

## Model Rantai Nilai Agribisnis Cabai di Kabupaten Kolaka Timur

### Chili Agribusiness Value Chain Model in East Kolaka Regency

Ansar<sup>1</sup>, Sitti Rosmalah\*<sup>1</sup>, Asriani<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari, Kendari, Indonesia

\*Penulis korespondensi: Sitti Rosmalah

Email : [rosmalah@umkendari.ac.id](mailto:rosmalah@umkendari.ac.id)

#### Abstrak

Permasalahan agribisnis cabai di Kabupaten Kolaka Timur dihadapkan pada sejumlah tantangan seperti fluktuatifnya harga cabai, belum terintegrasinya hubungan antar pelaku, rantai pemasaran yang panjang menyebabkan harga yang dibayar oleh konsumen maupun produsen memiliki perbedaan signifikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi model rantai nilai agribisnis cabai. Sampel petani dalam penelitian ini berjumlah 3 orang, dipilih secara *purposive* dari 3 kecamatan yang merupakan sentra pengembangan cabai di Kabupaten kolaka Timur yakni Kecamatan Aere, Tinondo dan Tirawuta. Sampel pedagang cabai di Kabupaten Kolaka Timur berjumlah 2 orang yang ditentukan berdasarkan metode *snowball sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan rantai nilai Porter. Hasil penelitian menunjukkan rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur melibatkan tiga pihak utama yakni petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Hasil analisis berdasarkan pendekatan Porter menunjukkan pelaku utama yang terlibat dalam rantai nilai cabai adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Aktivitas utama yang dilakukan oleh petani berkaitan dengan budidaya cabai sampai pemasaran ke pedagang. Sedangkan aktivitas utama yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memiliki karakteristik yang hampir sama mulai dari pembelian cabai, sortasi dan penjualan. Aktivitas pendukung petani antara lain lahan kepemilikan sendiri, modal sendiri, menyewa tenaga kerja dari luar keluarga disamping tenaga kerja keluarga serta penggunaan teknologi yang masih sederhana. Aktivitas pendukung pedagang pengumpul dan pengecer memiliki karakteristik yang hampir sama mulai dari modal mandiri yang terbatas, memanfaatkan tenaga kerja keluarga serta teknologi sederhana. Efisiensi pemasaran diperoleh pada saluran pemasaran pedagang pengumpul yang menjual cabai ke perusahaan tambang dengan keuntungan Rp 16.130/kg.

**Kata Kunci :** agribisnis, cabai, rantai nilai

#### Abstract

*The problem of chili agribusiness in East Kolaka Regency is faced with a number of challenges such as fluctuating chili prices, unintegrated relationships between actors, long marketing chains causing prices paid by consumers and producers to have significant differences. The purpose of this study was to identify the chili agribusiness value chain model. The sample of farmers in this study amounted to 3 people, selected purposively from 3 sub-districts which are centers of chili development in East Kolaka Regency, namely Aere, Tinondo and Tirawuta Districts. The sample of chili traders in East Kolaka Regency amounted to 2 people who were determined based on the snowball sampling method. The analysis method used is Porter's value chain approach. The results of the study showed that the chili value chain in East Kolaka Regency involves three main parties, namely farmers, collectors and retailers. The results of the analysis based on Porter's approach show that the main actors involved in the chili value chain are farmers, collectors and retailers. The main activities carried out by farmers are related to chili cultivation to marketing to traders. While the main activities carried out by collectors and retailers have almost the same characteristics starting from purchasing chili, sorting and selling. Supporting activities of farmers include owning their own land, using their own capital, hiring labor from outside the family in addition to family labor and the technology used is still simple. Supporting activities of collectors and retailers have almost the same characteristics starting from limited independent capital, utilizing family labor and simple technology. Marketing efficiency is obtained in the marketing channel of collectors who sell chilies to mining companies with a profit of Rp 16,130/kg.*

**Keywords:** agribusiness, chilies, value chain

## Pendahuluan

Cabai adalah tanaman hortikultura unggulan nasional dengan daya adaptasi dan nilai ekonomi tinggi. Produksi nasional tanaman cabai mengalami peningkatan dalam 4 tahun terakhir, yaitu dari 1.374.215 ton pada tahun 2019 menjadi 1.546.119 ton pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2023). Cabai juga merupakan komoditas yang berpotensi untuk diperdagangkan dalam pasar internasional. Tanaman cabai memberikan kontribusi dalam pasar internasional, yaitu nilai ekspor sebesar US\$ 334.848 (BPS, 2022). Oleh sebab itu, pertanian cabai telah lama menjadi sektor vital dalam ekonomi nasional bahkan global.

Sulawesi Tenggara merupakan salah satu provinsi yang menjadikan sub sektor hortikultura dan tanaman pangan sebagai sumber mata pencaharian. Pemerintah Provinsi Sulawesi Tenggara menggalakkan gerakan tanam cabai dengan memanfaatkan pekarangan rumah atau lahan kosong sebagai upaya mengendalikan dan menekan laju inflasi (News, 2024).

Kabupaten Kolaka Timur merupakan salah satu wilayah yang menjadi sentra produksi cabai di Provinsi Sulawesi Tenggara. Data dari Dinas Perkebunan dan Hortikultura Kabupaten Kolaka Timur menyebutkan bahwa cabai merupakan tanaman hortikultura dengan jumlah produksi tertinggi ketiga setelah tanaman terong dan tomat, yaitu sebanyak 1.093 kuintal pada tahun 2022 dengan produktivitas 1,2 ton/ha, meningkat dari tahun sebelumnya. Sedangkan menurut kecamatan, produksi cabai besar tertinggi adalah Kecamatan Aere, yaitu sebanyak 7,2 ton diikuti Kecamatan Tirawuta sebanyak 5,4 ton dan produksi cabai rawit adalah Kecamatan Tinondo, yaitu sebanyak 54,9 ton (Kabupaten Kolaka Timur, 2022).

