

Analisis Rantai Nilai Komoditi Cabai Merah (*Capsicum annuum L.*) Di Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara (Studi Kasus : Desa Sidodadi Ramunia, Kecamatan Beringin)

Kevin Ardiansyah^{1*)}, Faiz Ahmad Sibuea²⁾, Muhammad Buhari Sibuea³⁾

^{1*)} Mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area,

²⁾ Dosen Program Studi Agribisnis Universitas Medan Area

Jl. Kolam Nomor 1 / Jalan Gedung PBSI Nomor 1 Medan Estate

³⁾ Universitas Islam Sumatera Utara

Jl. Karya Wisata Gedung Johor, Medan 20144, Indonesia,

Email : kevinardiansyah311201@gmail.com

Abstrak

Cabai Merah (*Capsicum annuum L.*) yang merupakan salah satu komoditas strategis yang diperhatikan oleh pemerintah berkaitan dengan budidaya hingga pasca panen. Sebagai komoditas strategis tentunya sangat memberi keuntungan yang lebih bagi pelaku yang terlibat dalam aliran rantai nilai pemasaran cabai merah, namun pada kenyataannya petani cabai merah masih banyak yang mengeluh dengan usahatani cabai merah dengan ungkapan bahwa harga jual yang tidak sesuai dengan modal yang telah dikeluarkan dalam budidaya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat bagaimana analisis rantai nilai cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin dengan analisis tatakelola (*governance*) rantai nilai cabai merah. dengan total luas lahan yaitu 872 rante, dengan produktivitas per pohon cabai rata-rata pada musim ini menghasilkan 0,8 ons, dengan populasi tanaman per rante mencaai 750 pohon, dan dengan total produktivitas 163.800 kg, dengan menjualnya ke pedagang pengepul serta STA dan dengan tercipta hubungan dalam transaksi yang berbeda beda. *Governance* pada aliran rantai nilai cabai merah yang terbentuk yaitu dengan tipe (market) hal ini dikarenakan diperoleh nilai *complexity* rendah, *codify* tinggi dan *capability* tinggi yang artinya bahwa tipe *market* ini merupakan transaksi yang sangat sederhana serta informasi yang ada ditarsmisikan dengan mudah, biaya yang dibutuhkan murah, dan pelaku yang terlibat tidak terikat dengan perjanjian karena fokus utama dari kegiatan ini ialah harga dari produk.

Kata kunci: Cabai Merah, Rantai Nilai, Tata kelola.

Value Chain Analysis of Red Chili (*Capsicum annuum L.*) Commodity In Deli Serdang Regency, North Sumatera Province. (Case Study : Sidodadi Ramunia Village, District Beringin)

Abstract

Red Chili (*Capsicum annuum L.*) is one of the strategic commodities that the government pays attention to in relation to cultivation until post-harvest. As a strategic commodity, of course it provides more benefits for actors involved in the marketing value chain of red chilies, but in reality many red chili farmers still complain about red chili farming with the expression that the selling price is not in accordance with the capital that has been spent on cultivation. . The aim of this research is to see how the red chili value chain is analyzed in Sidodadi Ramunia Village, Beringin District with an analysis of the red chili value chain governance. with a total land area of 872 chains, with an average productivity per chili tree this season producing 0.8 ounces, with a plant population per chain reachin 750 trees, and with a total of 163,800 kg by selling it to collectors and STA traders and by creating relationships in different transactions. Governance in the flow of the red chili value chain that is formed is by type (market), this is because the values obtained are low complexity, high codification and high capability, which means that this type of market is a very simple transaction and the existing information is transmitted easily, the costs required cheap, and the actors involved are not bound by agreements because the main focus of this activity is the price of the product.

Keywords: Red Chili ,Value Chain Governance

PENDAHULUAN

Tugas pemasaran adalah menciptakan permintaan akan produk yang dihasilkan perusahaan (Wijoyo, 2021). Pada proses kegiatan penjualan cabai merah petani kepada pedagang pengumpul pada kenyataannya petani tidak mendapatkan informasi yang cukup terkait harga cabai. Kegiatan pemasaran cabai merah (*Capsicum annum L*) di Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera utara pada umumnya terkait dengan 4 (empat) lembaga pemasaran yaitu, pedagang, pengumpul, STA (Sub Terminal Agribisnis), pedagang besar, dan pedagang pengecer. Pada masing-masing lembaga pemasaran memiliki fungsi kegiatan pemasaran yang berbeda-beda yang dimulai dengan fungsi pertukaran yang dimulai ketika proses pembelian dan penjualan, fungsi fisik yang dimulai dengan kegiatan penyimpanan, pengangkutan hingga pengemasan, fungsi fasilitas adalah fungsi yang menanggung resiko dari kegiatan serta pembiayaan (Novendra et al., 2021). Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas terkait 4 lembaga pemasaran, pada pedagang pengecer kegiatan fungsi pemasaran yang paling minim dilakukan yaitu hanya dengan fungsi fasilitas serta fungsi pertukaran. Dalam pengembangan budidaya cabai merah terutama di daerah sentra produksi cabai merah, terdapat sejumlah permasalahan yang menyebabkan belum terwujudnya kualitas, kuantitas dan kesinambungan pasokan yang sesuai dengan permintaan pasar dan preferensi konsumen. Hal tersebut disebabkan oleh: 1) kecilnya skala produksi, 2) beragamnya hasil panen cabai merah dan bermutu rendah, 3) panjangnya jalur pemasaran dan struktur pasar oligopolistik, serta 4) fluktuasi harga yang menyebabkan resiko harga tinggi (Saptana et al., 2014). Pada kenyataannya para petani cabai merah masih banyak yang mengeluh dengan usaha tani cabainya dengan harga jual yang tidak sesuai dengan modal yang dikeluarkan dalam budidaya. Sehingga dapat ditarik benang merah akar permasalahan yang terjadi ialah rantai nilai pada pemasaran cabai merah yang belum diterapkan secara tepat (Novita, 2021).

