
B. Saran .....	118
DAFTAR PUSTAKA .....	120
LAMPIRAN .....	127
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	147

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Produksi Tanaman Cabai Rawit (ton) di Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan, 2016 -2021.....	2
Tabel 2. Luas Panen (Ha) Cabai Rawit Kabupaten Gowa Tahun 2016-2020.....	40
Tabel 3. Produksi (Ton) Cabai Rawit Kabupaten Gowa Tahun 2016-2020 .....	40
Tabel 4. Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
Tabel 5. Suhu dan Kelembaban di Kabupaten Gowa.....	50
Tabel 6. Jumlah, Laju Pertumbuhan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin dan Kepadatan Penduduk.....	52
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur di Kabupaten Gowa .....	54
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kabupaten Gowa .....	55
Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha di Kabupaten Gowa .....	56
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan di Kabupaten Gowa .....	58
Tabel 11. Sasaran Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa di Era Pandemi Covid 19.....	60
Tabel 12. Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Anggota Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa Di Era Pandemi Covid 19.....	86
Tabel 13. Mitra Anggota Rantai Pasok Cabai Rawit di Era Pandemi Covid 19.....	90
Tabel 14. Sistem Transaksi Anggota Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa di Era Pandemi Covid 19. ....	93
Tabel 15. Sumber Daya Anggota Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa di era Pandemi Covid 19.....	99
Tabel 16. Analisis Efisiensi pemasaran rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19.....	113
Tabel 17. Analisis R/C ratio rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19.....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian .....	39
Gambar 2. Skema Saluran Rantai Pasok Rantai Pasok Cabai Rawit Di Kabupaten Gowa Di Era Pandemi .....	65
Gambar 3. Siklus Proses Bisnis Rantai Pasok Cabai Rawit Di Kabupaten Gowa Di Era Pandemi .....	105
Gambar 4. Aliran Barang, Informasi dan Finansial Rantai Pasok Cabai Rawit Kabupaten Gowa di Era Pandemi .....	107
Gambar 5. Persentase R/C ratio (ratio keuntungan terhadap biaya) .....	116

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian .....	128
Lampiran 2. Identitas Responden Rantai Pasok Cabai Rawit di Kabupaten Gowa .....	136
Lampiran 3. Tabel Biaya Pemasaran Per Saluran Cabai Rawit di Kabupaten Gowa .....	139
Lampiran 4. Tabel Harga Beli, Jual dan Marjin Per Saluran Cabai Rawit di Kabupaten Gowa .....	141
Lampiran 5. Tabel Keuntungan Per Saluran Cabai Rawit di Kabupaten Gowa .....	142
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian .....	144

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak diproduksi di Indonesia. Cabai rawit banyak diproduksi dikarenakan syarat tumbuhnya yang tidak terlalu sulit, Pada umumnya tanaman cabai rawit dapat ditanam di daerah dataran tinggi maupun di dataran rendah, yaitu 500 – 1200 m di atas permukaan laut, yang terdapat di seluruh Indonesia (Siregar, 2011).

Cabai rawit banyak diminati oleh masyarakat Indonesia pada umumnya, terlebih cabai banyak digunakan sebagai salah satu bahan utama dari kuliner-kuliner khas tiap daerah di Indonesia. Untuk itu cabai rawit banyak ditanam oleh para petani dari tiap daerah mengingat potensi dari komoditi tersebut yang cukup menjanjikan. Salah satu Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan yang cukup banyak membudidayakan cabai rawit ialah Kabupaten Gowa. Jumlah produksi cabai rawit di Kabupaten Gowa pada Tahun 2016 mencapai 8.188 ton, tahun 2017 mencapai 16.435, tahun 2018 mencapai 15.088,4 ton, tahun 2019 mencapai 2.183,9 ton, tahun 2020 mencapai 1.836,9 dan pada tahun 2021 mencapai 1.044,4 ton yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi Tanaman Cabai Rawit (ton) di Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan, 2016 -2021.

Kecamatan	Tahun						Jumlah
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Bontonompo	156	150	610	20	82,9	26,2	1.045,10
Bontonompo Selatan	167	264,6	528,6	100	102	38,8	1.201,00
Bajeng	340,6	676,5	699,1	133,7	30,5	50,9	1.931,30
Bajeng Barat	303,5	61	85	43,9	21,6	24,9	539,90
Pallangga	304	220	224	18,6	31	37,5	835,10
Barombong	230	190	168	5,4	3,4	0,5	597,30
Somba Opu	319	776	928	81,5	51	32	2.187,50
Bontomarannu	121	94	216	89,5	33,1	5,4	559,00
Pattalassang	342,5	1.190	929,5	101,9	8	9,3	2.581,20
Parangloe	37	297	352,5	49,5	54,5	56	846,50
Manuju	1.626	1.350	2.451,9	211,5	27,1	40	5.706,50
Tinggimoncong	160,8	1.572,7	1.457,8	205	156,5	166,2	3.719,00
Tombolopao	1.687,6	1.330,7	1.303,3	171,7	94,9	159	4.747,20
Parigi	66,8	582	759,6	60	24,1	32,5	1.525,00
Bungaya	60,5	447	256,5	125,6	4	2,5	896,10
Bontolempangan	376	2.571,2	460,4	191	144,4	66,4	3.809,40
Tompobulu	144,6	848,7	1.665	314,1	183,6	126,8	3.282,80
Biringbulu	1.745,1	3.813,6	1.993,4	261	784,3	169,5	8.766,90
Jumlah	8.188	16.435	15.088,4	2.183,9	1.836,9	1.044,4	

**Sumber: Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Kabupaten Gowa, 2021**

Walaupun produksi cabai rawit di daerah tersebut terbilang cukup banyak, namun potensi kerugian masih sangat mungkin terjadi apabila tanpa ada proses pemasaran efisien dan efektif. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Salah satu kendala dalam pemasaran komoditas cabai rawit ialah fluktuasi harga. Fluktuasi harga kerap kali terjadi dikarenakan peningkatan produksi cabai rawit di saat musim panen yang menyebabkan anjloknya harga cabai rawit di pasar, sedangkan naiknya harga diakibatkan oleh kelangkaan pasokan cabai rawit di pasaran.

Terlebih di masa pandemi Covid 19 seperti saat ini dimana seringkali pemerintah melakukan pembatasan kegiatan sosial meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, serta pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, menyebabkan proses

distribusi cabai rawit mengalami kendala diakibatkan susah nya keluar masuk dari satu daerah kedaerah yg lain untuk memasarkan cabai rawit. Selain itu, turunnya permintaan atau pola konsumsi masyarakat menyebabkan cabai rawit mengalami penurunan harga, dikarenakan terjadinya penurunan minat beli konsumen. Hal tersebut tentunya sangat merugikan bagi para petani cabai rawit serta para pedagang dan seluruh *stakeholder* terkait.

Hal lain yang sering menjadi kendala dalam pemasaran cabai rawit adalah perbedaan penerimaan harga yang besar antara harga ditingkat petani dan harga ditingkat konsumen. Hal tersebut berkaitan dengan sistem pemasaran yang belum berjalan dengan baik. Sebagai contoh, harga jual cabai rawit terendah selama pandemi covid 19 di Kabupaten Gowa ialah Rp.11.000 ditingkat pengecer, sedangkan ditingkat petani harga jual terendah selama pandemi covid 19 ialah Rp.2.000, harga tersebut tentunya menyebabkan kerugian besar bagi para petani dimana nominal tersebut tidak menutup biaya produksi dan panen dari cabai rawit mereka.

