

**Volatilitas Harga dan Efisiensi Pemasaran Cabai (*Capsicum annum* L.):
Pendekatan *Farmer share* di Kota Pagar Alam**

***Price Volatility and Marketing Efficiency of Chili Pepper (*Capsicum annum* L.):
a *Farmer share* Approach in Pagar Alam City***

Serly Novita Sari¹, Aisah², Sri Indaryati³

¹) Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Sriwijaya

²) Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Belitang

³) Universitas Nahdatul Ulama Lampung

*Penulis korespondensi: serly110989@fp.unsri.ac.id

Received May 2026, Accepted July 2026, Published August 2026

ABSTRAK

Fluktuasi harga cabai menjadi salah satu permasalahan utama dalam sistem pemasaran hortikultura karena memengaruhi stabilitas pendapatan petani dan daya beli masyarakat. Perbedaan harga yang cukup besar antara tingkat produsen dan konsumen menunjukkan adanya disparitas harga dan margin pemasaran yang berpotensi menurunkan efisiensi distribusi komoditas cabai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika harga produsen dan harga konsumen cabai serta mengukur *Farmer share* sebagai indikator efisiensi pemasaran cabai di Kota Pagaralam tahun 2025. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder berupa perkembangan harga produsen dan harga eceran cabai yang diperoleh dari Dinas Pertanian Kota Pagaralam. Analisis dilakukan pada komoditas cabai merah keriting, cabai merah besar, dan cabai rawit merah menggunakan pendekatan *Farmer share* dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga cabai mengalami fluktuasi yang cukup tinggi sepanjang tahun 2025. Cabai rawit merah menjadi komoditas dengan volatilitas harga tertinggi, sedangkan cabai merah keriting menunjukkan margin pemasaran tertinggi pada beberapa periode tertentu. Nilai *Farmer share* seluruh jenis cabai secara umum berada di atas 60% sehingga sistem pemasaran tergolong relatif efisien. Namun demikian, pada beberapa bulan tertentu terjadi peningkatan margin pemasaran yang menyebabkan bagian harga yang diterima petani menurun. Fluktuasi harga dipengaruhi oleh perubahan musim, pasokan pasar, biaya distribusi, dan panjangnya rantai pemasaran. Tingginya margin pemasaran menunjukkan bahwa distribusi cabai masih belum sepenuhnya efisien. Oleh karena itu, diperlukan penguatan kelembagaan petani, pengembangan pemasaran digital, serta penyediaan informasi harga secara real time untuk meningkatkan *Farmer share* dan kesejahteraan petani.

Kata kunci: *farmer share*; cabai; harga produsen; harga konsumen; pemasaran

ABSTRACT

Chili price fluctuations have become one of the major issues in the horticultural marketing system because they affect farmers' income stability and consumers' purchasing power. The considerable price differences between producer and consumer levels indicate the existence of price disparities and marketing margins that potentially reduce the efficiency of chili distribution. This study aims to analyze the dynamics of producer and consumer chili prices and to measure Farmer share as an indicator of chili marketing efficiency in Pagar Alam City in 2025. The study employed a quantitative descriptive method using secondary data on producer prices and retail prices obtained from the Department of Agriculture of Pagar Alam City. The analysis focused on curly red chili, large red chili, and cayenne pepper using Farmer share and marketing margin approaches. The results showed that chili prices experienced significant fluctuations throughout 2025. Cayenne pepper had the highest price volatility, while curly red chili recorded the highest marketing margin during certain periods. In general, the Farmer share values of all chili commodities were above 60%, indicating that the marketing system was relatively efficient. However, in several months, increased marketing margins reduced the proportion of prices received by farmers. Price fluctuations were influenced by seasonal changes, market supply, distribution costs, and the length of the

marketing chain. High marketing margins indicate that chili distribution has not been fully efficient. Therefore, strengthening farmer institutions, developing digital marketing systems, and providing real-time price information are necessary to improve Farmer share and the welfare of chili farmers.

Keywords: *farmer share; chili; producer prices; consumer prices; marketing*

PENDAHULUAN

Sektor pertanian, khususnya subsektor hortikultura, memiliki peranan penting dalam mendukung ketahanan pangan dan perekonomian nasional di Indonesia. Salah satu komoditas hortikultura strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap konsumsi masyarakat dan inflasi pangan adalah cabai (*Capsicum annuum* L.) (Setyahati *et al.*, 2024). Tingginya permintaan cabai seiring pertumbuhan populasi dan kebutuhan industri menjadikan komoditas ini sebagai produk hortikultura unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Faot *et al.*, 2019; Sihombing, 2025). Namun demikian, komoditas cabai masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama tingginya volatilitas harga yang terjadi hampir setiap tahun.

Fluktuasi harga cabai terjadi akibat perubahan musim, ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran, serangan hama dan penyakit, serta faktor cuaca ekstrem yang memengaruhi produksi (Miftahuljanah *et al.*, 2020; Husna *et al.*, 2023; Mariyono, 2017). Kondisi tersebut menyebabkan disparitas harga antar wilayah dan antar waktu sehingga harga cabai di tingkat produsen maupun konsumen menjadi tidak stabil (Putri *et al.*, 2025; Nauliy, 2017). Selain dipengaruhi faktor produksi, instabilitas harga cabai juga berkaitan dengan panjangnya rantai distribusi dan keterbatasan sistem pemasaran yang efisien (Kuntari, 2025). Akibatnya, terbentuk perbedaan harga yang cukup besar antara tingkat petani dan konsumen akhir, yang menunjukkan adanya inefisiensi dalam pemasaran cabai (Putri *et al.*, 2025).

Dalam banyak kasus, petani masih berada pada posisi tawar yang lemah akibat keterbatasan akses informasi pasar dan ketergantungan terhadap pedagang pengumpul atau tengkulak dalam memasarkan hasil panen (Simamora, 2017; Rohmansyah *et al.*, 2020). Panjangnya saluran distribusi menyebabkan margin pemasaran menjadi semakin besar, sementara proporsi harga yang diterima petani cenderung menurun (Trirahayu dan Soedarto, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa keuntungan distribusi lebih banyak dinikmati oleh lembaga pemasaran perantara dibandingkan petani produsen (Hartina *et al.*, 2023).

Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah *Farmer share*, yaitu persentase harga yang diterima petani dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen akhir (Irmayanti *et al.*, 2025). Nilai *Farmer share* yang tinggi menunjukkan bahwa sistem pemasaran berjalan relatif efisien karena petani memperoleh bagian harga

yang lebih besar. Sebaliknya, nilai *Farmer share* yang rendah mengindikasikan adanya ketidakseimbangan distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran (Damayanti, 2019; Saidah dan Wiharso, 2018). Oleh karena itu, analisis *Farmer share* perlu dikaji bersamaan dengan margin pemasaran untuk melihat tingkat efisiensi distribusi komoditas cabai secara lebih komprehensif (Annisa *et al.*, 2018; Oktaviani *et al.*, 2019).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa margin pemasaran yang tinggi seringkali berkorelasi dengan rendahnya *Farmer share* yang diterima petani (Hidayat *et al.*, 2017; Saputra *et al.*, 2021). Ketidakseimbangan tersebut mencerminkan adanya inefisiensi struktural dalam rantai distribusi, terutama pada komoditas hortikultura yang bersifat mudah rusak dan memerlukan distribusi cepat (Susanawati *et al.*, 2021). Selain itu, asimetri informasi pasar dan transmisi harga yang tidak sempurna menyebabkan penurunan harga lebih cepat diteruskan kepada petani dibandingkan kenaikan harga di tingkat konsumen (Kusumah, 2018). Kondisi ini mengakibatkan pendapatan petani menjadi tidak stabil dan meningkatkan risiko kerugian usahatani (Sukmawati, 2017).

Kota Pagar Alam sebagai salah satu sentra produksi hortikultura di Sumatera Selatan juga menghadapi kondisi serupa. Fluktuasi harga cabai yang tinggi serta perbedaan harga antara tingkat produsen dan konsumen menunjukkan adanya permasalahan dalam sistem pemasaran cabai. Kondisi geografis wilayah pegunungan menyebabkan biaya distribusi relatif tinggi sehingga turut memengaruhi margin pemasaran (Saputra dan Yamin, 2023). Selain itu, keterbatasan akses pasar dan ketergantungan petani terhadap saluran pemasaran tradisional turut memengaruhi rendahnya posisi tawar petani dalam menentukan harga jual.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis volatilitas harga dan efisiensi pemasaran cabai (*Capsicum annuum* L.) di Kota Pagar Alam melalui pendekatan *Farmer share*. Analisis dilakukan dengan menghitung margin pemasaran, *Farmer share*, serta kategori efisiensi pemasaran untuk mengetahui sejauh mana bagian harga yang diterima petani dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat efisiensi pemasaran cabai serta menjadi dasar dalam perumusan kebijakan pemasaran yang lebih berpihak kepada petani.

METODE PENELITIAN

Pengambilan data dilakukan secara berkala setiap tanggal 15 pada setiap bulan selama periode Januari hingga Desember 2025. Data yang dikumpulkan berupa harga produsen dan harga eceran (konsumen) komoditas cabai merah keriting, cabai merah besar, cabai hijau, cabai rawit **hijau, dan** cabai rawit merah yang bersumber dari Laporan Perkembangan Harga Komoditas Hortikultura Dinas Pertanian Kota Pagar Alam. Penetapan waktu pengambilan data pada tanggal yang sama setiap bulan bertujuan untuk memperoleh data yang konsisten dan dapat dibandingkan antarperiode, sehingga mampu menggambarkan dinamika harga, margin pemasaran, dan nilai *Farmer share* secara representatif sepanjang tahun penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menganalisis dinamika harga produsen dan harga konsumen cabai di Kota Pagaralam tahun 2025. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menghitung *Farmer share* dan margin pemasaran sebagai indikator efisiensi pemasaran komoditas cabai.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari Laporan Perkembangan Harga Komoditas Hortikultura Kota Pagaralam Tahun 2025 yang diterbitkan oleh Dinas Pertanian Kota Pagaralam. Data meliputi perkembangan harga produsen dan harga eceran cabai merah keriting, cabai merah besar, dan cabai rawit merah selama Januari hingga Desember 2025. Variabel penelitian terdiri dari:

1. Harga produsen (Rp/kg)
2. Harga konsumen atau harga eceran (Rp/kg)
3. Margin pemasaran (Rp/kg)
4. *Farmer share* (%)

Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk melihat perkembangan harga, margin pemasaran, dan tingkat efisiensi pemasaran cabai berdasarkan nilai *Farmer share* setiap bulan.

- a. Margin pemasaran dihitung menggunakan rumus:

$$MP = \text{Harga Konsumen} - \text{Harga Produsen}$$

- b. *Farmer share* dihitung menggunakan rumus:

$$FS = (Pf / Pr) \times 100\%$$

Keterangan:

FS = *Farmer share*

Pf = Harga Produsen

Pr = Harga Konsumen

Interpretasi *Farmer share* dalam penelitian ini mengacu pada standar efisiensi pemasaran Sutrisno *et al.* (2015) dan Abhar *et al.* (2018), yang digunakan dalam berbagai penelitian agribisnis yaitu:

1. *Farmer share* > 60% menunjukkan pemasaran relatif efisien.

2. *Farmer share* < 60% menunjukkan pemasaran kurang efisien.

Tabel 1. Klasifikasi Efisiensi Berdasarkan Kategori Nilai *Farmer share*.

Kategori <i>Farmer share</i>	Nilai <i>Farmer share</i>	Klasifikasi Efisiensi
Sangat Efisien	> 80%	Petani memperoleh bagian harga sangat tinggi, margin pemasaran rendah
Efisien	60% – 80%	Sistem pemasaran berjalan baik dan menguntungkan petani
Cukup Efisien	40% – 59%	Bagian harga petani sedang, margin pemasaran mulai besar
Kurang Efisien	< 40%	Petani memperoleh bagian harga rendah, margin pemasaran tinggi

Sumber : Pratiwi *et al.*, 2019

Analisis ini berfokus pada perhitungan farmer's share sebagai rasio harga yang diterima produsen di tingkat petani dibandingkan dengan harga jual di tingkat konsumen (Abhar *et al.*, 2018; Ardillah dan Hasan, 2020). Nilai *farmer's share* yang kurang dari 50% seringkali diinterpretasikan sebagai inefisiensi dalam sistem pemasaran, sedangkan nilai di atas 50% mengindikasikan efisiensi (Anjasmara dan Subari, 2023). Beberapa penelitian lain menetapkan ambang batas efisiensi farmer's share secara lebih spesifik, seperti nilai *farmer's share* di bawah 40% yang dikategorikan tidak efisien, sebagaimana ditunjukkan dalam studi mengenai pemasaran beras organik (Hidayati dan Zuhriyah, 2020). Namun, terdapat pula pandangan yang mengategorikan efisiensi farmer's share secara lebih rinci, di mana nilai di atas 40% dianggap efisien (Safitri *et al.*, 2023). Dalam konteks yang lebih luas, efisiensi pemasaran juga dapat diukur melalui persentase margin total, yang diklasifikasikan sebagai efisien jika berada di rentang 0-33%, kurang efisien pada 34-67%, dan tidak efisien jika mencapai 68-100% (Lailiyah dan Suprapti, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

