

Margin, Farmer's Share, dan Kelayakan Operasional Saluran Pemasaran Cabai Rawit di Mojokerto

*Marketing Margin, Farmer's Share, and Operational Feasibility of a Bird's Eye Chili Channel
in Mojokerto*

Budi Utomo^{1*}, Nur Farida Kusumawati², Rizki Nugianto³

^{1,2,3} Fakultas Pertanian, Universitas Mayjen Sungkono, Mojokerto, Indonesia

*email korespondensi: ir.budiutomo@gmail.com

Info Artikel

Diajukan:
9 Agustus 2026
Diterima:
26 Agustus 2026
Diterbitkan:
16 September 2026

Abstract

Bird's eye chili is highly perishable, making channel structure and intermediary performance crucial for maintaining distribution and value sharing among actors. This study analyzes the marketing channel of UD Sumber Tani Abadi, Mojokerto, by integrating marketing margin, farmer's share, and short-run operational feasibility. A descriptive quantitative approach was employed through a census of 90 partner farmers, one marketing intermediary, and one retailer, involving 92 participants in the observed channel. Primary data were obtained through interviews, questionnaires, observation, and business records. The identified channel was farmers → marketing intermediary → retailer → final consumers. The intermediary margin was Rp10,000/kg, farmer's share reached 73.33%, and the short-run operational R/C ratio was 1.14. These indicators demonstrate positive internal channel performance; however, they do not establish that this channel is more efficient than alternative channels, as no comparative channel was observed. Cash payment, a relatively short channel, and repeated trading relationships supported continuity, whereas price volatility and farmer dependence on a single buyer remained important risks. The findings highlight the need for market diversification, more transparent price arrangements, stronger farmer organization, and longer-period monitoring of prices and operating costs.

Keywords:

bird's eye chili, farmer's share, marketing channel, marketing efficiency, marketing intermediary.

Abstrak

Cabai rawit bersifat mudah rusak sehingga struktur saluran dan kinerja lembaga pemasaran penting untuk menjaga distribusi dan pembagian nilai antar pelaku. Penelitian ini menganalisis saluran pemasaran UD Sumber Tani Abadi, Mojokerto, dengan mengintegrasikan margin pemasaran, farmer's share, dan kelayakan operasional jangka pendek. Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan melalui sensus terhadap 90 petani mitra, satu pengepul, dan satu pengecer (92 pelaku). Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan catatan usaha. Saluran yang teridentifikasi adalah petani → pengepul → pengecer → konsumen akhir. Margin pengepul sebesar Rp10.000/kg, farmer's share 73,33%, dan rasio R/C operasional 1,14. Indikator ini menunjukkan kinerja internal saluran yang positif, namun belum membuktikan efisiensi dibandingkan saluran alternatif karena tidak ada perbandingan antarsaluran. Pembayaran tunai, saluran pendek, dan hubungan transaksi berulang mendukung kontinuitas, sedangkan fluktuasi harga dan ketergantungan pada satu pembeli menjadi risiko utama. Temuan menegaskan perlunya diversifikasi pasar, transparansi harga, penguatan kelembagaan petani, serta pemantauan harga dan biaya jangka panjang.

Kata Kunci:

cabai rawit, efisiensi pemasaran, farmer's share, lembaga pemasaran, saluran pemasaran.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian tetap berperan penting dalam perekonomian dan penyerapan tenaga kerja Indonesia. Pada Agustus 2024, lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan menyerap

28,18% penduduk bekerja (Purwani et al., 2014). Kabupaten Mojokerto juga memiliki basis pertanian dan hortikultura yang penting bagi ekonomi lokal (Arifiyanto et al., 2026). Cabai rawit (*Capsicum frutescens L.*) menjadi komoditas strategis karena bernilai ekonomi tinggi, dikonsumsi luas, dan harganya berfluktuasi. Sifatnya yang mudah rusak membuat kecepatan distribusi, penanganan pascapanen, dan pemilihan saluran pemasaran menentukan biaya, susut mutu, serta bagian harga yang diterima petani (Filaila et al., 2021; Naully, 2016; Nuridayat et al., 2022).