Fenomena yang terjadi seperti yang telah digambarkan diatas memunculkan pertanyaan bagi peneliti yaitu bagaimana kondisi rantai pasok cabai rawit pada masa pandemi apakah sudah efisien atau tidak. Pengelolaan rantai pasok cabai rawit cukup rumit, dimana cabai rawit merupakan salah satu komoditi pertanian yang memiliki sifat mudah rusak (*perishable*) sehingga kualitasnya cepat mengalami penurunan.

Pemenuhan kebutuhan konsumen baik secara kuantitas maupun kualitas terhadap cabai rawit menjadi suatu tantangan bagi seluruh pelaku rantai pasok.

Rantai pasok sendiri adalah suatu jaringan yang terdiri dari berbagai entitas yang terlibat langsung maupun tidak langsung dan bersama-sama memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dalam bentuk jasa atau produk (Chopra dan Meindl, 2007). Potensi cabai rawit harus sejalan dengan manajemen rantai pasok yang tepat sehingga keseluruhan proses rantai pasok dapat berjalan dengan efisien. Rantai pasok cabai rawit dimulai dari petani sebagai produsen hingga sampai ketangan konsumen akhir.

Efisiensi pemasaran pada rantai pasok menjadi indikator penting dalam memasarkan produk pertanian dengan efisien. Bagian yang diterima petani akan menjadi lebih tinggi, usaha tanaman menjadi menguntungkan, terciptanya nilai tambah produk, serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran dan konsumen merasa puas. Sistem pemasaran yang efisien merupakan tujuan dari pelaku-pelaku rantai pasok yang terlibat, baik itu petani, lembaga pemasaran, konsumen, dan masyarakat umum (Yusuf dkk., 2015).

Gambaran umum mengenai informasi mekanisme rantai pasok cabai rawit dapat mendukung perkembangan pemasaran komoditas cabai rawit bagi para pelaku rantai pasok yang terlibat khususnya dimasa pandemi covid 19 seperti saat ini. Namun, terdapat kendala yaitu kurangnya informasi terkait kondisi rantai pasok cabai rawit pada masa pandemi covid

19 di Kabupaten Gowa. Hal tersebut menjadi salah satu penghambat dalam perkembangan rantai pasok tersebut, untuk itu perlu dilakukan peninjauan dan analisa terhadap bagaimana kondisi rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa pada masa pandemi covid 19 dan bagaimana efisiensi dari rantai pasok tersebut.

Kondisi rantai pasok cabai rawit pada masa pandemi covid 19 di Kabupaten Gowa dianalisa dengan menggunakan pendekatan kerangka *Food Supply Chain Networking* (FSCN) dari Lambert dan Cooper (2000) yang kemudian dimodifikasi oleh Van der Vorst. Pada kerangka FSCN sejumlah karakteristik yang khas dari rantai pasok dapat diidentifikasi dengan membedakan enam unsur yang digunakan untuk menganalisis dan mengembangkan rantai pasok, antara lain sasaran, struktur, proses bisnis, manajemen rantai pasok, sumberdaya dan kinerja pada rantai pasok (Vorst, 2006).

Untuk mengukur efisiensi dapat diukur melalui tiga pendekatan, yaitu efisiensi harga, efisiensi operasional, dan efisiensi relatif (Asmarantaka, 2012). Dalam penelitian ini, penilaian efisiensi yang digunakan adalah efisiensi operasional. Penilaian efisiensi operasional diukur dengan membandingkan output pemasaran terhadap input pemasaran serta rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas lebih lanjut dalam penelitian ini adalah:

## B. RUMUSAN MASALAH

Cabai rawit merupakan tanaman hortikultura yang banyak diminati oleh masyarakat. Melihat potensinya yang menjanjikan, banyak petani memproduksi tanaman tersebut. Kabupaten Gowa termasuk sebagai salah satu penghasil cabai rawit di Provinsi Selatan. Jumlah produksi yang cukup banyak menjadikan sasaran pasar dari cabai rawit di daerah tersebut bukan hanya untuk pasar lokal tetapi juga untuk pasar di luar daerah, bahkan sampai keluar Pulau Sulawesi.

Namun, terdapat kendala khususnya di masa pandemi covid 19 dimana kerap kali pemerintah melakukan pembatasan kegiatan sosial yang menyebabkan terhambatnya proses distribusi cabai rawit keluar daerah. selain itu, pada masa pandemi covid 19 terjadi penurunan permintaan terhadap cabai rawit di pasar yang terjadi karena berubahnya pola konsumsi masyarakat . Hal tersebut menyebabkan turunnya harga cabai rawit di Kabupaten Gowa pada masa pandemi covid 19. Penurunan harga yang drastis paling dirasakan oleh petani di daerah tersebut, dimana harga cabai rawit di masa pandemi covid 19 sempat hanya sebesar Rp.2000/Kg.

Analisa kondisi rantai pasok perlu dilakukan untuk melihat apa yang menjadi penyebab dari masalah-masalah yang telah terjadi. Kerangka *Food Suply Chain Networking (FSCN)* digunakan untuk menganalisis kondisi rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa pada masa pandemi covid 19. Kerangka *FSCN* terdiri dari beberapa unsur yaitu sasaran, struktur, proses

bisnis, manajemen, dan sumber daya rantai pasok. Unsur-unsur tersebut digunakan untuk menggambarkan, menganalisis dan mengembangkan rantai pasok.

Potensi cabai rawit di Kabupaten Gowa harus sejalan dengan manajemen rantai pasok yang tepat sehingga keseluruhan proses rantai pasok dapat berjalan dengan efisien. Efisiensi pemasaran pada rantai pasok merupakan indikator yang penting dalam memasarkan cabai rawit dengan efisien khususnya pada masa pandemi covid 19. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi umum mekanisme rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19?
2. Bagaimana efisiensi rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan rumusan masalah, Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis kondisi umum rantai pasok komoditas cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi, serta mengukur efisiensi rantai pasok cabai rawit Kabupaten Gowa di era pandemi covid 19.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung yang meliputi:

1. Menjadi suatu informasi mengenai kondisi umum rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa pada era pandemi Covid 19.
2. Menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi setiap anggota rantai pasok cabai rawit di Kabupaten Gowa
3. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam bidang rantai pasok.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Cabai Rawit**

Cabai merupakan tanaman perdu dari famili terong-terongan yang memiliki nama ilmiah *Capsicum sp.* Cabai berasal dari benua Amerika tepatnya daerah Peru dan menyebar ke negara-negara benua Amerika, Eropa dan Asia termasuk Indonesia. Tanaman cabai banyak ragam tipe pertumbuhan dan bentuk buahnya. Cabai di Indonesia merupakan komoditas hortikultura unggulan dari jenis sayuran berdasarkan nilai ekonomis dan strategis. Diperkirakan terdapat 20 spesies yang sebagian besar hidup di Negara asalnya (Swastika dkk, 2017). Terdapat beberapa jenis cabai yang umumnya dibudidayakan di Indonesia seperti cabai rawit dan cabai besar (cabai merah dan cabai keriting).

Cabai rawit memiliki nama latin *Capsicum frutescens L.* Tanaman cabai rawit tergolong tanaman semusim atau tanaman berumur pendek yang tumbuh sebagai perdu atau semak. Batang tanaman cabai rawit memiliki struktur yang keras dan berkayu, berwarna hijau gelap, berbentuk bulat, halus, dan bercabang banyak. Bunga tumbuh menunduk pada ketiak daun, dengan mahkota berwarna putih (Palar, 2016). Cabai rawit merupakan jenis cabai yang memiliki rasa yang sangat pedas dibandingkan dengan jenis lainnya.