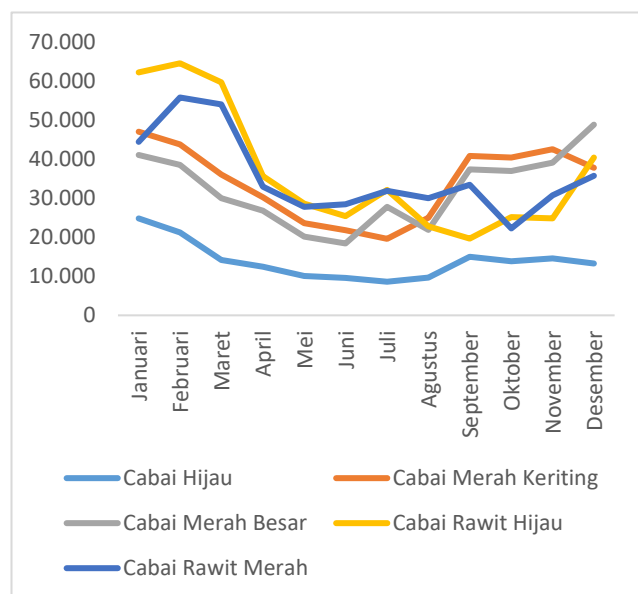
Perkembangan harga cabai di Kota Pagar Alam selama tahun 2025 mengalami fluktuasi yang cukup tinggi baik pada tingkat produsen maupun konsumen. Perubahan harga tersebut dipengaruhi oleh faktor musim, kondisi cuaca, tingkat produksi, distribusi, serta dinamika permintaan pasar. Fluktuasi harga yang terjadi menyebabkan adanya perbedaan harga antara tingkat petani dan konsumen akhir, yang selanjutnya memengaruhi margin pemasaran dan besarnya bagian harga yang diterima petani (*Farmer share*).

Dalam sistem pemasaran hortikultura, perubahan harga di tingkat produsen tidak selalu

diikuti oleh perubahan harga yang proporsional di tingkat konsumen. Kondisi ini menunjukkan bahwa rantai distribusi dan biaya pemasaran memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan harga cabai di pasar. Semakin besar selisih harga antara produsen dan konsumen, maka semakin besar margin pemasaran yang terbentuk dan semakin kecil proporsi harga yang diterima petani

Harga Cabai Tingkat Produsen

Harga cabai di tingkat produsen menunjukkan adanya fluktuasi yang cukup tinggi sepanjang tahun 2025. Perubahan harga tersebut dipengaruhi oleh faktor musim, kondisi cuaca, tingkat produksi, serta dinamika permintaan pasar. Komoditas cabai sebagai produk hortikultura yang bersifat mudah rusak (*perishable product*) sangat sensitif terhadap perubahan pasokan dan distribusi sehingga harga di tingkat petani cenderung berubah dalam periode waktu tertentu.



Grafik 1. Rata-Rata Harga Cabai di Tingkat Produsen Kota Pagar Alam

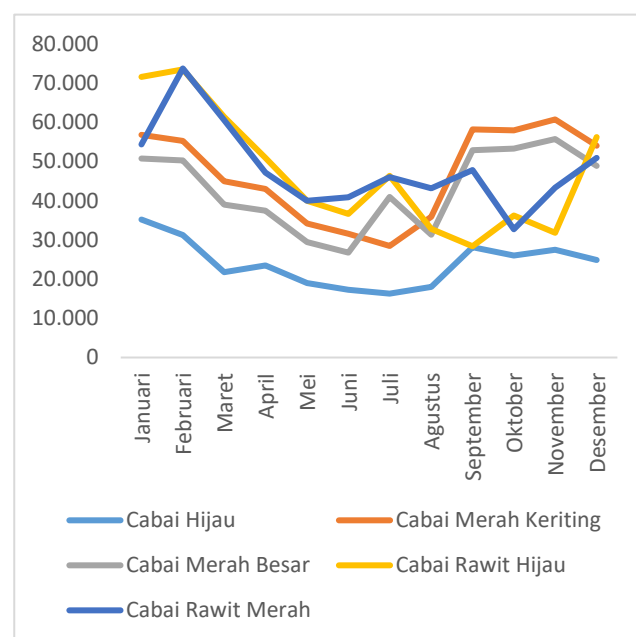
Sumber: Data diolah dari Laporan Perkembangan Harga Komoditas Hortikultura Kota Pagaralam Tahun 2025, Dinas Pertanian Kota Pagaralam.

Berdasarkan Grafik 1, rata-rata harga cabai di tingkat produsen di Kota Pagar Alam mengalami pola fluktuatif pada setiap jenis cabai. Cabai rawit merah menunjukkan tingkat harga yang relatif lebih tinggi dibandingkan cabai merah keriting dan cabai merah besar. Tingginya harga cabai rawit merah dipengaruhi oleh tingginya permintaan pasar serta keterbatasan pasokan pada beberapa periode tertentu. Sementara itu, penurunan harga yang terjadi pada pertengahan tahun menunjukkan adanya peningkatan produksi selama musim panen sehingga pasokan cabai di pasar meningkat.

Fluktuasi harga di tingkat produsen secara langsung memengaruhi pendapatan petani. Ketika harga mengalami kenaikan, penerimaan usahatani meningkat dan memberikan keuntungan lebih besar bagi petani. Namun sebaliknya, penurunan harga yang cukup tajam dapat menurunkan pendapatan petani, terutama ketika biaya produksi dan distribusi tetap tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa stabilitas harga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usahatani cabai di daerah sentra hortikultura

Harga Cabai di Tingkat Konsumen

Harga cabai di tingkat konsumen juga menunjukkan pola fluktuasi yang cukup signifikan selama tahun 2025. Perubahan harga di tingkat konsumen umumnya dipengaruhi oleh perkembangan harga di tingkat produsen, biaya distribusi, panjang saluran pemasaran, serta kondisi pasokan pasar. Selain itu, tingginya biaya transportasi dan distribusi turut memengaruhi besarnya harga yang dibayarkan konsumen akhir.