Agribisnis merupakan kegiatan usahatani yang berkaitan dengan sub sektor hulu hingga sub sektor hilir. Petani sebagai produsen dan manager pada usaha tani yang harus memiliki kemampuan dalam menentukan serta memilih pasar terbaik untuk meningkatkan pendapatan dengan pengetahuan, teknologi, dan motivasi untuk mencapai tujuan dalam melakukan agribisnis ("Peran Kelompok Tani Aramiko Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Kakao Di Desa Cinta Damai Kecamatan Babel Kabupaten Aceh Tenggara," 2023) Agribisnis merupakan kegiatan usahatani yang berkaitan dengan sub sektor hulu hingga sub sektor hilir. Agribisnis merupakan sarana utama untuk mencapai tujuan efektifitas, efisiensi, serta produktifitas yang tinggi dari usaha agribisnis yang didukung dengan kelembagaan yang profesional dalam menjalankan usahatannya sehingga petani mempunyai ikatan kerja dengan lembaga-lembaga yang mendukungnya antara lain kelompok tani, penjual saprodi, penjual hasil pertanian, penyuluh pertanian, koperasi, bank, dan pemerintah daerah (Asir et al., 2022). Dengan demikian, sistem agribisnis merupakan suatu sistem yang terdiri dari beberapa subsistem yaitu:

1. Subsistem pengadaan dan penyaluran sarana produksi, teknologi dan pengembangan sumberdaya pertanian.
2. Subsistem produksi pertanian atau usahatani
3. Subsistem pengolahan hasil-hasil pertanian (agroindustri)
4. Subsistem pemasaran hasil-hasil pertanian

Rantai nilai merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menghasilkan nilai tambah terhadap suatu produk baik dari segi harga yang tinggi serta juga kualitas baik. Analisis rantai nilai adalah alat yang memfasilitasi analisis kegiatan usaha terutama dalam hal kegiatan pembentukan nilai tambah yang berkaitan dengan pemanfaatan faktor produksi, penjualan produk dan pengiriman produk (Tanaya, 2020). Rantai nilai dapat digunakan dalam menjelaskan beberapa isu terkait permasalahan dalam organisasi, koordinasi serta strategi yang digunakan untuk menjaga hubungan kerjasama (DFID 2008). Terbentuknya rantai nilai ini dikarenakan perubahan aktivitas produksi yang menjadi lebih lengkap dan heterogen yang dilakukan tidak hanya membahas aktivitas di dalam sektor atau antar sektor tetapi juga pada tingkat lokal maupun nasional (Kaplinsky & Morris, 2000).

Rantai nilai global dengan saluran pemasaran memiliki pengertian yang sama yaitu keseluruhan aktivitas yang membantu dalam menghasilkan serta meningkatkan nilai dari suatu produk dari produsen hingga konsumen akhir. Saluran pemasaran (*marketing channel*) adalah aliran produk atau jasa mulai dari petani produsen sampai ke konsumen akhir dengan berbagai macam aktivitas bisnis untuk meningkatkan nilai tambah dan kepuasan konsumen (Asmarantaka et al., 2018). Perbedaan yang terjadi antara rantai nilai global dengan saluran pemasaran adalah tujuan yaitu dari seluruh kegiatan dalam meningkatkan nilai suatu produk di dalam rantai nilai global akan terlihat pelaku yang memiliki kekuatan mengatur aktivitas pelaku yang lain, sedangkan dalam saluran pemasaran akan terlihat struktur pasar yang terbentuk serta efisiensi pemasaran (Kusmaria et al., 2017)

METODE PENELITIAN

Ciri khas dari analisis rantai nilai adalah kegiatan yang dilakukan para pelaku untuk mengatur tata kelola (*governance*). Interaksi yang terjadi dari kegiatan pelaku memungkinkan perusahaan yang sudah kompetitif untuk bertemu dengan aktivitas khusus seperti produk, proses, dan logistik untuk memenuhi kebutuhan pasarnya.