Menurut Simpson (2010), klasifikasi cabai rawit adalah sebagai berikut :

*Kingdom : Plantae*

*Division : Magnoliophyta*

*Class : Magnoliopsida*

*Order : Solanales*

*Family : Solanaceae*

*Genus : Capsicum*

*Species : Capsicum frutescens L.*

Tanaman cabai dikenal sebagai tanaman yang memiliki daya adaptasi yang luas. Cabai dapat ditanam hampir di semua jenis tanah, dan tipe iklim yang berbeda (Prayudi, 2010). Cabai rawit memiliki sifat adaptasi paling luas diantara jenis cabai, maka sebagian besar cabai rawit bisa ditanam di dataran rendah hingga dataran tinggi. Namun, cabai rawit yang ditanam di dataran tinggi akan mengalami umur panen dan masa panen yang lebih lama, tetapi hasil panennya masih relatif sama dibandingkan dengan jika kultivar yang sama ditanam di dataran rendah.

Cabai rawit merupakan tanaman yang mempunyai banyak kandungan. Kandungan-kandungan tersebut meliputi kapsaisin, kapsantin, karotenid, alkaloid, resin, dan minyak atsiri. Selain itu, cabai ini juga kaya akan kandungan vitamin A, B, C (Tjandra, 2011). Zat gizi seperti protein, lemak, karbohidrat, kalsium (Ca), fosfor (P), besi (Fe), vitamin (salah

satunya adalah vitamin C) dan mengandung senyawa - senyawa alkaloid, seperti kapsaisin, flavonoid, dan minyak esensial juga terkandung dalam tanaman ini (Prajnanta (2007) dalam Arifin (2010)).

Selain mempunyai banyak kandungan, buah cabai rawit ini juga mempunyai banyak manfaat terutama sebagai bumbu masakan untuk memberikan sensasi pedas. Selain itu, buah tanaman ini juga berkhasiat untuk menambah nafsu makan, menguatkan kembali tangan dan kaki yang lemas, melegakan hidung tersumbat pada penyakit sinusitis, serta mengobati migrain (sakit kepala sebelah). Sebagai obat luar, cabai rawit juga dapat digunakan untuk mengobati penyakit rematik, sakit perut, dan kedinginan. Selain sebagai bahan makanan dan obat, cabai rawit sering digunakan sebagai tanaman hias di sejumlah pekarangan (Tjandra, 2011).

Cabai merupakan salah satu jenis sayuran yang mempunyai kadar air yang cukup tinggi pada saat panen. Selain masih mengalami proses respirasi, cabai akan mengalami proses kelayuan. Sifat fisiologis ini menyebabkan cabai memiliki tingkat kerusakan yang dapat mencapai 40%. Daya tahan cabai segar yang rendah ini menyebabkan harga cabai di pasaran sangat berfluktuasi. Alternatif teknologi penanganan pascapanen yang tepat dapat menyelamatkan serta meningkatkan nilai tambah produk cabai (Sherly, dkk., 2010).

Mekanisme Pemasaran cabai menurut (Setiadi 1995; Hutabarat dan Rahmanto 2004) ialah, petani cabai tidak menjual langsung hasil produksinya kepasar-pasar di kota besar disebabkan oleh keterbatasan

yang dimiliki petani, seperti alat transportasi, pengepakan, dan kegiatan lainnya yang berhubungan dengan pemasaran komoditi tersebut. Selain itu, adanya keterikatan petani kepada pedagang pengumpul dalam permodalan untuk pembelian benih atau bibit, pupuk, pestisida, dan lainnya, yang berjumlah cukup besar.

Hal ini mendorong petani untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul. Sebaliknya, bagi petani yang tidak terikat pinjaman, bebas dalam menentukan pilihan kepada siapa ia akan jual hasil produksinya seperti menjual langsung kepada konsumen pemakai melalui pasar-pasar di tingkat desa atau pasar tingkat kecamatan. Biasanya petani yang demikian mencari pembeli dengan harga tertinggi.

#### **B. Rantai Pasok**

*Supply chain* atau dapat diterjemahkan rantai pasok adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke tempat pembeli atau pelanggan (Assauri, 2011:280). Menurut Chopra and Meindl (2007) rantai pasok memiliki sifat yang dinamis namun melibatkan tiga aliran yang konstan, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Rantai pasok merupakan semua kegiatan yang terkait dengan arus dan transportasi barang hingga sampai pengguna akhir, serta seluruh arus informasi terkait, atau jalan penciptaan nilai dari produsen dasar ke konsumen, termasuk semua transportasi dan layanan logistik yang terhubung di dalamnya (Andrews, 2015).

Pelaku rantai pasok dari hulu ke hilir bertindak atas informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi di pasar. Setiap pelaku rantai pasok memiliki tujuan, karakter dan strategi yang berbeda-beda (Wahyuni, 2013). Disamping itu, Chopra and Meindl juga menjelaskan bahwa tujuan utama dari setiap rantai pasok adalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan. Meskipun setiap pelaku memiliki strategi yang berbeda, pelaku rantai pasok bekerjasama dalam proses pembelian, produksi dan penjualan. Peran dan kontribusi berbagai aktor dalam rantai pasok merupakan substansi yang penting dalam rantai pasok (Noemi, 2012).

Kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga-lembaga lainnya memunculkan pola rantai pasok yang didalamnya juga terdapat aliran produk, aliran informasi dan aliran finansial (Pujawan, 2005). Kegiatan rantai pasokan ini tidak lepas dari keberadaan mata rantai di dalamnya. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa penyaluran barang, pengolahan barang maupun pengaturan-pengaturan lainnya yang berupa pengaturan harga dan komunikasi. Kegiatan tersebut dilakukan agar keuntungan dan tujuan yang diinginkan pelaku rantai pasok dapat tercapai.

Coughlan, dkk. (2006) juga menjelaskan bahwa saluran yang tepat dapat dibangun dalam beberapa metode untuk membangun saluran pemasaran yang efektif dan efisien. Petani harus memilih pembeli yang paling menguntungkan untuk mengoptimalkan aktivitas perdagangan mereka. Salah satu aspek yang penting dalam rantai pasok adalah integrasi

dan koordinasi dari semua aktivitas yang terjadi didalam rantai, suatu keputusan yang diambil akan berpengaruh langsung terhadap seluruh rantai pasok. Suatu perusahaan harus mengelola rantai pasok sebagai satu entitas. Dengan tercapainya koordinasi dari rantai pasok perusahaan maka di tiap *channel* dari rantai pasok perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak sampai kelebihan barang terlalu banyak.

Manajemen rantai pasok merupakan integrasi aktivitas-aktivitas yang berawal dari pengadaan barang dan jasa, mengubah bahan baku menjadi barang dalam proses dan barang jadi, serta mengantarkan barang-barang tersebut kepada para pelanggannya dengan cara yang efisien. Manajemen rantai pasok mempertimbangkan semua fasilitas yang berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan dan biaya yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Aktivitas-aktivitas tersebut, meliputi pembelian dan *outsourcing activities* ditambah dengan fungsi-fungsi lain yang akan meningkatkan hubungan antara pemasok dan distributor.

Tujuan dari manajemen rantai pasok adalah mencapai biaya yang minimum dan tingkat pelayanan yang maksimum, sehingga membuat keseluruhan sistem menjadi efisien dan efektif. Terdapat 3 jenis aliran yang harus dikelola pada rantai pasok (*Supply Chain*), yaitu:

1. Aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Seperti bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik

pengolah yang kemudian diproduksi dan dikirim kepada distributor, lalu ke pengecer dan sampai ke pemakai atau konsumen akhir.

