



Efisiensi Strategi Rantai Pasok Komoditas Cabai Merah **(Efficiency of Red Chili Commodity Supply Chain Strategy)**

Talitha Nariswari Nurjannah

Institut Pertanian Bogor

Asti Permata Bunda

Institut Pertanian Bogor

Purana Indrawan

Institut Pertanian Bogor

Alamat: Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor,
Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: talithanariswari18@gmail.com

Abstrak. *Chili (capsicum annum l.) is a crop that has high economic value and is widely cultivated in Indonesia. To ensure a stable and adequate supply of red chili, an efficient and well-organized supply chain management is needed, starting from farmers as the main producers to the final consumers. The purpose of the desk study is to determine the factors that affect the supply chain and the efficiency of the red chili supply chain improvement strategy. The method used uses the literature study method, namely by looking for data or information from various journals. From the results of the literature review, that the marketing of red chili commodities requires supply chain efficiency to improve performance and profits. One way to measure efficiency is through marketing margins, farmer's share, price, production, and marketing costs. This can be achieved by minimizing costs and maximizing added value in all supply chain activities.*

Keywords: *efficiency; red chilies; strategy; supply chain.*

Abstrak. Cabai (*capsicum annum l.*) merupakan tanaman yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak dibudidayakan di Indonesia. Untuk memastikan pasokan cabai merah yang stabil dan memadai, diperlukan manajemen rantai pasok yang efisien dan terorganisir dengan baik, dimulai dari petani sebagai produsen utama hingga konsumen akhir. Tujuan dari studi desk untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi rantai pasok dan efisiensi strategi peningkatan rantai pasok cabai merah. Metode yang digunakan menggunakan metode studi literatur yaitu dengan mencari data atau informasi dari berbagai jurnal. Dari hasil tinjauan literatur tersebut, bahwa pada pemasaran komoditas cabai merah diperlukan efisiensi rantai pasok untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan. Salah satu cara untuk mengukur efisiensi adalah melalui margin pemasaran, *farmer's share*, harga, produksi, dan biaya pemasaran. Hal ini dapat dicapai dengan meminimalkan biaya dan memaksimalkan nilai tambah dalam seluruh kegiatan rantai pasok.

Kata kunci : *cabai merah; efisiensi; rantai pasok; strategi*

PENDAHULUAN

Cabai (*capsicum annum l.*) merupakan tanaman yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan banyak dibudidayakan di Indonesia. Tanaman cabai dapat tumbuh baik di dataran rendah maupun di dataran tinggi. Seiring dengan perkembangan industri pangan nasional, cabai telah menjadi salah satu bahan baku yang sangat dibutuhkan dan banyak diusahakan oleh produsen dalam berbagai skala usaha pertanian (Santika, 1999).

Pasar domestik, cabai merah memiliki peran sentral dalam berbagai masakan tradisional Indonesia, seperti sambal, gulai, dan rendang, sehingga ketersediaannya di pasar menjadi faktor penting bagi kelancaran kuliner lokal. Namun, untuk memastikan pasokan yang stabil dan memadai, diperlukan manajemen rantai pasok yang efisien dan terorganisir dengan baik, dimulai dari petani sebagai produsen utama hingga konsumen akhir.

Manajemen rantai pasok cabai merah adalah cara untuk mengelola aliran produk, aliran keuangan, dan aliran informasi secara sistematis dan terintegrasi yang melibatkan berbagai pihak dari hulu ke hilir dalam hal ini seperti pemasok, pabrik, personel distribusi, dan layanan logistik

Prinsip terpenting dalam manajemen rantai pasokan adalah transparansi informasi dan kolaborasi, baik secara internal maupun dengan pihak eksternal. Rantai pasok cabai merah melibatkan beberapa tahap, termasuk produksi, distribusi, dan pemasaran. Setiap tahap dalam rantai pasok ini memainkan peran penting dalam menjaga kualitas, ketersediaan, dan harga cabai merah. Misalnya, petani perlu menerapkan praktik budidaya yang tepat untuk menghasilkan cabai merah berkualitas tinggi, sementara pelaku distribusi harus memastikan transportasi yang efisien untuk mengantarkan produk segar dari ladang ke pasar.

