

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1. Latar Belakang**

Keadaan geografis Indonesia yang beriklim tropis menjadikan potensi alam yang lebih unggul dari Negara lainnya sehingga menjadikan Indonesia sebagai paru – paru dunia. Indonesia merupakan Negara agraris yang mana penduduknya sebagian besar bermatapencaharian sebagai petani, dan memiliki hasil pertanian yang melimpah. Dengan potensi sumber daya alam yang melimpah menjadikan sektor pertanian merupakan pemyumbang devisa terbesar di Indonesia. Sektor pertanian merupakan sektor roda pergerakan perekonomian Indonesia.

Dalam sektor pertanian, terdapat beberapa sub sektor pertanian salah satunya adalah tanaman hortikultura. Jenis – jenis tanaman hortikultura yaitu sayuran, buah – buahan dan tanaman hias. Pada jenis sayuran salah satu nya adalah wortel. Wortel merupakan salah satu jenis sayuran yang memiliki potensi untuk dikembangkan karena wortel merupakan sayuran yang di gemari masyarakat. Selain itu wortel memiliki banyak manfaat penting seperti sumber vitamin dan mineral.

Wortel merupakan tanaman hortikultura yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Wortel banyak menyimpan karbohidrat dan vitamin yang tinggi. Manfaat wortel sangat banyak seperti bahan makanan, kosmetik dan bahan obat – obatan. Sayuran wortel selain banyak peminatnya juga mudah di dapatkan seperti di pasar tradisional maupun pasar modern maka tidak heran jika wortel lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat Indonesia di bandingkan dengan sayuran umbi lainnya seperti misalnya sayuran lobak.

**Tabel 1 Produksi wortel di Sumatera Utara**

<b>Tahun</b>	<b>Ton</b>
2016	47.205
2017	50.899
2018	56.254
2019	95.821
2020	99.306

*Sumber : Badan Pusat Statistika Sumatera Utara*

Dari data diatas dilihat bahwa kenaikan produksi wortel pada tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan yang signifikan. Hal ini menunjang kenaikan produksi tanaman sayuran di sumatera utara. Untuk itu dalam produksi wortel di sumatera ini dapat memenuhi kebutuhan sayuran wortel di Sumatera Utara. Namun pada tahun 2019 hingga 2020 hanya mengalami kenaikan yang sangat sedikit.

**Tabel 2 Produksi wortel di Kabupaten Karo**

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (Ton)</b>	<b>Luas Lahan ( ha )</b>
2016	43.089,00	2.020
2017	48.092,40	2.353
2018	51.208,50	2.3.69
2019	91.991,50	3.853
2020	93.247,00	3.883

*Sumber : Badan Pusat Statistika Kabupaten Karo*

Dari data diatas dilihat bahwa kenaikan produksi wortel di Kabupaten Karo pada tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan yang signifikan. Kenaikan ini sangatlah tinggi, hal ini dikarenakan banyaknya faktor yang mempengaruhinya. Untuk luas lahan setiap tahunnya semakin bertambah, hal ini juga menunjukkan bahwa setiap lahan bertambah maka produksi setiap tahunnya juga bertambah.

**Tabel 3 Produksi wortel di Kecamatan Merdeka**

<b>Tahun</b>	<b>Produksi (Ton)</b>	<b>Luas Lahan (ha)</b>
2016	13.475	517
2017	14.839	638
2018	-	-
2019	18.374	635
2020	17.620	628

*Sumber : Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Karo*

Dari data di atas dilihat bahwa penurunan produksi wortel di kabupaten karo dari tahun 2019 sampai 2020 diakibatkan luas lahan yang semakin menurun. Hal ini diakibatkan karena adanya faktor yang mempengaruhinya, seperti tanah disana dibuat permukiman warga sehingga luas lahan mempengaruhi produksi wortel di kecamatan merdeka.

Rantai pasok (*supply chain*) merupakan kegiatan pengolahan, pendistribusian, pemasaran hingga produk ke tangan konsumen. Hal ini menentukan semakin panjangnya rantai pasok maka semakin rendah harga dipetani. Rantai pasok pada produk pertanian berbeda dari produk yang lainnya dikarenakan produk pertanian yang mudah rusak dan tidak tahan lama, proses penanaman yang tergantung pada iklim yang terdapat di daerah tersebut dan bentuk produk hasil pertanian yang bervariasi (Simchi Levi, dkk, 2003).