Grafik 2. Rata-Rata Harga Cabai di Tingkat Konsumen Kota Pagar Alam

Sumber: Data diolah dari Laporan Perkembangan Harga Komoditas Hortikultura Kota Pagaralam Tahun 2025, Dinas Pertanian Kota Pagaralam.

Berdasarkan grafik 2, rata-rata harga cabai tingkat konsumen, terlihat bahwa harga cabai rawit merah cenderung lebih tinggi dibandingkan jenis cabai lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa permintaan cabai rawit merah relatif tinggi di pasar konsumsi. Sementara itu, perbedaan harga antara tingkat produsen dan konsumen mengindikasikan adanya margin pemasaran dalam rantai distribusi cabai.

Pada beberapa periode tertentu, penurunan harga di tingkat produsen tidak diikuti oleh penurunan harga yang sama besar di tingkat konsumen. Kondisi

tersebut menunjukkan bahwa margin pemasaran masih relatif tinggi sehingga bagian harga yang diterima petani menjadi lebih kecil dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen. Fenomena ini mengindikasikan bahwa efisiensi pemasaran cabai masih perlu ditingkatkan melalui perbaikan sistem distribusi dan penguatan posisi tawar petani dalam rantai pemasaran.

Berdasarkan Grafik 1 dan Grafik 2, harga cabai di Kota Pagar Alam selama tahun 2025 mengalami fluktuasi yang cukup tinggi baik pada tingkat produsen maupun konsumen. Perubahan harga tersebut dipengaruhi oleh kondisi cuaca, pola musim tanam, tingkat produksi, distribusi, serta dinamika permintaan pasar. Secara umum, kenaikan harga cenderung terjadi pada awal tahun ketika produksi menurun akibat curah hujan tinggi, sedangkan penurunan harga terjadi pada pertengahan tahun saat pasokan cabai meningkat selama musim panen. Kondisi ini sejalan dengan teori permintaan dan penawaran yang menyatakan bahwa keterbatasan pasokan akan menyebabkan harga meningkat, sedangkan peningkatan produksi akan menurunkan harga pasar (Mariyono, 2017).

Tingginya fluktuasi harga cabai juga dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu perubahan cuaca, serangan hama dan penyakit tanaman, ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan pasar, serta keterbatasan distribusi. Curah hujan yang tinggi pada awal tahun menyebabkan produksi cabai menurun karena meningkatnya risiko gagal panen dan kerusakan tanaman. Sebaliknya, pada musim panen raya pasokan cabai meningkat secara signifikan sehingga harga di tingkat petani mengalami penurunan. Selain faktor produksi, keterbatasan fasilitas penyimpanan dan sifat cabai yang mudah rusak menyebabkan petani harus segera menjual hasil panennya sehingga posisi tawar petani menjadi lebih lemah.

Pada tingkat produsen, cabai rawit hijau dan cabai rawit merah menunjukkan volatilitas harga yang paling tinggi dibandingkan jenis cabai lainnya. Harga cabai rawit hijau mencapai Rp64.500/kg pada Februari, kemudian turun hingga Rp19.260/kg pada Mei sebelum kembali meningkat pada akhir tahun. Pola serupa juga terjadi pada cabai rawit merah yang mengalami kenaikan harga cukup tinggi pada awal tahun dan penurunan pada pertengahan tahun. Tingginya fluktuasi harga cabai rawit dipengaruhi oleh tingginya permintaan pasar, pasokan yang terbatas, serta sensitivitas komoditas terhadap perubahan iklim dan serangan hama. Miftahuljanah *et al.* (2020) menyatakan bahwa komoditas cabai memiliki risiko pemasaran yang tinggi karena sifatnya yang mudah rusak (*perishable product*) dan sangat dipengaruhi oleh kestabilan distribusi serta kondisi pasokan pasar.

Cabai merah keriting dan cabai merah besar menunjukkan pola harga yang relatif lebih stabil meskipun tetap mengalami perubahan harga yang cukup signifikan. Harga cabai merah keriting di tingkat produsen tertinggi terjadi pada Januari sebesar Rp47.000/kg dan menurun hingga Rp19.580/kg pada

Juli. Sementara itu, harga cabai merah besar turun dari Rp41.000/kg pada Januari menjadi Rp18.400/kg pada Juni sebelum kembali meningkat pada September hingga November. Penurunan harga pada pertengahan tahun menunjukkan bahwa produksi cabai meningkat selama musim panen sehingga pasokan pasar menjadi lebih besar. Husna *et al.* (2023) menjelaskan bahwa fluktuasi harga cabai dipengaruhi oleh faktor musim, serangan hama dan penyakit, serta perubahan cuaca yang berdampak langsung terhadap produksi dan ketersediaan pasokan di pasar.

Pada tingkat konsumen, harga cabai cenderung lebih tinggi dibandingkan harga produsen karena adanya biaya distribusi, transportasi, penyimpanan, dan keuntungan pedagang perantara. Cabai rawit hijau memiliki harga konsumen tertinggi, mencapai Rp73.500/kg pada Februari. Sementara itu, cabai merah keriting mencapai Rp60.740/kg pada November dan cabai merah besar mencapai Rp55.740/kg pada periode yang sama. Tingginya harga konsumen juga dipengaruhi oleh panjangnya rantai pemasaran, biaya transportasi dari daerah produksi ke pasar konsumen, serta meningkatnya permintaan pada periode tertentu seperti hari besar keagamaan dan akhir tahun. Menurut Hidayat *et al.* (2017), margin pemasaran merupakan selisih harga antara tingkat produsen dan konsumen yang mencerminkan biaya pemasaran serta keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran sepanjang saluran distribusi.

Perbedaan harga antara tingkat produsen dan konsumen menunjukkan adanya disparitas harga yang mencerminkan tingkat efisiensi pemasaran. Pada beberapa periode, penurunan harga di tingkat petani tidak diikuti oleh penurunan harga yang sama besar di tingkat konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan bagian harga yang diterima petani menjadi lebih kecil dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen. Saputra *et al.* (2021) menjelaskan bahwa semakin besar margin pemasaran maka semakin kecil *farmer share* yang diterima petani, sehingga distribusi pemasaran menjadi kurang efisien. Sebaliknya, margin pemasaran yang rendah menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani lebih besar.

