

Analisis Faktor-Faktor Permintaan Cabai Merah Kering Impor oleh Pedagang Bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan

Anton Kurniawan
Universitas Sumatera Selatan
Email: akurniawanaz@uss.ac.id

Ita
Universitas Sumatera Selatan
Email: ita.ismail@uss.ac.id

Abstract

Chili is an important ingredient in food processing, especially the typical foods of some regions in Indonesia that like the spicy taste. The price of fresh chili is uncertain, making the seller uneasy, so many seller turn to imported chili supplies. Many factors affect sellers using imported dried chili, one of which is the price of red chili in a number of traditional markets in the city of Palembang is increasing. This study analyzes the factors that affect the demand for imported dried red chili by sellers in the Perumnas Market in Palembang City, South Sumatra. Primary data collection in this study through data obtained directly from respondents or informants, namely entrepreneurs / sellers of ground chili / spices in the Perumnas Market in Palembang, South Sumatra by giving questions through interviews to obtain information. Data collection techniques in this study are: the main technique used is indeph interview, as a supporter used observation and analysis of documents. The data analysis pattern that will be used is ethnographic, that is, from the field notes, the coding, categorization or classification will then be arranged systematically and then themes will be arranged based on the results of the data analysis. As a foothold and knife for analysis, if necessary, relevant theories and the results of previous studies that support. The results of this study indicate that the demand factor for imported dried red chili by seller in the Perumnas Market in Palembang, South Sumatra: (1) Price factor; the price of fresh chili is relatively expensive so sellers prefer cheaper imported dried chili; (2) The quality of imported dried chili is the same as fresh chili both in color and spicy taste; (3) high consumer demand for chili; (4) Quantity / stock of imported dried chili lots.

Keywords: dried chili; demand factor; seller; market.

Abstrak

Cabai merupakan bahan penting dalam pengolahan makanan terutama makanan khas beberapa daerah di Indonesia yang menyukai rasa pedas. Tidak menentunya harga pasar cabai, membuat para pedagang giling resah dengan cara pemasaran cabai yang sudah sangat tinggi harganya, sehingga banyak pedagang giling beralih ke pasokan cabai impor sehingga lebih memudahkan dalam memasarkannya. Banyak faktor yang mempengaruhi pedagang bumbu menggunakan cabai kering impor, salah satunya harga cabai merah di sejumlah pasar tradisional di Kota Palembang semakin meningkat. Peneliti melalui penelitian ini ingin mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui data yang diperoleh secara langsung dari responden atau narasumber, yaitu pengusaha/penjual cabai giling/bumbu di Pasar Perumnas Palembang, Sumatera Selatan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah: teknik utama digunakan *indeph interview*, sebagai pendukung digunakan observasi dan analisis dokumen. Pola analisis data yang akan digunakan adalah etnografik, yaitu dari catatan lapangan (*field note*) kemudian akan dilakukan pengkodean, kategorisasi atau klasifikasi kemudian disusun secara sistematis dan selanjutnya akan disusun tema-tema berdasarkan hasil analisis data tersebut. Sebagai bahan pijakan sekaligus pisau analisis bila perlu digunakan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan: (1) Faktor harga; harga cabai segar relatif mahal sehingga para pedagang lebih memilih cabai kering impor yang lebih murah; (2) Kualitas cabai kering impor sama dengan cabai segar baik dari warna dan rasa pedasnya; (3) Tingginya permintaan konsumen terhadap cabai; (4) Kuantitas/stok cabai kering impor tidak putus.

Kata kunci: cabai kering; faktor permintaan; pedagang bumbu; pasar.

1. Pendahuluan

Cabai atau cabe merupakan salah satu jenis sayuran pelengkap dan bumbu masak yang diperlukan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia pada setiap saat. Cabai juga merupakan bahan penting dalam pengolahan makanan terutama makanan khas beberapa daerah di Indonesia yang menyukai rasa pedas. Tidak menentunya harga pasar cabai, membuat para pedagang giling resah dengan cara pemasaran cabai yang sudah sangat tinggi harganya, sehingga banyak pedagang giling beralih ke pasokan cabai impor sehingga lebih memudahkan dalam memasarkannya. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), cabai kering di dunia diproduksi pada 66 negara. Selama kurun waktu 2005-2014, perkembangan produksi cabai kering di dunia mengalami *trend* peningkatan dengan rata-rata laju peningkatan sebesar 3,38% per tahun atau setara dengan 109,07 ribu ton per tahun. Pencapaian produksi cabai kering dunia yang tertinggi terjadi pada tahun 2014 dengan jumlah produksi sebesar 3,82 juta ton, sedangkan produksi cabai kering terendah terjadi di tahun 2005 sebesar 2,84 juta ton.