Farmer share merupakan suatu presentase harga di tingkat petani terhadap persentase harga di tingkat pedagang pengecer. Farmer share dilakukan untuk melihat efisiensi pemasaran di tingkat petani atau terfokus pada efisiensi pemasaran petani saja. Farmer share berguna untuk meningkatkan pendapatan petani sehingga dapat memperoleh harga yang tinggi (Kohls & Uhl, 2002).

Margin pemasaran digunakan untuk menjelaskan fenomena yang menjadi gap antara pasar di tingkat petani dengan pasar di tingkat retail. Margin pemasaran

didefinisikan sebagai perbandingan harga di tingkat produsen dengan harga di tingkat konsumen (Rahim at.all, 2007).

Peran pemasaran pada komoditas sayuran wortel memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan kinerja usaha tani sayuran wortel, namun salah satu kelemahan dalam pengembangan produk pertanian termasuk hortikultura adalah pemasaran. Pemasaran sebagai kegiatan ekonomi yang berfungsi untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Kurangnya perhatian terhadap masalah dalam pemasaran akan menyebabkan rendahnya efisiensi pemasaran Mubyarto (1989)

Efisiensi pemasaran adalah perbandingan antara output dan input pemasaran. Output dapat berupa kepuasan pelanggan dan input adalah input yang digunakan dalam proses pemasaran. Suatu sistem pemasaran akan dikatakan efisien jika: mampu menyalurkan produk pertanian dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah mungkin dan dapat mendistribusikan secara adil total harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir kepada semua pihak. terlibat dalam pemasaran Daniel,at.all (2002).

Didapatkan informasi bahwa petani sayuran wortel menghadapi permasalahan yang kompleks baik secara internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi: keterbatasan lahan, kurangnya sumber daya petani dalam mengakses teknologi, penanganan pasca panen, kualitas pengelolaan yang rendah, akses pasar dan akses permodalan. Sedangkan masalah eksternal meliputi: perubahan iklim dan cuaca, serangan hama dan penyakit tanaman serta fluktuasi harga. Permasalahan tersebut akan menimbulkan resiko dan ketidakpastian bagi

petani, baik dari segi produksi maupun pasar/harga, yang akan mengakibatkan rendahnya posisi tawar petani.

Keadaan yang terjadi saat ini banyak menimbulkan perbedaan yang sangat jauh antara di tingkat petani dengan harga di tingkat produsen. Perbandingan harga sangat jauh berbeda, di tingkat petani harga sangat rendah dan tidak stabilnya harga tersebut.

### **1.2. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana pola rantai pemasaran wortel (*Daucuscarota*) di Desa Merdeka, Kabupaten Karo.
2. Bagaimana farmer share wortel (*Daucuscarota*) di Desa Merdeka, Kabupaten Karo.
3. Bagaimana efisiensi pemasaran wortel (*Daucuscarota*) di Desa Merdeka Kabupaten Karo.

### **1.3. Tujuan Identifikasi Masalah**

1. Untuk mengetahui bagaimana pola rantai pasok pemasaran wortel (*Daucuscarota*) di Desa Merdeka, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.
2. Untuk mengidentifikasi farmer share wortel (*Daucuscarota*) di Desa Merdeka, Kecamatan Merdeka, Kabupaten Karo.
3. Untuk mengidentifikasi efisiensi pemasaran wortel (*Daucuscarota*) di desa merdeka, Kabupaten Karo

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari proses pengembangan pengetahuan tentang pemasaran wortel, pola saluran

pemasaran wortel, farmer share wortel, evaluasi pemasaran wortel dan penerapannya di jurusan agrbisnis fp uisu

2. Bagi petani, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau panduan dalam pengembangan pengetahuan tentang pemasaran wortel, pola saluran pemasaran wortel, farmer share wortel, efisiensi pemasaran wortel dan dipenerapannya dalam kehidupan sehari – hari
3. Bagi instansi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kajian pustaka tambahan untuk pengembangan penelitian lainnya di sektor tanaman hortikultura.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Vicky, (2020) tentang Analisis pemasaran wortel (*Daucuscarota*) di Desa Lingga Kecamatan Simpang Empat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah di Desa Lingga Kecamatan Simpang Empat ini terdapat 3 rantai pemasaran wortel dalam setiap rantai pemasaran terdapat margin pemasaran yang diperoleh harga perkilonya untuk saluran I Rp 1.020/ kg, saluran II Rp 3.460/kg dan saluran III Rp 3.800/kg.