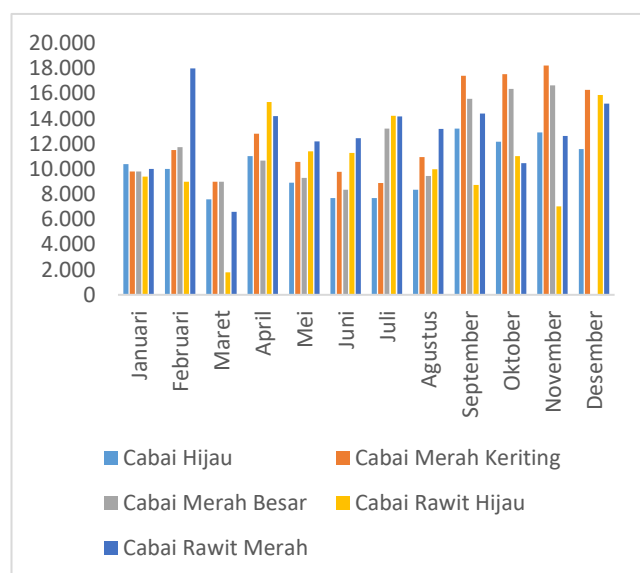
Selain faktor distribusi, rendahnya *farmer share* juga dipengaruhi oleh lemahnya posisi tawar petani, keterbatasan akses informasi harga, dan ketergantungan terhadap tengkulak atau pedagang pengumpul. Sebagian besar petani menjual hasil panennya segera setelah panen karena keterbatasan modal dan fasilitas penyimpanan. Kondisi ini menyebabkan petani tidak memiliki kemampuan untuk menahan produk ketika harga rendah sehingga harga jual lebih banyak ditentukan oleh pedagang perantara.

Fluktuasi harga cabai berdampak langsung terhadap pendapatan petani. Ketika harga meningkat, penerimaan usahatani ikut meningkat sehingga memberikan keuntungan lebih besar bagi petani. Namun, ketika harga turun drastis pada musim panen, pendapatan petani menurun dan meningkatkan risiko

kerugian usahatani. Kusumah (2018) menyatakan bahwa petani sering berada pada posisi tawar yang lemah akibat transmisi harga yang tidak simetris, di mana penurunan harga lebih cepat diteruskan kepada petani dibandingkan kenaikan harga di tingkat konsumen. Oleh karena itu, stabilitas harga, penguatan kelembagaan petani, dan perbaikan sistem distribusi menjadi faktor penting dalam meningkatkan efisiensi pemasaran cabai di Kota Pagar Alam.

Margin Pemasaran

Menurut Hidayat *et al.* (2017), tingginya margin pemasaran menunjukkan bahwa biaya distribusi dan keuntungan lembaga pemasaran relatif besar dibandingkan bagian harga yang diterima petani. Selain itu, Saputra *et al.* (2021) menjelaskan bahwa margin pemasaran yang tinggi seringkali mencerminkan panjangnya rantai distribusi dan rendahnya efisiensi pemasaran komoditas pertanian. Oleh karena itu, analisis margin pemasaran penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar disparitas harga yang terjadi pada komoditas cabai di Kota Pagar Alam.



Grafik 3. Margin Pemasaran Cabai di Kota Pagaralam

Berdasarkan grafik dan tabel margin pemasaran, terlihat bahwa margin pemasaran cabai di Kota Pagar Alam mengalami fluktuasi sepanjang tahun 2025 pada seluruh jenis cabai. Margin pemasaran tertinggi terjadi pada cabai merah keriting bulan November sebesar Rp18.220/kg, sedangkan margin terendah terjadi pada cabai rawit hijau bulan Maret sebesar Rp1.800/kg. Tingginya margin pemasaran pada cabai merah keriting menunjukkan bahwa selisih harga antara tingkat produsen dan konsumen cukup besar sehingga bagian harga yang diterima petani relatif lebih kecil.

Cabai rawit merah juga menunjukkan margin pemasaran yang relatif tinggi, terutama pada Februari sebesar Rp18.000/kg. Kondisi ini dipengaruhi oleh tingginya permintaan pasar dan terbatasnya pasokan sehingga harga di tingkat konsumen meningkat lebih

cepat dibandingkan harga di tingkat produsen. Sementara itu, margin pemasaran cabai hijau cenderung lebih stabil dibandingkan jenis cabai lainnya dengan kisaran Rp7.600/kg hingga Rp13.220/kg.

Pada periode September hingga Desember, sebagian besar jenis cabai mengalami peningkatan margin pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan adanya peningkatan biaya distribusi, transportasi, dan keuntungan pedagang perantara pada akhir tahun. Selain itu, meningkatnya permintaan pasar menjelang hari besar keagamaan dan akhir tahun turut memengaruhi kenaikan harga konsumen sehingga margin pemasaran menjadi lebih besar.

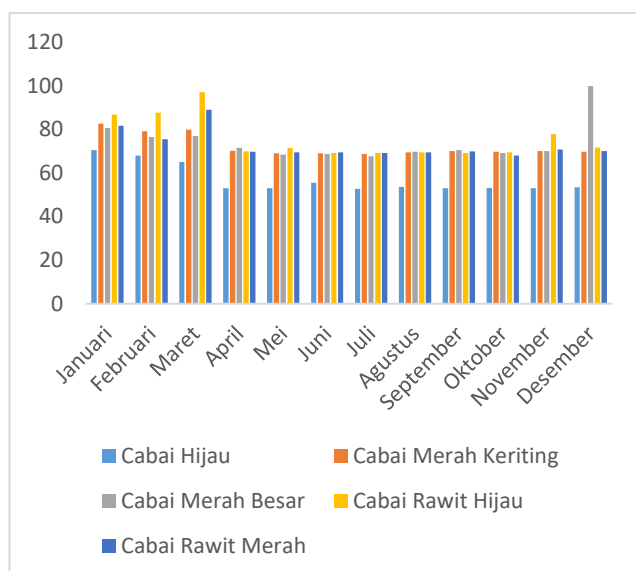
Margin pemasaran yang tinggi menunjukkan bahwa distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran belum sepenuhnya berpihak kepada petani. Ketika selisih harga antara tingkat produsen dan konsumen meningkat, maka bagian harga yang diterima petani menjadi lebih kecil. Kondisi ini sejalan dengan teori pemasaran pertanian yang menyatakan bahwa semakin panjang saluran distribusi maka semakin besar margin pemasaran yang terbentuk dan semakin rendah tingkat efisiensi pemasaran.

