TRADING ANALYSIS OF THE KOPAY CHILI

ANALISIS TATANIAGA CABAI KOPAY

Fauzia Kinanti Azani¹, Rini Hakimi^{1a}, Rian Hidayat¹

¹Universitas Andalas, Indonesia

^a Korespondensi: Rini Hakimi, E-mail: rinihakimi@agr.unand.ac.id

(Diterima:22-01-2024; Ditelaah: 05-03-2024; Disetujui: 12-04-2024)

ABSTRACT

Chili is one of the horticultural crops with the most market demand. One of the local varieties that originated from Payakumbuh is Kopay chili. The trading process of the product can influence the fluctuating price. The trading channel is efficient if the system uses the minimum possible cost to distribute the product to consumers. This study aims to describe the trading channels and functions and analyze the trading margins and efficiency of the Kopay chili in Kelurahan Koto Panjang Dalam. This study used a survey method with deep interviews and questionnaires. The number of samples interviewed was 16 farmers, 7 retailers and 10 consumers. The analysis used is descriptive qualitative and quantitative. The result showed two trading channels: channel one (farmers – final consumers) and channel two (farmers – retailers – final consumers). The functions of the trading system are exchange function (purchase and sale), physical function (storage and transportation), and support function (standardization and risk management). The trading margin of channel one is IDR 8.500/kg, while channel one does not have a trading margin because farmers sell the chili directly to consumers. Both trading channels of Kopay chili in Kelurahan Koto Panjang Dalam are efficient, with an efficiency level of 0.37% and 4.19%, respectively.

Keywords: Channels, efficiency, kopay chili, trading,

ABSTRAK

Cabai merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki permintaan paling banyak di pasar. Cabai Kopay merupakan salah satu varietas cabai merah keriting yang berasal dari Kota Payakumbuh. Harga cabai yang bfluktuasi dapat dipengaruhi oleh proses tataniaga. Saluran tataniaga dikatakan efisien jika sistem tataniaganya menggunakan biaya seminimal mungkin. Tataniaga yang efektif akan menghubungkan produsen dengan konsumen. Tujuan penelitian ini mendeskripsikan saluran dan fungsi-fungsi tataniaga cabai Kopay di Kelurahan Koto Panjang Dalam dan menganalisis margin dan efisiensi tataniaga cabai Kopay di Kelurahan Koto Panjang Dalam. Metode survey digunakan pada penelitian ini melalui teknik wawancara dan pengisian kuisioner. Jumlah sampel yang diwawancarai sebanyak 16 orang petani, 7 orang pedagang pengecer dan 10 orang konsumen . Analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran tataniaga yaitu saluran I (petani – konsumen akhir) dan saluran II (petani – pedagang pengecer – konsumen akhir). Fungsi tataniaga yang dilaksanakan adalah fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan dan pengangkutan) dan fungsi penunjang (standarisasi dan penanggulangan resiko). Margin tataniaga yang didapatkan dari saluran II sebesar Rp 8.500/kg, sedangkan saluran I tidak terdapat margin tataniaga karena petani menjual langsung kepada konsumen. Kedua saluran tataniaga yang ditemukan di Kelurahan Koto Panjang Dalam dikatakan sudah efisien dengan tingkat efisiensi saluran I sebesar 0,37%, dan saluran II sebesar 4,19%.

Kata Kunci: Cabai kopay, tataniaga, saluran, efisiensi

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki kontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) dengan rincian 2,6% tanaman pangan, 1,55 % tanaman hortikultura, 3,94% tanaman perkebunan, 1,58% peternakan, 0,19% jasa pertanian dan perburuan, 0,66% perikanan, dan 2,77% kehutanan (Badan Pusat Statistik, 2022). Salah satu sektor pertanian yang kaya dengan berbagai jenis tanamannya yaitu buah-buahan dan sayur-sayuran adalah sektor hortikultura. Sektor hortikultura mempunyai banyak macam jenis tanaman mulai dari sayur-sayuran hingga buah-buahan menjadikan nilai jual tanaman hortikultura cukup tinggi, serta permintaan pasar tanaman hortikultura juga terus meningkat. Permintaan pasar tanaman hortikultura terus meningkat dikarenakan komoditas hortikultura ini merupakan kebutuhan pokok masyarakat setiap harinya, harga belinya pun terjangkau bagi semua kalangan (Tafajani, 2011).