Zanuar, (2020) tentang Analisis efisiensi pemasaran wortel desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang (studi kasus : Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Jawa Timur). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran wortel, besarnya margin, mengetahui struktur dan perilaku pasar wortel dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran wortel di Desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan *snowball sampling*. Hasil dari dari penelitian ini yaitu terdapat III saluran pemasaran saluran I : petani – tengkulak – konsumen bisnis ( P. luar kota ), saluran II : petani – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir, saluran III : petani – tengkulak – pedagang besar – pedagang pengecer – konsumen akhir. Besar margin pemasaran rata – rata saluran satu sebesar Rp 3000 share petani 52%, saluran dua sebesar Rp 4944 share petani 41%, saluran tiga sebesar Rp 7767 share 31% maka saluran pemasaran yang efisien terdapat pada saluran dua dengan margin terkecil dan share terbesar. Struktur dan prilaku pasar di desa pandaisari yaitu petani dengan pasar oligopoli dan prilaku pasar terjadi

pada penjualan, tengkulak dengan pasar oligopoli dan perilaku pasar terjadi pada kegiatan pembelian hingga penjualan, pedagang besar dengan pasar oligopoli dan perilaku pasar terjadi pada kegiatan pembelian hingga penjualan, pedagang pengecer dengan pasar oligopoli. Tingkat efisiensi pemasaran wortel pada saluran I  $E_t = (1,08)$ , saluran II  $E_t = (0,86) > 1$ , saluran III  $E_t = (0,64) < 1$ .

Henrykus Sihaloho, at.all (2020) tentang Analisis faktor produksi terhadap produksi, efisiensi dan pendapatan wortel di Desa Surbakti, Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Karo. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kedelapan faktor terhadap produksi, tingkat efisiensi, dan pendapatan usahatani wortel di daerah penelitian. Temuan penelitian ini menunjukkan, secara serempak (uji F) penggunaan faktor produksi bibit, pupuk kandang, pupuk Ammophos, pupuk NPK, pupuk KCL, pestisida Antracol, pestisida Gramoxone, dan tenaga kerja berpengaruh nyata terhadap produksi usahatani wortel di daerah penelitian. Secara parsial (uji-t) bibit, pupuk kandang, pupuk Ammophos, pupuk NPK, pupuk KCL, pestisida Antracol, pestisida Gramoxone, dan tenaga kerja berpengaruh nyata terhadap produksi wortel, sedangkan pupuk KCL tidak berpengaruh nyata terhadap produksi wortel. Penelitian juga menemukan, penggunaan bibit, pupuk kandang, pupuk Ammophos, pupuk NPK, pupuk KCL, pestisida Antracol, pestisida Gramoxone, dan tenaga kerja belum efisien. Pendapatan bersih petani wortel mencapai Rp 27.763.882,28/hektar/musim tanam.

Prajaka Sembiring, at.all (2021) tentang Analisis saluran dan margin pemasaran wortel (*Daucus Carota L*) Di Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran, menganalisis margin pemasaran, dan menganalisis efisiensi pemasaran wortel di

Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Karo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran Wortel, yaitu: Saluran I: petani - pedagang pengumpul Kecamatan - pedagang pengumpul luar kota - pengecer – konsumen dan Saluran II: petani - pedagang pengumpul kecamatan - pedagang pengumpul kabupaten – pedagang pengumpul luar kota - pengecer - konsumen. Margin pemasaran yang paling efisien terdapat pada saluran pemasaran I yaitu dengan nilai efisiensi sebesar 71,6% lebih kecil dibandingkan dengan yang terdapat pada saluran II, yaitu sebesar 81,8%.