Peluang pengembangan agribisnis cabai di Kabupaten Kolaka Timur masih dihadapkan pada sejumlah masalah. Fluktuasi harga, kurangnya akses pasar yang memadai, saluran pemasaran yang tidak menguntungkan bagi petani serta faktor ketidakpastian iklim menjadi tantangan utama yang dihadapi oleh petani cabai yang ada di wilayah ini. Permasalahan lainnya adalah terkait akses terhadap faktor-faktor produksi yang ada pada subsistem input, subsistem budidaya dan subsistem pemasaran. Rendahnya produktivitas petani cabai disebabkan oleh keterbatasan modal, ketersediaan pupuk yang minim, dan kurangnya pengetahuan mengenai teknologi pertanian. Akibatnya, petani sulit memperoleh keuntungan yang optimal. Di sisi lain, fluktuasi harga dan panjangnya rantai pemasaran membuat harga cabai di tingkat konsumen menjadi sangat tinggi, sementara petani hanya memperoleh sebagian kecil dari harga tersebut.

Analisis rantai nilai dapat mengungkap kendala dalam sistem produksi dan distribusi cabai di Kolaka Timur. Dengan menerapkan manajemen rantai nilai yang optimal, kita dapat memangkas biaya operasional, mempercepat waktu pengiriman, serta meningkatkan nilai tambah produk sehingga lebih menarik bagi konsumen dan menguntungkan bagi petani. (Nugroho et al., 2021). Analisis rantai nilai akan memberikan informasi terkait mekanisme aliran produk, aliran keuangan serta aliran informasi serta strategi pengembangan untuk mengatasi masalah pada rantai nilai agribisnis cabai di Kabupaten Kolaka Timur. Konsep rantai nilai akan membantu petani dalam mengidentifikasi aktivitas mana yang menciptakan nilai bagi konsumen dan mana yang tidak, memahami bagaimana setiap aktivitas berkontribusi pada margin keuntungan dan mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan nilai bagi konsumen dan mengurangi biaya. Oleh karena itu, penelitian terkait rantai nilai agribisnis cabai di Kabupaten Kolaka Timur akan membantu memetakan permasalahan yang terjadi dalam rantai nilai pemasaran cabai dengan mengetahui mekanisme aliran produk, aliran keuangan serta aliran dalam setiap rantai yang dilalui. Pengelolaan rantai nilai yang baik mampu mengefisienkan waktu, meminimalkan biaya yang dapat berpengaruh pada peningkatan nilai tambah komoditas bagi pihak yang terlibat tanpa mengurangi kualitas produk.

Pada analisis rantai nilai, terdapat tiga aliran penelitian utama yaitu: (i) pendekatan *filière*, (ii) kerangka konseptual yang diuraikan oleh Porter dan (iii) pendekatan global (M4P, 2012). Penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan pendekatan global dalam menganalisis rantai nilai komoditi tertentu, misalnya penelitian tentang rantai nilai cabai rawit (Nugroho et al., 2021) mengidentifikasi aktivitas rantai nilai menggunakan analisis deskriptif untuk aliran produk, keuangan, dan informasi. Penelitian (Lihawa et al., 2021) yang menganalisis rantai nilai jagung berdasarkan analisis kuantitatif serta penelitian tentang rantai nilai komoditas kopi robusta di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu yang dilakukan oleh (Rakha Satya Idsan et al., 2023) Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian ini secara khusus menganalisis rantai nilai agribisnis cabai dengan mengadopsi kerangka kerja Porter (1985) yang mencakup seluruh aktivitas mulai dari

produksi hingga distribusi, dengan mengklasifikasikan aktivitas menjadi dua kategori utama: aktivitas utama yang langsung berhubungan dengan penciptaan dan pengiriman produk, serta aktivitas pendukung yang menunjang kelancaran aktivitas utama. (Lihawa et al., 2021). Model yang diciptakan oleh Porter berguna untuk mengidentifikasi beberapa kegiatan utama dan pendukung yang umum dijumpai pada berbagai kegiatan bisnis. Rantai nilai hanya menyoroti beberapa kegiatan khusus yang membuat perusahaan dapat menciptakan nilai dan dengan demikian menjadikan model ini alat yang berguna untuk menyederhanakan analisis (Government of Australia, 2020); (M4P, 2012). Konsep rantai nilai (*value chain*) yang diperkenalkan oleh Michael Porter adalah sebuah alat analisis yang digunakan perusahaan untuk memahami bagaimana setiap aktivitas dalam bisnisnya berkontribusi pada nilai yang diciptakan bagi pelanggan. Dengan kata lain, rantai nilai ini menggambarkan alur dari bahan mentah hingga produk akhir yang sampai ke tangan konsumen, serta semua aktivitas yang mendukung proses tersebut (Wijaya, 2019).

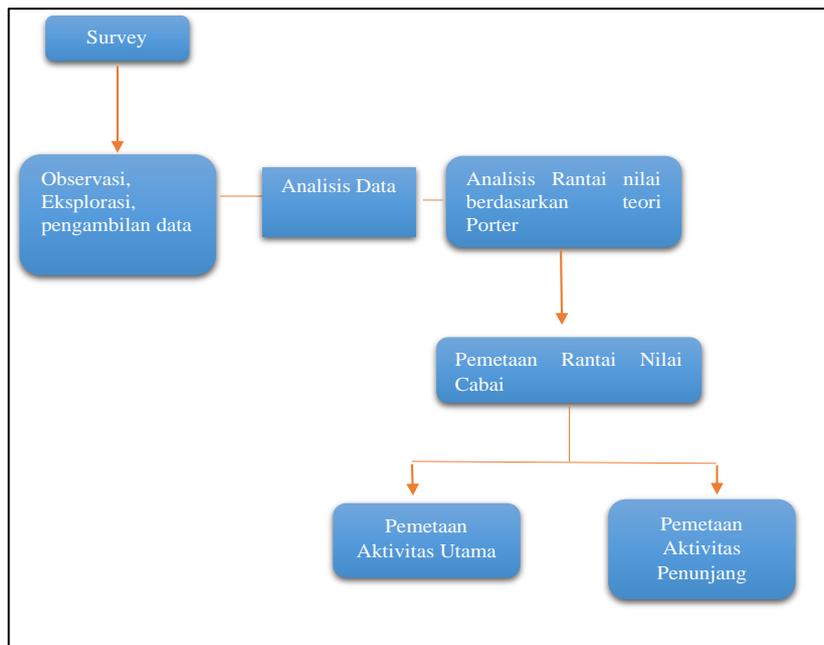


Gambar 1. Kerangka Analisis Rantai Nilai Pendekatan Porter (M4P, 2012)

