

RANTAI PASOK PADA PENJUALAN CABAI RAWIT DI KAB.GORONTALO

Hardianti Mukrima¹, Hisantiawati Guhung², Abdul Latif³, Intan Nuraini⁴, Khairu Nisa⁵, Sri Fitrianti Lahay⁶, Siti Maysarah Isbat⁷

¹²³⁴⁵⁶⁷Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN SULTAN AMAI GORONTALO

hardiantimukrima6@gmail.com, sanguhung@gmail.com, abdullatif1003@gmail.com,
intannuraini160404@gmail.com, khairunisaa0812@gmail.com, tiaanlahay@gmail.com,
sarahisbat2@gmail.com

Received: 28-06-2024

Revised: 03-7-2024

Approved: 10-07-2024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai Potensi untuk mengembangkan industri cabe rawit sangat besar di luar Jawa, terutama di provinsi Gorontalo. Provinsi Gorontalo adalah salah satu pusat penghasil cabe rawit di Indonesia timur atau di luar pulau Jawa. Program pengembangan wilayah cabe rawit melalui gerakan tanam adalah salah satu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kabupaten Gorontalo untuk mendukung komoditas cabe rawit. Menurut hasil lapangan, harga cabai rawit di pasar Gorontalo sering meningkat atau menurun. Data mingguan dari tahun 2021 hingga September 2023 menunjukkan kepadatan harga cabai rawit di pasar Gorontalo. Gorontalo adalah salah satu pusat produksi cabai rawit terbesar di luar pulau Jawa, dan produksinya cukup besar pada tahun tersebut. Analisis rantai nilai komoditas menunjukkan bahwa harga cabai rawit di pasar Gorontalo sering meningkat atau menurun.

Kata kunci: Rantai pasok, Cabe rawit

ABSTRACT

This research discusses the potential for the widest development of cayenne pepper agribusiness outside Java, especially in the province of Gorontalo. Gorontalo province is one of the central areas producing cayenne peppers outside Java or eastern Indonesia. The Gorontalo district government's policy to support cayenne pepper commodities is the cayenne pepper area development program with planting movements. Judging from the field results, the price of cayenne pepper in the Gorontalo district market often increases or decreases. Data on the price of cayenne pepper every week in the market from 2021 to September 2023 to find out the price density of cayenne pepper in the market in Gorontalo district can be seen from Analysis of the value chain of cayenne pepper commodities in Gorontalo district, which is one of the production centers for cayenne peppers outside Java.

Keywords: Supply chain, cayenne pepper

PENDAHULUAN

Bisnis cabe rawit memiliki banyak peluang untuk berkembang di luar Jawa, khususnya di Gorontalo. Salah satu tempat terbaik untuk menghasilkan cabe rawit adalah Provinsi Gorontalo, yang terletak di Indonesia Timur atau di luar pulau Jawa. Program Pengembangan Kawasan Cabai Rawit Bersama-sama dengan Gertam, atau Pertanian Cabai Rawit se-provinsi, adalah kebijakan yang dibuat oleh pemerintah kabupaten Gorontalo untuk mendukung produksi cabe rawit di seluruh negara (Indriani et al., 2019). Di kabupaten Gorontalo, usahatani cabe rawit memiliki prospek yang sangat bagus. Nilai R/C dan B/C cabe (2,15; 1,87) lebih tinggi daripada jagung (2,11; 1,83) dan padi (2,03; 1,77). Ini menunjukkan bahwa komposisi cabe memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan jagung dan padi (Indriani et al., 2019). Di Kabupaten Boalemo, Provinsi Gorontalo, cabe rawit adalah komoditas utama dengan nilai LQ 1,15–1,83. Ini menunjukkan bahwa produksi cabe di wilayah tersebut

mengalami surplus 1,15–1,38 kali lebih besar daripada kebutuhan sendiri (Indriani et al., 2019). Oleh karena itu, cabe rawit dijual ke luar daerah selain di pasar lokal kabupaten Gorontalo (Indriani et al., 2019).

Produksi cabe rawit tertinggi di seluruh pulau Sulawesi adalah di Sulawesi Selatan (27.543 ton), disusul oleh Sulawesi Utara (12.783 ton), Sulawesi Tengah (11.635 ton), Sulawesi Barat (11.549 ton), dan Gorontalo (11.492 ton) (BPS dan Dirjen Hortikultura, 2017). dan pada tahun 2023 manufaktur cabai rawit di gorontalo sebesar (6045,5 ton)(BPS dan dirjen Hortikultura,2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sejauh ini, aliran rantai nilai komoditas cabai rawit dianggap lancar, menurut Isini et al. (2022). Namun, petani masih harus menangani beberapa masalah, seperti keterampilan budidaya yang terbatas, fluktuasi produksi, dan perubahan harga. Akibatnya, petani harus mendapatkan pelatihan tambahan tentang budidaya dan pasca panen. Penelitian ini, berbeda dengan beberapa temuan penelitian sebelumnya, berkonsentrasi pada operasi rantai nilai yang terjadi mulai dari produksi cabai rawit hingga distribusinya kepada konsumen, semuanya berdasarkan analisis rantai nilai yang diusulkan oleh teori Isini et al. (2022).