Cabai merupakan salah satu tanaman hortikultura yang memiliki permintaan paling banyak di pasar. Permintaannya bahkan sampai ke mancanegara (Sundari, Darsono, Sutrisno, & Antriyandarti, 2023). Hal ini dikarenakan cabai dikonsumsi untuk menambah rasa pedas pada makanan, apalagi sebagian besar masyarakat Indonesia menyukai makanan-makanan pedas. Oleh karena itu peran cabai sangat penting bagi masakan.

Salah satu varietas cabai yang paling banyak digunakan pada masakan adalah cabai merah. Provinsi Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dengan produksi cabai merah terbanyak pada tahun 2019 dan mempunyai beberapa varietas cabai merah unggulan. Contohnya seperti cabai merah keriting varietas Bukittinggi, cabai merah keriting lokal Alahan Panjang, dan cabai keriting Kopay dari Payakumbuh. Setiap varietas cabai merah dari beberapa daerah di Sumatera Barat ini mempunyai keunggulannya masing-masing.

Cabai merah keriting varietas Kopay yang berasal dari Kota Payakumbuh

tepatnya dari Kelurahan Koto Panjang (sekarang Kelurahan Koto Panjang Dalam) Kecamatan Lamposi Tigo Nagari yang memiliki karakteristik berbeda dari cabai merah keriting umumnya. Cabai Kopay merupakan salah satu varietas lokal Propinsi Sumatera Barat yang berproduksi tinggi (Atman et al., 2020). Cabai Kopay memiliki keunggulan yaitu buah yang panjang antara 28-33 cm (Kementerian Pertanian Republik Indonesia, 2009) dan cabai ini umumnya juga tahan dari serangan virus kuning atau gemini virus. Karakteristik ini tentunya berbeda dengan cabai merah kebanyakan berdasarkan dari bentuk fisik, serta harga jual cabai Kopay yang biasanya lebih mahal daripada cabai merah keriting biasa. Jika dibandingkan dengan harga jual cabai keriting yang berasal dari Kabupaten Agam maka terdapat perbedaan harga jual pada kedua varietas cabai tersebut. Jika cabai keriting dari Kabupaten Agam memiliki harga jual Rp 34.000/kg, maka harga cabai Kopay dapat menembus harga Rp 40.000/kg. Perbedaan harga ini akan membentuk perbedaan margin tataniaga cabai Kopay.

Permintaan pasar yang tinggi berlawanan dengan produksi cabai Kopay yang relatif masih sedikit dikarenakan petani cabai masih tergolong ke dalam usahatani skala kecil menengah. Meskipun nilai ekonomisnya tinggi, keterbatasan lahan menjadi salah satu alasan rendahnya produktivitas cabai Kopay.

Saluran tataniaga akan dikatakan efisien jika sistem tataniaganya mampu memberikan hasil (produk) dari produsen ke konsumen dengan biaya yang serendah-rendahnya atau biaya yang dijual oleh produsen tidak terlalu berbeda jauh dengan harga yang dibeli oleh konsumen. Aktivitas penyaluran produk pertanian melibatkan berbagai lembaga tataniaga, diantaranya produsen (petani),

perantara, pedagang pengumpul dan pengecer (Daryanto et al., 2020).

Efisiensi pemasaran produk pertanian dipengaruhi oleh besar kecilnya harga yang diterima petani dan biaya pemasaran yang dikeluarkan dalam proses distribusi produk untuk sampai ke tangan konsumen (Adenuga, Fakayode, & Adewole, 2015) (Fafchamps, Gabre-Madhin, & Minten, 2005). Terkait dengan pemasaran cabai, beberapa riset menyatakan bahwa fluktuasi harga menjadi masalah dalam pemasaran cabai merah (Nasution, Hanter, & Rahman, 2021) (Imtiyaz & Soni, 2013) (Nugroho, Prasada, & Al Rosyid, 2021) (Setijorini, Winarso Drajad Endang, 2021) (Hendro, Rahayu, & Fajarningsih, 2022). Selain itu beberapa riset memperlihatkan bahwa biaya transportasi pemasaran, biaya tenaga kerja (Hendro et al., 2022) (Pranata, Badrudin, & Romdhon, 2021), dan biaya kemasan (Amurwani, Rianse, & Sadimantara, 2022) mempengaruhi efisiensi pemasaran cabai merah.