Studi pemasaran cabai menunjukkan bahwa farmer's share dan margin bervariasi menurut struktur saluran, fungsi lembaga, biaya, dan pasar tujuan. Farmer's share tertinggi 64,28% pada saluran yang paling efisien di Desa Bocek, sedangkan nilai tertinggi 77,21% pada salah satu dari 12 saluran di Desa Brajan. Jumlah lembaga dan pola hubungan antar pelaku memengaruhi pembentukan margin dan posisi tawar. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa panjang saluran saja tidak cukup untuk menjelaskan efisiensi; fungsi yang dilakukan perantara, biaya yang ditanggung, karakter pasar tujuan, serta hubungan transaksi perlu dibaca bersama (Hastuti & Sari, 2020; Mulyati et al., 2025; Shakana et al., 2023).

Celah penelitian ini terletak pada keterbatasan kajian yang secara bersamaan membaca distribusi harga kepada petani dan kinerja operasional perantara pada satu jaringan pemasaran lokal. Penelitian terdahulu umumnya menekankan identifikasi saluran, margin, atau farmer's share, sedangkan penelitian ini menggabungkan ketiganya dengan biaya, pendapatan, dan R/C operasional pengepul yang menjalankan fungsi konsolidasi volume, sortasi, pengemasan, dan distribusi. Pada UD Sumber Tani Abadi di Desa Lakardowo, Kecamatan Jetis, petani mitra memperoleh kepastian penyerapan dan pembayaran tunai, tetapi akses pasar alternatif yang terbatas berpotensi menambah ketergantungan pada satu pembeli. Karena hanya satu saluran yang diamati, efisiensi dalam penelitian ini dimaknai sebagai kinerja internal saluran berdasarkan indikator yang tersedia, bukan peringkat efisiensi dibandingkan saluran lain.

Penelitian ini menjawab tiga pertanyaan: (1) bagaimana struktur dan fungsi pelaku pada saluran pemasaran cabai rawit UD Sumber Tani Abadi; (2) bagaimana margin pemasaran, farmer's share, biaya, pendapatan, dan R/C operasional pada saluran tersebut; dan (3) faktor apa yang mendukung serta membatasi kinerja saluran. Secara konseptual, penelitian berkontribusi dengan menempatkan farmer's share sebagai indikator distribusi harga bersama kelayakan operasional perantara; secara praktis, hasilnya digunakan untuk merumuskan pengelolaan risiko harga, diversifikasi pasar, dan penguatan posisi tawar petani.

Kerangka Konseptual

Saluran pemasaran menjelaskan urutan lembaga yang memindahkan produk dari produsen ke konsumen beserta fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas yang dijalankan. Margin pemasaran merupakan selisih harga antar tingkat pasar yang mencakup biaya fungsi pemasaran dan keuntungan lembaga, sedangkan farmer's share menunjukkan proporsi harga konsumen akhir yang diterima petani (Downey & Erickson, 1992; Kholis, 2017). Dalam perspektif rantai nilai, fungsi konsolidasi, sortasi, pengemasan, dan transportasi dapat menciptakan nilai sekaligus menambah biaya sehingga margin perlu diinterpretasikan bersama fungsi yang dikerjakan (Porter & Advantage, 1985).

Kerangka analisis penelitian ini menempatkan karakter produk yang mudah rusak sebagai konteks yang memengaruhi struktur saluran. Struktur dan fungsi pelaku kemudian dievaluasi melalui margin pemasaran dan farmer's share, sementara kinerja operasional pengepul dibaca melalui biaya, pendapatan, keuntungan per kilogram, dan rasio R/C. Karena R/C dihitung dari data operasional harian yang tersedia, indikator ini digunakan hanya untuk menilai kelayakan jangka pendek, bukan kelayakan investasi atau keberlanjutan tahunan (A. Soekartawi, 2002; S. Soekartawi, 2007).