Negara penghasil cabai kering terbesar di dunia adalah India dengan rata-rata produksi sebesar 1,43 juta ton per tahun atau setara dengan 39,38% dari produksi seluruh dunia. Negara penghasil cabai kering terbesar kedua di dunia adalah Cina dengan rata-rata produksi sebesar 298,96 ribu ton per tahun atau setara dengan 8,24% dari produksi seluruh dunia. Kemudian diikuti oleh Thailand sebagai negara penghasil cabai kering terbesar ketiga di dunia dengan rata-rata produksi sebesar 259,73 ribu ton per tahun atau setara dengan 7,16% dari produksi seluruh dunia.

Banyak faktor yang mempengaruhi pedagang bumbu menggunakan cabai kering impor, salah satunya harga cabai merah di sejumlah pasar tradisional di Kota Palembang semakin meningkat. Peneliti melalui penelitian ini ingin mencoba untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan.

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian: “Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan?” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan. Target luaran yang ingin dicapai adalah publikasi artikel hasil penelitian pada jurnal nasional.

2. Literature Review

2.1 Permintaan

Pada setiap kegiatan transaksi dalam perekonomian pastinya akan terdapat dua aspek yang saling berhubungan, yaitu permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Harga barang dan kuantitas barang atau jasa yang saling mempengaruhi. Permintaan dan penawaran akan saling bertemu dan akan membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang).

Menurut Gilarso (2007), dalam ilmu ekonomi istilah permintaan (*demand*) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang akan dibeli orang dan harga barang tersebut. Permintaan adalah jumlah dari suatu

barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga, selama jangka waktu tertentu, dengan anggapan hal-hal lain tetap sama (*ceteris paribus*).

Hukum Permintaan pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa : “Hubungan antara barang yang diminta dengan harga barang tersebut dimana hubungan berbanding terbalik yaitu ketika harga meningkat atau naik, maka jumlah barang yang diminta akan menurun dan sebaliknya apabila harga barang turun maka jumlah barang yang diminta akan meningkat”.

Menurut Danniell (2004), permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang antara lain adalah harga barang yang bersangkutan, harga barang substitusi atau komplemennya, selera, jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan.

1. Harga

Hubungan harga dengan permintaan adalah hubungan yang negatif. Artinya bila yang satu naik maka yang lainnya akan turun dan begitu juga sebaliknya. Semua ini berlaku dengan catatan faktor lain yang mempengaruhi jumlah permintaan dianggap tetap.

2. Harga barang lain

Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh pada permintaan barang lain. Harga barang lain dapat meliputi harga barang substitusi, komplemen, dan independen. Salah satu contoh barang substitusi, bila harga kopi naik, biasanya permintaan teh akan naik. Barang komplementer contohnya roti dengan keju. Apabila keduanya dipakai secara bersamaan sehingga dengan demikian bila salah satu dari harga barang tersebut naik, pada umumnya akan mempengaruhi banyaknya konsumsi barang komplemennya. Barang independen adalah barang yang tidak dipengaruhi oleh harga barang yang lain.

3. Selera

Selera merupakan variabel yang mempengaruhi besar kecilnya permintaan. Selera dan pilihan konsumen terhadap suatu barang bukan saja dipengaruhi oleh struktur umum konsumen, tetapi juga karena faktor adat dan kebiasaan setempat, tingkat pendidikan, atau lainnya.

4. Jumlah penduduk

Semakin banyaknya jumlah penduduk makin besar pula barang yang dikonsumsi dan makin naik permintaan. Penambahan jumlah penduduk mengartikan adanya perubahan struktur umur. Dengan demikian, bertambahnya jumlah penduduk adalah tidak proporsional dengan pertambahan jumlah barang yang dikonsumsi.

5. Tingkat pendapatan

Perubahan tingkat pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Secara teoretis, peningkatan pendapatan akan meningkatkan konsumsi. Bertambahnya pendapatan, maka barang yang dikonsumsi tidak hanya bertambah kuantitasnya, tetapi kualitasnya juga meningkat.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, selanjutnya data dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif, menjelaskan data-data dalam bentuk angka dan prosentase (Mellita dkk., 2020).