2. Aliran uang yang mengalir dari hilir ke hulu. Biaya yang dibutuhkan dan dikeluarkan seperti biaya bahan, transportasi atau distribusi, dan biaya di dalam proses harus diefisiensi sebaik mungkin.
3. Aliran informasi dari hilir ke hulu maupun sebaliknya. Informasi ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh pemasok sangat dibutuhkan untuk distributor, pengecer maupun pengolah untuk perkiraan (Pujawan, 2010).

Menurut Aramy, dkk. (2006) terdapat 4 indikator kinerja rantai pasokan pangan yaitu:

1. *Food Quality* (Mutu Pangan): merupakan seluruh aspek karakteristik produk (ISO 9000), peraturan yang berlaku serta persyaratan pelanggan.
2. *Responsiveness*: Yaitu kepekaan dan kecepatan rantai pasok menyediakan produk dan informasi ke pelanggan.
3. *Efficiency*: efisiensi merupakan indikator kinerja rantai pasok yang mengukur hasil (keluaran) yang dicapai dengan masukan (input) yang digunakan. Indikator efisiensi pada rantai pasok antara lain adalah: biaya atau cost (produksi, pertanian, distribusi), Keuntungan, tingkat pengembalian investasi dan persediaan.
4. *Flexibility*: fleksibilitas merupakan indikator tingkat kemampuan rantai pasok pangan dalam merespon perubahan pasar untuk mendapatkan

atau memelihara keunggulan kompetitif. Fleksibilitas dalam rantai pasok pangan tidak hanya respon pada perubahan permintaan pelanggan (fleksibilitas volume), tetapi juga respon atas perubahan sumber pasokan pangan yang bersifat seasonal (musiman). Karakteristik sumber pasokan pangan yang bersifat musiman berdampak pada fleksibilitas operasional (proses produksi) dan fleksibilitas dalam distribusi atau penyaluran.

### **C. Anggota Rantai Pasokan**

Terdapat beberapa aktivitas dalam suatu rantai pasok yang saling terkait menjadi suatu rangkaian rantai pasok, aktivitas tersebut dimulai dengan adanya permintaan dari konsumen dan diakhiri dengan aktivitas pembayaran oleh konsumen setelah permintaannya terpenuhi. Aktivitas-aktivitas tersebut dilakukan oleh beberapa orang atau kelompok yang disebut anggota rantai pasok, Menurut Stock and Lambert (2001) seluruh perusahaan atau organisasi yang terkait tersebut dibagi menjadi dua, yaitu *primary member* dan *supporting member*.

*Primary member* atau anggota utama dari sebuah rantai pasok adalah semua unit bisnis yang secara nyata melakukan aktivitas operasional atau manajerial dalam sebuah proses bisnis. Proses bisnis ini dirancang untuk menghasilkan produk atau jasa untuk konsumen tertentu atau pasar. Sedangkan *supporting member* atau anggota pendukung dalam rantai pasok adalah perusahaan yang menyediakan bahan awal, ilmu, utilitas, atau aset lain yang penting tapi tidak langsung berpartisipasi dalam

aktivitas yang menghasilkan atau merubah sebuah *input* menjadi *output* untuk konsumen. Beberapa contoh yang termasuk dalam anggota pendukung ini adalah pemasok bahan baku, perusahaan penyewaan truk, toko-toko swalayan dan lain sebagainya.

Satu unit yang sama dapat menjadi anggota utama pada satu proses, namun dapat juga menjadi anggota pendukung pada proses lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh jenis proses bisnis dimana unit itu berperan. Beberapa anggota utama merupakan pelaku yang mempunyai kepentingan yang sama. Pertama yaitu pemasok (*suppliers*) merupakan penyedia bahan awal yang pertama kali akan menyalurkan pasokan ke pelaku selanjutnya. Pemasok akan memasok bahan yang memiliki sifat kritis karena akan digunakan dalam jangka panjang. Pemasok berperan sangat penting pada proses operasi perusahaan. Pasokan yang disediakan biasanya dalam bentuk bahan baku mentah, sehingga kualitas dari pemasok dapat dilihat dari produk akhir yang nantinya akan dijual oleh perusahaan untuk pelanggan. Harga yang diberikan oleh pemasok memiliki dampak pada biaya produksi dan akan berdampak pada harga yang akan diberikan kepada konsumen.

Pelaku kedua yaitu produsen (*manufacturer*) yang akan terhubung dari pemasok sebagai mata rantai pertama. Produsen dapat disebut juga sebagai *assembler* atau *fabricator* atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, membangun, mengkonversikan, atau menyelesaikan barang (*finishing*). Selanjutnya barang atau produk yang dihasilkan oleh

produsen akan disalurkan ke konsumen dengan cara melalui pelaku ketiga yaitu distributor (*distribution*). Penyaluran barang ke pelanggan yang umum digunakan adalah melalui distributor dan ini biasanya dilakukan oleh sebagian besar rantai pasokan meskipun banyak cara lain untuk penyaluran barang. Barang dari pabrik disalurkan ke gudang distributor atau *wholesaler* atau pedagang besar dalam jumlah besar, lalu pedagang besar akan menyalurkan dalam jumlah yang lebih kecil kepada *retailers* atau pengecer.

Pelaku keempat yaitu pengecer (*retail outlet*), pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini dijadikan tempat untuk mengumpulkan dan menyimpan barang sebelum disalurkan ke pihak selanjutnya yaitu pengecer. Pada tahap ini memerlukan penghematan dalam bentuk jumlah persediaan dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali alur pengiriman barang baik dari gudang pengolahan maupun ke toko pengecer. Alur pelaku rantai pasokan akan selesai jika barang atau produk sampai kepada konsumen atau pelanggan. Pelanggan (*customer*) merupakan pelaku rantai pasokan yang terakhir.

#### **D. Pemasaran**

Pemasaran merupakan sub sistem dari rantai pasok dimana rantai pasok merupakan serangkaian kegiatan dari hulu ke hilir yang berkaitan dengan 3 komponen utama yaitu aliran barang, finansial dan informasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi tiap pelakunya. Sementara pemasaran ialah semua aktivitas bisnis yang terjadi setelah produk (komoditi) lepas dari petani sampai kekonsumen. Saluran pemasaran menghubungkan pemasar dengan pembeli sasaran, rantai pasok menggambarkan suatu saluran yang lebih panjang yang terentang dari bahan mentah, komponen-komponen, hingga produk-produk final yang disampaikan kepada pembeli akhir. Rantai pasokan menggambarkan sistem penyerahan nilai. Berdasarkan definisi sosial, pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler 2002).

Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Basu dan Hani 2004:4). Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pemasaran merupakan kegiatan ekonomi yang berfungsi membawa atau menyampaikan barang ataupun jasa dari produsen ke konsumen.

Pemasaran dalam agribisnis sendiri ialah analisis semua aktivitas bisnis yang terjadi dalam komoditas pertanian atau produk agribisnis setelah produk tersebut lepas dari petani produsen primer sampai ke tangan konsumen akhir (Purcell 1979 dalam Asmarantaka 2012). Untuk memahami pemasaran produk pertanian kita harus mempelajari pendekatan apa saja yang digunakan untuk memasarkan produk pertanian.

Sudiyono (2002) mengemukakan bahwa terdapat lima pendekatan yang biasa digunakan dalam mempelajari pemasaran produk pertanian, yaitu pendekatan komoditi, pendekatan lembaga, pendekatan fungsi, pendekatan teori ekonomi, dan pendekatan sistem. Pemasaran pertanian sendiri merupakan suatu keragaan dari semua aktivitas bisnis dalam aliran barang dan jasa komoditas pertanian mulai dari tingkat produsen (petani) sampai konsumen akhir, yang mencakup aspek input dan output pertanian (Kohls dan Uhl 2002).

