

**FLUKTUASI HARGA DAN EFISIENSI PEMASARAN CABAI RAWIT DI DESA
SEPANJANG KECAMATAN GLENMORE KABUPATEN BANYUWANGI**

**PRICE FLUCTUATIONS AND MARKETING EFICIENCY OF CAYENNE PEPPER IN
SEPANJANG VILLAGE GLENMORE DISTRICT BANYUWANGI REGENCY**

Angga Deviyanto, Joni Murti Mulyo Aji¹
Fakultas Pertanian, Universitas Jember

¹ABSTRACT

This study aims to analyze fluctuations in prices, channels, institutions, margins and marketing efficiency of cayenne pepper in Sepanjang Village. The sample of key informant farmers used was 25 people. Data were collected through primary data and secondary data which were analyzed using descriptive and analytic analysis. The results showed that the price fluctuations of cayenne pepper in Sepanjang Village were caused by fluctuations in the supply of cayenne pepper due to uncertain weather. There are 3 marketing channels for cayenne pepper in Sepanjang Village. The three marketing channels for cayenne pepper in Sepanjang Village belong to the efficient category.

Keywords: price fluctuations; marketing efficiency; cayenne pepper

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa fluktuasi harga, saluran, lembaga, margin dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang. Sampel petani *key informans* yang digunakan sebanyak 25 orang. Data dikumpulkan melalui data primer dan data sekunder yang dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analitik. Hasil Penelitian menunjukkan fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sepanjang disebabkan oleh naik turunnya penawaran cabai rawit karena cuaca yang tidak menentu. Terdapat 3 saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang. Ketiga saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang tergolong dalam kategori efisien.

Kata Kunci: fluktuasi harga; efisiensi pemasaran; cabai rawit

PENDAHULUAN

Cabai merupakan salah satu komoditas strategis pada sektor agribisnis di Indonesia, dikarenakan keberadaan cabai sangat dibutuhkan ditingkat kebutuhan rumah tangga. Cabai di Indonesia terdiri dari 2 jenis, diantaranya : (a) cabai besar yang terdiri dari cabai merah besar, dan cabai merah keriting, serta (b) cabai rawit. Cabai selain dapat digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari, cabai juga banyak digunakan sebagai bahan baku industri pangan dan farmasi (Supriadi & Sejati, 2018). Tingginya tingkat produksi cabai yang ada di Indonesia diimbangi juga dengan tingginya permintaan cabai, dimana Indonesia

sendiri memiliki jumlah penduduk dan tingkat konsumsi yang cukup tinggi terhadap komoditas cabai. Menurut hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS), konsumsi cabai di Indonesia dibedakan atas konsumsi cabai merah, cabai hijau, dan cabai rawit. Rata-rata tingkat konsumsi per kapita per tahun untuk cabai rawit cenderung mengalami peningkatan yaitu dengan nilai rata-rata tingkat konsumsi per kapitanya sebesar 12,11 % per tahun. Namun di sisi lain menurut Dinas Perindustrian dan Perdagangan (2020), menjelaskan bahwa cabai rawit merupakan komoditas pertanian yang paling fluktuatif dalam sisi harga. Tidak jarang harga cabai rawit melonjak tinggi terutama di musim

¹ Corresponding author: Joni Murti Mulyo Aji. Email: Joni.faperta@unej.ac.id

panceklik. Produksi cabai rawit di Jawa Timur cenderung mengalami peningkatan produksi dari tahun 2016 sampai 2019. Produksi tertinggi yaitu pada tahun 2019 yaitu mencapai 536.098 ton. Pada tahun 2020, produksi cabai rawit mengalami penurunan yang cukup drastis yaitu mencapai 188.348 ton. Penurunan dan peningkatan produksi cabai rawit sangat mempengaruhi nilai produktivitas cabai rawit di Jawa Timur. Penurunan produksi cabai rawit pada tahun 2020 disebabkan karena adanya faktor cuaca yang kurang mendukung dan pandemi covid-19 (Anggraini et al., 2022).