Porter membedakan antara kegiatan utama, yang secara langsung berkontribusi menambahkan nilai pada produk atau layanan yang dihasilkan (M4P, 2012), dan kegiatan pendukung (Lihawa et al., 2021), yang membawa efek tak langsung terhadap nilai akhir suatu produk (Gambar 1). Pengelolaan rantai nilai yang baik mampu meminimalkan biaya dan waktu dengan efektif dan efisien sehingga meningkatkan nilai tambah komoditas bagi pelanggan dan keuntungan bagi produsen tanpa mengurangi kualitas produk. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi model rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur, termasuk di dalamnya mengkaji aktivitas utama dan aktivitas pendukung dari aktor di setiap rantai .

### Metode Penelitian

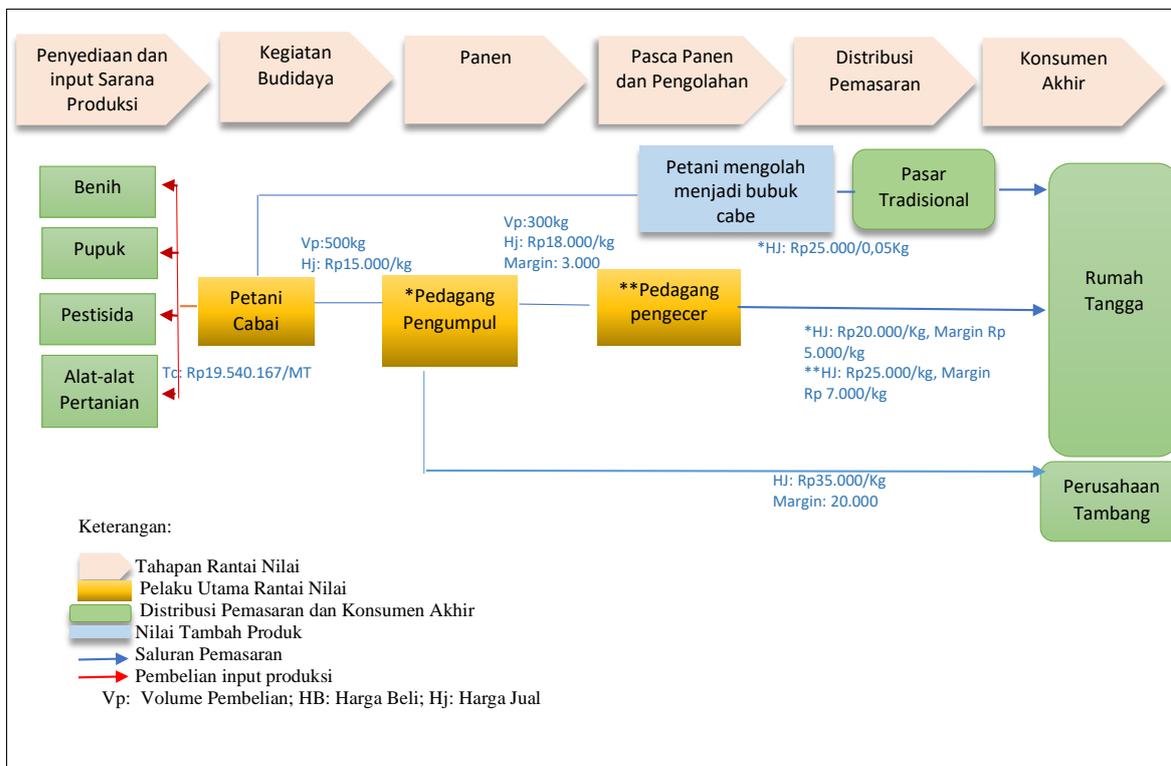
Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kolaka Timur, tepatnya di Kecamatan Aere, Kecamatan Tinondo dan Kecamatan Tirawuta. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan sentra pengembangan cabai yang ada di Kabupaten Kolaka Timur. Penentuan sampel petani menggunakan metode *purposive sampling* yaitu menetapkan masing-masing 1 orang petani di wilayah yang menjadi sentra usahatani cabai di Kabupaten Kolaka Timur yakni Kecamatan Aere, Tinondo dan Tirawuta sehingga terpilih 3 orang sampel petani, sedangkan sampel pedagang ditentukan melalui metode *snowball sampling* sehingga diperoleh 2 orang pedagang yang kontinu membeli cabe dari petani produsen yakni 1 orang pedagang pengumpul dan 1 orang pedagang pengecer. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data melalui observasi, wawancara dengan bantuan kuesioner, FGD (*Focus Group Discussion*), studi literatur dan dokumentasi. Untuk menyusun peta rantai nilai pemasaran cabai maka analisis data yang digunakan adalah mengacu pada pendekatan rantai nilai Porter. Tahapan kegiatan (Gambar 1) dengan pendekatan rantai nilai Porter berguna untuk mengidentifikasi beberapa kegiatan utama dan pendukung yang umum dijumpai pada berbagai kegiatan bisnis (M4P, 2012).



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

### Hasil dan Pembahasan

Model rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur berdasarkan tiga kecamatan terpilih yang menjadi sentra pengembangan komoditas cabai memperlihatkan alur rantai yang sama yakni melibatkan petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer.



Gambar 3. Rantai Nilai Komoditas Cabai di Kabupaten Kolaka Timur

Alur rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur dimulai dari penyediaan sarana produksi atau input produksi yang dibutuhkan dalam proses budidaya cabai. Kegiatan budidaya oleh petani mulai dari pengolahan lahan, penyediaan input, pemeliharaan, panen dan pasca panen mengeluarkan biaya yang tidak sedikit sehingga menjadi pertimbangan bagi petani dalam

memasarkan produk cabai. Namun demikian, situasi pasar yang tidak menentu membuat posisi tawar petani kadang-kadang menjadi sangat lemah. Pada masa-masa tertentu harga cabai dipasaran sangat tinggi, amum dimasa lain harga cabai anjlok turun sehingga merugikan petani.