Ketika memasarkan suatu produk, efisiensi pemasaran dapat diukur melalui panjangnya saluran pemasaran. Semakin panjang metode pemasaran dan semakin banyak pelaku pemasaran yang terlibat, maka semakin kurang efisien pemasaran tersebut (Nurjanah & Harli, 2023). Indikator lainnya yang mempengaruhi efisiensi seperti margin, harga, *farmer's share*, dan pendapatan dari setiap lembaga pemasaran (Ningsih, Wahyuni, & Malik, 2020). Tingkat efisiensi dalam kegiatan pemasaran bisa dilihat melalui keterkaitan pasar antara wilayah pemasaran cabai merah. Jika harga cabai merah berubah di satu pasar, pasar lain akan menanggapi dengan perubahan harga yang serupa (Hidayat, Sukmaya, & Heryadi, 2022). Efisiensi dapat tercapai dengan menurunkan biaya pemasaran guna meningkatkan profitabilitas pemasaran. Tingkat integrasi pasar yang tinggi mencerminkan kelancaran arus informasi di pasar-pasar yang terhubung.

METODE PENELITIAN

Tinjauan literatur digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai strategi efisiensi manajemen rantai pasok cabai merah. Tinjauan literatur diperoleh dengan mengamati, memahami, mengevaluasi, dan meninjau literatur dari berbagai sumber seperti referensi jurnal, buku, artikel yang sudah dipublikasi di google scholar, scopus, sciencedirect.com, researchgate dengan kata kunci saluran pemasaran atau supply chain management komoditas cabai.

Jenis data yang digunakan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari 21 literatur jurnal yang diolah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menjawab rumusan masalah terkait faktor yang mempengaruhi rantai pasok dan efisiensi strategi peningkatan rantai pasok cabai merah. Metode penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam, menjelaskan dan menjawab permasalahan yang diteliti secara lebih rinci dengan memfokuskan pada pengamatan menyeluruh terhadap individu, kelompok, atau kejadian menyeluruh (Sugiyono, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Struktur hubungan rantai pasok cabai merah menggambarkan para pelaku yang terlibat dan aktivitasnya dalam aliran informasi, produk, dan uang dalam rantai pasok tersebut (Damayanti et al., 2022). Secara umum, efisiensi strategi rantai pasok mengacu pada cara yang efektif dan efisien. Efisiensi strategi dapat dilakukan dengan cara mengurangi biaya dan meningkatkan nilai tambah dalam semua aktivitas rantai pasok.

Indikator SCM memuat informasi mengenai saluran rantai pasok, tiga rantai kunci, aktivitas pelaku, dan informasi transaksi. Indikator efisiensi rantai pasok memuat informasi mengenai efisiensi, *farmer's share*, margin pemasaran, dan produksi. Sedangkan indikator strategi memuat informasi mengenai strategi dan media pemasaran.

Berdasarkan bahasan mengenai Supply Chain Management (SCM) terdapat total 5 judul jurnal acuan di mana 3 di antaranya dari artikel nasional dan 2 di antaranya dari artikel internasional. Pada bahasan efisiensi rantai pasok terdapat total 8 judul jurnal acuan di mana 7 di

antaranya dari artikel nasional dan 1 di antaranya dari jurnal internasional. Sedangkan untuk bahasan mengenai strategi rantai pasok terdapat total 4 judul jurnal acuan dari artikel nasional.

Tinjauan klasifikasi jurnal nasional dan internasional komoditas cabai merah di lingkup SCM, efisiensi, dan strategi berdasarkan referensi jurnal, tim peninjau mengelompokkan judul-judul jurnal yang telah dipilih sesuai dengan pokok pembahasan seperti yang tertera pada Tabel 1 berikut :

Tabel 1 Pengelompokkan Judul Jurnal

Bahasan terkait		Total Artikel	Judul Jurnal
Supply Chain Management (SCM)	Chain	5	Supply chain efficiency of red chili based on the performance measurement system in Yogyakarta, Indonesia
			Supply Chain Resources of Red Chili Based on Food Supply Chain Network in Kulonprogo Indonesia
			Analisis Supply Chain Management (SCM) Komoditas Cabai Rawit Merah di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang
			Analisis Rantai Pasok Komoditas cabai Merah Keriting di Desa Gunungsari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah
			Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Cabai Rawit Di Kabupaten Kediri
Efisiensi Rantai Pasok	Rantai Pasok	8	Flexibility of Red Chili Supply Chain in Panjatan District Kulon Progo Regency
			Analisis Supply Chain Management (SCM) Komoditas Cabai Rawit Merah di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang
			Analisis Rantai Pasok Cabai Merah Di Kota Jambi Provinsi Jambi
			Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen Jawa Tengah
			Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsat Kabupaten Hulu Sungai Selatan
			Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Keluarga di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang
			Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting Di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang
			Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Cabai Rawit Di Kabupaten Kediri

