

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Cabai Merah

Cabai merah merupakan salah satu komoditas hortikultura unggulan nasional dan memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi. Permintaan cabai merah setiap tahun cenderung meningkat seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan kegunaannya sebagai bahan konsumsi serta kebutuhannya sebagai bahan baku industri (Sukmawati, 2017). Sebagian besar jenis cabai ini dikonsumsi oleh rumah tangga dengan pangsa penggunaannya yang mencapai 61% dari total konsumsi cabai dalam negeri (Farid dan Subekti, 2012). Selebihnya cabai merah dimanfaatkan sebagai bahan baku industri makanan dan juga untuk keperluan ekspor baik dalam bentuk cabai segar maupun olahan, seperti cabai bubuk dan cabai kering.

Seperti halnya sifat produk pertanian, cabai merah merupakan komoditas yang mudah rusak (*perishable*), *volumunius* dan produksi bersifat musiman sementara konsumsi terjadi sepanjang tahun yang menimbulkan fluktuasi harga yang tinggi. Harga cabai merah sering kali tinggi karena besarnya biaya produksi dan biaya transaksi pemasaran dari petani yang berskala kecil dan tersebar. Harga cabai pada umumnya rendah selama periode panen utama dan meningkat secara dramatis pada periode sebelum panen berikutnya, karena itu harga cabai merah cenderung fluktuatif menurut musim (Naully, 2017)

Berikut klasifikasi cabai merah (*Capsicum annum L.*) menurut Setijo Pitojo (2003) dalam sistematika tumbuh-tumbuhan:

Kingdom	: <i>Plantae</i>
Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Sub Divisi	: <i>Angiospermae</i>
Classis	: <i>Dicotyledonae</i>
Ordo	: <i>Solanales</i>
Familia	: <i>Solanaceae</i>
Genus	: <i>Capsicum</i>
Spesies	: <i>Capsicum annum L.</i>

Cabai merah memiliki kandungan gizi, berikut kandungan gizi cabai merah per 100 gram:

Tabel 1. Kandungan Gizi Cabai Merah per 100 gram

Kandungan gizi	Nilai (mg)
Kalsium (Ca)	9
Besi (Fe)	0,46
Magnesium (Mg)	10
Phospor (P)	19
Mangan (Mn)	0,116
Vitamin C	190
Thiamin	0,066
Riboflavin	0,03
Niacin	0,509
Asam Pantothenic	0,08
Vitamin A	570
Vitamin E	0,69
Vitamin B-6	0,248

Sumber: Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (2017)

2.1.2 Teori Pasar

Definisi pasar menurut Mankiw (2015) adalah sekelompok pembeli dan penjual dari suatu barang atau jasa. Rusham (2017) menyatakan bahwa konsep tentang pasar dapat dipahami dari berbagai perspektif, seperti perspektif ekonomi, sosial budaya, dan politik. Dalam perspektif ekonomi, konsep mengenai pasar (dalam pengertian luas, sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran) terbentuk sebagai salah satu implikasi dari proses perubahan masyarakat menuju masyarakat kapitalis.

W.J. Stanton dalam Nurmalasari (2007) menyatakan bahwa pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan, uang untuk belanja (*disposable income*) serta kemauan untuk membelanjakannya. Dalam perspektif sosial budaya, pasar merupakan tempat berlangsungnya interaksi sosial lintas strata. Dikotomi tradisional dan modern yang dikenakan terhadap jenis pasar bersumber dari pergeseran pemaknaan terhadap pasar, yang semula menjadi ruang bagi berlangsungnya interaksi sosial, budaya, dan ekonomi. Kemudian direduksi menjadi ruang bagi berlangsungnya transaksi ekonomi dan pencitraan terhadap modernisasi yang berlangsung dalam masyarakat (Nurmalasari, 2007). Bagi sektor perdagangan, pasar merupakan tempat pedagang berusaha, sebagai sarana distribusi barang bagi produsen dan petani, tempat memonitor perkembangan harga dan stok barang beserta lapangan pekerjaan bagi masyarakat luas (Sukaesih, 1994).