Harga cabe rawit saat ini berubah-ubah disebabkan oleh sistem manajemen rantai pasokan yang buruk. Jika semua pihak berkolaborasi untuk mengelola dan mengawasi hubungan saluran distribusi, manajemen rantai pasokan akan menjadi lebih efektif. Bentuk pengaturan rantai pasokan harus sangat diperhatikan. Metode rantai pasokan komoditas cabe rawit diharapkan dapat memberikan gambaran tentang ketersediaan komoditas. dengan mempertimbangkan cara konsumen dan agroindustri mengelola rantai pasokan cabe rawit. Karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan mekanisme rantai pasokan cabe rawit yang berhubungan dengan aliran produk, informasi, dan uang di kabupaten Gorontalo.

KAJIAN TEORI

Pasar Persaingan Sempurna

Setiap orang mengharapkan pasar yang bersaing sepenuhnya, karena ini akan memungkinkan keadilan antara konsumen dan produsen. Dalam buku Adam Smith yang berjudul *An Inquiry into The Nature and Causes of the Wealth of Nations*, dia mengatakan bahwa setiap rumah tangga dan perusahaan yang berinteraksi di pasar seolah-olah digerakkan oleh suatu kekuatan atau tangan yang tidak nampak. Dengan demikian, interaksi pasar dapat menghasilkan hasil yang diinginkan. Teori ini akan berfungsi di pasar yang tidak memiliki kuasa pasar (atau monopoli), yaitu kemampuan satu pelaku ekonomi atau kelompok kecil untuk mempengaruhi harga pasar yang berlaku.

Hal ini menunjukkan betapa pentingnya membangun pasar persaingan yang sempurna di mana konsumen dan produsen berperan sebagai price taker.

Harga dan output barang dan jasa dipengaruhi oleh jenis pasar di mana mereka dijual. Harga dan output barang dan jasa akan sangat berbeda jika keseluruhan penawaran dikendalikan hanya oleh satu perusahaan daripada jika dijual oleh banyak penjual dengan skala kecil masing-masing. Hal ini ditunjukkan oleh perbedaan pasar cengkeh saat ini, yang hanya ditangani oleh BPPC, dibandingkan dengan produk buah-buahan yang banyak dijual oleh banyak pedagang pasar.

Persaingan terjadi ketika banyak pedagang menjual barang yang sama. Kondisi seperti ini juga disebut sebagai pasar persaingan. Pasar yang kompetitif dapat dibagi menjadi dua kategori: pasar persaingan yang sempurna (Perfect Competition) dan pasar persaingan yang tidak sempurna.

Model pasar yang paling klasik dan paling sering digunakan dalam analisis ilmu ekonomi adalah pasar persaingan sempurna. Model ini telah dianggap sebagai teori dan sering digunakan untuk meramalkan keadaan ekonomi. Sejak Adam Smith membahas bukunya *Wealth of Nations* pada tahun 1800-an, model ini telah dibahas. Dalam bukunya *Mathematical Physics* (1881), Edgeworth adalah orang pertama yang mencoba memberikan definisi sempurna dari persaingan dalam cara yang sistematis dan jelas. Kemudian, dalam buku Frank Knight yang berjudul *Risk, Uncertainty, and Profit* (1921), konsep persaingan sempurna ini diberi definisi yang lengkap.

Dalam bukunya, Gregory Mankiw mengatakan, "Pasar persaingan sempurna, atau pasar yang benar-benar bersaing, adalah suatu pasar dengan banyak penjual dan pembeli sehingga pengaruh masing-masing dari mereka terhadap harga pasar dapat diabaikan".

Pasar persaingan sempurna adalah bisnis di mana tidak ada satu pun pembeli atau penjual yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi keadaan di pasar. Pasar jenis ini memiliki karakteristik berikut:

Pertama: Perusahaan tidak dapat menetapkan atau mengubah harga pasar karena mereka adalah pengambil harga.

Kedua: Setiap bisnis memiliki kemampuan untuk keluar atau masuk pasar. Jika bisnis mengalami kerugian dan ingin meninggalkan industri, mereka dapat dengan mudah keluar dari pasar; sebaliknya, produsen yang ingin masuk ke dalam industri dapat dengan mudah melakukan apa yang mereka mau.