Sebaliknya, margin pemasaran yang rendah menunjukkan bahwa harga yang dibayarkan konsumen lebih banyak diterima langsung oleh petani. Hal ini terlihat pada cabai rawit hijau bulan Maret dengan margin pemasaran hanya sebesar Rp1.800/kg. Rendahnya margin tersebut menunjukkan bahwa distribusi pemasaran relatif lebih efisien karena selisih harga produsen dan konsumen tidak terlalu besar.

Secara umum, hasil penelitian menunjukkan bahwa margin pemasaran cabai di Kota Pagar Alam masih berfluktuasi mengikuti perubahan produksi, pasokan pasar, biaya distribusi, dan permintaan konsumen. Tingginya margin pemasaran pada beberapa periode tertentu mengindikasikan bahwa efisiensi distribusi cabai masih perlu ditingkatkan melalui pemangkasan rantai pemasaran, penguatan kelembagaan petani, serta penyediaan informasi harga yang lebih transparan agar bagian harga yang diterima petani dapat meningkat.

Farmer share

Menurut Saidah dan Wiharso (2018), *farmer share* memiliki hubungan negatif dengan margin pemasaran. Semakin besar margin pemasaran maka bagian harga yang diterima petani akan semakin kecil. Selain itu, Saputra *et al.* (2021) menjelaskan bahwa tingginya *farmer share* menunjukkan sistem pemasaran yang lebih efisien karena selisih harga antara produsen dan konsumen relatif kecil. Oleh karena itu, analisis *farmer share* penting dilakukan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran cabai dan melihat sejauh mana petani memperoleh manfaat ekonomi dari rantai distribusi yang terbentuk.



Grafik 4. *Farmer share* Cabai di Kota Pagar Alam

Berdasarkan grafik 4, terlihat bahwa nilai *farmer share* seluruh jenis cabai di Kota Pagar Alam selama tahun 2025 secara umum berada di atas 50%, bahkan sebagian besar berada pada kisaran 60%–80%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem pemasaran cabai relatif efisien karena petani masih memperoleh bagian harga yang cukup besar dibandingkan harga yang dibayarkan konsumen.

Cabai rawit hijau memiliki nilai *farmer share* tertinggi dibandingkan jenis cabai lainnya. Nilai tertinggi terjadi pada bulan Maret sebesar 97,07%. Tingginya *farmer share* tersebut menunjukkan bahwa selisih harga antara tingkat produsen dan konsumen relatif kecil sehingga sebagian besar harga yang dibayarkan konsumen diterima langsung oleh petani. Rendahnya margin pemasaran pada periode tersebut menyebabkan distribusi cabai rawit hijau menjadi lebih efisien.

Cabai rawit merah juga menunjukkan *farmer share* yang relatif tinggi dengan nilai tertinggi sebesar 89,11% pada bulan Maret. Tingginya *farmer share* pada cabai rawit merah dipengaruhi oleh meningkatnya harga di tingkat produsen yang hampir mendekati harga konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keuntungan distribusi lebih banyak diterima oleh petani dibandingkan pedagang perantara.

Sementara itu, cabai merah keriting dan cabai merah besar memiliki *farmer share* yang relatif stabil pada kisaran 68%–82%. Nilai *farmer share* cabai merah keriting tertinggi terjadi pada Januari sebesar 82,75%, sedangkan cabai merah besar mencapai 80,71% pada periode yang sama. Stabilitas nilai *farmer share* pada kedua komoditas tersebut menunjukkan bahwa distribusi pemasaran berlangsung relatif baik meskipun masih terdapat margin pemasaran yang cukup besar pada beberapa periode tertentu.

Berbeda dengan jenis cabai lainnya, cabai hijau memiliki *farmer share* terendah dengan kisaran

52,37% hingga 70,45%. Penurunan *farmer share* cabai hijau terjadi mulai April hingga November dengan nilai berada sedikit di atas 50%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa margin pemasaran cabai hijau relatif lebih tinggi sehingga bagian harga yang diterima petani menjadi lebih kecil dibandingkan komoditas cabai lainnya.

Fluktuasi *farmer share* dipengaruhi oleh perubahan harga produsen, harga konsumen, serta besarnya margin pemasaran pada setiap periode. Ketika harga produsen meningkat lebih cepat dibandingkan harga konsumen, maka *farmer share* akan meningkat. Sebaliknya, apabila margin pemasaran meningkat akibat tingginya biaya distribusi, transportasi, dan panjangnya rantai pemasaran, maka *farmer share* cenderung menurun. Kondisi ini sesuai dengan teori pemasaran pertanian yang menyatakan bahwa efisiensi pemasaran dapat dilihat dari besarnya proporsi harga yang diterima petani dibandingkan harga akhir yang dibayarkan konsumen.

Efisiensi Pemasaran Berdasarkan *farmer share*

Menurut Hidayat *et al.* (2017), efisiensi pemasaran tercermin dari kecilnya selisih harga antara tingkat produsen dan konsumen sehingga bagian harga yang diterima petani menjadi lebih besar. Selain itu, Saidah dan Wiharso (2018) menjelaskan bahwa nilai *farmer share* yang tinggi menunjukkan sistem pemasaran yang lebih efisien karena proporsi harga yang diterima petani relatif besar dibandingkan harga akhir di tingkat konsumen. Sebaliknya, margin pemasaran yang tinggi menunjukkan bahwa biaya distribusi dan keuntungan lebih banyak dinikmati oleh lembaga pemasaran perantara.

Dalam penelitian ini, tingkat efisiensi pemasaran komoditas cabai di Kota Pagar Alam dianalisis berdasarkan nilai *farmer share* yang disajikan pada Tabel 2. Kriteria penilaian efisiensi pemasaran mengacu pada Sutrisno *et al.* (2015) dan Abhar *et al.* (2018), yang menyatakan bahwa sistem pemasaran dikategorikan efisien apabila nilai *farmer share* lebih dari 60%. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sistem pemasaran cabai mampu memberikan bagian harga yang adil kepada petani serta menggambarkan tingkat efisiensi distribusi pada masing-masing komoditas cabai.