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data dalam bentuk kata, kalimat, dan gambar (Sugiyono, 2007:14). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui data yang diperoleh secara langsung dari responden atau narasumber, yaitu pengusaha/penjual cabai giling/bumbu di Pasar Perumnas Palembang, Sumatera Selatan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan melalui wawancara untuk mendapatkan informasi. Data sekunder diperoleh dengan cara memahami melalui media lain yang bersumber dari dokumen dalam perusahaan (Sugiyono, 2007:139). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data dari Disperindag, BPS, dan lain-lain.

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah: teknik utama digunakan *indepth interview*, sebagai pendukung digunakan observasi dan analisis dokumen. Pola analisis data yang akan digunakan adalah etnografik, yaitu dari catatan lapangan (*field note*) kemudian akan dilakukan pengkodean, kategorisasi atau klasifikasi kemudian disusun secara sistematis dan selanjutnya akan disusun tema-tema berdasarkan hasil analisis data tersebut. Sebagai bahan pijakan sekaligus pisau analisis bila perlu digunakan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung.

Untuk menghindari kesalahan data yang akan dianalisis, maka keabsahan data perlu diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

1. Pengumpulan data secara terus menerus pada subyek penelitian yang sama.
2. Triangulasi pada sumber lain yang dapat dipertanggungjawabkan, dan bila perlu.
3. Pengecekan oleh subyek penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Cabai (*Capsicum annum* L.) merupakan salah satu komoditas sayuran yang banyak digunakan dalam industri pangan sebagai pemberi rasa pedas pada produk pangan dan memiliki sifat mudah rusak (*perishable*). Cabai memiliki kandungan capsaicin yang menyebabkan rasa pedas dan berfungsi untuk mencegah penyakit kanker. Cabai berasal dari benua Amerika dan tergolong famili *solanaceae* bersama kentang, tomat, terung dan tembakau.

Penggunaan cabai merah tidak dapat dipisahkan dari pola konsumsi rumah tangga sehari-hari, tidak hanya terbatas sebagai campuran lauk pauk, tetapi juga digunakan sebagai bahan penyedap dan pelengkap berbagai masakan. Kebutuhan akan cabai merah akan selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri yang membutuhkan bahan baku cabai merah dalam jumlah yang banyak, terutama bagi swalayan, restoran, katering, hingga industri makanan yang memanfaatkan produk ini untuk dibuat menjadi berbagai variasi makanan. Cabai merupakan tanaman berupa setengah perdu, dengan tinggi 45-100 cm yang berumur hanya semusim. Tanaman ini termasuk famili *solanaceae* (terung-terungan) yang merupakan produk komersial dan banyak dibudidayakan. Cabai berasal dari Benua Eropa, namun produksi saat ini tidak berpusat di Eropa tetapi di negara tropis jauh dengan Eropa (Setiadi, 2012). Produksi cabai di Indonesia masih rendah yaitu rata-rata produksi cabai merah nasional adalah 6,7 ton/ha (Sumarni & Muharam, 2005 dalam Rochayat, 2015).

Cabai secara umum dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu cabai besar dan cabai rawit. Cabai besar terdiri dari cabai merah, cabai hijau, cabai gondol, cabai keriting dan paprika sedangkan cabai rawit terdiri dari cabai rawit putih, cabai rawit hijau, dan cabai jiplak

(Setiadi, 2012). Cabai merah keriting memiliki kandungan yang bermanfaat yaitu energi 40 Kcal, karbohidrat 8,81 g, protein 1,87 g, lemak 0,44 g, vitamin A 952 IU, vitamin C 143,7 mg, thiamin 0,72 g, riboflavin 0,086 mg, pyridoxin 0,506 mg, vitamin E 0,69 mg. Cabai merah keriting juga memiliki kandungan capsaicin yang berfungsi sebagai anti kanker dan memiliki kandungan flavonoid seperti beta karoten, alfakaroten, lutein, *zeaxanthin*, dan *cryptoxanthin*. Cabai juga memiliki mengandung mineral seperti kalium, mangan, zat besi dan magnesium (Syukur *et al*, 2013 dalam Humaerah, 2015).

Harga kebutuhan pokok khususnya bahan pokok segar akhir-akhir ini terus merangkak naik dan tidak menentu. Kenaikan tersebut dikarenakan iklim yang terus berubah-ubah atau anomali cuaca yang menyebabkan produktivitas menurun dan komoditi agrobis ini sifatnya mudah cepat rusak, mengakibatkan harga yang terjadi di pasar pusat berbelanja / induk menjadi fluktuatif. Hal tersebut berdampak panjang di pasar sentra tradisional, di mana pasokan barangnya menjadi tidak menentu dari pasar induknya, khususnya bagi para pedagang bumbu giling di Kota Palembang.