Ketiga: Menghasilkan barang yang mirip: barang yang dibuat oleh produsen yang hampir identik. Tidak ada perbedaan yang nyata antara produk yang dibuat oleh satu perusahaan dan produk yang dibuat oleh perusahaan lain. Karena sifat ini, perusahaan tidak perlu bersaing dengan cara yang disebut persaingan bukan harga. Ini tidak akan meningkatkan penjualan karena pelanggan sudah tahu bahwa produk di industri ini dijual antar produsen. sama sekali tidak berbeda.

Keempat: Pasar memiliki banyak bisnis. Perusahaan tidak dapat mengubah harga karena sifat ini, yang terdiri dari dua komponen: jumlah bisnis yang sangat besar dan ukuran Semua perusahaan kecil dibandingkan dengan semua perusahaan yang ada di pasar. Akibatnya, jumlah produksi yang dihasilkan oleh setiap perusahaan sangat kecil dibandingkan dengan total produksi di industri tersebut.

Kelima: Pembeli memiliki pengetahuan pasar yang lengkap. Dalam pasar persaingan sempurna, diproyeksikan bahwa ada banyak pembeli, tetapi juga diproyeksikan bahwa setiap pembeli memiliki pemahaman yang sempurna tentang keadaan pasar. Dengan demikian, para produsen tidak dapat menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi dari harga pasar saat ini.

Pasar persaingan sempurna pada dasarnya didefinisikan sebagai pasar di mana banyak pembeli dan penjual, produk yang ditawarkan homogen sehingga baik penjual maupun pembeli tidak memiliki kuasa untuk mempengaruhi harga. Dengan kata lain, baik penjual maupun pembeli bertindak sebagai Price Taker (Edi et al., 2022).

Dalam struktur pasar ini, terkadang ada perbedaan antara persaingan "murni" dan "sempurna". "Murni" kurang sempurna daripada "sempurna". "Persaingan yang bersih

dari elemen-elemen monopoli" adalah definisi persaingan murni yang diberikan oleh Edward H. Chamberlain pada tahun 1933. Satu-satunya syarat yang diperlukan untuk definisi adalah jumlah penjual yang banyak dan komoditas yang homogen. George Stigler (1957) membuat definisi alternatif dengan menambahkan syarat, yaitu asumsi informasi yang sempurna. Namun, ada kemungkinan bahwa informasi harga yang lengkap lebih mudah diperoleh di pasar monopoli daripada di pasar yang terdiri dari banyak penjual.

Pasar Persaingan Sempurna Dalam Prespektif Islam

Menurut Ibnu Taimiyah, mekanisme pasar Islami harus memenuhi persyaratan berikut:

1. Masuk dan keluar pasar harus bebas. Melakukan tindakan yang tidak adil dan tidak adil adalah memaksa orang untuk menjual barang yang tidak memiliki kewajiban untuk menjualnya.
2. Informasi yang memadai tentang kekuatan pasar dan barang dagangan diperlukan.
3. Untuk mencegah segala bentuk kolusi antara kelompok penjual dan pembeli, elemen monopolistik harus dikeluarkan dari pasar.
4. Ketika produk dipalsukan, ditipu, atau dipresentasikan dengan cara yang salah, homogenitas dan standardisasi produk sangat dianjurkan.
5. Islam mengecam segala sesuatu yang menyimpang dari kebebasan ekonomi yang benar, seperti sumpah palsu dan penghitungan yang salah

Kita dapat melihat dari pendapat Ibnu Taimiyah di atas tentang mekanisme pasar Islam bahwa mekanisme tersebut menghasilkan karakteristik pasar yang sempurna untuk persaingan. Dengan kata lain, dalam teori ekonomi konvensional, pasar Islami adalah tempat asumsi-asumsi pakar ekonomi konvensional ditemukan. Salah satu ilustrasi pasar persaingan ideal di pasar Islam adalah saat khalifah Umar bin Khattab RA berjalan di pasar kurma dan menemukan bahwa penjual menjual di bawah harga pasar. Umar memberi mereka dua pilihan: menaikkan harga sampai sama dengan harga pasar atau keluar dari pasar.

Didasarkan pada kisah di atas, kita dapat mengambil konklusi bahwa dalam pasar persaingan sempurna, harga yang ditawarkan oleh setiap pedagang dalam pasar tersebut adalah sama jika tidak ada diferensiasi (perbedaan) pada barang yang dijual. Menurut Ibnu Taimiyah, penetapan harga sangat penting untuk mencegah produsen (manusia) menjual makanan dan barang lain hanya kepada kelompok tertentu dengan harga yang ditetapkan sesuai keinginan mereka sendiri. Ini adalah kezaliman global, karena untuk mencapai kemaslahatan, penetapan harga harus diterapkan. Menurut Ibnu Taimiyah, penetapan harga adalah satu-satunya cara agar kemaslahatan manusia menjadi sempurna. Oleh karena itu, harga harus diterapkan secara bijaksana dan adil.