Sukaesih (1994) menyatakan bahwa citra pasar dalam arti fisik telah mengalami banyak pembenahan dan peningkatan menjadi hal yang menarik seiring dengan kemajuan pembangunan ekonomi. Menarik atau tidaknya sarana tempat berdagang tersebut baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta, ditentukan oleh pengelola pasar atau tempat perdagangan dan tidak kalah pentingnya yang dilakukan atau peranan pedagang itu sendiri. Pengelola hanya menyediakan fasilitas dan kemudahan untuk keperluan pedagang dan pengunjung, sedangkan para pedagang perlu memperhatikan kelengkapan barang, penataan barang (*display*), kualitas barang, harga barang, kemudahan berbelanja, dan ketepatan ukuran.

Pasar menjadi sarana pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi pemenuhan barang yang dikehendaki. Dalam konteks kajian ini, dibatasi pada keberadaan pasar secara konkret dimana terdapat kajian yang nyata dan aktor yang langsung terlibat dalam transaksi yang dilakukan. Secara umum karakteristik pasar dalam bentuk ini terbagi dalam bentuk pasar tradisional dan pasar modern. Hal pokok yang menjadi karakteristiknya adalah sistem manajemen pasar, kualitas interaksi dan transaksi serta fasilitas fisik yang diberikan.

Dinamika perubahan perilaku konsumen dan pemasaran direspon secara berbeda-beda oleh institusi pasar, di antaranya adalah oleh keberadaan pasar tradisional sebagai institusi masyarakat yang pada awalnya tumbuh secara spontan dan kemudian berkembang atau bertransformasi menjadi bentuk formal. Pada akhirnya definisi pasar tradisional meluas dan bervariasi. Brata (2016) mengatakan bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertemunya antara penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung yang memungkinkan adanya proses tawar-menawar, terdiri atas kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Barang yang diperjualbelikan di pasar tradisional biasanya adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari.

Masyarakat membutuhkan pasar tradisional dalam mencari pendapatan dan juga kebutuhan dalam transaksi jual beli. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Lokasi yang strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar menawar yang menunjukkan

keakraban antara penjual dan pembeli pasar tradisional juga merupakan salah satu pendongkrak perekonomian kalangan menengah ke bawah sehingga dapat memberikan efek yang baik bagi perekonomian suatu negara. Berikut ciri-ciri dari pasar tradisional (Jaya, 2021), yaitu:

1. Dalam pasar tradisional tidak berlaku fungsi-fungsi manajemen yang meliputi *planning, organizing, actuating, dan controlling*.
2. Tidak ada konsep *marketing*, yaitu bahwa pembeli adalah raja, penentuan harga berdasarkan perhitungan harga pokok ditambah keuntungan tertentu, kualitas produk dan tempat penjualan yang nyaman bagi pembeli

Pasar merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan aktivitas transaksi ekonomi dan interaksi sosial, pada saat yang bersamaan pasar juga dapat menjadi media penyebaran penyakit. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2020 Tentang Pasar Sehat menyatakan bahwa pengembangan pendekatan Pasar Sehat merupakan salah satu alternatif yang potensial dalam mewujudkan kawasan pasar yang sehat, untuk meningkatkan kesadaran akan risiko keamanan pangan dan berbahaya lainnya dengan memperkuat biosekuriti pada rantai pangan dengan meningkatkan keamanan, serta melakukan peningkatan pengetahuan dan perilaku hidup bersih dan sehat dari produsen, pemasok, pedagang, dan konsumen. Standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan serta upaya kesehatan lingkungan dilakukan dalam berbagai media, diantaranya media air, media udara, media tanah, pangan, serta sarana dan bangunan.