Pada tahun 2020, Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu Kabupaten sentra penghasil cabai rawit terbesar di Jawa Timur. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), Kecamatan Glenmore merupakan salah satu kecamatan yang memasuki peringkat 3 besar untuk luasan lahan cabai rawit di Kabupaten Banyuwangi yaitu mencapai 70 ha. Namun, dalam hal produktivitas Kecamatan Glenmore masih tergolong rendah. Fluktuasi harga rata-rata cabai rawit di pasar Kecamatan Glenmore pada tahun 2021 sangatlah fluktuatif. Harga cabai rawit tertinggi yaitu pada bulan Februari yaitu mencapai Rp. 91.000/Kg. Sedangkan, harga cabai rawit terendah yaitu pada bulan September yaitu mencapai Rp. 14.000/Kg. Peningkatan harga cabai rawit disebabkan oleh hasil produksi cabai rawit rendah sehingga pasokan dari produsen yang berkurang, sedangkan permintaan konstan setiap hari, bahkan mengalami peningkatan pada musim tertentu. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Wiratani, 2018) bahwa meningkatnya hasil produksi cabai rawit menyebabkan harga cabai rawit mengalami penurunan. Sebaliknya, hasil produksi cabai rawit yang menurun menyebabkan harga cabai rawit mengalami peningkatan.

Sistem pemasaran yang efektif dan efisien akan memberikan dampak positif yaitu menjadikan rendahnya margin pemasaran

sehingga harga menjadi terjangkau bagi pihak konsumen dan efisiensi pemasaran bagi para pelaku kegiatan pemasaran akan tercapai. Namun, berdasarkan kondisi di lapangan pada petani cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi kebanyakan masih ketergantungan dengan pihak pedagang pengumpul. Hal tersebut disebabkan karena petani memiliki masalah yaitu keterbatasan ilmu dan pengalaman yang masih rendah. Selain itu, minimnya modal yang dimiliki petani menjadikan petani di Desa Sepanjang tidak berani untuk terjun langsung ke pasar. Petani cabai rawit di Desa Sepanjang, juga dihadapkan dengan resiko gejolak harga jual hasil panen cabai rawit. Dimana, harga jual cabai rawit selalu berfluktuasi tidak menentu dari waktu ke waktu dan bahkan bisa berfluktuasi dari hari ke hari. Selain itu, tingkat harga cabai rawit yang diterima oleh petani selalu lebih rendah dari harga cabai rawit di tingkat konsumen akhir, atau memiliki selisih harga yang relatif cukup tinggi. Adanya margin yang cukup tinggi antara harga cabai rawit yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir.

Beberapa penelitian mengenai efisiensi pemasaran yang telah dilakukan, diantaranya Khotimah dkk (2017), melakukan penelitian dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Desa Pagerjurang Kecamatan Musuk Kabupaten Boyolali. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat diketahui bahwa biaya pemasaran saluran I Rp. 301/Kg, keuntungan Rp. 440/Kg, margin pemasaran Rp. 750/Kg. Biaya pemasaran saluran II Rp. 622/Kg, keuntungan Rp. 1.628/Kg, margin pemasaran Rp. 2.250/Kg. Biaya pemasaran saluran III Rp. 206/Kg, keuntungan Rp. 419/Kg, margin pemasaran Rp. 625/Kg. Biaya pemasaran saluran IV Rp. 668/Kg, keuntungan Rp. 1.832/Kg, margin pemasaran Rp. 2.500/Kg. Biaya pemasaran saluran V Rp. 329/Kg, keuntungan Rp. 671/Kg, margin pemasaran Rp.

1.000/Kg. Biaya pemasaran saluran VI Rp. 673/Kg, keuntungan Rp. 1.627/Kg, margin pemasaran Rp. 2.300/Kg. Saluran pemasaran ke III merupakan saluran pemasaran paling efisien karena memiliki nilai farmer share terbesar yaitu 94,9 % dan perbedaan biaya dengan harga terkecil yaitu 2,08 %.

Santoso dan Aji (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Pemasaran dan Pengembangan Tepung Cassava pada Agroindustri UD. Nula Abadi di Kabupaten Bondowoso. Dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa saluran pemasaran berpengaruh terhadap efisiensi pemasaran. Saluran pemasaran yang paling efisien yaitu saluran pemasaran II (Produsen – Pedagang Besar – Konsumen) dengan nilai Eps sebesar 16,45% dan bagian produk 59,5%.