Penelitian tentang cabai kopay yang telah dilakukan selama ini berkaitan dengan pengolahan (Novitasari, 2012), modal sosial (Ernanda, Burhanuddin, & Purwono, 2019), perlakuan kemasan untuk menjaga kualitas (Iswari & Srimaryati, 2014) dan norma social (Ernanda, Burhanuddin, & Purwono, 2020). Belum ditemukan penelitian yang membahas tentang pemasaran cabai kopay terutama terkait dengan saluran dan efisiensi pemasaran cabai kopay.

Cabai merah kopay sebagai cabai spesifik Propinsi Sumatera Barat memiliki keunikan dalam pemasarannya, walaupun harga jual cabai kopay lebih tinggi daripada harga jual cabai merah lain yang ada di Kota Payakumbuh, tapi pasar cabai ini tetap tersedia, hal ini diperlihatkan dari survey di pedagang pengecer yang menyatakan cabai kopay selalu habis terjual. Disisi lain jumlah petani yang menanam cabai ini dalam luasan yang terbatas dan jumlah yang terbatas mengindikasikan biaya transportasi pemasaran dan kemasan akan besar. Oleh

karena itu penelitian ini dilakukan untuk menganalisis saluran, margin dan efisiensi pemasaran cabai kopay.

METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Koto Panjang Dalam, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat pertama kali cabai Kopay ditemukan dan dibudidayakan. Lokasi ini dipilih karena merupakan sentra dari komoditi yang dipilih. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2022.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metoda survei. Survei dilakukan pada saluran tataniaga cabai Kopay mulai dari petani, pedagang, hingga kepada konsumen akhir. Metode yang dipakai untuk pengambilan sampel petani adalah metode sensus terhadap 16 petani. Sampel dari pedagang dan konsumen diambil dengan menggunakan metode *snowball sampling* berdasarkan keterlibatan pedagang dengan petani cabai Kopay dan keterlibatan konsumen dalam mengkonsumsi cabai kopay.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan beberapa alat analisis, yaitu :

a. Analisis margin tataniaga

Margin tataniaga merupakan selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen (Pusat Pendidikan Pertanian, 2017).

Nilai margin tataniaga dapat diperoleh dengan menggunakan rumus berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Dimana:

M = Margin tataniaga (Rp/kg)

Pr = Harga yang dibayarkan konsumen (Rp/kg)

Pf = Harga yang diterima petani (Rp/kg)

Keuntungan yang dapat diperoleh oleh lembaga tataniaga dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\pi = M - B$$

Dimana: π = Keuntungan (Rp), B = Biaya tataniaga (Rp), M = Margin tataniaga (Rp)

Biaya tataniaga merupakan sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam menyalurkan produk hingga sampai di tangan konsumen akhir. Biaya tataniaga di tingkat petani dapat berupa biaya pengemasan, biaya penyusutan timbangan, biaya penyusutan gerobak, biaya penyusutan kendaraan, biaya bahan bakar minyak dan biaya pengemasan. Biaya tataniaga yang dikeluarkan pedagang pengecer diantaranya biaya sewa kios, biaya uang keamanan dan uang ronda, biaya penyusutan timbangan, biaya listrik, biaya pengemasan, dan biaya tenaga kerja.

b. Bagian yang diterima petani (*farmer share*)

Bagian yang diterima petani adalah rasio dari harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat petani.

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

Dimana:

Fs = Bagian yang diterima petani (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

Bagian yang diterima petani mempengaruhi nilai keuntungan yang dapat diperoleh petani (Sitinjak dkk, 2023)

c. Efisiensi tataniaga

Efisiensi tataniaga dihitung menggunakan perbandingan antara biaya tataniaga dengan nilai produk yang dipasarkan (Usman, 2020). Nilai produk yang dipasarkan merupakan harga yang dibayarkan konsumen.

$$EP = \frac{\text{Biaya Tataniaga}}{\text{Nilai Produk yang Dipasarkan}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Tataniaga Cabai Kopay

Saluran tataniaga cabai Kopay di Kelurahan Koto Panjang Dalam Kecamatan Lamposi Tigo Nagari Kota Payakumbuh ada dua, yaitu:

1. Saluran I : Petani – Konsumen akhir = 16 kg (0,87%)
2. Saluran II : Petani – Pedagang pengecer – Konsumen akhir = 1.604 kg (99,13%)