Aktivitas atau kegiatan terhadap produk yang dilakukan dalam rangka menyampaikan produk agribisnis dari produsen ke konsumen disebut sebagai fungsi pemasaran. Tata cara pelaksanaan fungsi pemasaran berbeda dari suatu produk ke produk lainnya. Fungsi pemasaran bisa tidak dilakukan sesuai urutan namun semuanya tetap harus dilakukan, Menurut Hanafie (2010) fungsi pemasaran merupakan proses yang teratur dan berubah sepanjang waktu manakala situasi berubah. Dalam hal ini, ada 3 fungsi pemasaran, antara lain:

## 1. Fungsi pertukaran (*exchange function*)

Dalam hal ini, produk harus dijual dan dibeli sekurang-kurangnya sekali selama proses pemasaran berlangsung. Fungsi pertukaran melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dalam sistem pemasaran. Pihak-pihak yang terlibat dalam fungsi ini adalah pedagang (*broker*) dan agen yang mendapat komisi karena mempertemukan pembeli dan penjual, serta menerima imbalan atas jasa yang dilakukan. Penetapan harga merupakan bagian dari kegiatan fungsi pertukaran dengan mempertimbangkan bentuk pasar dan persaingan yang mungkin akan terjadi.

- a. Usaha Pembelian. Fungsi pembelian dilakukan pada setiap tingkatan dari saluran pemasaran, mulai dari pembelian bahan baku oleh pemroses dari produsen utama sampai dengan pembelian oleh konsumen akhir dari pengecer yang melibatkan seluruh populasi. Keberhasilan seluruh proses pemasaran sangat ditentukan oleh tingkah laku konsumen akhir dalam melakukan pembelian.
- b. Usaha penjualan

Usaha penjualan merupakan bagian integral dari fungsi pertukaran. Bagi produsen, memutuskan kapan untuk menjual merupakan bahan pertimbangan pokok dalam pemasaran. Beberapa produk pertanian dapat dijual dalam tenggang waktu yang panjang

dan tenggang waktu yang terbatas dimana produk yang telah siap untuk dipasarkan tidak ada kemungkinan untuk menunda penjualannya karena mutunya akan merosot.

Fungsi penjualan memiliki arti penting dan banyak produsen mencurahkan berbagai upaya untuk menjalankan fungsi ini secara efektif. Usaha penjualan menuntut pertimbangan yang cermat khususnya berkaitan dengan jenis produk yang akan dijual dan cara menawarkannya dalam kaitannya dengan produk yang bersaing, yaitu bagaimana membedakannya dengan produk yang lain.

Promosi harus direncanakan agar konsumen potensial mencurahkan perhatiannya pada produk tersebut dengan mempertimbangkan harga terjangkau mampu bersaing, tetapi masih menghasilkan pendapatan yang memadai untuk menutup semua biaya produksi dan memberikan laba nyata. Sistem distribusi harus diadakan untuk mengirimkan produk ke tempat yang mudah dijangkau konsumen.

## 2. Fungsi fisik

Fungsi pemasaran mengusahakan agar pembeli memperoleh barang/jasa yang diinginkan pada tempat, waktu, bentuk, dan harga yang tepat dengan jalan menaikkan kegunaan tempat (*place utility*), menaikkan kegunaan waktu (*time utility*) dan menaikkan kegunaan bentuk (*form utility*).

Untuk menjalankan fungsi ini, perlu adanya keterlibatan jasa transportasi, jasa perlakuan pascapanen, dan jasa pengolahan, seperti pembersihan, pemeliharaan, penyimpanan, dan pengelolaan.

### 3. Fungsi Penyediaan sarana

Fungsi ini merupakan kegiatan yang menolong sistem pasar untuk dapat beroperasi lebih lancar. Ini memungkinkan pembeli, penjual, pengangkut, dan pemroses dapat menjalankan tugasnya tanpa terlibat risiko atau pembiayaan, serta mengembangkan rencana pemasaran yang tertata dengan baik. Fungsi penyediaan sarana yang harus dilakukan dalam proses pemasaran meliputi beberapa hal, antara lain:

- a. Informasi pasar, sistem pemasaran yang efisien menuntut agar pihak-pihak yang terlibat didalamnya seperti pembeli, penjual, konsumen, pemilik bahan baku diberi informasi dengan baik. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari beberapa sumber, misalnya selebaran pasar mengenai faktor-faktor teknis dan mendasar yang relevan terhadap keputusan pemasaran, yang diterbitkan oleh perusahaan swasta atau penelitian pasar yang dilakukan oleh lembaga pendidikan yang menyajikan informasi mengenai cara-cara operasi pasar yang efisien dan mengenai kemungkinan untuk membuka pasar baru atau mengubah yang sudah ada.
- b. Penanggulangan risiko. Pemilik komoditi menghadapi risiko sepanjang saluran pemasaran. Risiko ini terbagi ke dalam 2 kelompok, yaitu risiko fisis (angin, kebakaran, banjir, pencurian dan

lain-lain) dan risiko pasar. Untuk memperkecil kemungkinan risiko fisis, bisa dilakukan dengan memasang tanda bahaya pencurian digudang, penggunaan peti kemas untuk melindungi mutu selama pengangkutan, mengalihkan risiko kepada pihak lain dengan membeli asuransi. Sedangkan untuk membantu para produsen dalam mengalihkan risiko pasar terdapat 4 teknik yaitu, diversifikasi, integrasi vertikal, kontrak dan *hedging*, serta pasar mendatang.

- c. Standarisasi dan penggolongan mutu, penggolongan mutu (*grading*) adalah kegiatan mengklasifikasikan hasil-hasil pertanian ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda, masing-masing dengan nama, etiket, dan harga tertentu. Dengan sistem *grading* yang baik, pemasaran akan berjalan lebih lancar, serta produsen dan konsumen masing-masing akan terlindung dari praktik-praktik yang kurang jujur dalam pemasaran. Standarisasi adalah penentuan mutu barang menurut ukuran dan patokan-patokan tertentu. Di sektor pertanian, standarisasi produk sulit didapatkan karena kenyataan bahwa produk pertanian sangat bergantung kepada alam dan lingkungan.
- d. Pembiayaan, setiap produk pasti ada pemiliknya. Pemilikan menuntut tertanamnya dana pada proses pemasaran, sekurang-kurangnya untuk suatu periode yang singkat. Pembiayaan ini disediakan oleh perusahaan pemasaran yang benar-benar membeli dan memegang hak kepemilikan atas produk.

### **E. Saluran Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran**

Saluran pemasaran adalah rangkaian unit bisnis yang saling berkaitan dalam suatu proses untuk menghasilkan produk agar dapat dikonsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu jalur penyaluran produk dari pemasok ke produsen hingga ke konsumen. Lembaga pemasaran adalah pihak yang melakukan pemasaran, menyalurkan jasa dan produk dari produsen ke konsumen (Rachman, 2016). Dalam mencapai sasaran pasar, pemasaran menggunakan tiga jenis saluran pemasaran yaitu komunikasi, distribusi, dan layanan (Aulia, 2019).

Biaya pemasaran diperlukan untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran. Dalam mengukur kinerja pemasaran diperlukan pengukuran efisiensi pemasaran. Suatu sistem pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mampu memberikan insentif bagi pelaku yang mampu mendorong pengambilan keputusan secara tepat dan efisien. Pemasaran yang efisien diperlukan dalam suatu rantai pasok sebab dapat memberikan kepuasan dan keuntungan yang merata atau adil pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat (Asmarantaka 2012).