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh petani mitra aktif yang memasok cabai rawit kepada UD Sumber Tani Abadi pada periode penelitian tahun 2025, sebanyak 90 petani. Seluruh petani tersebut dijadikan responden dengan teknik sensus karena penelitian bertujuan memetakan satu jaringan pemasaran secara utuh dan menangkap seluruh variasi transaksi yang terdapat di dalam jaringan pemasok. Selain 90 petani, penelitian melibatkan satu pengepul, yaitu UD Sumber Tani Abadi, dan satu pengecer di Pasar Induk Porong sebagai informan lembaga pemasaran, sehingga jumlah pelaku yang diwawancarai 92 orang. Cakupan sensus hanya berlaku pada jaringan pemasok yang diteliti dan tidak dimaksudkan mewakili seluruh petani cabai rawit di Kabupaten Mojokerto.

Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif mencakup volume pembelian dan penjualan, harga beli di tingkat petani, harga jual pengepul, harga jual pengecer kepada konsumen akhir, biaya pemasaran, penerimaan, dan pendapatan. Data kualitatif mencakup fungsi setiap pelaku, mekanisme transaksi, bentuk hubungan antar pelaku, serta kendala distribusi. Data primer diperoleh dari wawancara, kuesioner, observasi, dan catatan usaha, sedangkan data sekunder berasal dari publikasi statistik dan literatur ilmiah yang relevan (Saebani, 2024). Karakteristik petani seperti luas lahan, produksi individual, frekuensi panen, dan lama kemitraan tidak tercatat lengkap dalam data yang tersedia sehingga tidak diestimasi ulang dan diperlakukan sebagai keterbatasan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner terstruktur dan pedoman wawancara yang berfokus pada informasi faktual: identitas dan peran pelaku, volume dan frekuensi transaksi, harga beli dan harga jual, komponen biaya pemasaran, cara pembayaran, fungsi sortasi dan pengemasan, tujuan distribusi, serta kendala harga dan pasokan. Informasi harga konsumen akhir Rp75.000/kg diperoleh dari satu pengecer responden di Pasar Induk Porong dan diperlakukan sebagai harga pada saluran yang diamati, bukan sebagai rata-rata seluruh pengecer di pasar. Observasi dan dokumentasi catatan usaha digunakan untuk mencocokkan informasi transaksi dari wawancara. Naskah/data sumber tidak memuat hasil uji validitas dan reliabilitas formal instrumen; karena itu, kualitas data dinilai terutama melalui konsistensi antar sumber informasi, dan keterbatasan tersebut diperhitungkan dalam interpretasi.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Total biaya operasional (TC) dihitung dari biaya pembelian produk ditambah biaya pemasaran dan operasional lain. Penerimaan total dihitung dengan $TR = P \times Y$, sedangkan pendapatan bersih dihitung sebagai $Pd = TR - TC$ (Soekartawi, 2002). Margin pemasaran pengepul dihitung sebagai $Mp = Pr - Pf$, dengan Pr harga jual pengepul dan Pf harga beli dari petani. Farmer's share dihitung sebagai $FS = (Pf/Pc) \times 100\%$, dengan Pc harga konsumen akhir pada saluran yang diamati. Keuntungan pemasaran per kilogram dihitung sebagai $K = Hj - Hb - Bp$, dengan Bp biaya pemasaran non-pembelian per kilogram.