Menurut Ibnu Taimiyah, mekanisme pasar Islami harus memenuhi syarat-syarat berikut:

pertama; Memaksa orang untuk menjual sesuatu tanpa memiliki tanggung jawab untuk menjualnya adalah tidak adil dan tidak masuk akal; orang harus memiliki kebebasan untuk masuk dan keluar pasar.

Kedua; Sangat penting untuk memiliki informasi yang cukup tentang barang dagangan dan kekuatan pasar.

Ketiga; Sehingga tidak ada konflik antara penjual dan konsumen, elemen monopolistik harus dikeluarkan dari pasar.

Keempat; Ketika terjadi pemalsuan produk, penipuan, atau kecurangan dalam pemasaran, standarisasi dan homogenitas produk sangat dianjurkan.

Kelima; Islam mengecam semua pelanggaran terhadap kebebasan ekonomi yang benar, seperti sumpah palsu dan penimbangan yang salah (Irawan, 2015).

Kita dapat melihat dari pendapat Ibnu Taimiyah di atas tentang mekanisme pasar Islam bahwa karakteristik pasar persaingan sempurna dihasilkan oleh mekanisme tersebut. Dengan kata lain, dalam teori ekonomi konvensional, pasar Islami adalah tempat asumsi-asumsi pakar ekonomi konvensional ditemukan. Salah satu contoh pasar yang sempurna untuk persaingan di pasar Islam adalah saat khalifah Umar bin Khattab RA berjalan di pasar kurma dan menemukan bahwa penjual menjual di bawah harga pasar. Umar memberi mereka dua pilihan: menaikkan harga sampai sama dengan harga pasar atau keluar dari pasar.

Menurut Ibnu Taimiyah, penetapan harga sangat penting untuk mencegah produsen (manusia) menjual makanan dan barang lain hanya kepada kelompok tertentu dengan harga yang ditetapkan sesuai keinginan mereka sendiri. Ini merupakan kezaliman di dunia, karena untuk mencapai kemaslahatan, penetapan harga harus diterapkan. "Harga harus ditetapkan sebelum kemaslahatan manusia menjadi sempurna." Ibnu Taimiyah menyatakan bahwa Dengan demikian, penerapan yang adil dan rasional harus dilakukan.

Adam Smith VS Ibnu Taimiah

Monopoli pasar muncul sebagai hasil dari pengembangan kapitalisme dan penerapan mekanisme Pasar di mana pemodal atau penguasa mengontrol harga dengan cara mereka suka Akibatnya, supply dan demand pasar bukanlah sumber harga pasar tetapi hanya karena kehendak para pemodal. Dalam sosialisme, tindakan pemerintah sangat memengaruhi mekanisme pasar yang ada. Ini berbeda dengan sistem kapitalis. Kedua sistem konvensional tersebut akan menyebabkan persaingan yang tidak sehat atau pasar persaingan sempurna. Namun, Adam Smith menyatakan dalam bukunya "Wealth of Nations" bahwa ada pihak yang tidak terlihat yang akan memimpin pelaku pasar untuk mencapai hasil yang diinginkan. Seandainya ide-ide Adam Smith digunakan dalam perekonomian konvensional, yang terdiri dari sistem kapitalis dan sosialis, tujuan pasar tidak dapat dicapai. Ini karena, dalam sistem kapitalis, kekuatan pasar akan membawa pasar ke dalam persaingan monopolistik, dan di dalam struktur sosialis, pemerintah akan menguasai harga, sehingga penawaran dan permintaan tidak dapat secara alami menyesuaikan diri. Akibatnya, koordinasi pelaku pasar dalam membentuk perekonomian menjadi tidak efektif.

Berbeda dengan yang di atas, teori Ibnu Taimiyah tentang pasar persaingan sempurna (perfect competition) sangat sesuai, yang menyatakan bahwa dalam pasar Islam tidak hanya ada kebebasan ekonomi, tetapi juga intervensi pemerintah dalam batas-batas dan kondisi yang diperlukan.

Pasar persaingan sempurna sangatlah mungkin terjadi ketika sistem ekonomi adalah Islam. Dengan demikian, teori Adam Smith tentang pasar persaingan sempurna dapat terwujud. Sebaliknya, ketika sistem ekonomi adalah kapitalisme dan sosialisme, pasar persaingan sempurna akan sulit terjadi.

Ciri-ciri dan Asumsi Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar atau industri yang tidak dapat dipengaruhi oleh keadaan pasar karena banyak pembeli dan penjual. Ini dianggap sebagai struktur pasar yang paling ideal karena menjamin produksi barang atau jasa dengan tingkat efisiensi dan kualitas terbaik. Dalam praktiknya, sulit untuk mengidentifikasi industri mana yang memiliki struktur organisasi yang termasuk dalam kategori persaingan murni yang sempurna; namun, mungkin ada beberapa industri yang memiliki karakteristik yang mirip dengan struktur pasar persaingan sempurna (Mukaromah and Wijaya, 2020).

Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah :

1. Karena jumlah perusahaan yang sangat kecil dan banyak dibandingkan dengan jumlah produk yang dihasilkan oleh sektor tersebut, ada banyak pembeli dan perusahaan yang hadir di pasar. Tidak mempengaruhi harga pasar secara keseluruhan meskipun menghasilkan kenaikan atau penurunan harga.
2. Karena banyaknya penjual dan pembeli yang ada di pasar, mereka tidak dapat menentukan atau mengubah harga pasar. Akibatnya, penjual dan pembeli tidak dapat menentukan harga. Interaksi antara produsen dan pembeli secara keseluruhan menentukan harga barang di pasar.
3. Penjual dan perusahaan dapat masuk dan keluar dari pasar dengan mudah jika produsen ingin berbisnis di suatu industri dengan struktur pasar yang sempurna, tetapi jika mereka mengalami kerugian, mereka dapat dengan mudah meninggalkan industri tersebut.
4. Setiap produsen, bisnis, atau penjual menghasilkan dan menjual produk identik. Sangat sulit untuk membedakan produk yang dibuat oleh berbagai perusahaan satu sama lain. Promosi yang dilakukan melalui iklan tidak akan berdampak pada penjualan produk karena Pembeli tidak memiliki kemampuan untuk membedakan produsen A dari produsen B.
5. Pembeli memiliki pemahaman yang lengkap tentang kondisi pasar, termasuk tingkat harga yang berlaku dan perubahan harga tersebut; sebagai akibatnya, produsen tidak dapat menjual barang dengan harga yang lebih tinggi daripada harga yang berlaku di pasar (Damanik and Sasongko, 2011).

Dalam analisis ekonomi, Karena pasar ini sangat sedikit dan sulit untuk menemukan bentuk pasar yang sesuai dengan karakteristiknya, asumsi tentang suatu struktur pasar persaingan sempurna dibuat dalam analisis ekonomi, yang mencakup:

1. Ada banyak pembeli dan penjual. Karena jumlah produsen atau perusahaan yang sangat besar, Hanya sebagian kecil dari semua barang yang dijual di pasar dipasok oleh setiap produsen atau perusahaan .Jumlah pembeli membuat mereka tidak memiliki kekuatan monopsoni untuk memengaruhi mekanisme pasar secara individual.
2. Produk homogen dari produsen. Pasar didefinisikan sebagai kumpulan produsen yang menghasilkan produk yang identik atau homogen, yang berarti ada substitusi sempurna antara produk dari satu produsen dan produk dari produsen lain. Akibatnya, pembeli tidak dapat membedakan barang dari produsen yang berbeda.
3. Setiap produsen berfungsi sebagai pengambil harga.
Karena kedua asumsi di atas menunjukkan bahwa setiap produsen hanya menerima harga pasar; produsen dapat menawarkan produk dalam jumlah apa pun

dengan harga pasar; produsen secara individual tidak dapat mengubah harga pasar yang berlaku dengan mengubah jumlah produk yang ditawarkan.

4. Perusahaan bebas masuk dan keluar pasar Setiap perusahaan tidak memiliki hambatan untuk masuk atau keluar dari pasar.
5. Maksimalkan keuntungan per unit uang. Semua bisnis berusaha untuk memaksimalkan keuntungan mereka; tidak ada tujuan lain.
Semua bisnis berusaha untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Tidak ada tujuan lain.
6. Pasar tidak diatur oleh pemerintah; pemerintah tidak melakukan apa pun untuk mengganggu pasar dengan mengenakan tarif, subsidi, atau pembatasan produksi.

Pasar persaingan murni, atau persaingan murni, didefinisikan sebagai pasar di mana semua asumsi di atas telah dipenuhi. Untuk pasar yang ideal, diperlukan asumsi tambahan, yaitu:

1. Mobilitas faktor produksi ideal: mekanisme ekonomi memungkinkan Pasar input penuh persaingan, karena faktor produksi bebas berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain.
2. Pengetahuan yang sempurna. Diasumsikan bahwa setiap penjual dan pembeli mengetahui secara menyeluruh tentang kondisi pasar, baik saat ini maupun di masa mendatang. Akibatnya, Informasi pasar tersedia secara gratis dan mudah diakses, sehingga ketidakpastian di masa mendatang dapat diprediksi.