Saluran I menghubungkan petani produsen langsung ke konsumen akhir. Pada saluran ini konsumen akhir menjemput hasil panen cabai Kopay kerumah atau ke ladang petani langsung untuk membeli cabai Kopay. Konsumen akhir yang membeli cabai Kopay langsung ke petani umumnya adalah ibu-ibu rumah tangga yang memiliki tempat tinggal yang dekat dari rumah petani atau dari ladang tempat petani melakukan pemanenan. Alasan konsumen akhir memilih untuk melakukan pembelian langsung dengan petani adalah harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga pedagang pengecer di Pasar Ibu. Alasan lainnya yaitu cabai yang dibeli lebih segar karena baru dipetik dari lahannya atau konsumen lebih leluasa untuk memilih dalam melakukan pembelian dan berat persatuan yang didapat petani lebih besar dari berat yang diminta oleh konsumen. Tetapi, tidak semua petani bersedia menjual hasil panennya kepada konsumen akhir atau tidak semua dari petani sampel memilih saluran I dalam tataniaga cabai kopay.

Penjualan cabai dari petani secara langsung ke konsumen terjadi juga pada di Desa Napoosi Kecamatan Onembute (Saleh, 2020). Namun tidak ditemukan pada tataniaga cabai yang dilakukan di Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin dan Desa Besakih Kabupaten Karang Asem. Pada kedua lokasi ini seluruh saluran tataniaga cabai yang ditemui menggunakan perantara dalam

emasarkan cabai merah (Adnyasari, Dewi, & Susrusa, 2017) (Nasir, 2021).

Saluran II menggunakan perantara pedagang pengecer. Tataniaga cabai merah pada saluran ini diawali dari petani lalu ke pedagang pengecer hingga ke konsumen akhir. Pada saluran ini petani cabai mengantarkan langsung hasil panen cabai ke pedagang pengecer yang ada di Pasar Ibul. Cabai yang dijual petani ke pedagang pengecer sebelumnya telah disortir terlebih dahulu. Petani mengantarkan hasil panen ke Pasar Ibul menggunakan mobil pick up, motor, dan juga becak. Cabai Kopay yang dibeli oleh pedagang pengecer dalam satu hari kepada petani berkisar antara 50-100 kg, dimana dari total tersebut dijual sebanyak 40-70 kg untuk cabai bulat dan 10-30 kg untuk cabai giling. Akan tetapi analisis tataniaga yang dibahas pada penelitian ini hanya fokus kepada cabai Kopay bulat saja.

Beberapa hasil penelitian juga menemukan saluran tataniaga yang hanya melalui satu perantara (pengecer) seperti di Desa Beganding Kecamatan Simpang Empat (Masyuliana, Tarigan, & Salmiah, 2018), Kabupaten Marangin (Harmoko, 2020) dan Paar Penampungan Kota Medan (Manalu, Siregar, & Rahman, 2014). Hal ini berbeda dengan saluran tataniaga cabai Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap, dimana tataniaga cabai di daerah ini menggunakan dua dan tiga perantara (Rasidin, Yusriadi, & Raman, 2018). Semakin banyak lembaga yang terlibat dalam sebuah tataniaga produk, maka akan semakin panjang saluran tataniaga produk tersebut (Balkis & Kosasih, 2016).

Saluran tataniaga cabai kopay hanya dua karena jumlah cabai kopay yang dihasilkan oleh petani dapat diserap oleh pedagang pengecer yang berada di pasar local dan konsumen akhir.. Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian yang tataniaga cabai sampai melibatkan pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang antar daerah yang menyalurkan cabai

sampai ke daerah lain (Nasir, 2021) (Supriadi & Sejati, 2018). Selain itu ada juga yang melalui Sub Terminal Agribisnis (STA) dalam saluran tataniaga cabai merah (Adnyasari et al., 2017).

Fungsi-Fungsi Tataniaga Cabai Kopay

Fungsi tataniaga yang dilakukan oleh masing-masing lembaga niaga, dapat menambah kegunaan produk dan memberikan kontribusi nilai tambah pada produk pertanian (Nasruddin & Musyadar, 2015). Fungsi tataniaga dapat berupa fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (pengangkutan, penyimpanan dan pengolahan), dan fungsi penunjang (standarisasi, grading, pembiayaan, penanggulangan resiko) (Daryanto et al., 2020).

Petani cabai kopay melakukan fungsi penjualan, pengangkutan, standarisasi, pembiayaan, penanggulangan resiko dan informasi pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan di Kabupaten Tapanuli Utara (Riyadh, 2018). Pada saat penjualan, petani menggunakan kantong plastic (kresek) sehingga terkadang mempengaruhi kualitas cabai yang dijual.