2.1.3 Teori Pengadaan

1. Pengertian Pengadaan

Pengadaan adalah kegiatan pemenuhan kebutuhan yang telah ditentukan dan disetujui pada fungsi sebelumnya. Siahaya (2016) menyatakan bahwa pengadaan ini merupakan upaya pembelian yang didasarkan pada logika dan pemikiran sistem, mengikuti norma dan etika, dan berusaha untuk mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan sesuai dengan metode pembelian standar yang diterapkan sebagai pedoman pembelian. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pengadaan adalah proses mendapatkan barang dan jasa secara sistematis dari awal kebutuhan yang direncanakan sampai dengan selesainya seluruh kegiatan.

Martono (2019) berpendapat bahwa pengadaan berperan sebagai proses penentuan secara sistematis terhadap apa (spesifikasi dan kualitas), kapan (jadwal dan *delivery time*), bagaimana (sumber dan sistem) dan berapa (kuantitas) untuk mengadakan barang dan jasa dari sumber pengadaan sampai tempat tujuan, sesuai kualitas dan kuantitas, biaya yang optimal dan waktu suplai yang wajar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (*customers*) dan pengguna (*user*).

Pengadaan pangan merupakan indikator penting untuk menilai kondisi keterjangkauan pangan di masyarakat. Bagi pelaku pasar, baik pedagang besar maupun pengecer, pengadaan pangan pokok menjadi hal yang penting untuk diperhatikan karena menyangkut kelancaran proses pendistribusian ke tangan konsumen (Prayitno *et al.*, 2022). Pengadaan pangan dapat diposisikan sebagai jumlah penawaran produk pangan yang ditawarkan oleh produsen, dalam hal ini adalah petani cabai merah atau bahkan pemasok. Pengadaan pangan bisa diperoleh dari lokal, luar kota, luar provinsi bahkan luar negeri melalui pemasok yang selanjutnya didistribusikan melalui pedagang. Pengadaan pun erat kaitannya dengan stok atau ketersediaan barang ditujukan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar secara berkelanjutan (Rachmat, 2015).

2. Tujuan Pengadaan

Pengadaan menurut Martono (2018) memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

- a. Memperoleh barang dan jasa dari pemasok sesuai dengan jumlah dan kualitas yang ditentukan.
- b. Memastikan perusahaan untuk mendapatkan pelayanan terbaik dari *supplier*, sehingga proses bisnis perusahaan dapat berjalan dengan lancar.
- c. Mengidentifikasi pemasok yang dapat menyediakan barang dan jasa terbaik, serta menjalin hubungan yang baik.
- d. Menjalinkan hubungan yang lebih dekat dengan pemasok dan memahami kebutuhan satu sama lain.
- e. Negosiasi pengadaan dan biaya pengadaan.
- f. Mempersiapkan kemungkinan kekurangan, kenaikan harga, dan rencana pengembangan produk baru.

3. Strategi Pengadaan

Siahaya (2016) menyimpulkan bahwa strategi pengadaan (*procurement strategy*) merupakan usaha terbaik yang dilakukan untuk mencapai tujuan pengadaan dalam memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Penerapan strategi pengadaan dapat mewujudkan tujuan pengadaan secara efisien dan efektif, berdasarkan enam tepat (6T) yaitu tepat kualitas (*right quality*), tepat kuantitas (*right quantity*), tepat sumber (*right source*), tepat waktu (*right delivery/completion*), tepat biaya (*right cost*) dan tepat tempat (*right place*) untuk mencapai target dan kinerja pengadaan. Upaya untuk menyusun strategi pengadaan meliputi:

a. Perencanaan Pengadaan

Perencanaan pengadaan menurut adalah proses perumusan langkah dan kegiatan yang meliputi penyusunan perencanaan umum pengadaan dan persiapan pelaksanaan pengadaan. Perencanaan pengadaan dilakukan secara sistematis, terpadu, terarah dan berkelanjutan.