Tipe tata kelola (*governance*) terdiri dari lima yaitu *market*, *modular*, *regulation*, *captive*, dan *hierarchy* dapat dilihat pada Gambar terkait untuk menentukan tipe tata kelola ditentukan dengan memperhitungkan tiga variabel yaitu *complexity*, *codified*, dan *capability*. Untuk dapat menjelaskan itu semua ada beberapa tahap yang perlu dilakukan, yaitu: (ACIAR, 2012)

1. Memetakan pelaku yang menjadi kunci utama dari tata kelola (*governance*), untuk menentukannya dapat dilakukan dengan melihat *share of chain sales*, *share of chain value added*, *share of chain profit*, *rate of profit*, dan *holder of chain "market identity"*.
2. Menentukan sistem koordinasi yang telah diatur di dalam rantai nilai. Koordinasi berguna untuk memudahkan dalam pemenuhan standar produk pada pasar *intermediate* atau akhir.
3. Mengidentifikasi peraturan dan regulasi dalam rantai nilai. Karena, dalam rantai nilai pelaku yang terlibat memiliki peratran dan regulasi yang berbeda baik secara formal maupun informal sehingga pelaku harus mampu memenuhi standar yang dibutuhkan oleh pasar. Selain itu, peraturan yang ada bisa ditetapkan oleh pelaku didalam maupun luar rantai nilai sehingga akan memengaruhi pelaku dalam memahami dan mengkodifikasi informasi yang ada dan akan terlihat tingkat kompetensi yang dimiliki pelaku.

Berdasarkan ketiga tahapan tersebut, kemudian dikaitkan dengan 3 (tiga) variabel yang digunakan dalam menentukan tipe dari tata kelola (*governance*) yaitu *complexity*, *codify*, dan *capability*. Maka dapat diketahui tipe tata kelola (*governance*) yang terbentuk disepanjang rantai nilai. Dapat dilihat pada penentuan tipe tata kelola (ACIAR, 2012)(*governance*) berdasarkan 3 variabel

Tabel 1. Kunci untuk menentukan rantai nilai tata kelola (*governance*)

Tipe <i>Governance</i>	Kompleksitas Transaksi	Kemampuan Menjelaskan Transaksi	Kemampuan Untuk Memasok	Derajat Koordinasi Eksplicit dan Asimetri Kekuatan
Market	Rendah	Tinggi	Tinggi	Rendah
Modular	Tinggi	Tinggi	Tinggi	↓
Rational	Tinggi	Rendah	Tinggi	
Captive	Tinggi	Tinggi	Rendah	
Hierarchy	Tinggi	Rendah	Rendah	

Keterangan:

1. Penurunan kompleksitas dari transaksi akan menurunkan kompetensi pemasok (untuk permintaan baru)
2. Peningkatan kompleksitas dari transaksi dan meningkatkan kodifikasi yang lebih besar
3. Kodifikasi transaksi yang lebih baik
4. Penurunan kodifikasi transaksi
5. Peningkatan kompetensi pemasok
6. Penurunan kompetensi pemasok Dimodifikasi oleh Gereffi dan Humphery (2005) dalam (Ponte et al., 2019)

Analisis nilai yang terbentuk dari 3 (tiga) variabel untuk mengetahui kondisi dan tipe dari tata kelola (*governance*) yaitu *complexity*, *codify*, dan *capability* dengan menggunakan statistika deskriptif sederhana. Analisis dengan menggunakan statistika deskriptif sederhana dengan pendekatan kuantitatif pada data kualitatif, berguna untuk memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data yang tersedia. Analisis skala likert digunakan untuk mengukur persepsi dari pelaku rantai terhadap kondisi tata kelola (*governance*) yang terbentuk. Beberapa tahap yang dilakukan untuk analisis skala likert yaitu :

1. Pengumpulan data, mengumpulkan data dilakukan dengan memberikan angket kepada responden yang menjadi sampel penelitian ini untuk mengisi pertanyaan seputar kondisi tata kelola (*governance*) pada rantai nilai kopi Arabika.
2. Penjumlahan data, setelah data terkumpul untuk memudahkan penjumlahan maka data yang ada diklasifikasikan berdasarkan jenis jawaban yang diperoleh. Jumlahkan banyaknya responden yang memilih jawaban di setiap pertanyaan dan setiap kategori jawabannya.
3. Pemberian bobot, setelah seluruh data dijumlahkan maka lakukan pembobotan pada setiap jawab dari poin jawab 1 sampai dengan 5 dan dikalikan dengan nilai pembobotan yaitu 1, 2, 3, 4 dan 5 sehingga jika ditotal semua akan dihasilkan nilai total skor.

Untuk menentukan nilai kategori dari 3 variabel penentu tipe tata kelola (*governance*) yang terkategori menjadi 2 yaitu tinggi (high) dan rendah (low) maka dapat ditentukan dengan menentukan interval nilai (jarak interval). Untuk dapat menghitung interval nilai lakukan dengan cara :

1. Nilai Indeks Maksimal = Skor Tertinggi x Jumlah Sampel
2. Nilai Indeks Minimum = Skor Terendah x Jumlah Sampel

3. Interval Nilai = (Nilai Maksimal – Nilai Minimum) : 2
4. Persentase Skor = (Total Skor : Nilai Maksimal) x 100

Maka, kriteria interval nilai yang diperoleh untuk menentuka nilai dari 3 variabel adalah :

Angka 0% - 50% = Rendah (*Low*)

Angka 61 % - 100% = Tinggi (*High*) (Albuloushi & Algharaballi, 2014)