Oleh karena itu, dalam pasar yang sangat bersaing, ada banyak perusahaan dan setiap perusahaan dianggap memiliki kemampuan yang sangat kecil sehingga tidak dapat mempengaruhi pasar. Baik kekuatan penawaran maupun permintaan dapat bergerak di pasar ini dengan bebas. Harga yang ditetapkan sepenuhnya mencerminkan keinginan produsen dan konsumen. Tingkat harga yang ditetapkan di pasar diterima oleh tiap penjual dan pembeli sebagai kenyataan yang tidak dapat diperbaiki.

Untuk konsumen, barang atau jasa yang mereka beli hanyalah sebagian kecil dari total pembelian masyarakat; bagi penjual, hal yang sama juga berlaku. Penjual akan rugi sendiri jika menurunkan harga, sedangkan pembeli akan mengejar penjual lain. Pasar persaingan sempurna banyak digunakan dalam industri pertanian seperti produksi dan perdagangan beras, terigu, kopra, dan minyak kelapa. Produk ini biasanya dijual di pasar yang sejenis atau homogen, seperti pasar induk.

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas, analisis keseimbangan, atau keseimbangan antara produsen dan perusahaan, dapat dicapai baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Saat perusahaan mencapai keuntungan maksimum, perusahaan mencapai ekuilibrium produsen. Ekuilibrium pasar, juga dikenal sebagai ekuilibrium industri, dicapai apabila:

- a) semua perusahaan berada dalam posisi ekuilibrium, dan
- b) jumlah produk yang diproduksi oleh semua perusahaan sama dengan jumlah permintaan yang dibuat oleh semua konsumen.

a. Kekurangan dan Kelebihan Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna memiliki beberapa kekurangan:

1. Tidak ada dana untuk penelitian dan pengembangan produk, sehingga tidak ada inovasi.
2. Karena produk yang dijual dan kualitasnya identik, pembeli tidak dapat memilih

barang atau jasa yang berbeda.

3. Pekerja biasanya menerima gaji rendah atau upah.

4. Seringkali terjadi konflik keadilan karena ketidakseimbangan dalam pembagian pendapatan dari masing-masing produsen.

Pasar persaingan sempurna memiliki kelebihan sebagai berikut:

1. Tidak ada persaingan di pasar ini karena harga produk tidak sebanding atau setara.
2. Iklan promosi tidak diperlukan oleh penjual di pasar yang bersaing sempurna.
3. Semua orang, termasuk pembeli dan penjual, menetapkan harga barang dan jasa yang dijual, dan harga biasanya stabil.
4. Harga didasarkan pada kesepakatan yang dilakukan oleh penjual dan pembeli.
5. Selama transaksi, baik penjual maupun pembeli bertindak secara bebas. Pembeli memiliki kebebasan untuk membeli produk dari pabrik mana pun yang mereka inginkan.
6. Memiliki kemampuan untuk meningkatkan efisiensi produksi. Produsen akan berusaha keras untuk meningkatkan kualitas produk yang mereka jual ketika ada banyak penjual atau produsen.

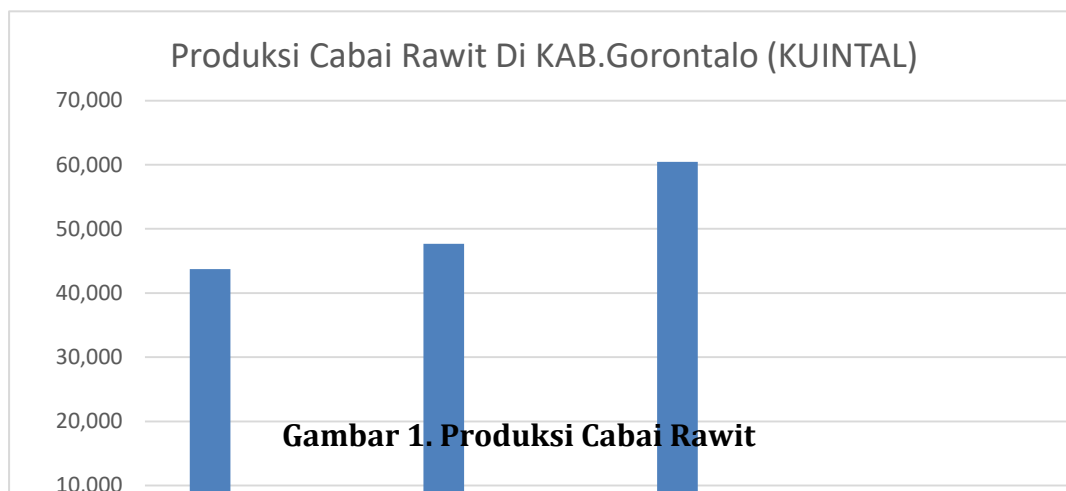
METODE

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Bulawa dari Januari hingga maret tahun 2023, dan menggunakan metode kuantitatif untuk mengumpulkan data melalui kuisioner. Petani cabai rawit di Kecamatan Bulawa diikutsertakan dalam penelitian ini, dan Untuk tujuan penelitian ini, dua jenis data yang dikumpulkan adalah primer dan sekunder. Namun, Karena waktu, dana, dan sumber daya yang terbatas, penelitian ini tidak berhasil.