Efisiensi pemasaran pada rantai pasok menjadi indikator penting dalam memasarkan produk pertanian dengan efisien. Bagian yang diterima petani akan menjadi lebih tinggi, usaha tanaman menjadi menguntungkan, terciptanya nilai tambah produk, serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan pemasaran dan konsumen merasa puas. Sistem pemasaran

yang efisien merupakan tujuan dari pelaku-pelaku rantai pasok yang terlibat, baik itu petani, lembaga pemasaran, konsumen, dan masyarakat umum (Yusuf dkk., 2015).

Efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dihasilkan (Soekartawi 1993). (Downey and Erickson 1992), mendefinisikan efisiensi pemasaran sebagai peningkatan rasio "*output-input*", yang umumnya dapat dicapai dengan salah satu dari empat cara berikut yaitu *output* konstan sedang *input* mengecil, *output* meningkat sedang *input* konstan, *output* meningkat dalam kadar yang lebih tinggi dibanding peningkatan *input*, atau *output* menurun dalam kadar yang lebih rendah dibanding penurunan *input*.

Efisiensi pemasaran sebagai usaha untuk meningkatkan rasio *output-input*. *Output* pemasaran yaitu kepuasan atas produk dan jasa, sedangkan *input* adalah berbagai macam tenaga kerja, modal, manajemen pemasaran yang digunakan dalam proses pemasaran tersebut (Kohls 1968). Perubahan yang mengurangi biaya *input* tanpa mengurangi tingkat output secara nyata akan memperbaiki efisiensi. Namun perubahan yang mengurangi biaya juga akan mengurangi output kepuasan konsumen sehingga mengurangi efisiensi.

Ada dua cara untuk meningkatkan efisiensi pemasaran yang sering dilakukan pada komoditi pertanian, yaitu: meningkatkan produktivitas dengan *input* tetap dan efisiensi *input* dengan *output* tetap. Menjelaskan bahwa pasar yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran

semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar (Soekartawi 1993). Untuk itu efisiensi pemasaran dapat terjadi apabila (1) biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi, (2) persentase harga yang dibayar konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, (3) tersedianya fasilitas fisik pemasaran, dan (4) adanya kompetisi pasar yang sehat.

Salah satu cara untuk mempelajari apakah suatu sistem pemasaran telah bekerja efisien dalam suatu struktur pasar tertentu adalah dengan melakukan analisis terhadap biaya dan margin pemasaran, serta analisis terhadap penyebaran harga dari tingkat produsen sampai ke tingkat konsumen, untuk melihat besarnya sumbangan pedagang perantara sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Efisiensi pemasaran dapat diukur dengan menggunakan konsep efisiensi operasional dan efisiensi penetapan harga. Efisiensi operasional diukur dengan membandingkan output pemasaran terhadap input pemasaran. Penetapan efisiensi operasional dilakukan dengan asumsi-asumsi bahwa sifat utama output tidak mengalami perubahan atau efisiensi ini lebih berkaitan dengan teknologi. Efisiensi penetapan harga berhubungan dengan keefektifan pemasaran sehingga harga dapat digunakan untuk menilai hasil kinerja proses pemasaran dalam menyampaikan *output* pertanian dari daerah produsen ke daerah konsumen.

## F. Covid 19

Pada akhir tahun 2019 hingga tahun 2020, dunia telah dihebohkan oleh wabah virus corona baru bernama Covid 19 yang ditemukan pertama kali di Wuhan, Cina (Wang, 2020). Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) bahkan telah menetapkan status gawat darurat global (Pandemi) terkait Covid 19. Penyebaran virus Covid 19 begitu cepat telah menginfeksi ribuan jiwa manusia dari berbagai negara mulai dari Asia, Amerika hingga negara Eropa membuat mereka mengeluarkan kebijakan *lockdown*. Kebijakan *lockdown* dari berbagai negara ini berdampak pada terhambatnya perekonomian dunia global. Dari pandemi masa lalu yang dialami dunia, telah ditunjukkan bahwa karantina wilayah atau yang umum dikenal sebagai *lockdown* dapat membuat kepanikan pada masyarakat sehingga berdampak pada terhambatnya aktivitas manusia dan pertumbuhan ekonomi (Hanashima dan Tomobe, 2012).

Corona virus itu sendiri adalah keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit mulai dari gejala ringan sampai berat. *Corona virus Diseases 2019* (Covid 19) adalah penyakit jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Tanda dan gejala umum infeksi Covid 19 antara lain gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk, dan sesak napas (Yurianto, Ahmad, Bambang Wibowo, 2020).

Indonesia termasuk satu dari beberapa negara yang menerapkan kebijakan *social distancing* sebagaimana dituliskan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.21 Tahun 2020, yang mengatur pembatasan sosial berskala besar sebagai respons terhadap Covid 19, yang memungkinkan pemerintah daerah untuk membatasi pergerakan orang dan barang masuk dan keluar dari daerah masing-masing asalkan mereka telah mendapat izin dari kementerian terkait. Peraturan tersebut juga menyebutkan bahwa pembatasan kegiatan yang dilakukan paling sedikit meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, dan/atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum.

Pandemi Covid 19 hingga saat ini masih menghantui banyak sektor usaha di tanah air. Dampak dari terjadinya wabah Covid 19 ini bukan hanya sekadar penyakit yang mempengaruhi kesehatan, namun juga dampak secara ekonomi. Suatu wabah atau virus memang bisa menjadi momok menakutkan bagi perekonomian global dunia. Bukan hanya sektor transportasi serta sektor pariwisata saja yang terpengaruh melainkan merambat ke beberapa sektor lainnya seperti perdagangan, kesehatan, bahkan sektor agribisnis pertanian pun tak luput terkena imbas Covid 19. Contohnya saja pada virus HIV/AIDS yang saat mewabah di Afrika yang mempengaruhi pertanian dan ketahanan produksi pertanian dan persediaan makanan menurun (Hamusimbi dkk., 2006).

Pazarbasioglu, Ceyla (2020) menyatakan bahwa Covid 19 akan mengganggu rantai perdagangan dan aliran keuangan internasional, produktivitas modal dalam negeri karena pabrik tutup dan orang-orang tinggal dirumah, pendapatan pariwisata dan transportasi karena faktor permintaan, dan pendapatan ekspor karena penurunan harga komoditas. Scott, Rozelle, *et.al.* (2020) melaporkan bahwa Covid 19 berdampak pada ekonomi rumah tangga miskin pedesaan di China.

Di masa pandemi Covid 19, terjadi banyak perubahan. Hampir seluruh negara di dunia berusaha untuk memenuhi kebutuhan pangan domestiknya sendiri karena jalur perdagangan internasional terganggu semenjak wabah Covid 19 mulai menyebar. Produksi dalam negeri menjadi tumpuan utama bagi setiap negara saat ini, termasuk Indonesia. Fasilitas produksi, seperti mesin dan peralatan pertanian, subsidi pupuk dan benih, serta fasilitas pendukung produksi lainnya, perlu menjadi prioritas bagi peningkatan produksi dalam negeri. Bantuan dan fasilitasi dari stakeholder terkait dibutuhkan agar petani dapat meningkatkan kinerja produksinya. Selain itu, diperlukan juga protokol produksi yang dapat menjamin kualitas dan keamanan pangan yang terbebas dari Covid 19 (Hirawan *et.al.*, 2020).