Dengan produktivitas agribis yang terus menurun di mana permintaan pasar terus bertambah sehingga harga dipastikan naik. Harga eceran sayur mayur khususnya cabai merah besar kriting, cabai rawit, cabai merah besar biasa, bawang merah dan sayuran lainnya di pasar Induk Jakabaring (sebagai pasar Induk Propinsi Sumatera Selatan) dan pasar tradisional di kota Palembang di antaranya di Pasar Perumnas, Pasar Sekip dan Pasar Lemabang saat ini mengalami fluktuasi yang cukup membuat masyarakat Wilayah Kota Palembang tidak menentu.

Cabai atau cabe merupakan salah satu jenis sayuran pelengkap dan bumbu masak yang diperlukan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia pada setiap saat. Cabai juga merupakan bahan penting dalam pengolahan makanan terutama makanan khas beberapa daerah di Indonesia yang menyukai rasa pedas. Banyak petani yang menanam macam-macam cabai yang memiliki nilai jual tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sehingga dapat dikatakan bahwa cabai merupakan bahan primer komplementer bagi masyarakat Indonesia. Permintaan akan cabai atau cabe ini tentu akan terpenuhi jika faktor-faktor penunjang untuk membudidayakannya memadai, antara lain kondisi tanah dan iklimnya cocok, cara tanamnya benar, pemeliharannya dilakukan dengan cermat serta minimnya impor akan bahan tersebut.

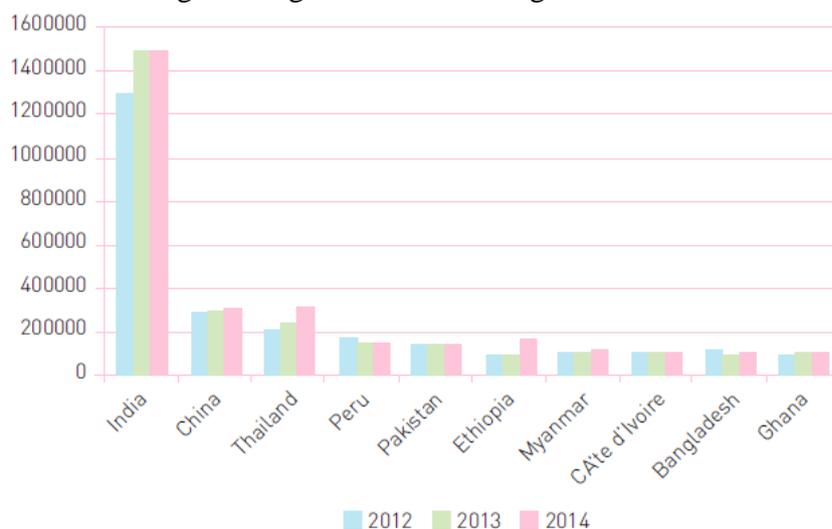
Tidak menentunya harga pasar cabai, membuat para pedagang giling resah dengan cara pemasaran cabai yang sudah sangat tinggi harganya, sehingga banyak pedagang giling beralih ke pasokan cabai impor sehingga lebih memudahkan dalam memasarkannya. Berdasarkan data dari *Food and Agriculture Organization* (FAO), cabai kering di dunia diproduksi di sebanyak 66 negara. Selama kurun waktu 2005-2014, perkembangan produksi cabai kering di dunia mengalami *trend* peningkatan dengan rata-rata laju peningkatan sebesar 3,38% per tahun atau setara dengan 109,07 ribu ton per tahun. Pencapaian produksi cabai kering dunia yang tertinggi terjadi pada tahun 2014 dengan jumlah produksi sebesar 3,82 juta ton, sedangkan produksi cabai kering terendah terjadi di tahun 2005 sebesar 2,84 juta ton.