Strategi Rantai Pasok	4	Analisis Supply Chain Management (SCM) Komoditas Cabai Rawit Merah di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang Analisis Rantai Pasok Komoditas cabai Merah Keriting di Desa Gunungsari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah Rantai Pasok Komoditas Cabai Pada Pilot Project Closed Loop Agribisnis Di Kabupaten Garut Peningkatan Kinerja, Mitigasi Risiko Dan Analisis Kelembagaan Pada Rantai Pasok Cabai Merah Di Kabupaten Garut
-----------------------	---	---

Penjelasan Tabel. 2-4 dibuat untuk memudahkan dalam pemahaman mengenai efisiensi strategi rantai pasok komoditas cabai merah berdasarkan *critical review* referensi klasifikasi jurnal.

A. Supply Chain Management (SCM)

Supply Chain Management (SCM) merupakan serangkaian kegiatan bisnis yang dimulai dari perencanaan, pengendalian, implementasi aliran produk, mulai dari produsen hingga distribusi produk kepada konsumen. Tujuan utama dari supply chain management adalah untuk meningkatkan efisiensi kinerja rantai pasok dan memenuhi kebutuhan pelanggan (Hayuningtyas et al., 2020).

Tabel 2 Artikel Supply Chain Management (SCM)

Penulis	Tahun	Ringkasan
Susanawati, Heri Akhmadi, Muhammad Fauzan, Zuhud Rozaki	2021	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai saluran rantai pasok dan tiga kunci SCM
Susanawati, Muhammad Fauzan, Ivo Mega Candela Fanestia	2022	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai saluran rantai pasok, tiga rantai kunci SCM, aktivitas pelaku, dan informasi transaksi.
Novianto Yudo Saputro, Eko Sediyo	2019	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai saluran rantai pasok dan tiga kunci SCM.
Khafida Farida Nurjanah, Nurlina Harli	2023	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai saluran rantai pasok, tiga rantai kunci SCM, dan informasi transaksi.
Irma Ratih Anjasmara, Slamet Subari	2023	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai saluran rantai pasok, tiga rantai kunci SCM, dan informasi transaksi.

Berdasarkan beberapa artikel pada Tabel 2 mengenai supply chain management yang memuat informasi saluran rantai pasok, tiga kunci SCM, aktivitas pelaku, dan informasi transaksi menjadi perhatian utama yang dikaji.

A). Supply Chain Management (Saluran Rantai Pasok)

Dalam SCM komoditas cabai merah, proses distribusi tidak dapat dipisahkan. Proses

distribusi ini membentuk saluran yang menghubungkan setiap mata rantai yang terlibat dalam SCM komoditas cabai merah (Saputro & Sedyono, 2019). Secara lebih spesifik, rantai pasok mencakup semua interaksi antara pelaku rantai pasok dan organisasi pemasaran. Struktur rantai pasok mencakup mulai dari pemasok, produsen, distributor, dan konsumen akhir. Interaksi di antara para pemangku kepentingan ini dikelola untuk mencapai rantai pasokan yang berkelanjutan dan memberikan penciptaan nilai (Susanawati, Akhmadi, Fauzan, & Rozaki, 2021). Pada artikel yang dikaji terdapat 1 hingga 5 macam saluran rantai pasok yang terdiri dari beberapa pelaku distribusi/pemasaran cabai merah. Dalam pemasaran produk, panjang saluran distribusi bisa dijadikan indikator untuk mengukur efisiensi pemasaran. Saluran rantai pasok yang terlalu panjang akan melibatkan banyak pelaku rantai pasok di dalamnya, hal tersebut akan berpengaruh terhadap tingginya biaya pemasaran cabai merah dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Semakin panjang saluran pemasaran, semakin kurang efisien pemasaran tersebut (Anjasmara & Subari, 2023; Nurjanah & Harli, 2023).

B). Tiga Aktivitas Kunci SCM

Manajemen rantai pasok cabai merah berkaitan dengan aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan (Saputro & Sedyono, 2019).

- a) Aliran produk adalah penyaluran produk dari hulu ke hilir berupa komoditas cabai merah segar. (Nurjanah & Harli, 2023).
- b) Aliran informasi berupa aliran informasi yang terjadi secara dua arah dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Informasi yang disampaikan melalui aliran informasi ini mencakup permintaan cabai merah, harga per kilogramnya, dan informasi pembayaran, dan lain-lain (Nurjanah & Harli, 2023).
- c) Aliran keuangan berupa arus keuangan yang meliputi biaya yang dibayarkan dan keuntungan yang diperoleh dari setiap rantai pasok yang terlibat dalam pemasaran komoditas cabai merah. (Saputro & Sedyono, 2019).