b. Penyelenggaraan Pengadaan

Penyelenggaraan pengadaan adalah serangkaian kegiatan pelaksanaan pengadaan sejak perencanaan sampai dengan selesai kegiatan. Penyelenggaraan pengadaan dilaksanakan berdasarkan prinsip, tujuan, strategi, kebijakan dan target pengadaan, untuk memperoleh hasil dan manfaat yang sebesar-besarnya bagi lembaga, peningkatan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

c. Mitigasi

Berdasarkan Undang-Undang No. 24 Tahun 2007, mitigasi adalah upaya untuk mengurangi risiko bencana, baik melalui pembangunan fisik maupun penyadaran dan peningkatan kemampuan menghadapi ancaman bencana.

d. Antisipasi

Antisipasi merupakan bagian terpenting dalam setiap menghadapi situasi baru atau situasi yang mungkin terjadi. Antisipasi sangat diperlukan untuk menghadapi situasi baru atau permasalahan sebelum benar-benar terjadi. Apalagi erat kaitannya dengan pengadaan pangan pokok, ada kemungkinan bisa menghadapi situasi baru atau permasalahan, baik dari faktor alam, kelonjakan harga, kelangkaan, penurunan produktivitas dan kualitas serta

kondisi lain yang mempengaruhi terhambatnya pengadaan pangan pokok. Oleh karena itu perlunya antisipasi apa saja yang harus dipersiapkan dan dilakukan untuk menghadapi situasi baru agar kebutuhan pangan pokok bagi masyarakat tetap terpenuhi.

2.1.4 Teori Distribusi

Distribusi berasal dari bahasa Inggris (*distribution*) yang berarti penyaluran. Berdasarkan Kamus Inggris Indonesia John M, Echols dan Hassan Shadilly dalam Damsar (2009) bermakna membagikan, menyalurkan, menyebarkan, mendistribusikan, dan mengageni. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, distribusi dimaksudkan sebagai penyalur (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat. Berdasarkan rujukan di atas, distribusi dapat dimengerti sebagai proses penyaluran barang atau jasa kepada pihak lain. Dalam kegiatan distribusi diperlukan adanya sarana dan tujuan sehingga kegiatan distribusi dapat berjalan dan terlaksana dengan baik. Kegiatan distribusi merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperluas arus barang atau jasa mulai dari produsen sampai ke tangan konsumen sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan.

1. Saluran Distribusi

Saluran distribusi menurut Kotler (1998) adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung dalam membantu menyalurkan barang atau jasa yang sudah tersedia hingga sampai pada konsumen agar dapat digunakan atau konsumsi. Sedangkan Saladin (2000) menyatakan bahwa saluran distribusi merupakan elemen penting dalam pemasaran yang merupakan salah satu proses pada perusahaan dalam penyetokan barang serta penawaran produk ke pasar.

Swastha (2003) menjelaskan bahwa fungsi saluran distribusi meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- a. Menjembatani antara produsen dan konsumen.
- b. Saluran distribusi memberikan fungsi-fungsi tambahan atas fungsi pemasaran, misalnya penjualan kredit.
- c. Saluran distribusi ikut serta dalam penetapan harga.
- d. Saluran distribusi aktif dalam promosi.

- e. Melalui sarana distribusi konsumen dapat membeli barang dan jasa yang dibutuhkan.
- f. Saluran distribusi dapat menurunkan dana dan biaya.
- g. Saluran distribusi sebagai komunikator antara produsen dan konsumen
- h. Saluran distribusi memberi jaminan atas barang atau jasa kepada konsumen.
- i. Saluran distribusi memberikan pelayanan tambahan kepada konsumen.