Finka Erika Dongi, et al (2019) tentang Analisis margin pemasaran wortel Di Desa Sinisir Kecamatan Modoinding. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola pemasaran, menghitung besarnya margin, keuntungan dan biaya pemasaran serta bagian yang diterima petani (*farmer's share*) di Desa Sinisir Kecamatan Modoinding Kabupaten Minahasa. Metode analisis data dengan menggunakan snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada empat bentuk saluran pemasaran di Desa Sinisir Kecamatan Modoinding yaitu: (I) Petani – Konsumen Akhir; (II) Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen; (III) Petani – Pedagang Pengumpul – Pedagang Pengecer –Konsumen; IV) Petani – Pedagang Besar. Saluran pemasaran wortel yang menghasilkan biaya, margin, dan keuntungan pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran II yaitu Rp 5.429 per kilogram, Rp 6.000 per kilogram, Rp 571 per kilogram. Bagian yang diterima petani (*farmer's share*) tertinggi pada saluran pemasaran I yaitu sebesar 100 persen.

Yunda (2017) tentang Studi pemasaran wortel (*Daucus carota* L.) Di Desa

Citeko Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor Jawa Barat. Tujuannya untuk mengetahui berapa besa biaya produksi, penerimaan, pendapatan, margin pemasaran dan farmer share dari pemasaran wortel. Metode yang digunakan adalah *snowball sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah Saluran pemasaran di Desa Citeko merupakan saluran dwi tingkat yaitu dari petani ke pedagang pengumpul, dari pedagang pengumpul ke pedagang pengecer sampai produksi wortel ke tangan konsumen. Biaya Pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengumpul sebesar Rp.4.793,68 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 299,61 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>, sedangkan untuk pedagang pengecer biaya pemasaran yang dikelurakan sebesar Rp. 1.681,48 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 34,32 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>. Margin yang diterima oleh pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 19.150,00 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 1.196,88 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>, sedangkan margin yang diterima oleh pedagang pengecer sekitar Rp. 48.750,00 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 994,90 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>. Keuntungan yang diperoleh petani adalah sebesar Rp. 16.502,83 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 660,11 kg<sup>-1</sup>, pedagang pengumpul sebesar Rp. 14.356,32 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 897,27 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>, dan keuntungan yang diterima pedagang pengecer sebesar Rp. 47.068,32 kg<sup>-1</sup> dengan rata-rata Rp. 960,58 kg<sup>-1</sup> responden<sup>-1</sup>. *Share* yang diterima petani sebesar 50,06 %, pedagang pengumpul sebesar 70,64 % dan pedagang pengecer sebesar 100 %.

Pujiharto, at.all, (2018), Strategi pemasaran produk sayuran dataran tinggi di wilayah Kecamatan Batur Kabupaten Banjarnegara. Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi pemasaran petani pada indikator harga, produk, distribusi dan promosi yang tergolong rendah, yang mempengaruhi bauran pemasaran adalah sikap dari petani tersebut sehingga harus ada sikap positif terhadap strategi

pemasaran.

Muhammad Fadhil, et.al (2019) tentang Analisis manajemen rantai pasok (*supply chain*) wortel di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Provinsi Jawa Tengah menggunakan metode food supply chain network. Penelitian bertujuan untuk mengetahui model rantai pasok *food supply chain network*, dan kinerja rantai pasok wortel di Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar. Metode analisis menggunakan model *Food Supply Chain Network* (FSCN) dan analisis efisiensi kinerja dengan margin pemasaran, *Farmer's share* dan efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian yaitu manajemen rantai pasok Wortel membentuk empat saluran rantai dan menunjukkan kondisi rantai pasok wortel di Desa Blumbang belum berjalan dengan baik. Pengukuran kinerja rantai pasok yaitu rantai pasok belum mencapai kinerja optimal, satu dari empat saluran pemasaran memiliki nilai rasio biaya dan keuntungan rendah walaupun margin dan *farmer's share* bernilai tinggi. Saluran 2 rantai yang telah memiliki efisiensi kinerja dengan margin pemasaran 33%, *farmer's share* 66,7%, efisiensi pemasaran 38,15%.