Rasio R/C dihitung sebagai $R/C = TR/TC$. Nilai $R/C > 1$ menunjukkan penerimaan operasional lebih besar daripada biaya, $R/C = 1$ menunjukkan titik impas, dan $R/C < 1$ menunjukkan penerimaan lebih kecil daripada biaya (Soekartawi, 2002). Perhitungan penelitian ini menggunakan angka rata-rata operasional harian yang tersedia, sehingga R/C hanya dipakai sebagai indikator jangka pendek. Opportunity cost modal kerja, variasi biaya bulanan/musiman, dan rincian metode penyusutan alat tidak tersedia. Biaya penyusutan Rp50.000/hari karena itu diperlakukan sebagai biaya yang tercatat dalam data usaha, bukan estimasi penyusutan yang dihitung ulang oleh peneliti. Untuk menilai kerentanan hasil, dilakukan simulasi sensitivitas

sederhana dengan mengubah harga beli, harga jual, dan biaya transportasi secara *ceteris paribus* (Naully, 2016).

Saluran pemasaran dianalisis dengan menelusuri aliran produk dan harga dari petani hingga konsumen akhir (Shakana et al., 2023). Hasil kuantitatif diinterpretasikan bersama informasi mengenai fungsi pemasaran, pembayaran tunai, kontinuitas pasokan yang dilaporkan, hubungan transaksi berulang, dan risiko fluktuasi harga. Karena penelitian hanya mengamati satu saluran, istilah efisiensi digunakan secara terbatas untuk menggambarkan kinerja internal berdasarkan margin, farmer's share, biaya, keuntungan, dan R/C; penelitian tidak melakukan uji komparatif antarsaluran (Dasuki & Jaeroni, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Karakteristik Responden dan Transaksi

Responden terdiri atas 90 petani mitra, satu pengepul, dan satu pengecer. Data transaksi yang tersedia menunjukkan UD Sumber Tani Abadi menangani rata-rata sekitar 400 kg cabai rawit per hari, dengan harga acuan pembelian Rp55.000/kg, harga jual pengepul Rp65.000/kg, dan harga konsumen akhir Rp75.000/kg berdasarkan keterangan satu pengecer responden di Pasar Induk Porong. Data sumber tidak menyediakan rentang atau simpangan baku volume dan harga, sehingga angka tersebut tidak dapat digunakan untuk menggambarkan variasi harian atau musiman. Demikian pula, luas lahan, produksi per petani, frekuensi panen, dan lama kemitraan tidak tersedia secara lengkap dan tidak diestimasi agar tidak menghasilkan informasi yang tidak terverifikasi.

Tabel 1. Pelaku dan informasi transaksi pada saluran pemasaran yang diamati

Pelaku	Jumlah	Peran dan informasi yang tersedia
Petani mitra	90	Pemasok cabai rawit; harga acuan pembelian Rp55.000/kg
Pengepul	1	Konsolidasi, sortasi, pengemasan, distribusi; volume ± 400 kg/hari; harga jual Rp65.000/kg
Pengecer	1	Pengecer di Pasar Induk Porong; harga konsumen akhir Rp75.000/kg

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Catatan: karakteristik individual petani dan ukuran variasi harga/volume tidak tersedia lengkap pada data sumber; karena itu Tabel 1 hanya menyajikan informasi yang dapat diverifikasi.

Struktur Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan

Tabel 2. Biaya operasional harian non-pembelian pada data yang tersedia

No.	Komponen	Jumlah (Rp)
1	Transportasi	300.000
2	Tenaga kerja	200.000
3	Retribusi pasar	100.000
4	Penyusutan alat	50.000
5	Kemasan	150.000
Total biaya non-pembelian		800.000

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Biaya pembelian cabai = $\text{Rp}55.000 \times 400 \text{ kg} = \text{Rp}22.000.000/\text{hari}$.

Total biaya operasional = $\text{Rp}22.000.000 + \text{Rp}800.000 = \text{Rp}22.800.000/\text{hari}$.

Penerimaan total (TR) = $\text{Rp}65.000 \times 400 \text{ kg} = \text{Rp}26.000.000/\text{hari}$.

Pendapatan bersih (Pd) = $\text{Rp}26.000.000 - \text{Rp}22.800.000 = \text{Rp}3.200.000/\text{hari}$.