Berdasarkan hasil perhitungan *farmer share*, sebagian besar komoditas cabai di Kota Pagar Alam berada pada kategori efisien hingga sangat efisien. Cabai rawit hijau memiliki nilai *farmer share* tertinggi, yaitu mencapai 97,07%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar harga yang dibayarkan konsumen diterima langsung oleh petani. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa margin pemasaran relatif rendah sehingga distribusi pemasaran berjalan lebih efisien. Cabai merah keriting, cabai merah besar, dan cabai rawit merah juga menunjukkan tingkat efisiensi pemasaran yang baik dengan nilai *farmer share* sebagian besar berada di atas 68%. Tingginya *farmer share* pada ketiga komoditas tersebut menunjukkan

bahwa sistem pemasaran masih mampu memberikan proporsi harga yang cukup besar kepada petani dibandingkan lembaga pemasaran perantara. Kondisi ini mencerminkan bahwa rantai distribusi pada beberapa komoditas cabai relatif lebih pendek sehingga biaya pemasaran dan disparitas harga dapat ditekan.

Tabel 2. Kategori Efisiensi Pemasaran Cabai

Komoditas	<i>Farmer Share</i> (%)	Kategori
Cabai Hijau	52,37 – 70,45	Efisien
Cabai Merah Keriting	68,80 – 82,75	Efisien – Sangat Efisien
Cabai Merah Besar	67,72 – 80,71	Efisien – Sangat Efisien
Cabai Rawit Hijau	67,34 – 97,07	Efisien – Sangat Efisien
Cabai Rawit Merah	67,97 – 89,11	Efisien – Sangat Efisien

Sementara itu, cabai hijau memiliki *farmer share* terendah dibandingkan komoditas lainnya, dengan kisaran 52,37% hingga 70,45%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pada beberapa periode pemasaran cabai hijau berada pada kategori cukup efisien. Kondisi ini dipengaruhi oleh margin pemasaran yang relatif lebih tinggi sehingga bagian harga yang diterima petani menjadi lebih kecil. Tingginya margin pemasaran pada cabai hijau menunjukkan bahwa biaya distribusi, transportasi, dan keuntungan lembaga pemasaran masih cukup besar dibandingkan komoditas lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran komoditas cabai di Kota Pagar Alam tergolong relatif efisien karena sebagian besar nilai *farmer share* berada di atas 60%. Hal ini sejalan dengan pendapat Sutrisno et al. (2015) dan Abhar et al. (2018) yang menyatakan bahwa sistem pemasaran dikategorikan efisien apabila nilai *farmer share* lebih dari 60%.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran cabai di Kota Pagar Alam secara umum sudah mampu memberikan bagian harga yang cukup baik kepada petani. Tingginya nilai *farmer share* pada sebagian besar komoditas cabai menunjukkan bahwa petani masih memperoleh manfaat ekonomi yang relatif besar dari aktivitas pemasaran. Kondisi ini berpotensi meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani serta mendorong keberlanjutan usahatani cabai di daerah sentra hortikultura.

Namun demikian, adanya perbedaan nilai *farmer share* antar komoditas menunjukkan bahwa efisiensi pemasaran masih belum merata. Komoditas dengan *farmer share* yang lebih rendah memerlukan perhatian dalam perbaikan sistem distribusi, terutama

melalui pemangkasan rantai pemasaran, penguatan kelembagaan petani, serta peningkatan akses informasi harga pasar. Selain itu, pengembangan pemasaran digital dan peningkatan infrastruktur distribusi juga menjadi penting untuk menekan margin pemasaran sehingga bagian harga yang diterima petani dapat meningkat secara lebih optimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa harga produsen dan harga konsumen komoditas cabai di Kota Pagar Alam selama tahun 2025 mengalami fluktuasi yang dipengaruhi oleh musim, kondisi cuaca, pasokan, dan distribusi. Perbedaan harga antara tingkat produsen dan konsumen membentuk margin pemasaran yang bervariasi pada setiap jenis cabai. Hasil analisis *Farmer share* menunjukkan bahwa sebagian besar komoditas cabai memiliki nilai di atas 60%, sehingga sistem pemasaran secara umum tergolong relatif efisien. Cabai rawit hijau memiliki tingkat efisiensi pemasaran tertinggi, sedangkan cabai hijau menunjukkan nilai *Farmer share* yang paling rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin besar margin pemasaran, semakin kecil proporsi harga yang diterima petani. Oleh karena itu, peningkatan efisiensi pemasaran perlu dilakukan melalui penguatan kelembagaan petani, pemangkasan rantai distribusi, peningkatan akses informasi harga, serta pengembangan pemasaran digital untuk meningkatkan bagian harga yang diterima petani.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dinas Pertanian Kota Pagar Alam atas dukungan dan penyediaan data perkembangan harga komoditas hortikultura yang digunakan dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu proses penelitian hingga penyusunan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, W., Zahra, S. K., Abdurrahman, M., dan Sebayang, V. B. 2024. *Analisis Fluktuasi Harga terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produktivitas Usaha Tani Cabai Merah di Indonesia*. Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen, 2(2), 162–172. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i2.3526>
- Anjasmara, I. R., dan Subari, S. 2023. *Analisis Manajemen Rantai Pasok (Supply Chain Management) Cabai Rawit di Kabupaten Kediri*. Agriscience, 4(1), 165–183. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v4i1.15888>
- Damayanti, A. F. 2019. *Efisiensi Saluran Pemasaran Cabai Merah pada Petani Mitra dan Non Mitra dengan Sub Terminal Agribisnis Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis*. <http://repository.unsoed.ac.id/4401/>