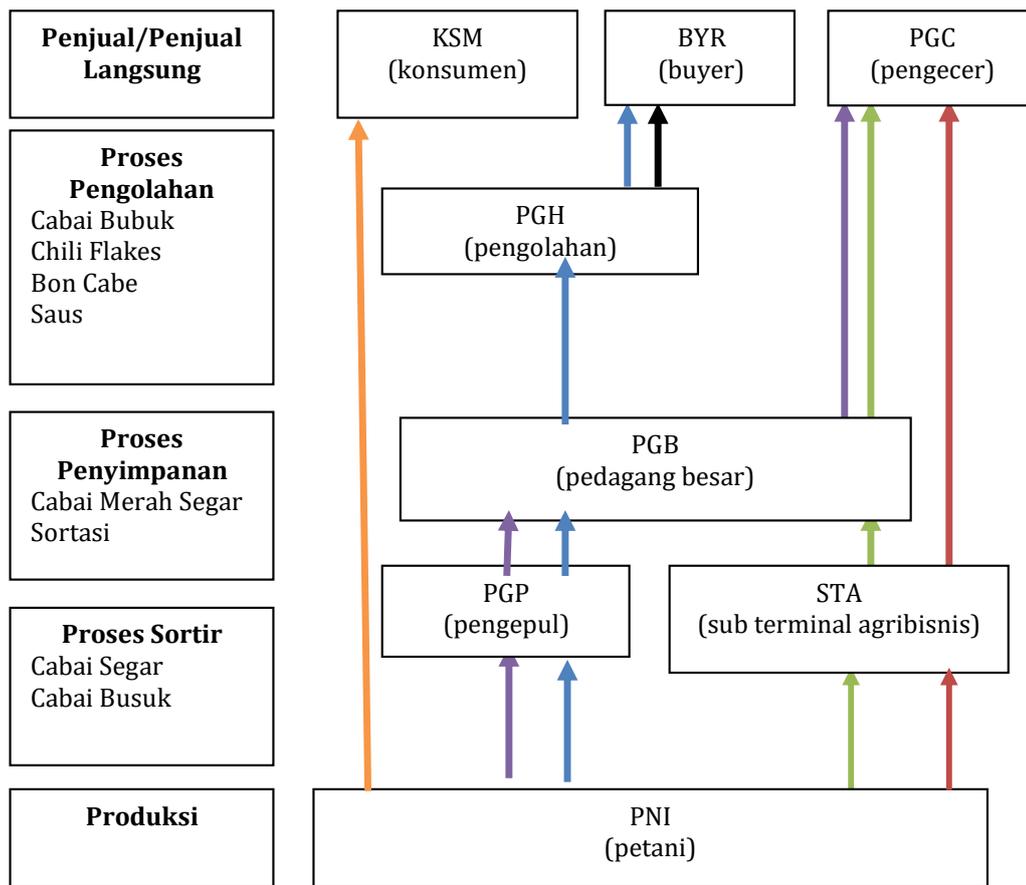
Dari hasil perhitungan tersebut akan diperoleh hasil nilai nilai variabel yang menentukan tipe dari tata kelola (*governance*) dengan nilai '*high*' dan '*low*', dimana telah dijelaskan dalam penyajian analisis deskriptif dapat disesuaikan dengan kebutuhan penelitian tanpa mengikuti aturan umum (Lee & Gereffi, 2015).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tata kelola (*governance*) ialah aktivitas inti dan sangat penting pada suatu rantai nilai yang memiliki tujuan guna dalam meminimalisir risiko, baik risiko waktu serta ketepatan kualitas produk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat waktu, kuantitas, kualitas dan bentuk (kualifikasi)(Setyaningsih, 2021). Selain itu, dengan terbentuknya tata kelola (*governance*) yang baik akan terbentuk sesuai kerjasama antar pelaku yang saling menguntungkan, sehingga saat memaksimalkan keuntungan setiap pelaku. Penjelasan tipe tata kelola (*governance*) dari rantai nilai cabai merah perlu memperhatikan juga beberapa hal seperti pelaku kunci yang terlibat, sistem koordinasi yang terjadi antar pelaku, serta regulasi dalam rantai nilai. Ketiga hal tersebut akan memberikan gambaran/rancangan tata kelola (*governance*) dari rantai nilai dapat terbetuk.

Petani yang melakukan pemanenan cabai merah segar dengan menggunakan cara budidaya sesuai dengan SOP dalam menghasilkan cabai merah. Pedagang pengepul yang menerima hasil produksi cabai merah segar dari petani yang pada akhirnya akan disortasi untu memisahkan cabai busuk dan layak, dengan adanya proses sortasi yang ditambahkan untuk menciptakan nilai tambah cabai merah. STA juga melakukan fungsi yang sama dengan pedagang pengepul, namun STA juga merupakan wadah yang membina petani untuk menghasilkan cabai berkualitas serta membantu petani dalam proses penjualan cabai ketika panen raya terjadi. Pedagang besar cabai merah melakukan proses sortasi yang lebih dikarenakan untuk memenuhi permintaan pengolahan serta kebutuhan pasar di luar daerah, hal ini dikarenakan pedagang besar juga telah mempunyai banyak relasi dengan pedagang di luar daerah dengan permintaan cabai yang berkualitas. Agroindustri yang mengolah cabai merah berkualitas menjadi produk turunan yang siap untuk dikonsumsi, hal yang dilakukan oleh pengolah yaitu dengan mengubah produk mentah menjadi siap pakai dengan adanya penambahan *value added*. Adapun produk turunan cabai merah yang diolah yaitu menjadi saus, chili flakes, cabai bubuk, dan bon cabai.