Biaya transportasi, tenaga kerja, retribusi, dan penyusutan tersedia sebagai nilai agregat harian; data sumber tidak merinci jumlah pekerja, jam kerja, komponen bahan bakar/sewa kendaraan, maupun dasar perhitungan penyusutan. Oleh karena itu, komponen tersebut tidak dipecah lebih lanjut agar tidak menambahkan asumsi yang tidak terverifikasi.

Margin Pemasaran, Farmer's Share, Keuntungan, dan R/C

Margin pemasaran pada tingkat pengepul: $M_p = \text{Rp}65.000 - \text{Rp}55.000 = \text{Rp}10.000/\text{kg}$.

Farmer's share: $FS = (\text{Rp}55.000/\text{Rp}75.000) \times 100\% = 73,33\%$. Karena harga konsumen akhir berasal dari satu pengecer responden, nilai farmer's share ini berlaku untuk saluran dan harga observasi yang dianalisis, bukan sebagai estimasi rata-rata seluruh pasar.

Biaya pemasaran non-pembelian per kilogram = $\text{Rp}800.000/400 \text{ kg} = \text{Rp}2.000/\text{kg}$. Keuntungan pemasaran pengepul = $\text{Rp}65.000 - \text{Rp}55.000 - \text{Rp}2.000 = \text{Rp}8.000/\text{kg}$.

Rasio R/C operasional = $\text{Rp}26.000.000/\text{Rp}22.800.000 = 1,14$. Nilai ini menunjukkan setiap Rp1,00 biaya operasional yang tercatat menghasilkan Rp1,14 penerimaan pada kondisi harga dan volume yang digunakan dalam analisis.

Analisis Sensitivitas Operasional

Simulasi sederhana menunjukkan bahwa hasil operasional lebih sensitif terhadap perubahan harga daripada kenaikan biaya transportasi dalam skenario yang diuji. Skenario berikut bersifat ceteris paribus dan bukan data observasi baru.

Tabel 3. Hasil Analisis Sensitivitas Operasional

Skenario	Pendapatan bersih/hari	R/C
Kondisi dasar	Rp3.200.000	1,14
Harga beli naik 5% menjadi Rp57.750/kg	Rp2.100.000	1,09
Harga jual turun 10% menjadi Rp58.500/kg	Rp600.000	1,03
Biaya transportasi naik 20% menjadi Rp360.000/hari	Rp3.140.000	1,14

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Dengan biaya non-pembelian Rp2.000/kg dan harga jual Rp65.000/kg, harga beli impas sekitar Rp63.000/kg. Sebaliknya, pada harga beli Rp55.000/kg, harga jual impas sekitar Rp57.000/kg. Hasil ini mempertegas bahwa R/C 1,14 memiliki bantalan yang terbatas terhadap gejolak harga.

Saluran dan Fungsi Pemasaran

Saluran pemasaran dimulai dari petani mitra yang menjual cabai rawit kepada UD Sumber Tani Abadi. Pembayaran dilakukan secara tunai. Pengepul mengonsolidasikan produk, melakukan sortasi dan pengemasan, lalu mengangkut cabai ke Pasar Induk Porong dengan volume rata-rata sekitar 400 kg/hari. Pengecer kemudian menjual cabai kepada konsumen akhir. Saluran yang diamati adalah petani → pengepul → pengecer → konsumen akhir. Informasi yang tersedia menunjukkan fungsi utama pengepul adalah konsolidasi volume dan distribusi; data tidak cukup untuk mengukur secara kuantitatif strategi mitigasi petani terhadap cuaca/hama atau variasi harga antarpemasok.