Biaya yang dikeluarkan oleh petani akan sangat menentukan besarnya penerimaan yang diperoleh karena akan berkaitan dengan harga yang diberikan ke pembeli, demikian pula biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran akan menentukan besarnya harga jual dan Margin pemasaran yang diperoleh dalam setiap lembaga pemasaran. Pada rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur, margin yang diperoleh oleh pengumpul yaitu Rp 3.000/kg dan pengecer Rp 7.000/kg. Jika pengumpul menjual cabai ke perusahaan tambang maka margin pemasaran yang diperoleh lebih besar yakni Rp20.000/kg. Pengumpul membeli cabai dari produsen langsung dengan harga beli Rp 15.000/kg dan menjualnya ke pengecer dengan harga Rp18.000/kg dan ke perusahaan tambang dengan harga Rp 35.000/kg, sedangkan pengecer menjual ke konsumen rumahtangga dengan harga jual Rp 25.000/kg. Pengumpul yang menjual langsung ke konsumen rumahtangga dengan harga jual Rp20.000/kg memperoleh margin sebesar Rp 5.000/kg

Setiap aktivitas dalam rantai nilai dapat dikategorikan sebagai aktivitas utama atau pendukung. Aktivitas utama mencakup proses transformasi input menjadi output antara lain pengadaan bahan baku, budidaya, pemeliharaan, sampai pemasaran sedangkan aktivitas pendukung memberikan dukungan bagi aktivitas utama seperti keberadaan infrastruktur yang dimiliki, inovasi teknologi yang diterapkan, serta pengembangan sumberdaya manusia. Aktor utama yang berperan pada rantai nilai cabai Kabupaten Kolaka Timur adalah petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sejalan dengan penelitian (Nugroho et al., 2021) yang mengungkap bahwa petani, pedagang pengepul dan pengecer merupakan pelaku yang terlibat dalam rantai nilai cabai di kawasan lereng gunung merapi DIY.

**Petani**

Petani sebagai produsen cabai memiliki total lahan usahatani cabai 1,75 ha atau rata-rata 0,58 Ha dengan status lahan adalah milik sendiri. Produksi cabai petani mencapai 24 kali panen dengan potensi 14.000 kg atau 4.000kg/ha dengan jangka waktu panen 7-14 hari. Panen biasa dilakukan sampai tanaman berumur 5-6 bulan.



Gambar 4. Aktivitas Petani Cabai Di Kabupaten Kolaka Timur

Aktivitas utama (Gambar 4) yang dilakukan petani mulai dari penyediaan input atau sarana

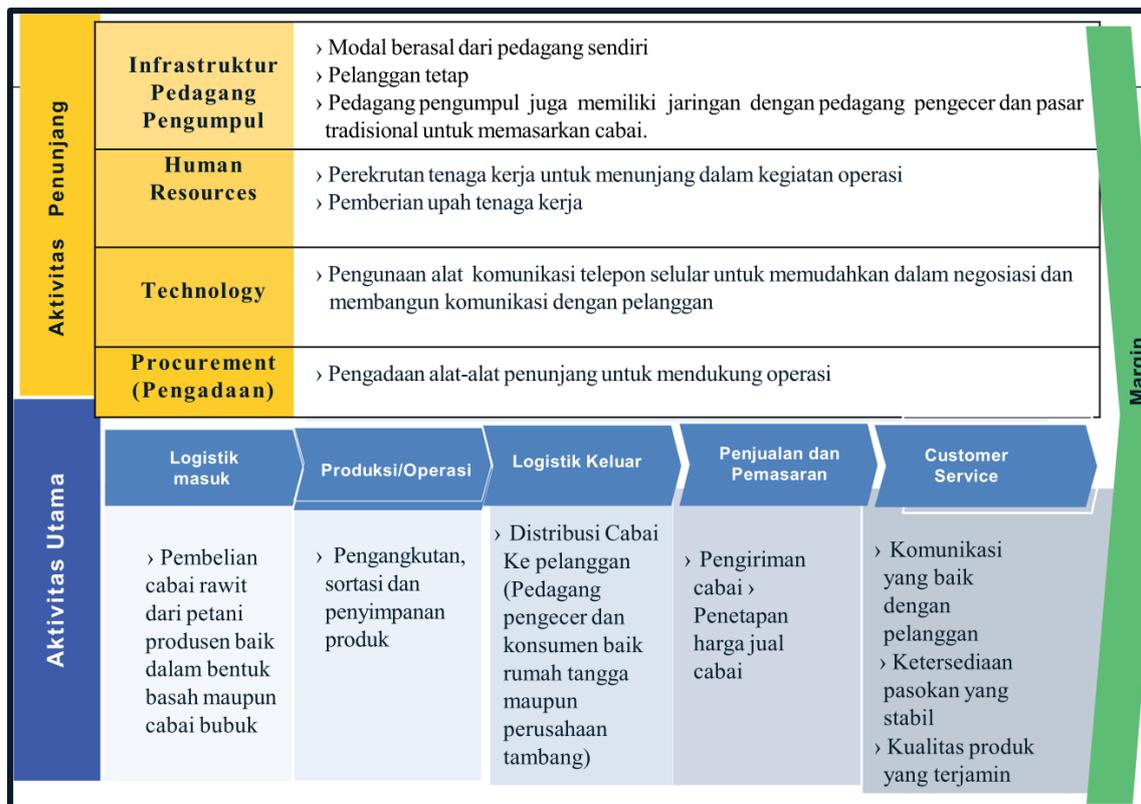
produksi yaitu benih, pupuk, pestisida, polybag dan mulsa dengan rata-rata biaya dalam pembelian benih yaitu Rp 240.000, pembelian pupuk Rp 710.000, dan pestisida sebesar Rp 702.667 untuk satu kali musim tanam serta biaya lainnya.