Sepuluh negara penghasil cabai kering terbesar di dunia selama tahun 2012-2014. Negara penghasil cabai kering terbesar di dunia adalah India dengan rata-rata produksi sebesar 1,43 juta ton per tahun atau setara dengan 39,38% dari produksi seluruh dunia. Negara penghasil

cabai kering terbesar kedua di dunia adalah Cina dengan rata-rata produksi sebesar 298,96 ribu ton per tahun atau setara dengan 8,24% dari produksi seluruh dunia. Kemudian diikuti oleh Thailand sebagai negara penghasil cabai kering terbesar ketiga di dunia dengan rata-rata produksi sebesar 259,73 ribu ton per tahun atau setara dengan 7,16% dari produksi seluruh dunia. Pada tahun 2014 Thailand berhasil menggeser Cina sebagai negara penghasil cabai kering terbesar kedua di dunia dengan produksi sebesar 321,39 ribu ton pada tahun 2014, sedangkan produksi Cina sebesar 306,87 ribu ton pada tahun yang sama. Negara penghasil cabai kering terbesar keempat hingga kesepuluh berturut-turut adalah Peru, Pakistan, Ethiopia, Myanmar, Pantai Gading, Bangladesh dan Ghana. (Gambar 1)

Banyak faktor yang mempengaruhi pedagang bumbu menggunakan cabai kering impor, salah satunya harga cabai merah di sejumlah pasar tradisional di Kota Palembang semakin meningkat, bahkan di minggu awal Desember 2018 harga cabai merah mampu menembus Rp. 25.000,- per kilogram di Pasar Perumnas, artinya, harga cabai naik sekitar Rp. 9.000,- dibandingkan minggu lalunya yang hanya Rp. 16.000,- per kilogramnya (November 2018).

Gambar 1. Negara Penghasil Cabai Kering



Sumber: FAOSTAT dan SP2KP Kemendag (diolah)

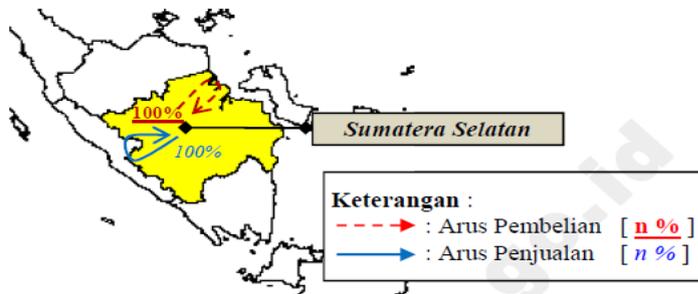
Sumber: Yanuarti & Afsari, 2016

Hal tersebut diakibatkan dari faktor cuaca yang tidak menentu, perubahan tahun, serta masuknya cabai impor ke Indonesia (termasuk ke Pasar Induk Jakabaring). Belum lagi untuk menghadapi natal dan tahun baru, harga di pasar induk Jakabaring bagi pasar-pasar sentra tradisionalnya sangatlah fluktuatif, kisaran harga jual bisa mencapai Rp.35.000,-/kg hingga Rp.50.000,-/kg terlebih lagi dengan adanya pasokan cabai dari luar seperti India dan Thailand yang sempat masuk meskipun *supply* yang ada tidak lebih dari 2 minggu beredar di pasar induk Jakabaring yang mampu menawarkan harga jual yang cukup menjatuhkan harga pasar cabai lokal, hingga mencapai Rp.10.000,-/kg jika sudah digiling.

4.1 Distribusi Perdagangan Cabai Merah di Sumatera Selatan

Berdasarkan penjualan produksi cabai merah, didapatkan bahwa produsen cabai merah di Provinsi Sumatera Selatan mendapatkan bahan baku dari wilayahnya sendiri dan hanya menjual barangnya ke wilayah itu sendiri. Lebih jelasnya lihat gambar berikut ini :

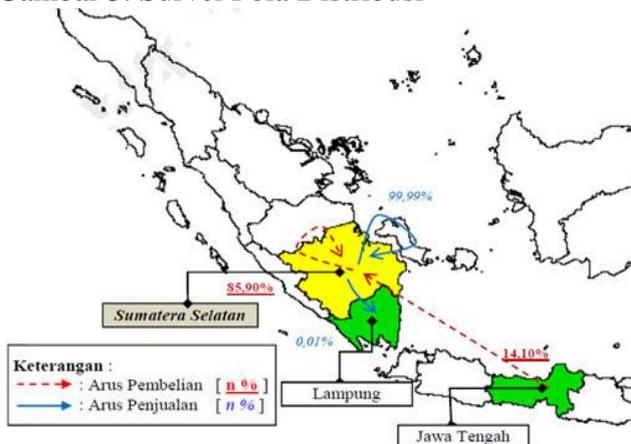
Gambar 2. Peta Penjualan Produksi Cabai Merah di Propinsi Sumatera Selatan