Sampling purposive mengambil sampel petani di dua desa, Desa Mamungaa dan Desa Mamungaa Timur, karena di desa ini terdapat jumlah petani cabai rawit yang paling besar dibandingkan dengan desa lain, dengan total 38 petani per desa. Sementara itu, sampling snowball diambil untuk pedagang, dengan pengambilan sampel didasarkan pada alur pemasaran yang berlangsung, sehingga jumlah pedagang yang terlibat dalam pengambilan sampel menjadi lebih kecil. Analisis rantai nilai dan analisis nilai tambah pemasaran digunakan untuk memeriksa data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut data, harga cabai rawit di Kabupaten Gorontalo sering meningkat atau turun. Gambar 1 menunjukkan harga cabai rawit pasar setiap minggu dari 2021 hingga September 2023. Ini menunjukkan perubahan harga di pasar Kabupaten Gorontalo saat ini. Karena faktor panen raya yang terjadi di pertengahan tahun Harga cabai rawit berubah sesuai dengan kondisi pasar. Ketika ada banyak hasil produksi cabai rawit, harganya rendah, tetapi ketika panen rendah, harganya kembali naik. Selama periode ini, hasil produksi dapat turun atau naik.



Gambar 1. Produksi Cabai Rawit

Menurut data, harga cabai rawit di Kabupaten Gorontalo sering meningkat atau turun. Tabel di atas menunjukkan harga cabai rawit pasar setiap minggu dari 2021 hingga September 2023.²¹ Ini menunjukkan perubahan harga di pasar Kabupaten Gorontalo saat ini. Karena faktor panen raya yang terjadi di pertengahan tahun Harga cabai rawit berubah sesuai dengan kondisi pasar. Ketika ada banyak hasil produksi cabai rawit, harganya rendah, tetapi ketika panen rendah, harganya kembali naik. Selama periode ini, hasil produksi dapat turun atau naik.

Karakteristik Responden

Keanekaragaman Umur, pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman responden diidentifikasi melalui karakteristik responden. Diharapkan karakteristik ini akan memberikan gambaran yang jelas tentang kondisi responden sehubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.. Responden penelitian ini terdiri dari petani cabai rawit Gorontalo dan pedagang yang menjualnya. Karakteristik rata-rata responden menunjukkan bahwa petani dan pedagang rata-rata berusia 47-48 tahun, yang merupakan kategori usia produktif.

Semua responden petani dan pedagang memiliki tingkat pendidikan SD, yang menunjukkan bahwa mereka tidak mendapatkan pendidikan yang cukup. Namun, tingkat pendidikan mereka tidak berdampak pada tingkat pendapatan yang diterima, karena jumlah anggota keluarga rata-rata empat orang, yang berarti bahwa memiliki lebih banyak anggota keluarga akan lebih mudah dan menghemat uang. Sementara itu, responden petani memiliki rata-rata 23 tahun pengalaman berdagang karena mereka mulai mengolah lahan keluarga sejak usia muda. Sementara itu, pedagang cabai rawit memiliki rata-rata 28 tahun pengalaman berdagang, yang merupakan waktu yang cukup panjang untuk memasarkan cabai rawit.

Semakin lama pedagang memiliki pengalaman membeli dan menjual cabi rawit yang lebih cepat dan mudah mereka melakukannya karena Petani dan konsumen sudah terbiasa dengan Cabai Rawit (Harun et al., 2023).

Tabel 1. **Karakteristik Responden**

No	Indikator	Responden(Petani)
1	Umur (Tahun)	47
2	Pendidikan	Sekolah Dasar(SD)
3	Jumlah Tanggungan	4
4	Pengalaman Berusaha (Tahun)	23

KESIMPULAN

Berdasarkan materi di atas, dapat ditarik kesimpulan di mana penelitian ini berfokus pada Analisis rantai nilai produk cabai rawit di kabupaten Gorontalo. kabupaten Gorontalo merupakan salah satu lokasi di mana cabai rawit diproduksi di luar Pulau Jawa, dengan produksi yang cukup besar. Pada tahun 2023, produksi cabai rawit di kabupaten Gorontalo mencapai 6.045,5 ton. Komoditas cabai rawit memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan komoditas lain seperti jagung dan padi. Aliran rantai nilai komoditas cabai rawit di kabupaten Gorontalo secara umum berjalan lancar, namun terdapat beberapa permasalahan yang masih perlu diperhatikan, seperti variasi dalam produksi, harga, dan keterampilan pertanian petani. Hal ini menunjukkan perlunya pelatihan bagi petani terkait budidaya dan pascapanen untuk meningkatkan efisiensi rantai nilai.