Harga pada setiap tingkatan tentunya mengalami perubahan. Pada tingkat petani Rp. 24.000/kg , pada tingkat pedagang pegepul dan STA Rp. 24.500-25.000/kg, pada tingkat pedagang besar Rp. 28.000, pada tingkat pengolah saus Rp. 40.000/kg, chili flakes Rp. 100.000, cabai bubuk Rp. 250.000, dan bon cabe Rp. 350.000/kg.



Gambar 1. Peta Aliran Rantai Nilai Cabai Merah Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin

Pelaku kunci rantai nilai cabai merah, ialah petani cabai, pedagang pengepul, STA (Sub Terminal Agribisnis), pedagang besar, serta pengolahan/agroindustri cabai merah. kelima pelaku tersebut merupakan pelaku kunci yang membuat rantai nilai cabai merah terbentuk. Petani cabai merah merupakan salah satu pelaku yang mempunyai peran sangat penting dalam terbentuknya rantai nilai cabai merah. Petani cabai merah memiliki tanggung jawab dalam menjaga ketersediaan cabai merah segar sebagai bahan baku produksi olahan cabai. Pedagang pengepul menjadi kunci dalam menyediakan produk cabai merah segar yang telah melewati sortasi, karena cabai memiliki ketahanan yang sangat rentan terhadap busuk maka harus langsung dipasarkan atau diolah. Keberadaan pedagang pengepul cabai merah sangat berguna dalam meminimalisir risiko buah cabai menjadi rusak dan busuk. Sehingga, pedagang besar dan pengolahan dapat mengolah dan memasarkan cabai merah kepada konsumen. STA (Sub Terminal Agribisnis) memiliki tugas dan fungsi yang sangat penting dalam mengontrol serta menampung hasil para petani cabai yang sedang panen raya, dan juga memiliki tanggung jawab dalam memasarkan hasil panen cabai para anggota kelompok tani. Pedagang besar memiliki tugas yang tidak kalah penting, sebagai salah satu pelaku yang berhubungan langsung dengan pengolahan cabai merah serta memiliki jangkauan pemasaran yang lebih luas di luar daerah, sehingga hasil panen yang dikumpulkan oleh pedagang pengepul langsung terdistribusikan dalam bentuk segar. Pengolahan/agroindustri memiliki peran yang penting dalam menghasilkan serta menyediakan kebutuhan konsumen dalam barang bentuk siap pakai seperti saus, cabai bubuk, bon cabai dan *chili flakes*.

Sistem koordinasi antara pelaku rantai nilai cabai merah, merupakan salah satu alat yang berguna dalam memudahkan pemenuhan standar produk cabai merah pada rantai nilai. Pada dasarnya koordinasi antar pelaku terbentuk secara informal serta tidak tertulis sehingga seluruh koordinasi yang terbentuk berdasarkan pada kepercayaan dan kebiasaan. Berbeda dengan STA yang memiliki koordinasi formal yaitu dengan adanya perjanjian. Berdasarkan informasi responden, awalnya petani melakukan budidaya secara mandiri tanpa pembinaan. Namun seiring berkembangnya zaman petani mulai diperhatikan oleh pemerintah yaitu dengan bukti pembinaan serta pelatihan yang diberikan oleh Bank Indonesia kepada kelompok Juli Tani serta memberikan ALSINTAN untuk menunjang kegiatan proses budidaya cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin (Simamora et al., 2021).

Regulasi rantai nilai cabai merah, baik secara formal ataupun informal harus mampu mencukupi standar yang dibutuhkan oleh konsumen, selain itu, untuk dapat mencukupi kebutuhan standar produk pada cabai merah segar dan produk olahannya semua pelaku yang terlibat memiliki tanggung jawab yang sama. Pemerintah telah menetapkan standar operasional dalam proses budidaya, panen, hingga pasca panen atau pengolahan produk sehingga produk olahan cabai merah Juli Tani menjadi lebih khas dan unik. Upaya ini dilakukan karena dengan adanya regulasi dari pemerintah akan memudahkan pelaku dalam rantai nilai memahami dan melaksanakan proses pengolahan sesuai dengan ketentuan. Regulasi produk cabai dalam hal standar operasional cabai merah sangat penting dalam kaitannya meningkatkan produk yang memiliki daya saing. Selain itu, dengan regulasi yang dibuat memberikan kepastian serta keamanan kepada konsumen bahwa produk Cabai Merah Juli Tani (JUTAKU) memiliki kualitas terjaga. Sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap produk cabai merah.

Berdasarkan pembahasan dari ketiga tahapan untuk melihat kondisi tata kelola (*governance*) cabai merah dapat digunakan dalam penentuan tipe tatakelola yang terbentuk. Akan tetapi untuk dapat menentukan tipe tatakelola tersebut diperlukan penjabaran beberapa variabel yang menjadi dasar dalam penentuan jenis tatakelola (*governance*) rantai nilai cabai merah. Variabel-variabel tersebut yaitu kompleksitas transaksi (*complexity*), kemampuan menerjemahkan informasi (*codify*), dan kemampuan memenuhi permintaan (*capability*) ketiga variabel ini akan dapat memnetukan tipe tatakelola (*governance*) yang terbentuk dalam rantai nilai cabai merah.