C). Aktivitas Pelaku Rantai Pasok

Aktivitas pelaku dalam rantai pasok cabai merah melibatkan berbagai tahapan dimulai dari petani hingga konsumen akhir, yang bekerja sama dalam mengelola aliran produk, informasi, dan keuangan (Nurjanah & Harli, 2023).

- a) Petani
Produsen utama dalam rantai pasok adalah petani. Kegiatan yang dilakukan oleh petani adalah semua yang berhubungan dengan budidaya cabai merah mulai dari pembibitan hingga proses panen (Susanawati, Fauzan, & Fanestia, 2022). Cabai merah yang telah dipanen selanjutnya dilakukan pemilihan kualitas atau sortasi dan grading sebelum di kemas menggunakan karung untuk dijual kepada pedagang pengumpul (Nurjanah & Harli, 2023).
- b) Pedagang Pengumpul
Pihak yang terlibat dalam rantai pasok cabai merah yang bertugas untuk mengumpulkan cabai merah dari berbagai petani atau produsen di suatu wilayah, melakukan pengelolaan, penyimpanan, pengangkutan, serta negosiasi harga sebelum menjualnya ke pedagang grosir atau distributor.
- c) Pedagang Distributor/Besar
Pedagang grosir dan distributor merupakan lembaga pemasaran yang mendistribusikan cabai merah dalam jumlah besar (Saputro & Sedyono, 2019). Pedagang distributor/besar bertanggung jawab untuk mengumpulkan cabai merah dari petani dan

mengirimkannya ke pasar-pasar regional atau pusat distribusi. Pedagang Grosir melakukan penyimpanan, pengangkutan, dan pengelolaan persediaan cabai merah. Pedagang distributor juga memainkan peran penting dalam menentukan harga jual kepada pengecer dan industri pengolahan pangan.

d) Pedagang Pengecer

Pengecer merupakan pelaku yang langsung berinteraksi dengan konsumen akhir. Pengecer bertujuan untuk menjual cabai merah kepada konsumen dalam jumlah yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pengecer juga dapat memberikan informasi tentang cabai merah kepada konsumen dan melakukan promosi penjualan.

e) Konsumen

Pihak yang menggunakan atau mengonsumsi produk cabai merah, baik secara langsung maupun setelah diolah menjadi makanan atau bahan dalam pembuatan masakan.

D). Informasi Transaksi

Sistem transaksi pembayaran dapat dilakukan secara tunai atau non-tunai (melalui transfer bank), dengan waktu pembayaran yang ditetapkan sesuai kesepakatan antara setiap pelaku dalam rantai pasok yang melakukan transaksi. (Saputro & Sedyono, 2019). Dalam transaksi jual beli cabai merah, pembayaran dilakukan melalui sistem transfer yang bertujuan untuk mempermudah proses pengiriman uang antara pelaku. Sistem transfer biasanya dilakukan dengan menggunakan ATM atau Anjungan Tunai Mandiri (Susanawati et al., 2021).

B. Efisiensi Rantai Pasok

Efisiensi pemasaran dapat diketahui melalui margin pemasaran, *farmer's share*, harga dan produksi (Ningsih et al., 2020). Peningkatan produksi yang diikuti dengan harga jual yang menguntungkan akan berdampak pada efisiensi pemasaran. Selain itu sistem pemasaran yang efektif dan mode transportasi yang efisien juga memainkan peran penting dalam efisiensi pemasaran, karena biaya transportasi mempengaruhi harga akhir produk. Sistem pemasaran komoditas pertanian yang tidak efisien menyebabkan kurang menguntungkan. Karena, semakin tinggi biaya pemasaran menunjukkan semakin rendahnya efisiensi sistem pemasaran.

Tabel 3 Artikel Efisiensi Rantai Pasok

Penulis	Tahun	Ringkasan
Karisma Damayanti, Susanawati, Muhammad Fauzan	2022	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi.
Novianto Yudo Saputro, Eko Sedyono	2019	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi, <i>farmer's share</i> , dan margin pemasaran.
Iin Widya Ningsih, Ira Wahyuni, dan Adlaida Malik	2020	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi, <i>farmer's share</i> , dan margin pemasaran.
Cut Reyna Veliadona, Suyono, Ulfah Nurdiani	2022	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi, <i>farmer's share</i> , margin pemasaran, dan produksi.