Kegiatan budidaya cabai yang dilakukan petani meliputi tahap pembibitan, penanaman, pemeliharaan tanaman sampai dengan panen dan pasca panen (pengolahan cabai menjadi bubuk cabai). Panen cabai dapat dilakukan dalam jangka waktu 3-6 bulan, proses pemanenan buah dilakukan setelah 7-14 hari. Produktivitas cabai sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti luas lahan tanam, varietas bibit yang digunakan, dan kondisi iklim selama masa budidaya. Setelah panen, cabai dipasarkan secara langsung oleh petani kepada pedagang pengumpul dan pengecer di wilayah Kabupaten Kolaka Timur. Transaksi penjualan umumnya dilakukan secara tunai, dengan volume penjualan rata-rata per panen mencapai 500 kg dan siklus panen berkisar antara 7 hingga 14 hari. Petani berusaha membangun komunikasi baik dan rutin dengan para pelanggan yakni pedagang serta tenaga kerja yang membantu dalam kegiatan budidaya cabai. Komunikasi dilakukan dengan pelanggan untuk kelancaran pemasaran cabai mulai dari identifikasi terkait kebutuhan pelanggan, waktu menjemput atau membeli cabai ke petani serta kesepakatan harga jual/harga beli pedagang.

Aktivitas pendukung petani terkait infrastruktur yang dimiliki antara lain lahan usahatani tempat budidaya cabai serta peralatan pertanian untuk menunjang aktivitas utama seperti parang, cangkul, skop, sprayer dan peralatan lainnya. Selain itu, modal untuk kegiatan budidaya cabai yang diperoleh dari tabungan petani dari pendapatan rumahtangga baik dari pendapatan usahatani cabai maupun pendapatan yang diperoleh dari usaha lain. Umumnya petani di Kabupaten Kolaka Timur memiliki usahatani lainnya untuk menunjang pendapatan keluarga misalnya pendapatan dari usahatani kakao, dari pengolahan nira menjadi gula aren atau hasil dari bekerja di usaha pertambangan. Saat ini petani tidak memiliki kontrak formal dengan pelanggannya (pedagang), persetujuan pembelian hanya melalui kesepakatan lisan berdasarkan kepercayaan antara petani dan pedagang. Pada permasalahan yang dihadapi dalam budidaya cabai, petani dibantu oleh penyuluh dan masuk dalam kelompok tani binaan penyuluh pertanian di wilayah tinggal petani. Petani menyewa tenaga kerja luar keluarga yang membantu dalam usahatani disamping memiliki tenaga kerja sendiri yang berasal dari anggota keluarga. Pemberian upah untuk tenaga kerja luar keluarga didasarkan pada kesepakatan harga dan kebiasaan masyarakat setempat, belum ada standar khusus yang ditetapkan dalam pemberian upah tenaga kerja. Sewa tenaga kerja juga dilakukan sesuai kebutuhan. Terkait dengan pengembangan teknologi petani masih melakukan secara konvensional sesuai kebiasaan, belum ada teknologi khusus yang diintroduksikan dalam kegiatan budidaya. Teknologi budidaya yang dilakukan merupakan pengalaman yang telah dipaktekan secara turun temurun, hanya penggunaan pupuk, pestisida dan input saja yang mulai diaplikasikan serta penggunaan alat-alat pertanian sederhana untuk menunjang kelancaran seperti penggunaan sprayer dan mulsa. Selain itu, pertukaran informasi petani dengan pedagang dalam negosiasi harga cabai sudah memanfaatkan telepon selular.

### **Pedagang Pengumpul**

Pedagang pengumpul sebagai bagian dari aktor utama yang berperan dalam rantai nilai melakukan aktivitas utama dan pendukung seperti halnya petani (Gambar 5). Pedagang pengumpul cabai merupakan salah satu mata rantai penting dalam distribusi cabai dari petani ke konsumen. Pedagang pengumpul merupakan perantara yang berperan dalam membeli cabai langsung dari petani dan menjualnya kepada pedagang tingkat yang lebih tinggi, seperti pedagang besar atau pengecer. Pada rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka timur, pedagang pengumpul membeli cabai dari petani dan menjualnya ke pedagang pengecer. Aktivitas pedagang pengumpul meliputi aktivitas utama dan penunjang.