Faot dkk (2019) dalam penelitiannya yang berjudul Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur menemukan bahwa terdapat dua saluran pemasaran cabai rawit yang terjadi di Kecamatan Amarasi, Kabupaten Kupang, (1) petani ke pengecer ke konsumen akhir, dan (2) petani ke Secara keseluruhan pemasaran cabai rawit di Kecamatan Amarasi tergolong dalam kategori efisien. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai dan biaya-biaya pemasaran yang ada pada setiap saluran pemasaran.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Daniel, 2002) menyatakan bahwa semakin banyak perantara yang terlibat dalam suatu pemasaran menyebabkan margin pemasaran semakin besar sehingga pemasaran tersebut menjadi tidak efisien. Hasil penelitian oleh Sofanuddin dan Eko (2017), menyatakan bahwa sistem pemasaran dapat dikatakan efisien jika semua kegiatan yang tercakup didalamnya berjalan dengan biaya yang minimum. Semakin banyak jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam sistem pemasaran maka semakin tidak efisien pemasaran tersebut.

Berdasarkan latar belakang, fenomena serta kerangka pemikiran di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk : 1) mengetahui fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sepanjang, 2) mengetahui saluran dan lembaga pemasaran, serta 3) mengetahui efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive method*). Lokasi penelitian yang dipilih adalah Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian analitik dan deskriptif. Data penelitian yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan observasi dan wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan bantuan kuisioner.

Sampel ditentukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* yang dilanjutkan dengan metode *snowball sampling*. *Key informans* dalam penelitian ini adalah petani sebanyak 25 orang.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis fluktuasi harga, analisis saluran dan lembaga pemasaran, serta analisis margin dan efisiensi pemasaran. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui fluktuasi harga, pola saluran dan lembaga pemasaran.

Margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan :

MP : Margin pemasaran cabai rawit

Pf : Harga cabai rawit ditingkat petani atau produsen (Rp/Kg)

Pr : Harga cabai rawit ditingkat pengecer atau konsumen (Rp/Kg)

Efisiensi pemasaran merupakan nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang

dipasarkan, atau dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Ep = (TB / TNP) \times 100 \%$$

Keterangan :

Ep = Efisiensi pemasaran cabai rawit (%)

TB = Total biaya pemasaran cabai rawit (Rp)

TNP = Total nilai produk cabai rawit yang dipasarkan (Rp)

Kriteria untuk menyatakan suatu efisiensi pemasaran :

Nilai Ep = 0 – 33 % = Efisien

Nilai Ep = 34 – 67 % = Kurang efisien

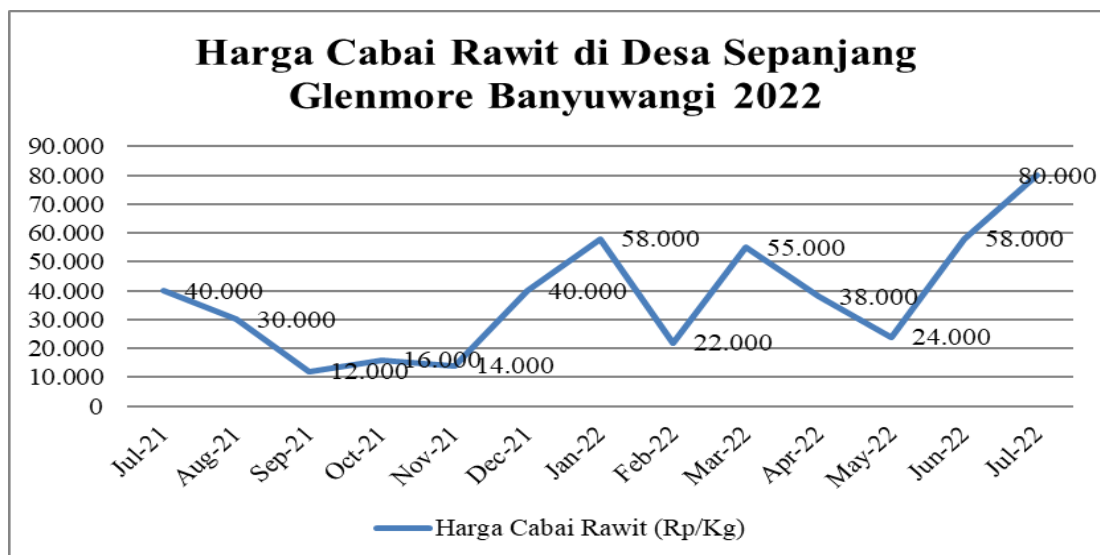
Nilai Ep = 68 – 100 % = Tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fluktuasi Harga di Desa Sepanjang. Fluktuasi harga yang tinggi merupakan salah satu fenomena yang sering terjadi dalam suatu pemasaran komoditas. Fluktuasi harga yang tinggi menyebabkan total penerimaan dan omset yang diterima oleh petani sebagai produsen menjadi fluktuatif. Secara teori, harga yang fluktuatif akan menyulitkan prediksi bisnis.