Kompleksitas transaksi (*complexity*)

Variabel kompleksitas transaksi (*complexity*) berguna untuk mengidentifikasi transaksi informasi serta pengetahuan mengenai spesifikasi produk dan proses dalam mempertahankan keberlanjutan hubungan diantara pelaku rantai nilai yang terlibat. Peningkatan dan penurunan dari nilai kompleksitas transaksi (*complexity*) akan mempengaruhi naik atau turunnya kompetensi dari pelaku dalam memenuhi permintaan dari konsumen.

Kegiatan jual beli cabai merah antar petani dengan pedagang pengepul tentunya tidak lepas dari kegiatan transaksi (pertukaran) informasi mengenai spesifikasi produk dan mengenai proses produksi. Spesifikasi produk cabai merah untuk pembelian dalam bentuk cabai merah segar yaitu adalah pemanenan cabai yang sudah berwarna merah dan tidak ada yang busuk, dan sedangkan spesifikasi untuk produk turunan cabai yaitu chili flakes, cabai bubuk, bon cabai dan saus harus

sesuai dengan standar operasional produk (SOP) yang telah ditetapkan. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas dari cabai merah JUTAKU yang telah dikenal sebagai produk olahan cabai merah segar Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin.

Tabel 2. Persentase Nilai Rata-rata Variabel Kompleksitas Transaksi (*complexity*)

Variabel	PNI (%)	STA (%)	PGP (%)	PGB (%)	PGH (%)	Rata-rata nilai (%)	Nilai Variabel
Kemampuan Transaksi (<i>Complexity</i>)	22,66	33,33	26,66	33,33	80	39,196	Low

Keterangan : PNI : petani, STA : Sub Terminal Agribisnis, PGP : pedagang pengepul, PGB : pedagang besar, PGH : pengolahan.

Sumber : Data primer diolah (2023)

Berdasarkan hasil dari penjelasan dari lima pelaku yang terlibat dalam aliran rantai nilai cabai merah dalam hal tingkat kompleksitas transaksi (*complexity*) maka dapat ditarik kesimpulan secara rata-rata nilai kompleksitas transaksi adalah rendah (*low*). Hal ini dikarenakan jika dilihat secara umum usaha yang dilakukan pelaku dalam memenuhi karakteristik produk cabai yang dibutuhkan konsumen ialah kecil. Karena para pelaku terkait tidak dapat menambah banyak proses dalam mengubah cabai merah.

Kemampuan Menerjemahkan Informasi (*codify*)

Variabel kemampuan menerjemahkan informasi (*codify*) sangat berguna dalam menjelaskan sejauh mana informasi dan pengetahuan dari pedagang dapat dijelaskan dan ditransmisikan secara efisien tanpa mempengaruhi transaksi antar pelaku. Dalam proses kodifikasi informasi dan pengetahuan pelaku yang dapat menyimpannya dalam bentuk dokumen maupun catatan di dalam perangkat lunak agar memudahkan pelaku dalam mengidentifikasi perubahan informasi serta pengetahuan yang terjadi.

Tabel 3. Persentase Nilai Rata-rata Variabel Kemampuan Menerjemahkan Informasi (*codify*)

Variabel	PNI (%)	STA (%)	PGP (%)	PGB (%)	PGH (%)	Rata-rata nilai (%)	Nilai Variabel
Kemampuan Menerjemahkan Informasi (<i>Codify</i>)	39,2	68	52	80	90	65,8	High

Keterangan : PNI : petani, STA : Sub Terminal Agribisnis, PGP : pedagang pengepul, PGB : pedagang besar, PGH : pengolahan.

Sumber : Data primer diolah (2023)

Kemampuan memenuhi permintaan (*capability*)

Variabel kemampuan memenuhi permintaan (*capability*) berguna untuk mengidentifikasi kemampuan pelaku dalam memenuhi kriteria (spesifikasi) produk sesuai dengan perspektif konsumen. Kemampuan pelaku memenuhi kebutuhan konsumen dalam jangka panjang atau pendek bergantung kepada keterampilan pelaku.

Tabel 4. Persentase Nilai Rata-rata Variabel Kemampuan Memenuhi Permintaan (*Capability*)

Variabel	PNI (%)	STA (%)	PGP (%)	PGB (%)	PGH (%)	Rata-rata nilai (%)	Nilai Variabel
Kemampuan memenuhi permintaan (<i>capability</i>)	71,42	71,42	62,14	82,85	74,28	72,422	Tinggi

Keterangan : PNI : petani, STA : Sub Terminal Agribisnis, PGP : pedagang pengepul, PGB : pedagang besar, PGH : pengolahan.

Sumber : Data primer diolah (2023)

Analisis Tipe Tatakelola (*governance*)

Hasil dari analisis ketiga variabel tersebut dengan menggunakan perhitungan skala linkert sederhana dan menggunakan dasar penjabaran dari masing-masing variabel sehingga dapat menggambarkan kondisi dari masing-masing variabel yang diadopsi dari penelitian Albuloushli (2018). Variabel yang telah dijabarkan pada sub subbab sebelumnya yaitu dimulai dari kompleksitas transaksi (*complexity*), kemampuan menerjemahkan informasi (*codify*) dan kemampuan untuk memenuhi permintaan (*capability*) dari setiap pelaku rantai nilai, maka dari itu dapat ditentukan tipe tata kelola dari ketiga nilai variabel tersebut dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari persentase setiap variabel dari seluruh pelaku rantai nilai. Pada Tabel di bawah dapat dilihat ratarata persentase nilai skala likert dari setiap masing-masing variabel.