Sumber: BPS, 2015

Sedangkan berdasarkan distribusi perdagangan, didapatkan bahwa wilayah pembelian cabai merah berasal dari Provinsi Sumatera Selatan sendiri (85,90%) dan dari provinsi lain yaitu Jawa Tengah (14,10%). Penjualan cabai merah sebagian besar ke Provinsi Sumatera Selatan sendiri (99,99%) dan sisanya ke luar provinsi yaitu Lampung (0,01%). Lebih jelasnya lihat gambar di bawah ini :

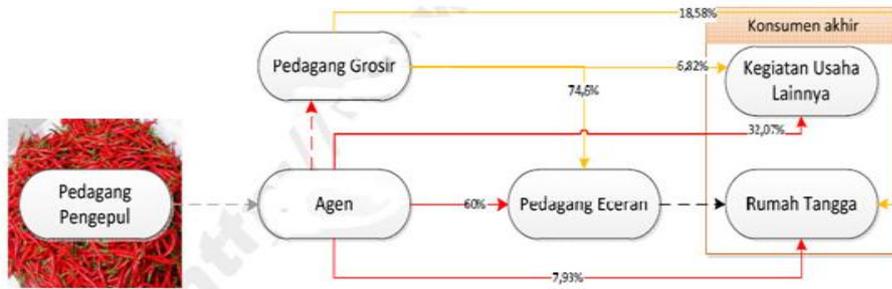
Gambar 3. Survei Pola Distribusi



Sumber: BPS, 2015

Berdasarkan pola penjualan produksi, produsen cabai merah yang berada di Sumatera Selatan menjual cabai merah seluruhnya ke pedagang pengepul (100,00%). Berdasarkan pola distribusi perdagangan, jalur distribusi perdagangan cabai merah di Sumatera Selatan berawal dari pedagang pengepul. Agen mendapatkan pasokan cabai merah dari pedagang pengepul tersebut. Selanjutnya, agen menjual cabai merah ke pengecer (60,00%), kegiatan usaha lainnya (32,07%) dan langsung ke rumah tangga (7,93%). Pedagang grosir menjual cabai merah ke pengecer (74,60%), kegiatan usaha lainnya (6,82%) dan langsung ke rumah tangga (18,58%). Pedagang grosir mendapatkan pasokan cabai merah dari agen. Lebih jelasnya lihat gambar (BPS, 2015).

Gambar 4. Pola Produksi Cabai Merah di Propinsi Sumatera Selatan



4.2 Marjin Perdagangan dan Pengangkutan (MPP)

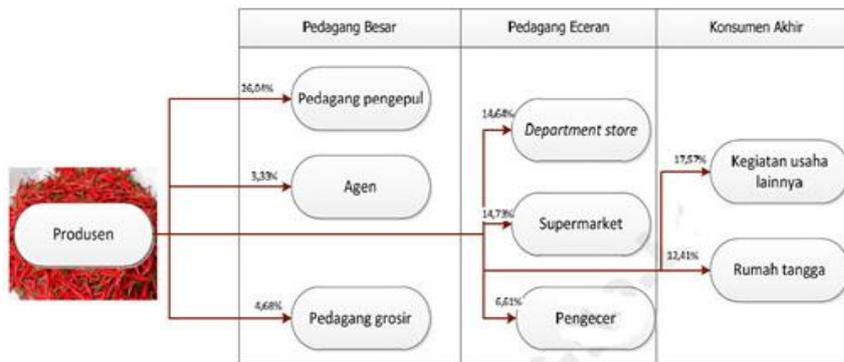
Berdasarkan hasil survei, diperoleh informasi bahwa perolehan marjin pedagang besar cabai merah di Provinsi Sumatera Selatan adalah sebesar 23,48 persen dan rata-rata perolehan marjin setelah dikurangi biaya transportasi adalah sebesar 22,75 persen. Sementara itu, tidak ada responden pengecer pada Provinsi Sumatera Selatan sehingga tidak ada data MPP dari pengecer. Lebih Jelasnya lihat tabel di bawah ini :

Tabel 1. Marjin Perdagangan dan Pengangkutan (MPP) Cabai Merah di Sumsel

| Uraian | PB |
|---------------------------------------|--------------|
| (1) | (2) |
| Rata-rata Nilai Penjualan (000 Rp) | 5.639.910,00 |
| Rata-rata Nilai Pembelian (000 Rp) | 4.567.612,14 |
| Rata-rata Biaya Transportasi (000 Rp) | 38.521,67 |
| Rata-rata MPP (000 Rp) | 1.072.297,86 |
| Rasio MPP (%) | 23,48 |
| Rata-rata MP (000 Rp) | 1.039.279,29 |
| Rasio MP (%) | 22,75 |