Gambar 5. Aktivitas Pedagang Pengumpul Di Kabupaten Kolaka Timur

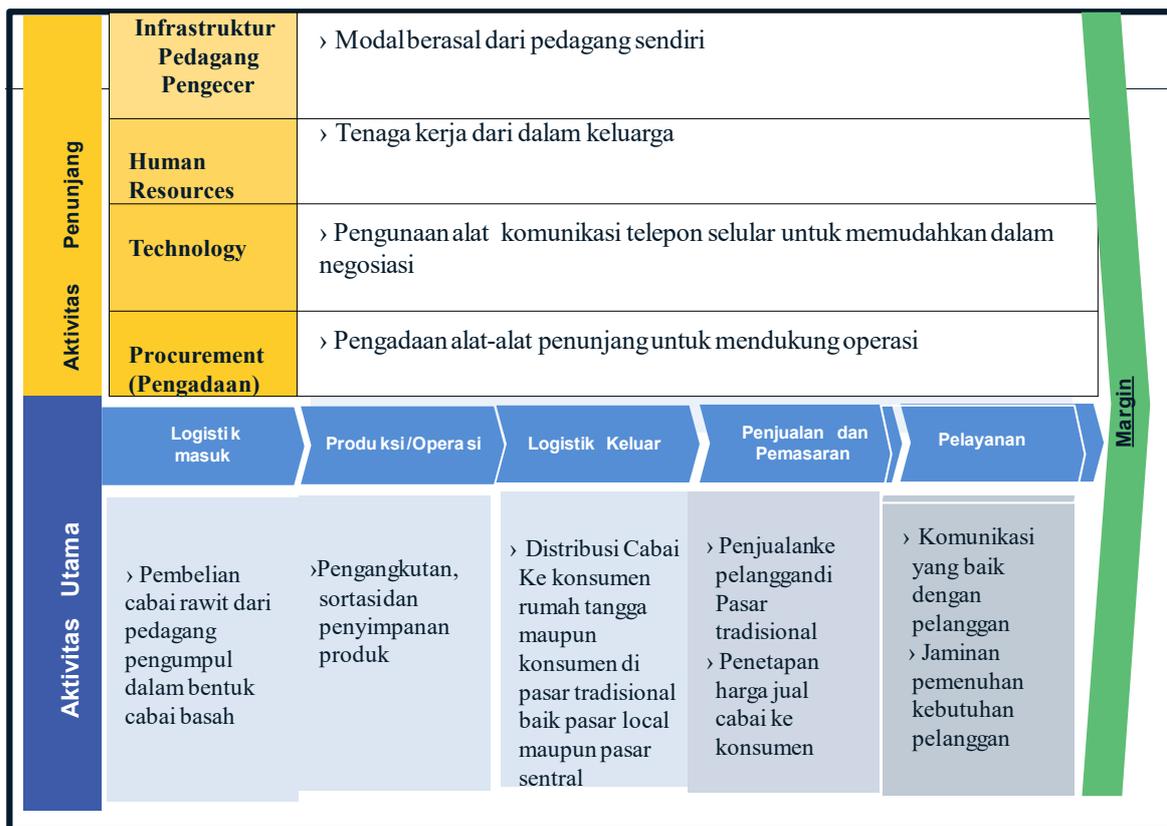
Pembelian cabai dari petani merupakan aktivitas utama pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul dalam proses pembelian sebelumnya melakukan survei ke kebun-kebun petani untuk memeriksa kualitas dan kuantitas cabai yang siap panen, lalu menetapkan harga pembelian yang sesuai dengan kualitas dan kondisi pasar. Setelah ada kesepakatan harga antara petani dan pedagang pengumpul maka dilakukan transaksi pembelian secara tunai atau kredit tergantung kesepakatan. Cabai yang telah dibeli pedagang pengumpul akan diangkut ke rumah sebelum melakukan penjualan ke pengecer, dilakukan sortasi terhadap cabai dalam kondisi segar atau sudah terlalu matang untuk memperkirakan harga yang layak dan menentukan prioritas utama cabai yang harus segera dijual atau tidak. Pedagang pengumpul mendistribusikan cabai kepedagang pengecer yang ada dipasar tradisional yakni pasar lokal yang ada di Kecamatan dan pasar Sentral yang ada di Kabupaten. di wilayah Kabupaten Kolaka Timur dengan menggunakan jasa rental mobil. Harga jual cabai di pasar ditentukan melalui negosiasi antara pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Analisis menunjukkan bahwa pedagang pengumpul menanggung biaya pemasaran yang cukup signifikan dalam rantai pasok cabai. yaitu Rp 470.000 untuk penjualan ke pedagang pengecer dengan volume jual 300 kg dan 200 kg ke perusahaan tambang dengan harga jual lebih tinggi yakni Rp 35.000/kg dengan biaya transportasi Rp 400.000 dan biaya lainnya seperti karung Rp 100.000. Pelayanan yang diberikan oleh pedagang pengumpul kepada pedagang pengecer dan konsumen meliputi komunikasi yang efektif mengenai penetapan harga cabai serta pengiriman produk yang cepat untuk menjaga kualitas. Selain itu, pedagang pengumpul harus menjaga kualitas cabai yang dijual, baik dari segi kesegaran, kebersihan, maupun ukuran.

Aktivitas penunjang terkait infrastruktur yang dimiliki pedagang pengumpul adalah berwujud simpanan atau tabungan yang dipergunakan sebagai modal usaha guna mendukung aktivitas utama yang terkait dengan operasi dan logistik keluar serta keberadaan pelanggan tetap yang siap membeli cabai yang dijual oleh pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul dalam aktivitasnya merekrut tenaga kerja dan memberikan upah khususnya untuk penjualan ke perusahaan tambang sedangkan untuk penjualan ke pedagang pengecer pedagang pengumpul menggunakan tenaga kerja keluarga guna yang ikut membantu dalam kegiatan sortasi dan negosiasi dengan pedagang pengecer. Transaksi dilakukan oleh pedagang pengumpul selain secara langsung melalui tatap muka juga dengan memanfaatkan teknologi telepon selular untuk memperlancar proses komunikasi dan

negosiasi sehingga mempermudah terjadinya kesepakatan bersama. Pedagang pengumpul dalam aktivitasnya belum menggunakan teknologi pengolahan cabai menjadi produk lain tapi masih menjual cabai dalam bentuk basah. Jika ada cabai sudah terlalu masak maka pedagang akan menjemur cabai menjadi cabai kering untuk dikonsumsi keluarga. Pedagang pengumpul juga melakukan pembelian alat penunjang usaha untuk mendukung operasi berupa alat timbangan dan karung.

**Pedagang Pengecer**

Aktor ketiga adalah pedagang pengecer. Tantangan yang dihadapi pedagang pengecer antara lain persaingan antar pedagang pengecer sangat ketat, terutama dengan adanya toko atau swalayan. Selain itu, perubahan perilaku konsumen seperti perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk cabai basah. Fluktuasi harga cabai juga dapat mempengaruhi margin keuntungan pedagang pengecer. Aktivitas pedagang pengecer meliputi kegiatan pemasaran cabai langsung ke konsumen baik melalui aktivitas utama maupun penunjang (Gambar 5).