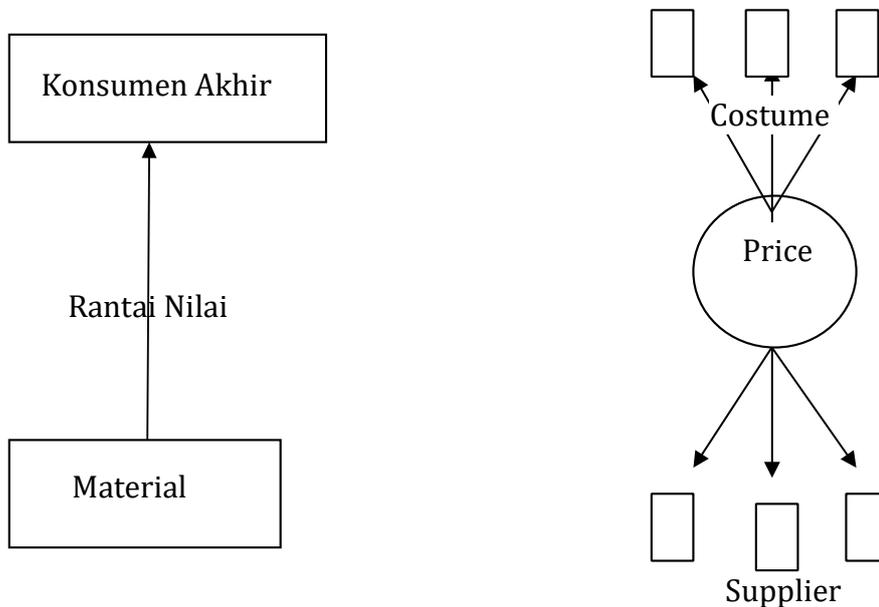
Tabel 5. Persentase Nilai Rata-rata Variabel Kompleksitas Transaksi (*complexity*), Kemampuan Menerjemahkan Informasi (*codify*) dan Kemampuan Memenuhi Permintaan (*capability*)

Variabel	PNI (%)	STA (%)	PGP (%)	PGB (%)	PGH (%)	Rata-rata nilai (%)	Nilai Variabel
<i>Complexity</i>	22,66	33,33	26,66	33,33	80	39,196	Rendah
<i>Codify</i>	39,2	68	52	80	90	65,8	Tinggi
<i>Capability</i>	71,42	71,42	62,14	82,85	74,28	72,422	Tinggi

Sumber : Data primer diolah (2023)

Tipe *market* merupakan transaksi yang sangat sederhana serta informasi yang ada ditransmisikan dengan mudah, biaya yang dibutuhkan murah, dan pelaku yang terlibat tidak terikat dengan perjanjian karena fokus utama dari kegiatan ini adalah harga dari produk. Rantai nilai tipe *market* memiliki kondisi pasar eksplisit yang rendah dan asimetri kekuatan yang rendah. Kondisi pasar eksplisit yang rendah menggambarkan bahwa pelaku yang terlibat cenderung mengikuti pelaku yang lebih besar dalam menentukan proses produksi produk cabai merah. Jika diperhatikan setiap pelaku dalam rantai nilai cabai merah dalam melakukan setiap proses produksi belum sesuai dengan spesifikasi produk yang dibutuhkan konsumen. Asimetri kekuatan yang sangat rendah berakibat pada ketimpangan informasi yang diterima oleh masing-masing pelaku. Akan tetapi, dalam hal informasi mengenai produk cabai merah setiap pelaku sudah dapat menerjemahkan dengan baik sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan konsumen. Akan tetapi jika kaitannya dengan kemampuan setiap pelaku dalam merubah spesifikasi produk olahan cabai merah maka pelaku tidak memiliki kemampuan tersebut maka akan berdampak terhadap tingkat kepuasan konsumen. Maka dapat ditarik kesimpulan pelaku yang memiliki kekuatan besar dalam mengatur spesifikasi

produk adalah konsumen produk cabai merah itu sendiri, karena secara tidak langsung permintaan konsumen akan mempengaruhi jenis produk dan proses produksi dari masing-masing pelaku. Selain itu pemerintah juga sangat memiliki kekuatan besar dalam menentukan proses produksi olahan cabai merah JUTAKU sebagai bentuk perhatian terhadap komoditas strategis serta dalam menjaga tanggung jawab keadaan harga.



Gambar 2. Jenis Tata Kelola (*Governance*) pada Rantai Nilai Cabai Merah

Tata kelola terbentuk untuk mengatur sistem yang terbentuk, setiap tipe yang terbentuk memiliki sistem yang telah disepakati tanpa merugikan sebagian pelaku sehingga semua aturan dan kesepakatan dapat diterima semua pihak (Syachbudy, 2023). Sehingga, setiap tipe tata kelola (*governance*) yang terbentuk dalam suatu rantai nilai memiliki sistem yang telah disepakati semua pelaku dan tidak ada sebagian pelaku yang merasa dirugikan.