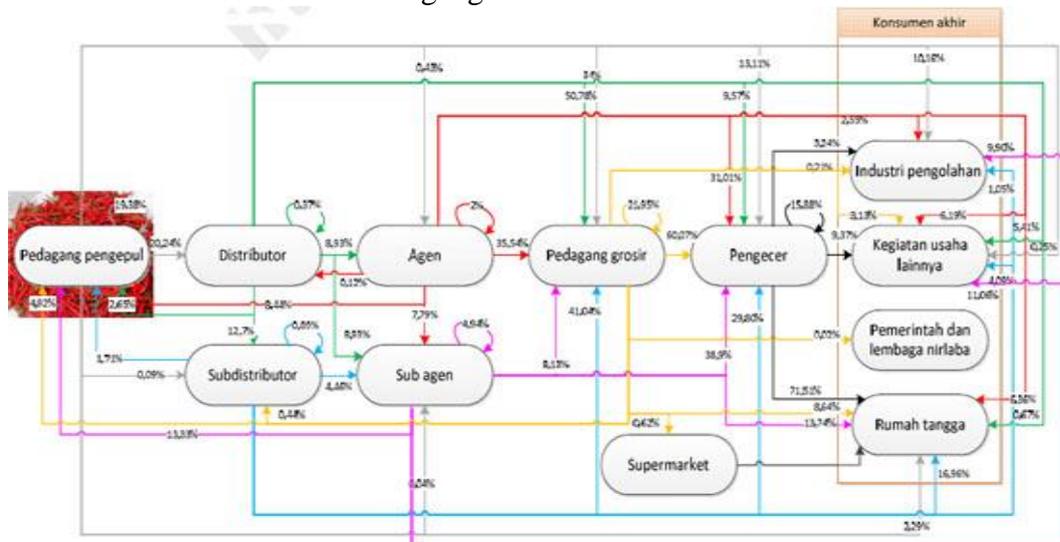
Cakupan wilayah Survei Poldis 2015 meliputi seluruh provinsi di Indonesia dengan 118 kabupaten/kota. Berdasarkan pola penjualan produksi, secara umum produsen cabai merah yang berada di Indonesia menjual cabai merah sebagian besar ke pedagang pengepul (26,04%). Selain itu, produsen juga menjual cabai merah ke pedagang besar yang lain yaitu agen (3,33%) dan pedagang grosir (4,68%). Produsen juga menjual cabai merah ke kelompok pedagang eceran yaitu *department store* (14,64%), supermarket (14,73%) dan pengecer (6,61%). Selain menjual ke pedagang, produsen pun menjual langsung ke konsumen akhir yaitu kegiatan usaha lainnya (17,57%) dan rumah tangga (12,41%). Lebih jelasnya lihat gambar berikut ini:

Gambar 5. Pola Penjualan Produksi Cabai Merah di Indonesia



Berdasarkan pola distribusi perdagangan, jalur distribusi perdagangan cabai merah di Indonesia, secara umum berawal dari pedagang pengepul yang mendapatkan pasokan cabai merah dari produsen. Namun demikian, produsen pun memasok cabai merah ke pedagang lain selain pedagang pengepul dan juga pedagang pengepul pun bisa mendapatkan pasokan cabai merah dari selain produsen. Hasil survei menunjukkan bahwa pedagang seperti distributor, subdistributor, agen, subagen, dan pedagang grosir juga menjual cabai merah ke pedagang pengepul. Lebih jelasnya lihat gambar berikut ini :

Gambar 6. Pola Distribusi Perdagangan Cabai Merah di Indonesia



4.3 Penggunaan Cabai Kering Impor

Pemanfaatan komoditas cabai terbagi dua, yaitu cabai konsumsi dan cabai industri. Cabai konsumsi merupakan cabai yang dimanfaatkan oleh konsumen akhir dalam keadaan segar. Cabai segar juga digunakan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti pedagang cabai giling. Sedangkan cabai industri merupakan bentuk olahan dari cabai yang dimanfaatkan sebagai bahan baku oleh pelaku industri. Cabai industry terdiri atas cabai kering (cabai utuh dengan kadar air 14 persen), cabai saus, cabai bubuk kasar, dan cabai bubuk halus.