Rian Aditya Yusuf, Yudi Ferrianta, Muzdalifah	2021	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi, <i>farmer's share</i> , dan margin pemasaran.
Yudhi Zuriah Wirya Purba, Endah Novitarini, M. Fahrurozi	2020	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai <i>farmer's share</i> dan margin pemasaran.
Endah Novitarini	2020	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai <i>farmer's share</i> dan margin pemasaran.
Irma Ratih Anjasmara, Slamet Subari	2023	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai efisiensi rantai pasok, <i>farmer's share</i> , margin pemasaran, dan produksi cabai merah.

Berdasarkan beberapa artikel pada Tabel 3 mengenai efisiensi rantai pasok yang memuat informasi mengenai efisiensi, *farmer's share*, margin pemasaran, dan produksi yang menjadi perhatian utama yang dikaji.

A). Efisiensi

Pengukuran kinerja rantai pasok berdasarkan efisiensi dapat dilihat dari biaya (produksi, distribusi, dan transaksi), keunggulan, keuntungan dan investasi serta persediaan yang dimiliki (Damayanti et al., 2022). Efisiensi pemasaran dapat diketahui melalui margin pemasaran, *farmer's share*, harga dan produksi (Ningsih et al., 2020).

B). Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap pelaku distribusi, yang mencakup biaya pemasaran dan keuntungan (Novitarini, 2020). Margin pemasaran merupakan indikator utama dari efisiensi pemasaran. Pemasaran dapat dikatakan efisien, jika mampu mengurangi biaya pemasaran untuk memperkecil nilai margin pemasaran. Margin pemasaran yang rendah akan meningkatkan pendapatan produsen serta harga yang dibeli konsumen relatif rendah (Yusuf, Ferrianta, & Muzdalifah, 2021). Namun jika saluran pemasaran panjang akan mempengaruhi nilai margin sehingga menyebabkan nilai margin semakin besar dan menjadi tidak efisien (Veliadona, Suyono, & Nurdiani, 2022).

C). *Farmer's Share*

Setelah margin pemasaran, *farmer's share* menjadi salah satu indikator efisiensi pemasaran. *Farmer's share* digunakan untuk mengukur harga jual yang diterima oleh produsen (Anjasmara & Subari, 2023; Purba, Novitarini, & Fahrurozi, 2020). Semakin tinggi tingkat persentase pendapatan yang diperoleh, maka semakin efisien pemasaran tersebut. Begitu pun sebaliknya, jika persentase pendapatan yang diperoleh produsen rendah, maka efisiensi pemasaran juga rendah (Novitarini 2020; Purba et al. 2020).

D). Produksi

Pelaku distribusi memiliki peranan penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen sehingga proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien (Anjasmara & Subari, 2023). Peningkatan produksi dan harga jual yang menguntungkan akan berdampak pada efisiensi pemasaran.

C. Strategi Rantai Pasok

Strategi rantai pasok adalah suatu strategi untuk mengelola dan mengkoordinasikan aliran barang dan informasi produk dari pemasok ke konsumen akhir secara efisien. Strategi rantai pasok bertujuan untuk mengoptimalkan proses pengiriman, meminimalkan biaya dan memaksimalkan nilai bagi pelanggan.

Tabel 4 Artikel Strategi Rantai Pasok

Penulis	Tahun	Ringkasan
Novianto Yudo Saputro, Eko Sedyono	2019	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai media pemasaran.
Khafida Farida Nurjanah, Nurlina Harli	2023	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai strategi pemasaran.
Fitri Awaliyah, Wahid Erawan	2023	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai strategi pemasaran.
Maulida Hayuningtyas, Marimin, dan Indah Yuliasih	2020	Pada jurnal ini terdapat informasi mengenai media pemasaran dan strategi pemasaran

Berdasarkan beberapa artikel pada Tabel 4 mengenai strategi rantai pasok yang memuat informasi strategi pemasaran dan media komunikasi pemasaran yang menjadi perhatian utama yang dikaji.

A). Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan penjualan sehingga keuntungan yang didapat oleh produsen besar. Dalam hal ini produsen melakukan sortasi sebelum dijual untuk meningkatkan kualitas dari cabai tersebut. Setelah di sortir kemudian cabai langsung di packing dan disalurkan langsung menggunakan kendaraan pick-up, hal ini bertujuan agar cabai masih dalam kondisi fresh (Awaliyah & Erawan, 2023; Nurjanah & Harli, 2023). Produsen juga dapat melakukan keterbukaan informasi mengenai persediaan pasokan cabai agar hasil lebih optimal untuk memenuhi permintaan konsumen (Hayuningtyas et al., 2020).