Gambar 5. Aktivitas Pedagang Pengecer Di Kabupaten Kolaka Timur

Pedagang pengecer cabai di Kabupaten Kolaka Timur tersebar disekitar wilayah pasar lokal yang ada di Kecamatan dan pasar sentral di Ibukota Kabupaten. Pembelian cabai oleh pedagang pengecer berasal dari pedagang pengumpul. Pedagang Pengecer merupakan pembeli cabai yang didistribusikan oleh pedagang pengumpul sehingga tidak ada biaya transportasi untuk pembelian cabai karena pedagang pengumpul mengantarkan langsung kepada pengecer yang terdapat di pasar lokal maupun pasar sentral di Kabupaten. Pendistribusian cabai oleh pedagang pengumpul sebanyak 200 kg untuk pasar yang ada di Kabupaten Kolaka dengan pedagang yang telah menjadi pelanggan tetap pedagang pengumpul. Cabai yang kondisinya sudah terlalu matang dan kurang segar akan dikeringkan untuk dikonsumsi sendiri oleh keluarga. Pendistribusian cabai segar oleh pedagang pengecer antara lain kepada konsumen akhir yang berbelanja di pasar lokal yang ada di kecamatan ataupun pasar sentral di ibukota Kabupaten dan kepada sesama pedagang pengecer yang terdapat di wilayah kedua pasar tersebut. Volume penjualan disesuaikan dengan pembelian yang biasanya rata-rata 300 kg dengan harga jual Rp 25.000/kg. Sebelum melakukan pemasaran, pengecer menentukan harga berdasarkan pertimbangan biaya pemasaran yang telah dikeluarkan. Keramahan

dan pelayanan yang baik dilakukan oleh pengecer melalui komunikasi dan interaksi yang baik dan menyenangkan untuk menarik konsumen.

Aktivitas penunjang pada rantai nilai yang dilalui pedagang pengecer berupa infrastruktur yang dimiliki pedagang pengecer berupa modal mandiri untuk usahanya yang digunakan untuk pembelian cabai dan biaya lain untuk penunjang kelancaran usahanya. Aktivitas penunjang dalam hal manajemen sumber daya manusia adalah bahwa pedagang pengecer tidak melakukan rekrutmen tenaga kerja namun menggunakan tenaga kerja dalam kerja untuk membantu kelancaran usaha dengan harapan bisa menefisienkan biaya tenaga kerja. Pertimbangan lain juga karena volume penjualan cabai yang dibeli dari pedagang pengumpul tidak terlalu besar mengingat sifat cabai yang mudah rusak dan pedagang belum melakukan proses pengolahan menggunakan teknologi pengolahan yang dapat mencegah terjadinya kerusakan pada cabai yang bisa menimbulkan kerugian. Dalam hal pengembangan teknologi, pedagang pengecer mendapatkan informasi dan melakukan negoisasi harga dengan petani dan antar pedagang melalui teknologi telepon selular. Pengadaan fasilitas pendukung untuk menunjang aktivitas utama pedagang pengecer antara lain pembelian liter atau timbangan, kemasan plastik, karung dan lain lain yang menunjang usaha cabai pedagang pengecer.

Model rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur melibatkan 3 pelaku utama rantai nilai yaitu petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer, sedangkan (Kuswatim, 2024); (Makkarenu et al., 2018); (Muhammad. Ridwansyah et al., 2022) yang meneliti terkait cabai rawit mengungkap aktor dalam rantai nilai cabai merah besar terdiri dari petani, pedagang pengumpul kecil dan pedagang pengumpul besar. Hal ini berbeda dengan penelitian (Muhammad. Ridwansyah et al., 2022) tentang analisis rantai nilai cabai yang mengungkapkan bahwa dalam rantai nilai Cabai Provinsi Jambi terdapat 4 jenis pelaku yaitu petani, pengumpul, pedagang besar dan ekspor atau antar pulau. Penelitian tentang cabai juga dilakukan oleh (Isini et al., 2022) yang meneliti rantai nilai komoditas cabai rawit menemukan bahwa terdapat 4 pelaku utama dalam rantai nilai cabai rawit di Kecamatan Bulawa yaitu petani, pedagang besar, pengumpul, dan pengecer. Rantai nilai cabai di kabupaten kolaka Timur tidak melibatkan pedagang besar serta eksportir sebab petani dalam mengolah cabai masih sangat sederhana sehingga konsumen atau pedagang yang membeli hanya konsumen lokal, pedagang juga tidak sampai mengekspor keluar disebabkan keterbatasan modal yang dimiliki. Membangun jejaring kemitraan dengan pihak luar untuk memperluas jangkauan pasar serta keberpihakan pemerintah dalam bentuk fasilitas fisik seperti peralatan penunjang pengolahan hasil dan ketrlibatan dengan memberikan kemudahan akses teknologi melalui pelatihan dan penyuluhan juga sangat dibutuhkan oleh petani cabai.

Pada aktivitas utama petani dan pedagang melakukan hubungan kerja sama yang baik namun tidak ada ikatan kontrak secara formal yang dibangun sebab transaksi yang ada masih didasarkan pada rasa saling percaya dan kesepakatan kedua pihak. Berdasarkan rantai nilai yang ada margin tertinggi diperoleh pada pedagang pengumpul yang menjual ke perusahaan tambang dan pedagang pengecer yang menjual melalui pasar lokal maupun pasar sentral yang ada di ibukota Kabupaten. Petani belum banyak diuntungkan dalam proses pemasaran cabai padahal memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi jika memiliki posisi tawar yang baik dalam hal menjual dengan harga yang sama dengan penjualan pedagang dan bisa memanfaatkan teknologi pengolahan menjadi cabai bubuk untuk meminimalisir kerugian akibat rusaknya cabai sehingga menurunkan kualitas harga yang dibayarkan oleh pedagang. Pengoptimalan kerja sama dengan pasar modern yang tentunya harus ditunjang dengan pengetahuan terkait teknologi pengolahan, peningkatan kualitas serta informasi akses pasar dan informasi harga yang bisa diperoleh melalui petugas penyuluh pertanian lapangan.

Rantai nilai pada hakekatnya menggambarkan sistem agribisnis yang dilalui oleh petani mulai dari agribisnis hulu keberpihakan pemerintah dalam bentuk kebijakan serta dukungan dari pihak-pihak terkait sangat diperlukan untuk membantu petani agar bisa memperoleh keuntungan atas usaha tani yang dikelolanya mulai dari penyediaan input, budidaya, pengolahan dan pemasaran serta akses terhadap lembaga penunjang terkait antara lain lembaga permodalan, lembaga penyuluhan, penelitian dan sebagainya. Oleh karenanya, perlu ada solusi dalam bentuk kebijakan untuk perbaikan rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur. Hal ini sejalan dengan penelitian (Julianto & Darwanto, 2017) yang mengemukakan perlunya ada solusi terhadap permasalahan yang dihadapi

oleh setiap aktor yang berperan dalam rantai nilai serta kebijakan yang bisa menjadi solusi bukan sekedar bentuk rantai nilainya saja.