Hirawan *et.al.* (2020) menambahkan bahwa di tengah pandemi Covid 19, segala aspek kehidupan cenderung mengarah pada situasi normal baru. Himbauan pemerintah kepada masyarakat untuk melakukan pekerjaan dari rumah (*working for home*) dan menjaga jarak secara fisik (*social/physical distancing*) serta kebijakan beberapa pemerintah daerah

yang mengimplementasikan karantina wilayah secara parsial dan melakukan pembatasan kegiatan di keramaian, telah membuat perubahan situasi yang baru di hampir semua aspek kehidupan, termasuk perubahan pola rantai pasok pangan. Sistem atau pola kerja di sektor pangan memang tampaknya berubah sangat signifikan di tengah pandemi Covid 19 ini, mulai dari proses produksi hingga konsumsi, dari hulu hingga hilir.

Dari perspektif produksi atau hulu, para petani dan produsen makanan mulai merasakan perubahan terkait pasokan input dan juga harus menyesuaikan protokol berproduksi untuk menjamin kualitas dan keamanan pangan di tengah pandemi Covid 19, khususnya di wilayah yang sudah terkontaminasi. Mobilisasi bahan pangan juga akan mengalami beberapa penyesuaian di mana terjadi pola perubahan jalur pasokan yang lebih banyak menuju pasar-pasar modern dan pasar yang berbasis online. Sementara itu dari sisi konsumsi, akibat diterapkannya social/physical distancing atau pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di beberapa wilayah, pola transaksi juga mulai berubah yang ditunjukkan semakin meningkatnya transaksi yang menggunakan platform digital atau online. Kondisi inilah yang pada akhirnya membutuhkan penyesuaian strategi kebijakan terkait pangan di semua lini (produksi hingga konsumsi dan hulu hingga hilir) agar ketahanan pangan di Indonesia tetap terjamin.

Selain itu, Jalur distribusi atau logistik menjadi sangat vital karena beberapa komoditas menjadi sangat penting di tengah pandemi Covid 19, seperti alat-alat kesehatan dan bahan pangan. Protokol logistik

kebencanaan tentu saja menjadi acuan awal distribusi logistik, tetapi lain hal dengan pandemi Covid 19 yang terhitung sebagai bencana non-alam. Jalur distribusi logistik memiliki peran yang sangat strategis di tengah pandemi virus ini, terutama dalam hal penanganan wabah dan memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri, khususnya yang terkait dengan pangan. Masuknya komoditas pangan melalui jalur darat, laut dan udara menjadi titik yang perlu menjadi perhatian sebelum distribusi komoditas tersebut tersebar ke seluruh wilayah Indonesia.

Dengan mempertimbangkan kondisi geografis Indonesia, persebaran penduduknya, serta permintaan bahan pangan di tengah pandemi Covid 19, maka menjadi penting jika sektor logistik dapat dioptimalkan dan protokol logistik dapat dijalankan sebagaimana mestinya karena sektor ini merupakan salah satu sektor kunci yang dapat menjaga ketersediaan dan stabilitas harga pangan di Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah perlu mendorong dan memfasilitasi sektor logistik ini agar berjalan optimal, terutama dalam hal penyediaan infrastruktur dan fasilitas khusus lainnya. Insentif untuk sektor logistik dalam rantai pasok pangan perlu menjadi prioritas agar distribusi pangan terjamin serta ketersediaan dan stabilitas harga pangan tetap terjaga. Jika tidak ada insentif sama sekali dan tidak ada protokol logistik yang jelas, bukan tidak mungkin juga distribusi pangan bukannya mendukung penyelesaian dampak akibat Covid 19, akan tetapi malah menjadi salah satu jalan bagi virus untuk menyebar dari satu titik ke titik yang lain.

## G. Penelitian Terdahulu

Rujukan penelitian yang sudah dilakukan akan dipertimbangkan oleh penulis dalam memilih suatu penelitian dan penelitian yang dilakukan tidak jauh berbeda dari penelitian sebelumnya. Dapat dilihat perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis:

Sari (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis *Supply Chain* Komoditas Cabai Rawit Merah Di Desa Brajan, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten” bertujuan untuk menganalisis perbandingan usahatani petani anggota dengan petani non anggota kelompok tani komoditas cabai rawit merah, menganalisis *supply chain* (rantai pasokan) komoditas cabai rawit merah, dan menganalisis efisiensi saluran rantai pasok cabai rawit merah di Desa Brajan, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis pendapatan, *R/C ratio*, margin pemasaran, *value chain analysis*, *farmer's share*, *B/C ratio*, dan elastisitas transmisi harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan usahatani cabai rawit merah di Desa Brajan baik pada petani anggota maupun non anggota kelompok tani menguntungkan atas biaya tunai. Pendapatan atas biaya total pada petani anggota menguntungkan, sedangkan pada petani non anggota mengalami kerugian. Terdapat 12 saluran rantai pasok cabai rawit merah di Desa Brajan. Berdasarkan hasil analisis, saluran VII merupakan saluran pemasaran yang paling efisien.

Purba (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Rantai Pasok Kubis Di Kabupaten Simalungun, Sumatera Utara” Bertujuan untuk menganalisis kondisi rantai pasok kubis di Kabupaten Simalungun dengan menggunakan kerangka *Food Supply Chain Network* (FSCN) dan menganalisis kinerja rantai pasok kubis di Kabupaten Simalungun dengan menggunakan analisis margin pemasaran, analisis *farmer’s share*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi rantai pasok kubis di Kabupaten Simalungun belum berjalan dengan baik. Pengintegrasian kualitas dan pengoptimuman rantai pasok belum menjadi sasaran setiap pelaku yang terkait dalam rantai pasok kubis. Hasil penelusuran produk kubis menggunakan *product traceability tools* sebagai indikator *food quality* menunjukkan bahwa lembaga yang terkait dalam rantai pasok kubis belum dapat menjamin kualitas dan keamanan kubis. Kinerja rantai pasok Kubis di Kabupaten Simalungun dari sisi sistem pemasaran tergolong efisien.

Apurwanti (2020) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Efisiensi Rantai Pasok Bawang Merah di Kabupaten Bantul” dimana tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kondisi rantai pasok bawang merah dan menyusun alternatif skenario sistem manajemen rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, evaluasi dengan membandingkan aktivitas anggota rantai pasok dengan menggunakan analisis margin pemasaran, *farmer’s share* serta *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga saluran rantai pasok bawang merah di Kabupaten Bantul, saluran I (petani-

pedagang besar lokal-pengecer lokal-konsumen), saluran II (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar lokal-pengecer lokal-konsumen), saluran III (petani-pedagang pengumpul-pedagang besar non lokal-pengecer non lokal-konsumen). Berdasarkan analisis AHP, dalam membentuk manajemen rantai pasokan bawang merah yang efisien, kriteria meningkatkan kemitraan atau bekerjasama semua pihak menjadi prioritas yang paling berperan penting.

Umar (2020) melakukan penelitian mengenai “Analisis Marjin Pemasaran Cabai Rawit Di Desa Toluaya Kecamatan Bolaang Uki”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis marjin pemasaran cabai rawit di Desa Toluaya dan menganalisis farmer’s share di setiap saluran pemasaran di Desa Toluaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa marjin pemasaran saluran tingkat nol adalah Rp 0 per kilogram. Marjin pemasaran untuk level saluran I adalah Rp 15.000 per kilogram. Marjin pemasaran untuk tingkat saluran II adalah Rp 20.000 per kilogram. Marjin pemasaran untuk level saluran III adalah Rp 50.000 per kilogram. Pangsa petani pada masing-masing saluran pemasaran cabai di Desa Toluaya diperoleh tingkat saluran 0 100%, saluran I tingkat 76,9%, saluran II 73,3% dan saluran III tingkat 54, 6%. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa marjin pemasaran cabai di Desa Toluaya paling besar pada tingkat saluran III, karena tingkat saluran III memiliki tingkat efisiensi ekonomi yang paling tinggi. Bagian petani yang diterima petani cabai di Desa Toluaya, paling besar pada saluran tingkat

nol, karena saluran tingkat nol merupakan saluran pemasaran terpendek untuk cabai dan lebih efisien secara teknis dan ekonomis, karena persentase margin pemasaran yang paling rendah dan bagian petani paling tinggi.