Fluktuasi harga suatu komoditas terjadi disebabkan oleh ketidak seimbangan antara jumlah pasokan yang tersedia dengan jumlah permintaan yang dibutuhkan oleh konsumen. Jika jumlah pasokan kurang maka menyebabkan harga suatu komoditas mengalami peningkatan. Sebaliknya, jika jumlah pasokan berlebih maka menyebabkan harga suatu komoditas mengalami penurunan (Irawan, 2007).

Fluktuasi harga cabai rawit yang terjadi setiap tahun bahkan setiap bulan meresahkan konsumen cabai rawit. Kenaikan harga cabai rawit sangat tergantung pada musim panen, musim tanam, serta pengaruh iklim dan cuaca. Selama periode penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa peningkatan harga cabai rawit tidak selalu disertai dengan peningkatan produksi. Hal tersebut dikarenakan, adanya pengaruh iklim yang menyebabkan hasil produksi tidak sesuai dengan perkiraan yang diharapkan oleh petani. Adapun fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sepanjang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Fluktuasi Harga Cabai Rawit di Desa Sepanjang Juli 2021 - Juli 2022

Gambar 1, menunjukkan bahwa harga cabai rawit di Desa Sepanjang mengalami fluktuasi setiap bulannya. Fluktuasi harga cabai rawit terendah terjadi pada bulan September 2021 dengan harga cabai rawit Rp. 12.000/Kg. Fluktuasi harga cabai rawit tertinggi di Desa Sepanjang terjadi pada bulan Juli 2022 yaitu mencapai harga Rp. 80.000/Kg. Tingginya harga cabai rawit yang terjadi di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi dikarenakan faktor iklim pancaroba sehingga petani cabai rawit mengalami penurunan hasil produksi. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh (Wiratani, 2018) bahwa meningkatnya hasil produksi cabai rawit menyebabkan harga cabai rawit mengalami penurunan. Sebaliknya, hasil produksi cabai rawit yang menurun menyebabkan harga cabai rawit mengalami peningkatan.

Saluran dan Lembaga Pemasaran Cabai Rawit di Desa Sepanjang. Saluran pemasaran merupakan organisasi-organisasi yang didalamnya saling berhubungan yang mencakup kegiatan atau proses pembuatan produk atau jasa sehingga dapat dikonsumsi atau digunakan. Lembaga pemasaran merupakan suatu usaha berbentuk perserikatan ataupun perorangan yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil pengamatan dilapang terdapat beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang. Adapun lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang antara lain, petani sebagai produsen cabai rawit, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer dan konsumen.

Petani, merupakan produsen cabai rawit yang ada di Desa Sepanjang. Petani menjadi lembaga pemasaran yang paling bawah dalam pemasaran cabai rawit. Selain itu, petani juga menjadi pihak pertama dalam kegiatan

pemasaran cabai rawit. Hal tersebut dikarenakan, petani sebagai produsen cabai rawit dan melakukan kegiatan pemasaran ke pihak lain atau lembaga pemasaran selanjutnya. Petani cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi memiliki luas lahan yang berbeda-beda, sehingga mengakibatkan hasil produksi yang dihasilkan petani juga berbeda. Dalam kegiatan pemasaran petani cabai rawit di Desa Sepanjang memiliki kebebasan dalam menjual hasil panennya. Petani biasanya langsung menjual cabai rawit setelah dilakukan pemanenan, hal tersebut karena kondisi cabai rawit yang mudah cepat busuk. Kebanyakan petani menjual hasil panennya kepada pedagang pengumpul, namun ada juga beberapa petani yang langsung menjual langsung kepada konsumen.

Pedagang pengumpul, merupakan pedagang yang membeli langsung kepada petani cabai rawit, kemudian menyalurkan atau menjualnya kepada pedagang besar dan pedagang pengecer. Pedagang pengumpul merupakan lembaga pemasaran ke dua dalam saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Pedagang pengumpul memiliki tugas untuk mengumpulkan hasil produksi dari petani yang kemudian akan dijual kembali ke lembaga pemasaran selanjutnya (pedagang besar atau pedagang pengecer). Terdapat dua pedagang pengumpul yang ada di Desa Sepanjang. Penentuan harga ditentukan oleh pedagang pengumpul berdasarkan informasi pasar. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah secara kredit.