Rendahnya harga beli cabai yang diterima oleh petani cabai di Kabupaten Kolaka Timur disebabkan oleh ketergantungan petani pada metode tradisional mulai dari kegiatan budidaya yang sangat rendah teknologi, pengolahan hasil dan juga pemasaran. Pengolahan pascapanen masih sangat sederhana dan belum menghasilkan produk olahan yang bernilai tambah. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu kurangnya keterampilan tenaga kerja, keterbatasan modal, kurangnya informasi pasar, lemahnya kelembagaan petani serta kurangnya dukungan pemerintah dalam hal penyuluhan pascapanen dan pengembangan pasar. Penelitian (Tsurayya & Kartika, 2004)(Nugroho et al., 2021) mengungkapkan bahwa petani tidak mempunyai informasi pasar yang baik serta tidak memiliki manajemen kelembagaan yang kuat sehingga pedagang akan menggunakan kekuatannya untuk menekan harga di tingkat petani serendah mungkin.

## Kesimpulan

Rantai nilai cabai di Kabupaten Kolaka Timur melibatkan 3 pelaku utama yakni petani, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Aktivitas utama yang dilakukan oleh petani berkaitan dengan budidaya cabai sampai pemasaran ke pedagang. Sedangkan aktivitas utama yang dilakukan oleh pedagang pengumpul dan pedagang pengecer memiliki karakteristik yang hampir sama mulai dari pembelian cabai, sortasi dan penjualan. Aktivitas pendukung petani antara lain lahan yang dimiliki merupakan lahan sendiri, menggunakan modal sendiri, menyewa tenaga kerja dari luar keluarga disamping tenaga kerja keluarga serta teknologi yang digunakan dalam proses budidaya cabai masih sederhana. Aktivitas pendukung pedagang pengumpul dan pengecer memiliki karakteristik yang hampir sama mulai dari modal mandiri yang terbatas, memanfaatkan tenaga kerja keluarga serta teknologi sederhana. Efisiensi pemasaran diperoleh pada saluran pemasaran pedagang pengumpul yang menjual cabai ke perusahaan tambang dengan keuntungan Rp 16.130/kg.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik Indonesia. *BPS*, 1101001, 790. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- BPS. (2022). *Statistik Indonesia*.
- Government of Australia. (2020). *Making Value Chains Work Better For The Poor. A Toolbox for Practitioners of Value Chain Analysis*.
- Isini, S. F., Indriani, R., & Adam, E. (2022). Analisis Rantai Nilai Komoditas Cabai Rawit di Kecamatan Bulawa Kabupaten Bone Bolango. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 7(5), 146–157. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.58>
- Julianto, E. W., & Darwanto, D. (2017). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Jagung Di Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i1.1473>
- Kabupaten Kolaka Timur, P. (2022). *Koltim Tampilkan Potensi Daerah di Pameran HUT Sultra*. <https://kolakatimurkab.go.id/detailpost/koltim-tampilkan-potensi-daerah-di-pameran-hut-sultra> <https://kolakatimurkab.go.id/detailpost/koltim-tampilkan-potensi-daerah-di-pameran-hut-sultra>
- Kuswatim, S. H. ; E. R. (2024). Analisis Rantai Nilai Agribisnis Cabai Merah Besar ( Studi Kasus di Desa Sindulang , Kecamatan Cimanggung , Kabupaten Sumedang , Provinsi Jawa Barat ) Agribusiness Value Chain Analysis of Capsicum annum ( Case Study in Sindulang Village , Cimanggung Dist. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10, 2863–2872.
- Lihawa, A., Uloli, H., & Rasyid, A. (2021). Analisis Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Jagung. *Jambura Industrial Review (JIREV)*, 1(2), 94–103. <https://doi.org/10.37905/jirev.1.2.94-103>
- M4P. (2012). Membuat Rantai Nilai Lebih Berpihak Pada Kaum Miskin: Buku Pegangan Bagi Praktisi Analisis Rantai Nilai. *Tabros*, 1–146.
- Makkarennu, M., Rum, M. F., & Ridwan, R. (2018). Analisis Pendapatan Usaha Gula Aren Pada

- Masyarakat Yang Tinggal Di Dalam Dan Di Sekitar Hutan. *Perennial*, 14(2), 61–65. <https://doi.org/10.24259/perennial.v14i2.5309>
- Muhammad. Ridwansyah, Rayandra. Ashar, Fuad. Muchlis, Muhammad. Donal Mon, Sopyan. Aldino, & Mauwlana. Syukron. (2022). Analisis Rantai Pasok dan Rantai Nilai Komoditas Cabai Provinsi Jambi Menuju Perdagangan Antar Pulau dan Eskpor. *E-Jurnal Ekonomi Sumberdaya Dan Lingkungan*, 11(3), 133–142.
- News, A. (2024). *Pemprov Sulawesi Tenggara galakkan tanam cabai di pekarangan tekan inflasi* (p. <https://sultra.antaranews.com/>). <https://sultra.antaranews.com/>.
- Nugroho, A. D., Prasada, I. M. Y., Putri, S. K., Anggrasari, H., & Sari, P. N. (2021). Rantai Nilai Cabai di Kawasan Lereng Gunung Merapi Daerah Istimewa Yogyakarta. *AgriTECH*, 40(4), 270. <https://doi.org/10.22146/agritech.27734>
- Rakha Satya Idsan, Taib, G., & Hadiguna, R. A. (2023). Rantai Nilai (Value Chain) Pada Komoditas Kopi Robusta Di Kabupaten Kepahiang Provinsi Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Universitas PGRI Palangkaraya*, 1–10. [www.senada.or.id](http://www.senada.or.id)
- Tsurayya, S., & Kartika, L. (2004). Kelembagaan Dan Strategi Peningkatan Daya Saing Komoditas Cabai Kabupaten garut. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.17358/jma.12.1.1>
- Wijaya, M. (2019). Analisis Rantai Nilai dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan Kompetitif Perusahaan. *Media Informatika*, 18(3), 122–128. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v18i3.31>