Nisia Tamuntuan (2013) tentang Analisis saluran distribusi rantai pasok sayur wortel di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. Tujuan penelitian untuk mengetahui proses produksi, kebutuhan, dan sistem rantai pasokan sayuran wortel yang dihasilkan para petani Rurukan di Kota Tomohon. Penelitian ini menggunakan metode snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan proses produksi sayuran wortel, dilakukan melalui pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan dan panen. Para petani telah berpengalaman dalam pertanian, rata-rata pengalaman menanam Wortel di atas 10 tahun

sehingga mereka telah memahami cara bercocok tanam Wortel yang baik, termasuk pemilihan bibit unggul. Saluran distribusi rantai pasokan menggunakan model saluran distribusi sederhana (Model saluran distribusi 1 sampai dengan 3 tingkat), baik di pasar tradisional, atau di supermarket Kota Tomohon, banyak dijual Wortel hasil produksi para petani Desa Rurukan.

Aflit Nuryulia, (2018) tentang Saluran distribusi dan manajemen pemasaran kubis tomat wortel (Studi Kasus Di Area Boyolali Jawa Tengah). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis dan memetakan rantai distribusi dan pemasaran produk sayuran di wilayah Boyolali Menganalisis pembentukan harga produksayuran di wilayah Boyolali. Hasil analisis Pangsa Produsen, Marjin Pemasaran produk sayuran Pangsa Produsen Pangsa produsen untuk petani kubis 47%, pangsa produsen petani tomat 88%, dan pangsa produsen petani wortel 74%. Berdasarkan analisis pangsa produsen menunjukkan bahwa rata-rata pangsa pasar sangat baik dari sisi petani sayuran.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Petani**

Petani didefinisikan sebagai seorang individu yang bekerja sebagai pemelihara hewan dan tumbuhan yang hidup di pedesaan untuk diambil hasilnya sebagai bahan konsumsi masyarakat umum yang berperan sebagai konsumen. Petani sebagai pemeran utama dalam system agribisnis baik monokultur maupun polikultur, baik dari tanaman pangan, peternakan, hortikultura maupun perkebunan (Mosher, 1987).

### 2.2.2. Klasifikasi Wortel

Menurut (Cahyono, 2006) klasifikasi tanaman wortel (*Daucus carot L.*) dapat dituliskan sebagai berikut :

- Devisio : Spermatophyta (Tumbuhan berbiji)
- Subdevisi : Angiospermae (Biji berada dalam buah)
- Kelas : Dicotyledonae (biji berkeping 2/ biji belah)
- Ordo : Umbelliferales
- Famili : Umbellifirae/ Apiaceae/ Ammiaceae
- Genus : Daucus
- Spesies : Daucus carota L.

Tanaman hortikultura adalah tanaman yang memiliki peran dan kedudukan yang sangat tinggi dan juga sebagai salah satu penyumbang pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Tanaman hortikultura memiliki banyak peran yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat yaitu sebagai sumber makanan yang bervitamin tinggi serta pemenuhan gizi yang sangat tinggi bagi masyarakat Indonesia. Wortel juga berperan sebagai salah satu bahan makanan sumber gizi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat indoneia dikarenakan kandungan vitaminnya yang tinggi (Sudiyono, 2002).

Tanaman sayuran yang mempunyai hasil produksi yang cukup besar di Indonesia salah satunya adalah wortel. Wortel mempunyai potensi untuk dikembangkan karena selain salah satu jenis sayuran yang amat digemari oleh masyarakat, wortel juga memiliki peran penting dalam penyediaan sumber vitamin dan mineral. Kuatnya pasaran wortel juga dapat dilihat dari pertumbuhan dan

perkembangan perusahaan industri pengolahan yang mengolah umbi wortel menjadi berbagai bentuk produk makanan maupun minuman ( Cahyono, 2002).

Bagian dari wortel yang di konsumsi adalah umbinya, umbi wortel terdapat di dalam tanah. Umbi wortel selain untuk bahan makanan juga bisa digunakan sebagai lalapan. Wortel juga dimanfaatkan sebagai bahan pengobatan salah satunya bisa digunakan sebagai lalapan. Wortel juga dimanfaatkan sebagai bahan pengobatan salah satunya adalah pengobatan rabun jauh. Selain itu kandungan dari wortel yaitu bekarotin, zat ini dapat mencegah bensopiren penyebab kanker paru – paru (Rukmanah, 1995).