2. Distribusi Pangan

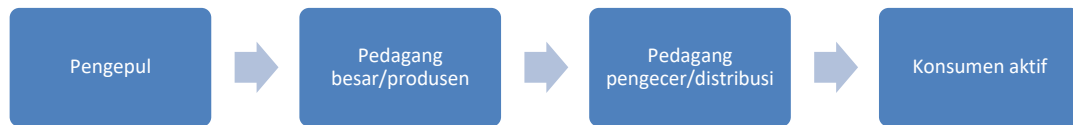
Distribusi pangan menurut Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 adalah suatu kegiatan yang menyalurkan pasokan pangan secara merata setiap saat guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Mengacu pada pasal 47, distribusi pangan dilakukan untuk memenuhi pemerataan ketersediaan pangan ke seluruh wilayah NKRI secara berkelanjutan. Selain itu, distribusi pangan dilakukan agar perseorangan dapat memperoleh pangan dalam jumlah yang cukup, aman, bermutu, beragam, bergizi, dan terjangkau. Pemerintah pusat dan daerah bertanggung jawab terhadap distribusi pangan sesuai dengan kewenangannya, yaitu meliputi mewujudkan kelancaran distribusi pangan dengan mengutamakan pelayanan transportasi yang efektif dan efisien, memberikan prioritas untuk kelancaran bongkar muat produk pangan, berkewajiban menyediakan sarana dan prasarana distribusi pangan (terutama pangan pokok), serta berkewajiban mengembangkan lembaga distribusi pangan masyarakat.

Terdapat dua aspek penting yang terlibat dalam proses distribusi pangan yaitu *channel of distribution* (lembaga yang berfungsi sebagai saluran distribusi) dan *physical distribution* (aktivitas penyaluran arus fisik barang). Tujuan dari distribusi pangan yaitu optimalnya penyampaian aliran komoditas pangan dari produsen ke konsumen (Wowiling dkk, 2018).

3. Pelaku-Pelaku Distribusi Pangan

Distribusi dimaknai sebagai suatu struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam lembaga usaha (seperti produsen, pedagang besar dan pengecer), sehingga kegiatan saluran distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efisien dan efektif. Setiap tahapan proses distribusi barang mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir memerlukan permintaan pengangkutan barang. Proses distribusi ini menunjukkan saluran

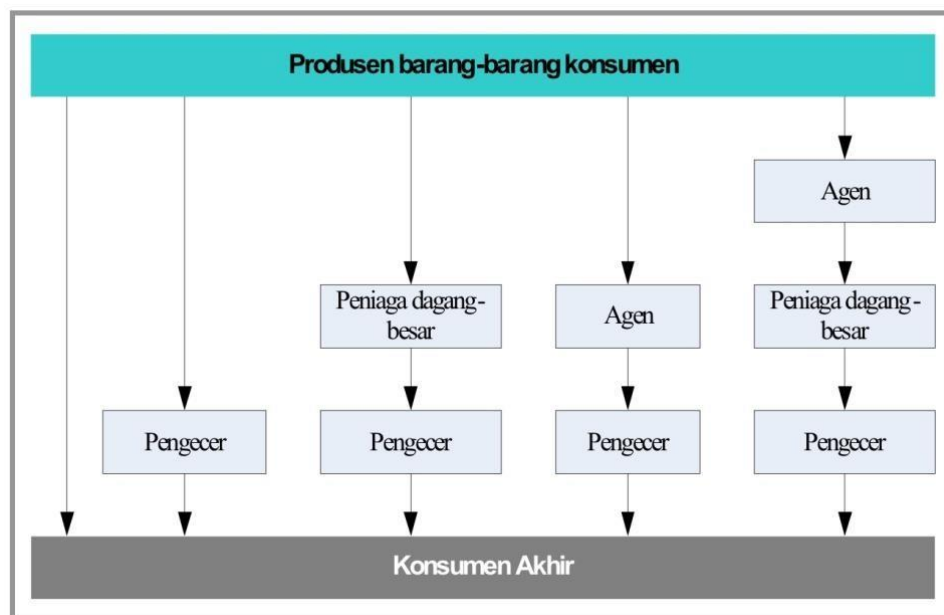
distribusi yang ada, sehingga pelaku-pelaku kegiatan distribusi nantinya dapat diketahui. Secara umum saluran distribusi barang akan mengikuti pola sebagaimana tampak pada Gambar 1 (Proudlove, 1986 dalam Nurkholis, 2003).