Tabel 4. Fungsi, nilai tambah, dan tantangan pada saluran pemasaran cabai rawit

Aktor	Tahap/Fungsi	Fungsi Utama	Nilai Tambah	Tantangan
Petani	Produksi dan pemetikan	Menyediakan cabai segar	Kualitas awal	Cuaca dan hama; data strategi mitigasi tidak tersedia
Pengepul	Pengumpulan, sortasi, pengemasan	Konsolidasi volume dan jaminan pasar	Margin Rp10.000/kg	Fluktuasi harga dan ketergantungan satu pasar tujuan
Pengepul	Transportasi ke pasar	Memperluas akses pasar	Menekan risiko busuk	Biaya transportasi
Pengecer	Penjualan eceran	Menyalurkan ke konsumen akhir	Akses konsumen	Fluktuasi permintaan

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Interpretasi Margin, Farmer's Share, dan Kinerja Saluran

Farmer's share 73,33% menempatkan saluran yang diamati di antara temuan sebesar 64,28% dan sebesar 77,21%. Perbedaan tersebut tidak dapat dijelaskan hanya oleh jumlah

lembaga pemasaran. Saluran yang lebih pendek cenderung membatasi penambahan margin antarlembaga, tetapi biaya fisik, fungsi sortasi-pengemasan, karakter pasar tujuan, dan tingkat harga pada saat pengamatan juga menentukan bagian harga petani. Karena penelitian ini tidak mengamati saluran alternatif dalam lokasi yang sama, nilai 73,33% lebih tepat dibaca sebagai indikator distribusi harga pada saluran yang diteliti, bukan bukti bahwa saluran ini paling efisien (Hastuti & Sari, 2020; Mulyati et al., 2025).

Margin Rp10.000/kg pada tingkat pengepul terdiri atas biaya pemasaran non-pembelian Rp2.000/kg dan keuntungan pemasaran Rp8.000/kg. Struktur ini memperlihatkan bahwa selisih harga tidak seluruhnya menjadi laba perantara karena pengepul menjalankan fungsi konsolidasi, sortasi, pengemasan, dan transportasi. Kerangka pemasaran pertanian menekankan bahwa margin perlu dibaca bersama fungsi dan biaya yang membentuknya, sedangkan perspektif rantai nilai menegaskan pentingnya menilai apakah fungsi perantara benar-benar menambah nilai pada aliran produk (Downey & Erickson, 1992; Kohls & Uhl, 2002; Porter & Advantage, 1985).

Peran Pengepul dan Faktor Pendukung Kinerja

Tiga kondisi mendukung kinerja saluran. Pertama, volume rata-rata sekitar 400 kg/hari memungkinkan biaya transportasi dan penanganan tersebar pada volume yang relatif besar. Kedua, pembayaran tunai mengurangi risiko piutang bagi pengepul dan memberikan kepastian penerimaan bagi petani. Ketiga, hubungan transaksi berulang membangun kepercayaan yang berpotensi menurunkan biaya pencarian pembeli, negosiasi, dan koordinasi. Dalam komoditas yang mudah rusak, manfaat tersebut penting karena keterlambatan distribusi dapat meningkatkan susut mutu dan biaya pascapanen (Filaila et al., 2021; Nuridayat et al., 2022). Namun, data penelitian belum mengukur biaya transaksi secara langsung, sehingga mekanisme tersebut diperlakukan sebagai interpretasi atas pola hubungan yang diamati.

Tantangan dan Risiko

R/C 1,14 menunjukkan operasi harian pada kondisi dasar masih menghasilkan penerimaan di atas biaya, tetapi analisis sensitivitas memperlihatkan bantalan keuntungan yang terbatas. Kenaikan harga beli 5% menurunkan R/C menjadi sekitar 1,09, sedangkan penurunan harga jual 10% menurunkannya menjadi sekitar 1,03. Pada kondisi biaya saat ini, harga jual impas sekitar Rp57.000/kg. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan harga beli dan harga jual merupakan risiko yang lebih material bagi margin dibandingkan kenaikan moderat biaya transportasi. Karena seluruh simulasi menggunakan angka harian, hasil tersebut tetap tidak menggantikan analisis musiman atau tahunan.