Tubagus (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Rantai Pasokan (Supply Chain) Komoditas Cabai Rawit Di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon” tujuan penelitian ini untuk mengetahui mekanisme rantai pasokan terkait dengan aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan serta bagaimana tingkat efisiensi pada komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai Kota Tomohon. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai sudah efisien jika dilihat dari nilai share keuntungan pada setiap saluran; (2) Aliran produk dalam rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai berupa buah cabai rawit yang segar; (3) Aliran informasi pada rantai pasokan komoditas cabai rawit adalah aliran informasi dari petani dengan setiap mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai; (4) Aliran keuangan dalam rantai pasokan komoditas cabai rawit di Kelurahan Kumelembuai dibedakan menjadi 7 macam aliran dimana dalam aliran keuangan tersebut, sistem transaksi pembayaran yang digunakan selama proses distribusi sangat mempengaruhi kinerja dari setiap mata rantai.

Rabbani (2018) melakukan penelitian mengenai “Analisis Efisiensi Rantai Pasok Komoditas Talas di Kota Bogor”. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mekanisme dan efisiensi rantai pasok komoditas talas di Kota Bogor. Metode deskriptif digunakan untuk menerangkan aspek sasaran, aspek struktur, aspek manajemen, aspek sumber daya, dan aspek proses bisnis dalam rantai pasok komoditas talas di Kota Bogor dengan pendekatan *Food Supply Chain Networking*. Selanjutnya, digunakan metode analisis efisiensi untuk menentukan nilai efisiensi suatu saluran rantai pasok dengan pendekatan margin pemasaran dan *farmer’s share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran yang paling tidak efisien adalah saluran 1 dengan margin pemasaran sebesar Rp.33.300 per umbi dan nilai *farmer’s share* sebesar 8.3%. Struktur rantai pasok untuk pola saluran 1 adalah Petani – Pengepul – Pengolah Y – Pengolah X – Konsumen. Saluran yang paling efisien adalah pola saluran 2 dengan margin pemasaran sebesar Rp 5 663 per umbi dan nilai *farmer’s share* sebesar 34.6%. Struktur rantai pasok untuk pola saluran 2 adalah Petani – Pengepul – Pengolah Y – Konsumen.

#### **H. Kerangka Pikir**

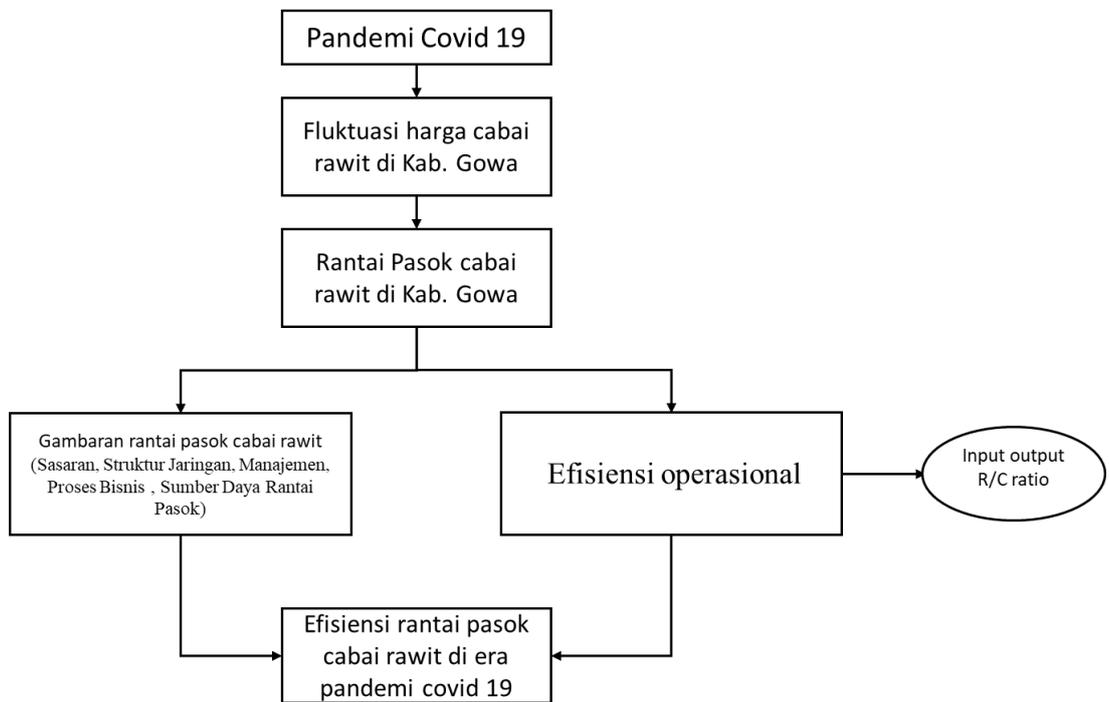
Pandemi covid 19 yang menghantam hampir semua sektor pertanian juga menghantam komoditas hortikultura salah-satunya ialah cabai rawit di Kabupaten Gowa. Permasalahan yang terjadi ialah fluktuasi harga yang menyebabkan kerugian dimulai dari petani hingga konsumen dari cabai rawit tersebut.

Ketidakseimbangan antara persediaan dan permintaan merupakan penyebab dari terjadinya fluktuasi harga. Fluktuasi terjadi dikarenakan peningkatan produksi cabai rawit disaat musim panen yang menyebabkan anjloknya harga cabai rawit dipasaran, sedangkan naiknya harga diakibatkan oleh kelangkaan pasokan cabai rawit dipasaran. Ditambah lagi, selama pandemi proses distribusi cabai rawit kerap kali terhambat dikarenakan adanya kebijakan pembatasan kegiatan sosial dari pemerintah. Hal ini mengindikasikan adanya masalah sistem agribisnis cabai rawit di Kabupaten Gowa meskipun belum teridentifikasi. Identifikasi masalah agribisnis dapat dimulai dengan melihat rantai pasok.

Kabupaten Gowa merupakan salah satu kabupaten penghasil cabai rawit di Provinsi Sulawesi Selatan. Volume produksi yang cukup tinggi diharapkan mampu memenuhi permintaan terhadap cabai rawit di wilayah sekitar, tetapi kerap kali kelangkaan masih terjadi dikarenakan pola tanam cabai rawit yang tidak berkelanjutan. selain itu pengaruh pandemi covid 19 yaitu menurunnya tingkat pembelian konsumen dan terhambatnya distribusi juga menjadi faktor yang menyebabkan fluktuasi harga di pasar dan di tingkat petani. Oleh sebab itu penting untuk menggambarkan kondisi rantai pasok cabai rawit dan efisiensi rantai pasok cabai rawit pada masa pandemi covid 19 di Kabupaten Gowa.

Gambaran rantai pasok cabai rawit penting untuk dapat digambarkan sesuai dengan kerangka kerja *Food Supply Chain Network (FSCN)* yang terdiri dari empat elemen yang meliputi struktur jaringan, proses-proses

rantai bisnis, manajemen rantai dan sumber daya rantai dan setiap elemen didukung oleh sasaran rantai sedangkan pengukuran efisiensi rantai pasok diukur dengan membandingkan output pemasaran terhadap input pemasaran serta rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran.



**Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian**

## I. Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diduga bahwa pemasaran cabai pada era pandemi covid 19 di Kabupaten Gowa kurang efisien.