Berdasarkan survei pendahuluan, cabai kering sudah mulai digunakan oleh UMKM sebagai bahan substitusi cabai segar sejak lima tahun terakhir. Cabai kering diduga dapat menjadi

substitusi cabai konsumsi karena bentuknya utuh seperti cabai segar dan dapat disegarkan kembali dengan merendamnya dalam air hangat. Konsumen rumah tangga dapat menggunakan cabai kering terutama saat terjadi peningkatan harga cabai segar yang signifikan. Peningkatan harga cabai yang signifikan sangat mungkin terjadi karena komoditas cabai memiliki koefisien keragaman harga dan disparitas harga antar wilayah yang tinggi. Komoditas cabai memberikan kontribusi 0,3 persen pada inflasi tahun 2013 (BI, 2013).

Dirjen Hortikultura menyatakan bahwa cabai kering sudah mulai dikonsumsi oleh rumah tangga, khususnya kelas pendapatan menengah ke atas. Informasi tersebut menunjukkan bahwa cabai kering memiliki prospek untuk dijadikan substitusi cabai segar oleh konsumen rumah tangga.

Berikut data para pengguna cabai kering oleh pengguna cabai kering oleh pedagang bumbu giling di Pasar Perumnas per harinya:

Tabel 2. Banyaknya Konsumsi Cabai Kering per Hari oleh Pedagang Bumbu

| No. | Pedagang | Banyaknya per Hari |
|-----|----------------|--------------------|
| 1 | Bumbu Abdul | 6 Karung |
| 2 | Bumbu Mbak Sri | 5 Karung |
| 3 | Bumbu Jaya | 4 Karung |
| 4 | Bumbu Pian | 3 Karung |
| 5 | Bumbu Segar | 3 Karung |

Sumber: Hasil Wawancara

Dari data di atas dapat kita amati bahwa pengguna cabai kering impor relatif besar. Setiap 1 karung cabai kering impor yang belum digiling memiliki berat 9 – 10 kilogram. Dari setiap karung itu, jika digiling beratnya akan naik menjadi 35 kilogram. Hal inilah yang mengakibatkan para pedagang bumbu lebih banyak menggunakan cabai kering impor daripada cabai segar lokal.

5. Simpulan

Kebutuhan akan cabai merah akan selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya jumlah penduduk dan berkembangnya industri yang membutuhkan bahan baku cabai merah dalam jumlah yang banyak, terutama bagi swalayan, restoran, catering, hingga industri makanan yang memanfaatkan produk ini untuk dibuat menjadi berbagai variasi makanan

Inilah yang menyebabkan meningkatnya faktor yang mempengaruhi tingginya permintaan akan konsumsi cabai. Sehingga ketika permintaan tinggi dan stok terbatas makan akan terjadi kenaikan harga cabai di Pasar Perumnas. Dengan demikian, faktor permintaan cabai merah kering impor oleh pedagang bumbu di Pasar Perumnas Kota Palembang Sumatera Selatan:

1. Faktor harga; harga cabai segar relatif mahal sehingga para pedagang lebih memilih cabai kering impor yang lebih murah.
2. Kualitas cabai kering impor sama dengan cabai segar baik dari warna dan rasa pedasnya.
3. Tingginya permintaan konsumen terhadap cabai.
4. Kuantitas/stok cabai kering impor tidak putus.

6. Daftar Pustaka

- BPS. (2015). *Distribusi Perdagangan Komoditas Cabai Merah Indonesia 2015*. Jakarta: BPS.
- Danniel, Moehar. (2004). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mellita, D., Aliya, S., & Elfanso, E. (2020). Green Supply Chain Management at Cullinary Small Business: Some Notes To Consider. *Dinasti International Journal of Digital Business Management, Volume 1, No. 4*, 512-521.
- Gilarso, T. (2007). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Humaerah, A. D. (2015). Budidaya Tanaman Cabai Keriting (*Capsicum annum L.*) Berbagai Wadah Tanam dengan Pupuk Anorganik & Organik. *Ilmu Biologi, 1(2)*, 69–75.
- Rochayat, Y. & M. (2015). Respon kualitas dan ketahanan simpan cabai merah (*Capsicum annum L.*) dengan penggunaan jenis bahan pengemas dan tingkat kematangan buah, *14(1)*, 65–72.
- Setiadi. (2012). *Bertanam Cabai dilahan Cabai dan Pot*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yanuarti & Afsari. (2016). *Profil Komoditas Barang Kebutuhan Pokok dan Barang Penting Komoditas Cabai*. Jakarta: Dirjenperindag.

Acknowledgement

The research is financed by University of Sumatera Selatan.

Copyright Disclaimer

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.