B). Media Pemasaran

Pada rantai pasok diperlukan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang berupa penggunaan media sosial seperti Whatsapp Messenger, Facebook, SMS dan telepon. (Saputro & Sedyono, 2019; Nurjanah & Harli, 2023).

KESIMPULAN

Rantai pasok cabai merah melibatkan berbagai pelaku dari petani hingga konsumen akhir. Efisiensi dalam rantai pasok sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan keuntungan. Hal ini dicapai dengan mengurangi biaya dan meningkatkan nilai tambah. Pelaku dalam rantai pasok termasuk petani, pedagang pengumpul, distributor, pedagang pengecer, dan konsumen. Setiap pelaku memiliki peran dan tanggung jawabnya dalam mengelola aliran produk, informasi, dan keuangan. Untuk meningkatkan efisiensi, diperlukan strategi pemasaran yang efektif, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, serta kerja sama yang baik antar pelaku rantai pasok. Dengan demikian, rantai pasok cabai merah dapat dioptimalkan untuk mengurangi biaya, meningkatkan kualitas produk, dan memaksimalkan keuntungan bagi semua pelaku yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjasmara, I. R., & Subari, S. (2023). Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Cabai Rawit Di Kabupaten Kediri. *Journal Trunojoyo*, 4. Retrieved From <https://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Agriscience>
- Awaliyah, F., & Erawan, W. (2023). Rantai Pasok Komoditas Cabai Pada Pilot Project Closed Loop Agribisnis Di Kabupaten Garut. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 16(2).
- Damayanti, K., Susanawati, & Fauzan, M. (2022a). Flexibility Of Red Chili Supply Chain In Panjatan District Kulon Progo Regency. <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.211225.037>
- Damayanti, K., Susanawati, & Fauzan, M. (2022b). Flexibility Of Red Chili Supply Chain In Panjatan District Kulon Progo Regency.
- Hayuningtyas, M., Marimin, & Yuliasih, I. (2020). Peningkatan Kinerja, Mitigasi Risiko Dan Analisis Kelembagaan Pada Rantai Pasok Cabai Merah Di Kabupaten Garut. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 22–35. <https://doi.org/10.24961/J.Tek.Ind.Pert.2020.30.1.22>
- Hidayat, H., Sukmaya, S. G., & Heryadi, D. Y. (2022). Analisis Integrasi Pasar Cabai Merah Besar Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Dan Pertanian Agribisnis*, 6(3), 1051–1061. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jepa.2022.006.03.25>
- Ningsih, I. W., Wahyuni, I., & Malik, A. (2020). Analisis Rantai Pasok Cabai Merah Di Kota Jambi Provinsi Jambi. In *Journal Of Agribusiness And Local Wisdom* (Vol. 3). Jalow.
- Novitarini, E. (2020). Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting Di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang. *Jurnal Ilmu Pertanian Agronitas*, 2(2).
- Nurjanah, K. F., & Harli, N. (2023). Analisis Rantai Pasok Komoditas Cabai Merah Keriting Di Desa Gunungsari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(3).
- Purba, Y. Z. W., Novitarini, E., & Fahrurrozi, M. (2020). Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga Di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang (Vol. 4).
- Santika. (1999). *Bertanam Cabai*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Saputro, N. Y., & Sedyono, E. (2019). Analisis Supply Chain Management (Scm) Komoditas Cabai Rawit Merah Di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Susanawati, Akhmadi, H., Fauzan, M., & Rozaki, Z. (2021). Supply Chain Efficiency Of Red Chili Based On The Performance Measurement System In Yogyakarta, Indonesia. *Open Agriculture*, 6(1), 202–211. <https://doi.org/10.1515/Opag-2021-0224>
- Susanawati, Fauzan, M., & Fanestia, I. M. C. (2022). Supply Chain Resources Of Red Chili Based On Food Supply Chain Network In Kulonprogo Indonesia.
- Veliadona, C. R., Suyono, & Nurdiani, U. (2022). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. *Mahatani*, 5(2).
- Yusuf, R. A., Ferrianta, Y., & Muzdalifah. (2021). Analisis Saluran Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Desa Ambutun Kecamatan Telaga Langsung Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Frontier Agribisnis*, 5(1). Retrieved From <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/Fag>