### **2.2.3. Rantai Pasok**

Saluran pemasaran atau supply chain merupakan konsep baru yang melibatkan seluruh aktifitas perusahaan adalah bagian teritegrasi. Dalam hal ini integrasi perusahaan pada bagian hulu dalam proses distribusi dan pemasaran produk. SCM (*Supply Chain Manajemen*) adalah serangkaian pendekatan yang diterapkan untuk mengintegrasikan pemasok, pengusaha, gudang dan tempat penyimpanan lainnya secara efisien hingga produk dihasilkan dan didistribusikan dengan kualitas yang tepat (Simchi Levi, at.all, 2003).

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. Supply chain menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang dan informasi. Barang umumnya mengalir hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun hilir ke hulu. Dilihat secara horizontal, ada lima komponen utama atau pelaku dalam supply

chain, yaitu supplier (pemasok), manufacturer (pabrik pembuat barang), distributor (pedagang besar), retailer (pengecer), customer (pelanggan). Secara vertikal, ada lima komponen utama supply chain, yaitu buyer (pembeli), transporter (pengangkut), warehouse (penyimpan), seller (penjual) dan sebagainya (Assauri, 2011).

Rantai pasok atau supply chain merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan (finansial). Pengaturan ini penting untuk dilakukan terkait banyaknya mata rantai yang terlibat dalam rantai pasokan cabai rawit dan melihat karakteristik cabai rawit yang mudah kering dan harganya relatif tinggi jika dibandingkan dengan hasil komoditas lainnya (Emhar, 2014).

#### **2.2.4. Farmer's Share**

Farmer's share adalah besar bagian harga dari petani ke pedagang pengecer. Farmer share merupakan suatu presentase harga di tingkat petani terhadap persentase harga di tingkat pedagang pengecer. Farmer share dilakukan untuk melihat efisiensi pemasaran di tingkat petani atau terfokus pada efisiensi pemasaran petani saja. Farmer share berguna untuk meningkatkan pendapatan petani sehingga dapat memperoleh harga yang tinggi.

#### **2.2.5. Efisiensi Pemasaran**

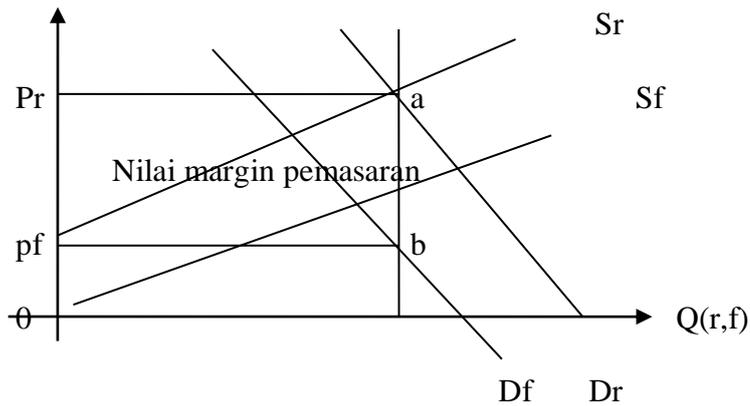
Suatu usaha apabila margin pemasaran lebih tinggi dari biaya pemasaran yang dikeluarkan maka lembaga yang berperan dalam pemasaran sudah dikatakan mengalami kegiatan yang efisien. Efisiensi dibagi atas efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Yang dikatakan efisiensi teknis adalah suatu efektifitas fisik dari

pemasaran sedangkan efisiensi ekonomis yaitu suatu efektifitas dalam pemasaran dengan fungsi lembaga – lembaga yang berperan di dalamnya.

Pasar yang dikatakan tidak efisien yaitu apabila biaya yang dikeluarkan lebih besar dari produksi yang dijual. Efisiensi pemasaran akan terjadi jika ditekannya biaya pemasaran sehingga keuntungan pemasaran jadi lebih tinggi, presentase harga yang dibayar konsumen dan produsen tidak tinggi, adanya kompetisi pasar yang sehat dan tersedia fasilitas fisik pemasaran. Kriteria ini umumnya digunakan oleh Negara berkembang sebagai indicator dari efisiensi pemasaran yang baik (Soekartawi, 1991).