Pengecer sebagai salah satu lembaga tataniaga cabai kopay juga menjalankan beberapa fungsi tataniaga. Pedagang pengecer yang terlibat pada saluran II tataniaga cabai Kopay menjalankan beberapa fungsi tataniaga terkait dengan aktivitas pertukaran, fisik dan penunjang agar dapat mendistribusikan produk sampai ketangan konsumen. Adapun fungsi tataniaga yang dilakukan berupa pembelian, penjualan, penyimpanan, penanggulangan resiko dan informasi harga.

Tujuan pedagang pengecer melakukan fungsi-fungsi tersebut adalah untuk menambah kegunaan dari cabai Kopay yang akan dipasarkan kepada

konsumen akhir. Kegunaan ini dapat berupa kegunaan kepemilikan (Daryanto et al., 2020) (Usman, 2020) dimana dengan fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan) yang dilakukan pengecer maka cabai akan berpindah kepemilikannya dari pengecer ke konsumen, kegunaan tempat dimana dengan fungsi fisik (pengangkutan) maka cabai dari lahan petani berpindah ke lokasi pengecer sehingga konsumen bisa melakukan pembelian. Hal ini sejalan dengan fungsi tataniaga yang dilakukan oleh pengecer cabai merah di Kabupaten Banyuwangi (Nasir, 2021) (Nurhidayana, Kuswardani, & Siregar, 2012) (Harmoko, 2020).

Biaya dan Margin Tataniaga Cabai Kopay

Biaya tataniaga merupakan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga tataniaga dalam menyalurkan cabai kopay mulai dari produsen (petani) sampai ke tangan konsumen. Setiap lembaga yang terlibat mempunyai besar biaya yang berbeda-beda tergantung dari fungsi-fungsi tataniaga yang dilakukan.

Biaya yang dikeluarkan oleh petani diantaranya biaya pengemasan, penyusutan timbangan, penyusutan gerobak pengangkut hasil panen, penyusutan kendaraan dan bahan bakar. Biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer diantaranya sewa kios, uang keamanan/uang ronda, penyusutan timbangan, biaya listrik, biaya kemasan dan biaya tenaga kerja. Hal ini sejalan dengan penelitian tataniaga cabai di Kota Tasikmalaya, dimana pengecer juga mengeluarkan biaya kemasan dan penyusutan (Kusmawati, Herdiansah, & Hardiyanto, 2017).

Pada saluran I didapatkan share margin sebanyak 100%. Hal ini memperlihatkan bahwa seluruh keuntungan

tataniaga diperoleh oleh petani, karena petani langsung menjual hasil panen kepada konsumen akhir tanpa melewati lembaga perantara. Hal ini menunjukkan bahwa pola tataniaga saluran I lebih menguntungkan karena terdapat share margin yang sempurna di saluran tersebut. Meskipun pada saluran I petani mendapatkan keuntungan yang optimal, tetapi petani hanya menjual sebagian hasil panennya melalui saluran I karena jumlah pembelian konsumen pada saluran I terbatas sehingga akan membutuhkan waktu yang lama agar seluruh hasil panen dapat terjual.

Pada saluran II pedagang pengecer mendapatkan margin sebesar Rp. 8.500/kg. Sedangkan keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer pada saluran II sebesar Rp.6.617,91/kg. Nilai keuntungan yang diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar 3,5 kali jika dibandingkan dengan biaya tataniaga yang dikeluarkannya. Hal ini memperlihatkan bahwa tataniaga cabai yang dilakukan oleh pedagang pengecer memberikan keuntungan 3,5 kali lipat dibandingkan biaya tataniaga yang dikeluarkannya.

Jika dibandingkan dengan beberapa penelitian yang juga melalui satu perantara, maka perbandingan nilai keuntungan dibandingkan biaya tataniaga cabai kopay lebih kecil dari penelitian yang dilakukan di Desa Beganding, dimana nilai perbandingan yang diperoleh oleh pedagang pengecer sebesar 4,6 (Masyuliana et al., 2018) dan penelitian yang dilakukan di Desa Napoosi dimana nilai yang diperoleh sebesar 12,4 (Saleh, 2020).