Ketidak efektifan dalam manajemen rantai pasokan berkontribusi pada fluktuasi harga cabai rawit. Semua pihak dalam rantai pasokan harus bekerja sama untuk mengelola dan mengawasi hubungan saluran distribusi sehingga manajemen rantai pasokan menjadi lebih efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan mekanisme rantai pasokan cabai rawit, terutama yang berkaitan dengan aliran produk, informasi, dan uang di kabupaten Gorontalo.

Pemahaman tentang mekanisme rantai pasok ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang ketersediaan cabai rawit sebagai pertimbangan dalam manajemen rantai pasokan untuk konsumen dan agro industri. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa komoditas cabai rawit memiliki potensi yang cukup besar di kabupaten Gorontalo, namun masih terdapat beberapa permasalahan yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi rantai nilai dan manajemen rantai pasok. Identifikasi mekanisme rantai pasok cabai rawit diharapkan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi untuk perbaikan dalam pengelolaan rantai pasok di kabupaten Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

- Armavilla E.K (2023) Angka Konsumsi Cabai Rawit Tahunan di Indonesia Meningkat.
- Baruwadi, M., R. Yusuf, S. Canon, dan F. Zakaria. 2007. Road Map Pengembangan Komoditas Pertanian di Kabupaten Boalemo. Kerja Sama Lembaga Penelitian Universitas Negeri Gorontalo dengan Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Provinsi Gorontalo, Gorontalo.
- BPS, 2017. Provinsi Gorontalo dalam Angka. Badan Pusat Statistik. Gorontalo.
- Chain, M. O. C. S. V. MEKANISME RANTAI PASOK CABE RAWIT DI PROPINSI GORONTALO.

- Damanik, K.I., Sasongko, G., 2011. Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro Ekonomi.
- Dewi, K. (2016). Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Pedagang pada Pembelian dan Penjualan Sayur Studi Kasus Pedagang Sayur Kapri Eceran di Pasar Ngablak Kecamatan Ngablak Kabupaten Magelang (Doctoral dissertation, Program Studi Ilmu Ekonomi FEB-UKSW).
- Edi, S., Saputra, J., Husna, A., 2022. Mekanisme Pasar dalam Konteks Islam. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi* 6, 1–6.
<https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.477>
- Harun, M., Indriani, R., Boekoesoe, Y., 2023. Analisis Integrasi Harga Cabai Rawit pada Pasar Tradisional di Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Transdisiplin Pertanian (Budidaya Tanaman, Perkebunan, Kehutanan, Peternakan, Perikanan, Sosial dan Ekonomi)* 19, 769–774.
- Imran, S. 2008. Analisis Faktor-Faktor Produksi Usahatani Cabe rawit di Provinsi Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Agropolitan* (2): 85-93.
- Indriani, R., Darma, R., Musa, Y., Tenriawaru, A., Viantika, M., 2019. Mekanisme Rantai Pasok Cabe Rawit di Propinsi Gorontalo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian* 15, 31–41.
- Indriani, R., Darman, R., & Mahyudin. (2019). Rantai Pasok: Aplikasi pada Komoditas Cabe Rawit di Provinsi Gorontalo. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Irawan, M., 2015. Mekanisme Pasar Islami dalam Konteks Idealita dan Realita (Studi Analisis Pemikiran Al-Ghazali dan Ibnu Taimiyah). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, 67–78.
- Isini, S.F., Indriani, R., Adam, E., 2022. Analisis Rantai Nilai Komoditas Cabai Rawit di Kecamatan Bulawa Kabupaten Bone Bolango. *Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 7, 146–157. <https://doi.org/10.37149/jia.v7i5.58>
- Layoo N. & D.T. Sari. 2018. Fluktuasi Harga Komoditi Cabai Rawit (*Capsicum Frutescens*) di Kecamatan Bualemo Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah. *Jurnal Agrobiz*, 1(1) 2018: 50-65.
- Mukaromah, N.F., Wijaya, T., 2020. Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 4, 1–16.
- Paulus A, P., & Ellen G, T. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit di Kota Manado.
<https://doi.org/10.35791/agrsosek.12.2.2016.12278>
- Rahmi, Ain. "Mekanisme Pasar Dalam Islam." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* Vol. 4, No. 2, (2015).
- Wijaya, T. (2020). Pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna dalam perspektif islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1-16.
- Zainidi, Ahmad Afan. "Pasar Persaingan Sempurna dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ummul Qura* Vol IV, No. 2, (2014).
<https://data.goodstats.id/statistic/angka-konsumsi-cabai-rawit-tahunan-di-indonesia-meningkat-fatrak>