Pedagang besar, merupakan lembaga pemasaran ke tiga dalam saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, kecamatan Glenmore, kabupaten Banyuwangi. Pedagang besar cabai rawit merupakan pedagang yang membeli cabai rawit melalui perantara pedagang pengumpul kemudian menjualnya kepada

pedagang pengecer di lingkup kecamatan yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Pedagang besar cabai rawit membeli cabai rawit secara langsung kepada petani. Terdapat satu pedagang besar cabai rawit yang ada di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang besar adalah pembayaran secara tunai.

Pedagang pengecer, merupakan lembaga pemasaran ke empat dalam saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Pedagang pengecer merupakan pedagang yang membeli 40,000 30,000 12,000 16,000 14,000 40,000 58,000 22,000 55,000 38,000 24,000 58,000 80,000 0 20,000 40,000 60,000 80,000 100,000 Harga Cabai Rawit di Desa Sepanjang Glenmore Banyuwangi 2022 Harga Cabai Rawit (Rp/Kg) cabai rawit melalui perantara pedagang pengumpul ataupun pedagang besar kemudian menjualnya kepada konsumen. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengecer adalah sistem pembayaran secara tunai.

Konsumen, merupakan lembaga pemasaran terakhir dalam saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi. Konsumen merupakan pihak yang mengkonsumsi atau membeli cabai rawit langsung dari petani ataupun perantara dari pedagang pengecer. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh konsumen cabai rawit di Desa Sepanjang

adalah sistem pembayaran secara langsung atau tunai.

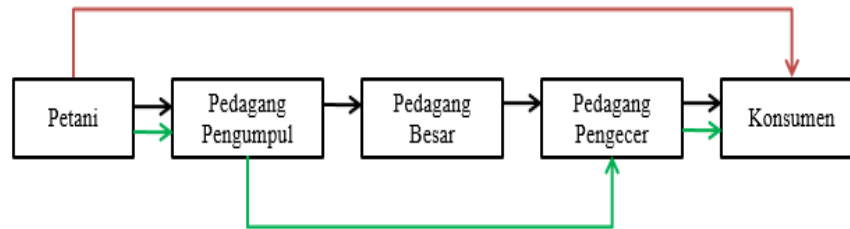
Saluran pemasaran yang panjang akan sangat berpengaruh terhadap biaya pemasaran yang lebih tinggi. Hal tersebut menyebabkan tingginya harga beli yang harus di bayarkan oleh pihak konsumen akhir. Tingginya biaya pemasaran juga menyebabkan pedagang pengumpul untuk menekan harga jual di pihak petani atau produsen cabai rawit.

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa petani cabai rawit di Desa Sepanjang, memasarkan hasil produksinya berbeda-beda pada beberapa saluran pemasaran. Jumlah petani cabai rawit yang terdapat pada saluran pemasaran cabai rawit ke 1 (Petani – Konsumen) yaitu sebesar 24 %. Pada saluran pemasaran cabai rawit ke 2 (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer – Konsumen) yaitu sebesar 40 %. Pada saluran pemasaran cabai rawit ke 3 (Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen) yaitu sebesar 36 %. Dari presentase tersebut dapat diketahui bahwa pola saluran pemasaran yang paling banyak digunakan oleh petani adalah saluran pemasaran cabai rawit ke 2.

Saluran pemasaran yang terjadi pada pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang ada tiga pola saluran pemasaran. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis pertama yang dirumuskan peneliti. Pola saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang dapat dilihat pada gambar berikut.

Tabel 1. Persentase jumlah petani cabai rawit yang terdistribusi di beberapa Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang

No.	Saluran Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Petani Cabai Rawit - Konsumen	6	24
2	Petani Cabai Rawit - Pedagang Pengumpul - Pedagang Pengecer – Konsumen	10	40
3	Petani Cabai Rawit - Pedagang Pengumpul - Pedagang Besar - Pedagang Pengecer - Konsumen	9	36
Jumlah		25	100



Gambar 2. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang

Keterangan :

- = Saluran Pemasaran Cabai Rawit ke 1
- = Saluran Pemasaran Cabai Rawit ke 2
- = Saluran Pemasaran Cabai Rawit ke 3

Margin dan efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang. Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Margin pemasaran dihitung dengan melihat besarnya biaya pemasaran cabai rawit dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran yang terlibat. Kinerja pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Glenmore, Banyuwangi dapat dilihat berdasarkan sebaran keuntungan pada distribusi margin pemasaran.

Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran maka semakin besar margin pemasarannya. Semakin besar margin pemasaran maka semakin tinggi pula harga beli yang harus dibayarkan konsumen. Sehingga, menyebabkan sistem pemasaran tersebut kurang efisien. Adapun margin pemasaran setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis margin pemasaran setiap lembaga pemasaran pada saluran pemasaran cabai rawit Desa Sepanjang

Saluran Pemasaran	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
Saluran Pemasaran 1			
Petani	0	70.000	-
Konsumen	70.000	-	
Saluran Pemasaran 2			
Petani	0	70.000	
Pedagang pengumpul	70.000	73.000	3.000
Pedagang Pengecer	73.000	75.000	2.000
Konsumen	75.000	-	
Saluran Pemasaran 3			
Petani	0	70.000	
Pedagang Pengumpul	70.000	73.000	3.000
Pedagang Besar	73.000	77.000	4.000
Pedagang Pengecer	77.000	80.000	3.000
Konsumen	80.000	-	

Tabel 3. Efisiensi pemasaran cabai rawit Desa Sepanjang dalam 1 tahun (Juli 2021-Juli 2022)

No.	Saluran Pemasaran	Total Biaya (Rp/Kg)	Total Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi Pemasaran (%)	Kategori
1	Saluran Pemasaran Ke 1	0	70.000	0	Efisien
2	Saluran Pemasaran Ke 2	2.250	75.000	3	Efisien
3	Saluran Pemasaran Ke 3	3.850	80.000	4,81	Efisien

Tabel 2, menunjukkan bahwa saluran pemasaran 1 merupakan saluran pemasaran dengan nilai keuntungan 100%. Hal tersebut dikarenakan petani cabai rawit di Desa Sepanjang tidak menambah biaya transportasi ataupun biaya lainnya sehingga margin pemasarannya bernilai 0. Pada saluran pemasaran yang ke 2, margin pemasarannya yaitu sebesar Rp. 5.000/Kg. Pada saluran pemasaran yang ke 3, margin pemasarannya yaitu sebesar Rp. 10.000/Kg. Berdasarkan hasil analisis tersebut, sesuai dengan hipotesis kedua yang dirumuskan oleh peneliti. Semakin panjang saluran pemasaran, maka margin pemasaran

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran berbeda-beda pada masing-masing lembaga pemasaran cabai rawit Desa Sepanjang. Nilai efisiensi pemasaran yang rendah berarti tingkat efisiensi pembiayaan cukup baik. Sebaliknya, nilai efisiensi pemasaran yang tinggi berarti tingkat efisiensi pembiayaannya rendah. Dengan kriteria keputusan antara 0-33% = Efisien, 34-67% = Kurang Efisien, dan 68-100% = Tidak Efisien (Soekartawi, 1993). Nilai efisiensi pemasaran pada pemasaran cabai rawit Desa Sepanjang tergolong dalam kategori efisien dikarenakan nilai efisiensi pemasaran kurang dari 33% ($EP < 33\%$). Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran 1 adalah 0. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya biaya pemasaran antara petani cabai rawit dan konsumen. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran 2 adalah 3%. Sedangkan, nilai efisiensi pemasaran pada saluran 3 adalah 4,81%. Saluran pemasaran cabai rawit yang paling efisien adalah saluran pemasaran ke 1. Namun, petani tidak disarankan untuk memilih saluran pemasaran tersebut

semakin besar pula sehingga menyebabkan pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang menjadi kurang efisien. Hal ini sesuai dengan pendapat (Daniel, 2002) bahwa banyak perantara yang terlibat dalam suatu pemasaran menyebabkan margin pemasaran semakin besar.