Adapun rincian biaya dan margin tataniaga pada setiap saluran tataniaga cabai kopay dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Biaya dan Margin Tataniaga Cabai Kopay

No.	Lembaga dan Komponen Biaya	Margin	Harga (Rp/Kg)	Biaya Tataniaga (Rp/Kg)
1. Saluran I				
Petani				
	Harga Jual Petani		39.000	
	Biaya Tataniaga			
	• Pengemasan			24,29
	• Penyusutan gerobak			26,35
	• Penyusutan timbangan			92,96
	Total Biaya			143,60
Konsumen Akhir				
	Harga Beli Konsumen		39.000	
2. Saluran II				
Petani				
	Harga Jual Petani		36.500	
	Biaya Tataniaga			
	• Peny kendaraan			521,54
	• Bahan bakar			186,50
	• Pengemasan			248,15
	• Peny gerobak			25,25
	Total Biaya			981,44
Pedagang Pengecer				
	Harga Beli (a)		36.500	
	Biaya Tataniaga			
	• Sewa kios	8.500		66,52
	• Uang kemanan dan uang ronda			12,48
	• Peny timbangan 2 kg			0,19
	• Peny timbangan 15 kg			0,27
	• Peny timbangan 100 kg			0,56
	• Listrik			227,80
	• Pengemasan			199,74
	• Tenaga kerja			1.374,53
	Total Biaya (b)			1.882,09
	Harga Jual Pedagang Pengecer (c)		45.000	
	Total Biaya Tataniaga (Rp/Kg) (d=a+b)			38.382,09
	Total Keuntungan (Rp/Kg) (e=c-d)			6.617,91
	Total Margin Tataniaga (Rp/Kg)(f=c-a)			8.500

Farmer Share Cabai Kopay

Farmer share atau bagian yang diterima petani adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani produsen. *Farmer share* dapat dikatakan efisien jika bagian yang diterima petani semakin besar.

Tabel 2. *Farmer Share* Cabai Kopay

Saluran Tataniaga	Harga Jual Di Tingkat Petani (Rp/Kg)	Harga Beli Di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	<i>Farmer Share</i> (%)
Saluran I	39.000	39.000	100,00
Saluran II	36.500	45.000	81,11

Berdasarkan Tabel 2 terlihat bahwa semakin panjang suatu saluran tataniaga, maka akan semakin sedikit bagian yang akan diterima oleh petani. Nilai farmer share tataniaga cabe kopay (81,11%) pada saluran II yang menggunakan satu perantara lebih tinggi jika dibandingkan dengan farmer share (75%) yang juga menggunakan satu perantara di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsung Kabupaten Hulu Sungai Selatan (Yusuf, Ferrianta, & Muzdalifah, 2021).

Efisiensi Tataniaga Cabai Kopay

Efisiensi tataniaga merupakan ukuran yang digunakan dalam menilai hasil kinerja dari para lembaga-lembaga tataniaga. Efisiensi tataniaga yang tinggi adalah hasil yang ingin dicapai oleh semua pihak yang terkait.

Tabel 3. Efisiensi Tataniaga Cabai Kopay

No.	Uraian	Saluran I	Saluran II
1	Total biaya (Rp/Kg)	143,60	1.882,09
2	Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)	39.000	45.000
	Efisiensi (%)	0,37	4,18

Berdasarkan perhitungan nilai efisiensi, terlihat bahwa saluran I lebih efisien dibandingkan saluran II. Hal ini karena pada saluran I petani menjual hasil panennya langsung ke konsumen, sehingga saluran tataniaganya lebih pendek. Sedangkan pada saluran II petani menggunakan pedagang perantara dalam memasarkan hasil panennya sehingga salurannya lebih panjang dan total biaya tataniaga lebih tinggi dibandingkan saluran I.

KESIMPULAN

Saluran tataniaga cabai kopay yang dihasilkan oleh petani di Kelurahan Koto Panjang Dalam Kecamatan Lamposi Tigo Nagari Kota Payakumbuh, ada dua. Pada saluran I, petani memasarkan hasil panennya langsung ke konsumen akhir. Pada saluran II, petani memasarkan hasil panennya ke pengecer untuk kemudian dijual oleh pengecer ke konsumen akhir. Fungsi yang dijalankan oleh masing-masing lembaga tataniaga berbeda. Petani menjalankan tiga fungsi yaitu fungsi pertukaran (penjualan), fungsi fisik (pengangkutan) dan fungsi penunjang (standarisasi produk, informasi harga). Sedangkan pedagang pengecer menjalankan ketiga fungsi tataniaga yang ada yaitu; fungsi pertukaran (pembelian dan penjualan), fungsi fisik (penyimpanan), dan fungsi penunjang (penanggung resiko, informasi harga).