Ketergantungan petani pada satu pengepul memberi dua konsekuensi. Di satu sisi, hubungan tersebut menyediakan kepastian penyerapan dan pembayaran tunai. Di sisi lain, keterbatasan alternatif pembeli dapat mengurangi kemampuan petani membandingkan harga dan menegosiasikan syarat transaksi. Data yang tersedia belum memuat harga dari pembeli alternatif maupun variasi harga antarpetani, sehingga penelitian ini tidak dapat menyimpulkan adanya monopsoni atau ketidakadilan harga. Risiko kelembagaan yang dapat dinyatakan secara hati-hati adalah kerentanan terhadap satu jalur pemasaran apabila terjadi gangguan operasi pengepul atau penurunan harga di pasar tujuan.

Implikasi Manajerial dan Kebijakan

Bagi UD Sumber Tani Abadi, prioritas pertama adalah membangun pencatatan harga, volume, biaya, dan margin secara mingguan agar batas aman operasi dapat dipantau dan hasil R/C tidak bergantung pada satu hari pengamatan. Prioritas kedua adalah menguji satu atau lebih pasar tujuan alternatif di wilayah Surabaya-Sidoarjo untuk mengurangi ketergantungan pada satu pasar, dengan tetap membandingkan tambahan biaya transportasi dan harga jual yang diperoleh. Bagi petani, penguatan kelompok dapat diarahkan pada berbagi informasi harga, standarisasi mutu, dan pengaturan pemasokan agar posisi tawar meningkat tanpa menghilangkan manfaat konsolidasi pengepul. Bagi pemerintah daerah dan penyuluh, dukungan yang paling relevan

adalah informasi harga yang mudah diakses, pelatihan sortasi-pengemasan, dan fasilitasi kelembagaan pemasaran kolektif. Rekomendasi tersebut langsung menanggapi dua risiko yang ditemukan, yaitu volatilitas harga dan ketergantungan pada satu jalur pemasaran.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya mengamati satu saluran pemasaran dan menggunakan data operasional harian yang tersedia, sehingga tidak dapat menentukan saluran paling efisien secara komparatif maupun menilai keberlanjutan usaha sepanjang tahun. Harga konsumen akhir berasal dari satu pengecer responden; variasi harga, volume, dan biaya dari waktu ke waktu tidak tersedia. Karakteristik petani seperti luas lahan, produksi, frekuensi panen, dan lama kemitraan juga belum terdokumentasi lengkap. Selain itu, naskah sumber tidak memuat hasil uji validitas-reliabilitas formal instrumen. Keterbatasan tersebut membuat hasil paling tepat dipahami sebagai studi kasus deskriptif pada jaringan UD Sumber Tani Abadi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran cabai rawit UD Sumber Tani Abadi berbentuk petani → pengepul → pengecer → konsumen akhir. Pada kondisi operasional yang dianalisis, farmer's share sebesar 73,33%, margin pengepul Rp10.000/kg, dan R/C jangka pendek 1,14 menunjukkan kinerja internal saluran yang positif. Kinerja tersebut didukung oleh saluran yang relatif pendek, pembayaran tunai, dan hubungan transaksi berulang, tetapi sensitif terhadap perubahan harga serta dibayangi ketergantungan petani pada satu pembeli dan satu pasar tujuan. Karena penelitian tidak membandingkan saluran alternatif dan menggunakan data harian yang terbatas, hasil tidak dapat digunakan untuk menyatakan bahwa saluran ini paling efisien atau layak sepanjang tahun. Kontribusi utama penelitian adalah mengintegrasikan indikator distribusi harga kepada petani dengan kinerja operasional perantara dalam satu analisis studi kasus pemasaran hortikultura.