#### **2.2.6. Margin pemasaran**

Margin pemasaran komoditas pertanian adalah selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran yaitu selisih harga yang dibayarkan di tingkat pengecer atau konsumen ( $p_r$ ) dengan harga yang diterima oleh produsen ( $p_f$ ). Jika digambarkan melalui sebuah grafik, maka margin pemasaran merupakan perbedaan harga di tingkat konsumen, dimana harga yang terjadi karena perpotongsn kurva permintaan primer (*primery demand curve*) dengan kurva penawaran turunan (*derived supply curve*), dengan harga di tingkat produsen, dimana dengan permintaan turunan (*derived demand*) (Sudiyono, 2002).



**Gambar 1 kurva margin pemasaran**

Keterangan :

Pr : harga ditingkat pedagang pengecer

Pf : harga di tingkat petani

Dr : permintaan di tingkat pengecer (*primary demand*)

Df : permintaan di tingkat petani (*derived demand*)

Sf : penawaran di tingkat petani (*primary supply*)

Sr : penawaran di tingkat pedagang pengecer (*derived supply*)

Qr,f : jumlah produk di tingkat petani dan pengecer

(Pr-Pf) : margin pemasaran

### 2.2.7. Kerangka Pemikiran

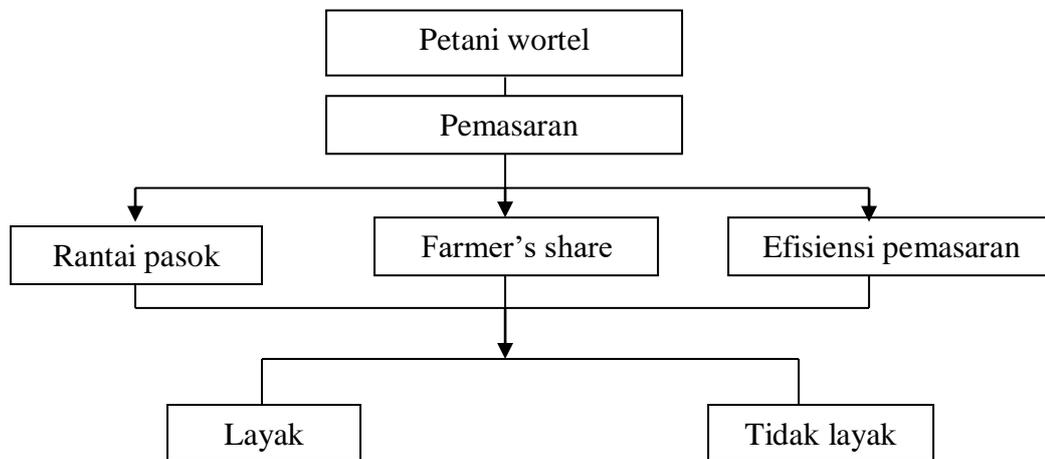
Ciri dari masyarakat petani adalah petani hidup dari hasil berusahatani dengan mengolah lahan yang dimilikinya, petani berasal dari pedesaan dengan kedudukan yang rendah terhadap masyarakat di atas desa, pola kebudayaan petani masih bersifat tradisional dan memiliki ciri khas tersendiri (Sajogyo, 1997).

Suatu pemasaran yang dapat dikatakan efisien apabila memenuhi dua syarat yang harus dipenuhi yaitu mengumbulkan hasil pertanian dari produsen ke konsumen dengan harga jual yang serendah – rendahnya, mampu membagikan

hasil balas jasa ke konsumen akhir dengan adil terhadap harga kepada seluruh pihak yang terlibat dalam pemasaran (Mubyarto, 1989).

Rantai pasok atau supply chain merupakan suatu konsep dimana terdapat sistem pengaturan yang berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi maupun aliran keuangan (finansial) (Emhar, 2014).

### Kerangka pemikiran



Keterangan :  $\longrightarrow$  = menyatakan adanya pengaruh  
 $\text{---}$  = menyatakan adanya hubungan