- Dianitasari, N. I. 2018. *Efisiensi Saluran Pemasaran dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Margin Pemasaran Cabai Rawit (Capsicum frutescens L.) di Pasar Dinoyo Kota Malang*. <http://repository.ub.ac.id/11747/>
- Faot, L. M., Sirma, I. N., dan Nainiti, S. 2019. *Efisiensi Pemasaran Cabai Rawit di Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur*.
- Hartina, H., Mursalat, A., dan Fitriani, R. 2023. *Efisiensi Pemasaran Cabai melalui Inovasi Abon Cabai Desa Bulu Kecamatan Panca Rijang Kabupaten Sidenreng Rappang*. <https://doi.org/10.30605/perbal.v11i2.2704>
- Hidayat, Y., Rusman, Y., dan Noormansyah, Z. 2017. *Saluran Pemasaran Cabai Merah (Capsicum annum L.)*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v4i3.828>
- Husna, N., Yurdiana, Y., dan Desparita, N. 2023. *Fluktuasi Harga Cabai Merah Keriting (Capsicum annum L.) di Provinsi Aceh*. <https://doi.org/10.51179/jsp.v8i2.2616>
- Judin, O. R., Timisela, N. R., dan Tuhumury, M. T. F. 2022. *Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Cabai (Capsicum annum L.)*. <https://doi.org/10.30598/agrilan.v10i1.1234>
- Junistia, E., Nearti, Y., dan Jayanti, N. 2025. *Pengaruh Fluktuasi Harga Cabai Keriting terhadap Pendapatan Petani*. <https://doi.org/10.35912/jipper.v3i1.5409>
- Kuntari, U. N. 2025. *Analisis Volatilitas Harga Cabai Rawit di Provinsi Lampung*. Repository Universitas Lampung.
- Kusumah, T. A. 2018. *Elastisitas Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah*. <https://doi.org/10.15294/edaj.v7i3.20980>
- Mariyono, J. 2017. *Agro-Ecological and Socio-Economic Aspects of Crop Protection in Chili-Based Agribusiness in Central Java*. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v6i2.2294>
- Miftahuljanah, N., Sukiyono, K., dan Asriani, P. S. 2020. *Volatilitas dan Transmisi Harga Cabai Merah Keriting pada Pasar Vertikal di Provinsi Bengkulu*. <https://doi.org/10.21082/jae.v38n1.2020.29-39>
- Mulyaningsih, S., Cahrial, E., dan Nuryati, R. 2022. *Pemasaran Cabai Rawit Varietas Ori 212*. <https://doi.org/10.37058/agristan.v4i2.5480>
- Nauliy, D. 2017. *Fluktuasi dan Disparitas Harga Cabai di Indonesia*. <https://doi.org/10.24853/jat.1.1.57-70>
- Novitarini, E. 2020. *Analisis Pemasaran Usahatani Cabai Merah Keriting di Kelurahan Sei Selincah Kecamatan Kalidoni Palembang*. <https://doi.org/10.51517/ags.v2i2.230>
- Nurianto, M. I. 2023. *Analisis Pemasaran Komoditi Cabai Merah (Capsicum annum L.)*. <https://doi.org/10.32696/jan.v3i1.2004>
- Oktaviani, L., Husaini, M., dan Ferrianta, Y. 2019. *Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Besar di Kecamatan Haruyan Kabupaten Hulu Sungai Tengah*. <https://doi.org/10.20527/frontbiz.v3i1.687>
- Purnama, A., Noor, T. I., dan Yusuf, M. N. 2021. *Analisis Rantai Pasok Cabai Rawit di Desa Ciandum Kecamatan Cipatujah Kabupaten Tasikmalaya*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i2.5031>
- Putri, I. R. A. S., Harianto, dan Rosiana, N. 2025. *Disparitas Harga Cabai Rawit Antar Waktu dan Antar Wilayah di Indonesia*. <https://doi.org/10.29244/jai.2025.13.2.333-349>
- Rahmawati, W. 2014. *Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Besar*. <http://repository.ub.ac.id/129835/>
- Rani, N. M., Taufikurrahman, R., dan Lenggono, S. P. 2019. *Analisis Rantai Pasok Cabai Merah Keriting di DKI Jakarta*. <https://doi.org/10.33096/er.v2i1.229>
- Reza, M., dan Hamida, R. 2022. *Optimalisasi Pemasaran Tanaman Olerikultura (Kasus pada Pemasaran Cabai Besar di Kota Payakumbuh)*. <https://doi.org/10.31869/mi.v16i2.3434>
- Rohmansyah, T., Dradjat, D., dan Saridewi, T. R. 2020. *Kajian Pemasaran Cabai Merah di Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur*. <https://doi.org/10.51852/-v2i1.221>
- Saidah, D. N., dan Wiharso, S. 2018. *Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Sumber Kabupaten Rembang*. <https://doi.org/10.47728/ag.v36i2.233>
- Saputra, A. R., Setiawan, I., dan Budi, S. 2021. *Analisis Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Varietas Tanjung*. <https://doi.org/10.25157/jimag.v8i3.5848>
- Sayekti, A. L., Marendra, K. A., dan Hilman, Y. 2015. *Dinamika Produksi dan Volatilitas Harga Cabai: Antisipasi Strategi dan Kebijakan Pengembangan*. <https://doi.org/10.21082/pip.v8n1.2015.33-42>
- Setyahati, T., Reswita, R., dan Rihan, I. 2024. *Analisis Efisiensi Tataniaga Cabai Merah di Provinsi Bengkulu*. Repository Universitas Bengkulu.
- Shofi, A., dan Fahrudin, F. 2025. *Dinamika Petani: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Naik Turunnya Harga Cabai Merah*. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i6.9098>
- Siahaan, R., Musriyadi, N., dan Apri, A. 2024. *Analisis Rantai Tataniaga Cabai Merah di Kecamatan Purba Kabupaten Simalungun*. Repository Universitas Bengkulu.
- Sihombing, N. R. 2025. *Elastisitas Transmisi Harga Cabai Merah di Kecamatan Ketapang Kabupaten Lampung Selatan*. <https://doi.org/10.37058/agristan.v7i2.16144>
- Simamora, A. 2017. *Analisis Pemasaran Cabai di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung*. <http://eprints.undip.ac.id/57872/>
- Sukmawati, D. 2017. *Fluktuasi Harga Cabai Merah Keriting di Sentra Produksi dan Pasar Induk*. <https://doi.org/10.25157/ma.v1i2.58>
- Susanawati, Akhmadi, H., Fauzan, M., and Rozaki, Z. 2021. *Supply Chain Efficiency of Red Chili*

- Based on the Performance Measurement System in Yogyakarta, Indonesia.* <https://doi.org/10.1515/opag-2021-0224>
- Syahidin, S., dan Abd. Jalil, M. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Cabai Merah.* <https://doi.org/10.55542/gpjer.v3i2.163>
- Taufiq, F. F., Hidayat, S. I., dan Tondang, I. S. 2025. *Analyzing the Efficiency of the Curly Red Chili Supply Chain.* <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v8i02.41992>
- Trirahayu, M., dan Soedarto, T. 2024. *Sistem Lelang Komoditas Cabai Merah di Indonesia (Studi Literatur Periode 2019–2024).* <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i04.1081>
- Veliadona, C. R., Suyono, S., dan Nurdiani, U. 2022. *Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ambal Kabupaten Kebumen.* <https://doi.org/10.52434/mja.v5i2.2054>