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap setiap masing-masing pelaku rantai nilai cabai merah setiap pelaku memiliki kepuasan dengan model rantai nilai yang ada. Selain karena pasar cabai merah yang terus berkembang serta pelaku yang terlibat semakin banyak. Hal ini merupakan hasil dan berkah dari upaya dan usaha pemerintah dalam meningkatkan kegiatan berkaitan dengan cabai merah dengan melakukan pelatihan dan pembinaan kepada petani cabai merah lainnya dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Pemerintah juga memberikan banyak memberikan binaan kepada warga desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin dalam mengolah hasil cabai merah yang berkualitas seperti praktek pembuatan dimsum dan saus nya sehingga cabai JUTAKU memiliki nilai yang lebih tinggi. Tipe tata kelola (*governance*) dari *market*, *modular*, *relational*, *captive* dan *hierarchy* memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing akan tetapi selama pelaku yang terlibat serta konsumen merasakan kepuasan daritipe yang ada maka tipe tersebut merupakan tipe yang sesuai dengan karakter pelaku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tipe tata kelola (*governance*) rantai nilai cabai merah secara keseluruhan merupakan tipe *market*. Rantai nilai tipe *market* merupakan transaksi yang sangat sederhana serta informasi yang ada ditransmisikan dengan mudah, biaya yang dibutuhkan murah, dan pelaku yang terlibat tidak terikat dengan perjanjian karena fokus utama dari kegiatan ini adalah harga dari produk.

Saran pada penelitian ini yaitu sangat diperlukannya perhatian pemerintah dalam memajukan petani cabai merah di Desa Sidodadi Ramunia Kecamatan Beringin dengan memberikan akses pasar yang lebih baik untuk dapat mensejahterakan petani cabai merah agar tetap melakukan usaha tani.

DAFTAR PUSTAKA

- ACIAR. (2012). Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin: Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai. In *Tabros*.
- Albuloushi, N., & Algharaballi, E. (2014). Examining the influence of the cultural aspect of uncertainty avoidance on supply Chain coordination. *Journal of Applied Business Research*, 30(3). <https://doi.org/10.19030/jabr.v30i3.8569>
- Asir, A. I., Widaningsih, N., Hikmah, Anggarawati, S., Wibaningwati, D. B., Ulyasniati, Febrinova, R., Rianti, T. S. M., & Firmansyah, H. (2022). Paradigma Agribisnis. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Asmarantaka, R. W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y. N., & Rosiana, N. (2018). Konsep pemasaran agribisnis. *Jurnal Pertanian*, 5(2).
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). A handbook for value chain research. Prepared for the IDRC. *Institute for Development Studies: Brighton, UK, September*.
- Kusmaria, K., Asmarantaka, R. W., & Harianto, H. (2017). ANALISIS PENENTUAN RAFAKSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP PILIHAN SALURAN PEMASARAN PETANI UBI KAYU DI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH. *Forum Agribisnis*, 6(2). <https://doi.org/10.29244/fagb.6.2.129-144>
- Lee, J., & Gereffi, G. (2015). Global value Chains, rising power firms and economic and social upgrading. *Critical Perspectives on International Business*, 11(3-4). <https://doi.org/10.1108/cpoib-03-2014-0018>
- Novendra, M. D., Lesawengam, L., & Kandowangko, N. (2021). Pengantar Ilmu Pertanian. In *Jurnal Ilmiah Society* (Vol. 1, Issue 1).
- Novita, D. (2021). Impact Of Agribusiness Sub-Terminal (Sta) On Red Chili Agribusiness Performance In Deli Serdang Regency. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*.
- Peran Kelompok Tani Aramiko Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Kakao Di Desa Cinta Damai Kecamatan Babel Kabupaten Aceh Tenggara. (2023). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 7(1). <https://doi.org/10.30596/jasc.v7i1.14691>
- Ponte, S., Gereffi, G., & Raj-Reichert, G. (2019). Introduction to the Handbook on Global Value Chains. In *Handbook on Global Value Chains*. <https://doi.org/10.4337/9781788113779.00005>
- Saptana, Wahyuni, S., & Pasaribu, S. M. (2014). Strategi Percepatan Transformasi

- Kelembagaan Gapoktan Dan Lembaga Keuangan Mikro Agribisnis Dalam Memperkuat Ekonomi Di Perdesaan. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 10(1)
- Setyaningsih, D. (2021). PERAN SERTIFIKASI DALAM TATA KELOLA GLOBAL VALUE CHAIN INDUSTRI TEH. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2(2). <https://doi.org/10.24853/independen.2.2.1-10>
- Simamora, R., Tantawi, A. R., & Lubis, M. M. (2021). Efektivitas Program Kluster Bank Indonesia Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Cabai Kelompok Juli Tani, Desa Sidodadi, Kecamatan Beringin, Kabupaten Deli Serdang. *Jurnal Agriuma*, 3(1). <https://doi.org/10.31289/agr.v3i1.5115>
- Syachbudy, Q. Q. (2023). TATA KELOLA RANTAI NILAI KOMODITAS JAGUNG DI PROVINSI GORONTALO. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1). <https://doi.org/10.25157/ma.v9i1.8384>
- Tanaya, I. G. L. P. (2020). ANALISIS FINANCIAL DAN DETERMINASI HARGA PADA RANTAI NILAI TOMAT DI KECAMATAN KAYANGAN KABUPATEN LOMBOK UTARA. *JURNAL AGRIMANSION*, 20(2). <https://doi.org/10.29303/agrimansion.v20i2.295>
- Wijoyo, H. (2021). Manajemen Pemasaran. *Insan Cendekia Mandiri, Sumatera Barat, Indonesia*.