Margin tataniaga saluran II yaitu sebesar Rp 8.500/kg. Pada saluran I petani menjual cabai Kopay langsung kepada konsumen akhir sehingga tidak terdapat margin. Efisiensi tataniaga memperlihatkan bahwa saluran I lebih efisien dibandingkan saluran 2.

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka sebaiknya petani mencoba menggunakan alternative pengemasan dapat berupa kardus, peti atau box styroform. Selain itu agar memperoleh margin yang lebih

besar dan meningkatkan efisiensi pemasaran, petani bisa melakukan pemasaran secara bersama melalui kelompok. Petani sebaiknya mencari alternatif pengemasan cabai Kopay pada saat memasarkan ke pedagang pengecer supaya dapat mempertahankan kualitas cabai merah. Alternatif lain yang dapat digunakan sebagai kemasan adalah dus, peti, dan box Styrofoam.

Petani secara berkelompok dapat mempertimbangkan untuk menyalurkan produknya langsung ke konsumen dengan menyewa tempat dipasar lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adenuga, A. H., Fakayode, S. B., & Adewole, R. A. (2015). Marketing Efficiency and Determinants of Marketable Surplus in Vegetable Production in Kwara State, Nigeria. *AgEcon Search*, 18. Retrieved from file:///F:/Spec 2/Traffic Delay Model.pdf
- Adnyasari, P. S., Dewi, R. K., & Susrusa, K. B. (2017). Analisis Sistem Tataniaga Cabai Merah di Desa Besakih, Kecamatan Rendang, Kabupaten Karangasem. *E-Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, Vol. 6, No.
- Amurwani, S., Rianse, I. S., & Sadimantara, F. N. (2022). The Channel Analysis and Marketing Efficiency Lada in Moramo District South Konawe Regency. *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo*, 24(1), 49. <https://doi.org/10.37149/bpsosek.v24i1.24206>
- Atman, Artati, F., Misran, Zulifwadi, Aryawaita, Rahayu, W., & Azwardi, D. (2020). *Panduan Teknis : Teknologi Produksi Lipat Ganda (Proliga) Cabai Merah Spesifik Sumatera Barat*. Propinsi Sumatera Barat: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Sumatera Barat, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Statistik Indonesia 2022. In *Statistik Indonesia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Balkis, S., & Kosasih. (2016). Tataniaga Agribisnis Cabai Merah Di Kecamatan Tenggara Seberang. *Agrifor : Jurnal Ilmu Pertanian Dan Kehutanan*, Vol 15, No.
- Daryanto, A., Sahara, Riani, P. K., Hafizah, D., Qalsum, U., Manalu, D. S. T., ... Astuti, L. T. W. (2020). *Tataniaga Pertanian*. Banten, Indonesia: Universitas Terbuka.
- Ernanda, R., Burhanuddin, B., & Purwono, J. (2019). Social Capital Characteristics of Kopay Chili Farmers in Payakumbuh. *Jurnal AGRISEP : Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 18(1), 41–52. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.18.1.41-52>
- Ernanda, R., Burhanuddin, & Purwono, J. (2020). Pengaruh Norma Sosial Julo-Julo Tenaga Kerja terhadap Kinerja Usahatani Cabai Kopay di Kota Payakumbuh. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah: Menara Ilmu*, 14(1), 113–120.
- Fafchamps, M., Gabre-Madhin, E., & Minten, B. (2005). Increasing returns and market efficiency in agricultural trade. *Journal of Development Economics*, 78(2), 406–442. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2004.10.001>
- Harmoko, E. (2020). Analisis Rantai Pasok Cabai Besar Di Kabupaten