Saran

Prioritas pertama bagi UD Sumber Tani Abadi adalah pencatatan mingguan harga, volume, biaya, dan margin serta uji pasar tujuan alternatif untuk mengurangi risiko konsentrasi pada Pasar Induk Porong. Petani perlu memperkuat kelompok atau pemasaran kolektif untuk berbagi informasi harga, menyusun standar mutu, dan meningkatkan posisi tawar. Pemerintah daerah dan penyuluh dapat mendukung melalui informasi harga yang transparan, pelatihan pascapanen, dan fasilitasi kelembagaan pemasaran. Penelitian selanjutnya perlu menggunakan data longitudinal minimal satu siklus tahunan, memasukkan *opportunity cost* modal kerja dan metode penyusutan yang terdokumentasi, membandingkan beberapa saluran pemasaran, serta mencatat karakteristik petani dan variasi harga-volume agar efisiensi dan keberlanjutan usaha dapat dievaluasi secara lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifiyanto, M. F., Supriyanto, S., & Widodo, M. H. (2026). Pengaruh Sektor Pertanian dan Sektor Perdagangan Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Mojokerto. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 271–284.
- Dasuki, W. C., & Jaeroni, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anomali Pasar Cabai Rawit Di Kota Cirebon. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i1.23681>
- Downey, W. D., & Erickson, S. P. (1992). *Manajemen Agribisnis*. Edisi ke 2. Terjemahan R. Ghanda. S, dan A. Sirait. Erlangga. Jakarta.
- Filaila, N. F., Suryanti, S., & Widiastuti, A. (2021). Zero-energy cool chamber in anthracnose disease management of postharvest capsicum frutescens. *Jurnal Fitopatologi Indonesia*, 17(3), 83–91.

<https://doi.org/10.14692/jfi.17.3.83-91>

- Hastuti, H., & Sari, A. N. A. (2020). Analisis Pemasaran Komoditas Cabai Rawit Merah di Desa Brajan, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Klaten. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 25(4), 524–532. <https://doi.org/10.18343/jipi.25.4.524>
- Kholis, D. N. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Tembakau Di Kecamatan Imogiri Kabupaten Bantul. *Jurnal Ilmiah Agritas*, 1(2).
- Kohls, R. L., & Uhl, J. N. (2002). *Marketing of agricultural products*. (Issue Ed. 9).
- Mulyati, Y. E., Setiaji, J., & Mutiara, F. (2025). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Bocek Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(2), 491–500.
- Nauliy, D. (2016). Fluktuasi dan disparitas harga cabai di Indonesia. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 1(1), 57–70. <https://doi.org/10.24853/jat.1.1.57-70>
- Nuridayat, N., Sabahannur, S., & Alimuddin, S. (2022). Pengaruh suhu dan jenis kemasan terhadap umur simpan dan mutu cabai rawit (*Capsicum frutescens* L.). *Agrotekmas Jurnal Indonesia: Jurnal Ilmu Peranian*, 3(2), 37–46. <https://doi.org/10.33096/agrotekmas.v3i2.245>
- Porter, M. E., & Advantage, C. (1985). Creating and sustaining superior performance. *Competitive Advantage*, 167, 167–206.
- Purwani, K. I., Wijayawati, L., Nurhatika, S., Sa, N. A., & Diyah, A. A. (2014). Bintaro (*Cerbera odollam*) leaf extract as a potential biological pest control toward spodopteralitura F. Mortality. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 4(4), 18–23.
- Saebani, B. A. (2024). *Metode penelitian*. CV Pustaka Setia.
- Shakana, A., Kakisina, L. O., & Parera, W. B. (2023). Analisis Saluran Pemasaran Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens* L) Di Km 12 Kelurahan Holo Kecamatan Amahai Kabupaten Maluku Tengah. *Agrilan: Jurnal Agribisnis Kepulauan*, 11(1), 58–75.
- Soekartawi, A. (2002). Analisis Usahatani/Soekartawi. *Universitas Indonesia Library*.
- Soekartawi, S. (2007). E-Agribisnis: Teori dan Aplikasinya. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*.