Besar kecilnya efisiensi pemasaran tergantung pada biaya pemasaran yang dikeluarkan. Biaya pemasaran yang semakin rendah menunjukkan semakin tinggi keuntungan yang didapat, sehingga pemasaran tersebut semakin efisien. Berikut tabel hasil analisis efisiensi pemasaran cabai rawit Desa Sepanjang, Glenmore, Banyuwangi.

dikarenakan jumlah atau volume penjualan yang sedikit. Berdasarkan hasil analisis tersebut, sesuai dengan hipotesis ketiga yang dirumuskan peneliti yaitu efisiensi pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi berada dalam kategori efisien.

KESIMPULAN

Harga cabai rawit ditingkat konsumen di Desa sepanjang mengalami fluktuasi setiap bulannya. Fluktuasi harga cabai rawit terendah terjadi pada bulan September 2021 dengan harga cabai rawit Rp. 12.000/Kg. Fluktuasi harga cabai rawit tertinggi di Desa Sepanjang terjadi pada bulan Juli 2022 yaitu mencapai harga Rp. 80.000/Kg. Fluktuasi harga cabai rawit di Desa Sepanjang disebabkan oleh naik turunnya penawaran cabai rawit karena cuaca yang tidak menentu. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Kecamatan Glenmore, Kabupaten Banyuwangi terdapat 3 saluran, yaitu: Saluran pemasaran ke 1 : Petani langsung ke konsumen. Saluran

pemasaran ke 2 : Petani ke pedagang pengumpul ke pedagang pengecer ke konsumen. Saluran pemasaran ke 3 : Petani ke pedagang pengumpul ke pedagang besar ke pedagang pengecer ke konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran cabai rawit di Desa Sepanjang, Glenmore, Banyuwangi antara lain, pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Margin pemasaran pada saluran pemasaran cabai rawit ke 1 yaitu sebesar 0. Hal tersebut dikarenakan tidak adanya biaya pemasaran pada saluran pemasaran ke 1. Pada saluran ke 2 margin pemasarannya sebesar Rp. 5.000/Kg dengan nilai keuntungan pemasaran Rp. 2.750/Kg. Pada saluran ke 3 margin pemasarannya sebesar Rp. 10.000/Kg dengan nilai keuntungan pemasaran Rp. 6.150/Kg. Saluran pemasaran cabai rawit di Desa sepanjang yang paling efisien yaitu saluran pemasaran cabai rawit ke 1 dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 0 %. Namun, petani tidak disarankan memilih saluran tersebut dikarenakan volume penjualan yang sedikit. Petani disarankan untuk memilih saluran pemasaran cabai rawit ke 2.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, S. D., Pane, R., & Haya, S. F. (2022). Kilas Harga Pangan Saat Pandemi dan Ancaman La Nina 2022 di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 205–215.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2020. *Kabupaten Banyuwangi Dalam Angka*. BPS Banyuwangi : Banyuwangi.
- Daniel. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Malang : Brawijaya Press.
- Dirjen Hortikultura. 2009. *Standar Operasional Prosedur Budidaya Tanaman Cabai Rawit*. Jakarta : Departemen Pertanian.
- Faot, L. M., Sirma, N., & Nainiti, ; S P N. (2019). Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit Di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Buletin EXCELLENTIA*, 8(1), 90–97.
- Irawan. 2007. *Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, Dan Margin Pemasaran, Sayur dan Buah*. Bogor : Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Santoso, A., B., & Aji, J. M. M. 2015. Strategi Pemasaran dan Pengembangan Tepung Cassava pada Agroindustri UD. Nula Abadi di Kabupaten Bondowoso. *JSEP*. 11 (3), 39-52.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip - Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil - Hasil Pertanian Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Rajawali.
- Sofanudin, A., & Budiman, E. W. (2018). ANALISIS SALURAN PEMASARAN CABAI RAWIT (*Capsicum Frutescens*. L) (Studi kasus di Kecamatan Kanigoro, Kabupaten Blitar). *VIABEL: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 11(1), 46–58. <https://doi.org/10.35457/viabel.v11i1.234>
- Supriadi, H., & Sejati, W. K. (2018). PERDAGANGAN ANTARPULAU KOMODITAS CABAI DI INDONESIA : DINAMIKA PRODUKSI DAN STABILITAS HARGA Inter-island Trade of Chilli Commodities in Indonesia : Production Dynamic and Price Stabilization. 16(2), 111–129.
- Umar H. 2017. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Wiratani, 2018. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Fluktuasi Harga Cabai Rawit di Pasar Barandasi, Kabupaten Maros. *Jurnal Agribisnis UMI*. 1(2), 116-125.