- Merangin. *Jurnal AGRIPITA Vol. 4, No.1 Mei 2020, Hlm. 15-26.*
- Hendro, N., Rahayu, E. S., & Fajarningsih, R. U. (2022). Analysis of price variations and red chili market integration in Ciamis regency. *Linguistics and Culture Review, 6*, 720–730.
<https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.2151>
- Imtiyaz, H., & Soni, P. (2013). Marketing cost , marketing loss and marketing efficiency of green chilli in different supply chains. *New Agriculturist, 24*(2), 1–8.
- Iswari, K., & Srimaryati. (2014). Pengaruh Giberelin dan Jenis Kemasan untuk Menekan Susut Cabai Kopay selama Pengangkutan Jarak Jauh. *Jurnal Pasca Panen, 11*(2), 89–100.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2009). Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor : 2085/Kpts/SR.120/5/2009 tentang Varietas Terdaftar Tanaman Hortikultura. In *Kementerian Pertanian RI.*
- Kusmawati, L., Herdiansah, D., & Hardiyanto, T. (2017). Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah Varietas Tanjung 2. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, Volume 4 N.*
- Manalu, O., Siregar, T. H. S., & Rahman, A. (2014). Analisis Tataniaga Cabai Merah Dan Tomat Di Pasar Penampungan Kota Medan. *Agrica (Jurnal Agribisnis Sumatera Utara), Vol.7 No.2.*
- Masyuliana, Tarigan, K., & Salmiah, S. (2018). Hubungan Saluran Tataniaga Dengan Efisiensi Tataniaga Cabai Merah (*Capsicum Annum Sp.*) (Kasus : Desa Beganding, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo). *Journal On Social Economic Of Agriculture And Agribusiness, Volume 9 N.*
- Nasir. (2021). Sistem Tataniaga Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Banyuasin III Kabupaten Banyuasin. *Societa, X – 2 : D*, 39 – 51.
- Nasruddin, W., & Musyadar, A. (2015). *Tataniaga Pertanian. Cetakan Ketiga Edisi Kedua.* Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Nasution, A. H., Hanter, & Rahman, P. (2021). Marketing efficiency of red chilli pepper in North Sumatera Province. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 782*(2).
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/782/2/022029>
- Novitasari, R. (2012). Dry Curly Kopay Chili (*Capsicum Annum VAR. GLABIUSCUM*) by Using Vakum Oven Studied. *Jurnal Teknologi Pertanian, 1*(2).
- Nugroho, A. D., Prasada, I. Y., & Al Rosyid, A. H. (2021). The efficiency of the auction market of chili in the sandy coastal area of Yogyakarta Province, Indonesia. *African Journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development, 21*(2), 17435–17449.
<https://doi.org/10.18697/ajfand.97.19420>
- Nurhidayana, Kuswardani, R. A., & Siregar, M. A. (2012). Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah di Kabupaten Batubara. *Agrica (Jurnal Agribisnis Sumatera Utara), Vol.5 No.1.*
- Pranata, B. D., Badrudin, R., & Romdhon, M. (2021). Analysis Of The Marketing Efficiency Of The Red Curly Chili (*Capsicum annum L.*) in Kepahiang District. *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis, 20*(2), 367–380.
<https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.2.367-380>
- Pusat Pendidikan Pertanian. (2017). *Pemasaran Produk Agribisnis.*

- Jakarta: Pusat Pendidikan Pertanian, Badan Penyuluhan Dan Pengembangan Sdm Pertanian, Kementerian Pertanian.
- Rasidin, Yusriadi, & Raman. (2018). Analisis Pendapatan Dan Efisiensi Pemasaran Cabai Merah (*Capsicum Annuum* L.) Di Kecamatan Watangpulu Kabupaten Sidrap. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian, Volume 4 S.*
- Riyadh, M. I. (2018). Analisis Saluran Pemasaran Lima Pangan Pokok Dan Penting Di Lima Kabupaten Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Vol. 9, No,* 161–171.
- Saleh, L. (2020). Analisis Efisiensi Saluran Tataniaga Cabai di Kecamatan Onembute Kabupaten Konawe. *SURYA AGRITAMA, Volume 9(1),* 49–61.
- Setijorini, Winarso Drajad Endang, W. L. (2021). *Budidaya Tanaman Pangan Utama*. Banten, Indonesia: Universitas Terbuka.
- Sitinjak dkk, W. (2023). *Pemasaran dan Tataniaga Pertanian*. Bandung: Widina.
- Sundari, M. T., Darsono, D., Sutrisno, J., & Antriyandarti, E. (2023). *Analysis of trade potential and factors influencing chili export in Indonesia*. 8(1). <https://doi.org/doi:10.1515/opag-2022-0205>
- Supriadi, H., & Sejati, W. K. (2018). Perdagangan Antarpulau Komoditas Cabai Di Indonesia: Dinamika Produksi Dan Stabilitas Harga. *Analisis Kebijakan Pertanian, Vol. 16 No.* <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.21082/akp.v16n2.2018.109-127>
- Tafajani, D. S. (2011). *Panduan Komplit Bertanam Sayur dan Buah-Buahan*. Yogyakarta.: Universitas Atma Jaya.
- Usman, Y. (2020). *Diktat Tataniaga Hasil Pertanian*. Padang: Fakultas Pertanian, Universitas Andalas.
- Yusuf, R. A., Ferrianta, Y., & Muzdalifah. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Frontier Agribisnis 5 (1), Maret 2021.*