Sumber: Proudlove, 1986 dalam Nurkholis (2003)

Gambar 1. Saluran Distribusi

Saluran distribusi terdiri dari beberapa tingkatan. Setiap perantara yang melakukan usaha menyalurkan barang kepada pembeli akhir membentuk suatu tingkatan saluran. Oleh karena produsen maupun pelanggan akhir yang melakukan tugas tersebut, maka mereka merupakan bagian dari setiap saluran.



Sumber: Stanton, 1984

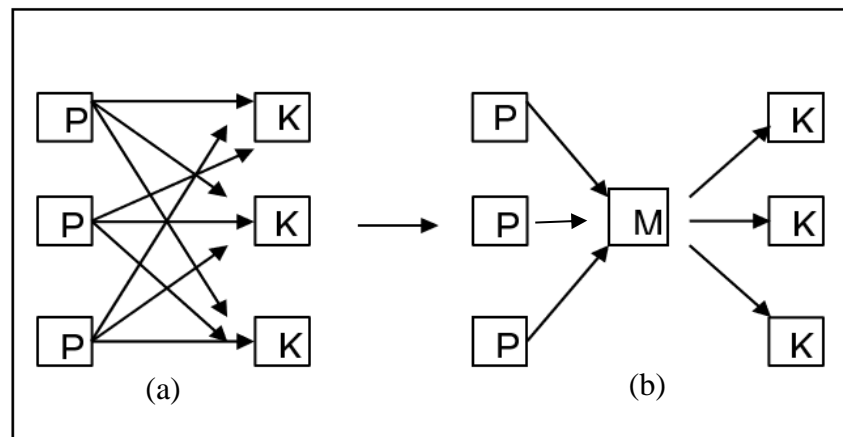
Gambar 2. Tingkat Saluran Distribusi

Berdasarkan Gambar 2, berikut tingkat saluran distribusi menurut Stanton (1984):

1. Saluran nol tingkat (disebut pula saluran distribusi langsung) terdiri dari seorang produsen yang menjual langsung kepada konsumen.
2. Saluran satu tingkat mempunyai satu perantara penjualan. Dalam pasar konsumen, perantara itu sekaligus merupakan pengecer.

3. Saluran dua tingkat mempunyai dua perantara. Di dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar dan sekaligus pengecer.
4. Saluran tiga tingkat mempunyai tiga perantara. Biasanya pemborong berada di tengah, antara grosir dan pengecer. Pemborong membeli dari grosir dan menjual ke pengecer kecil yang biasanya tidak dilayani oleh pedagang besar.

Kebanyakan produsen bekerjasama dengan perantara untuk menyalurkan produk-produk mereka ke pasar untuk mengurangi pekerjaan produsen sehingga bisa mencapai efisiensi sangat tinggi dalam menyediakan barang hingga jumlahnya bisa memenuhi kebutuhan pasar. Berkat hubungan pengalaman, keahlian, dan jangkauan operasi mereka, perantara distribusi bisa melaksanakan peranan melebihi apa yang bisa dilakukan oleh produsen itu sendiri (Gambar 3).



Sumber: Anderson dalam Kotler, 1998

Gambar 3. Peranan Perantara dalam Distribusi

Pada Gambar 3 menunjukkan sebuah sumber penghematan penting yang dihasilkan oleh pedagang perantara. Bagian (a) menunjukkan tiga produsen, setiap produsen melaksanakan distribusi langsung untuk mencapai tiga pelanggan. Sistem ini memerlukan sembilan kontak yang berbeda-beda. Bagian (b) menunjukkan tiga produsen yang beroperasi lewat sebuah perantara untuk menghubungi tiga pelanggan. Sistem ini hanya membutuhkan 6 kontak. Dengan cara ini, berarti pedagang perantara mengurangi jumlah pekerjaan yang harus dilakukan oleh produsen.

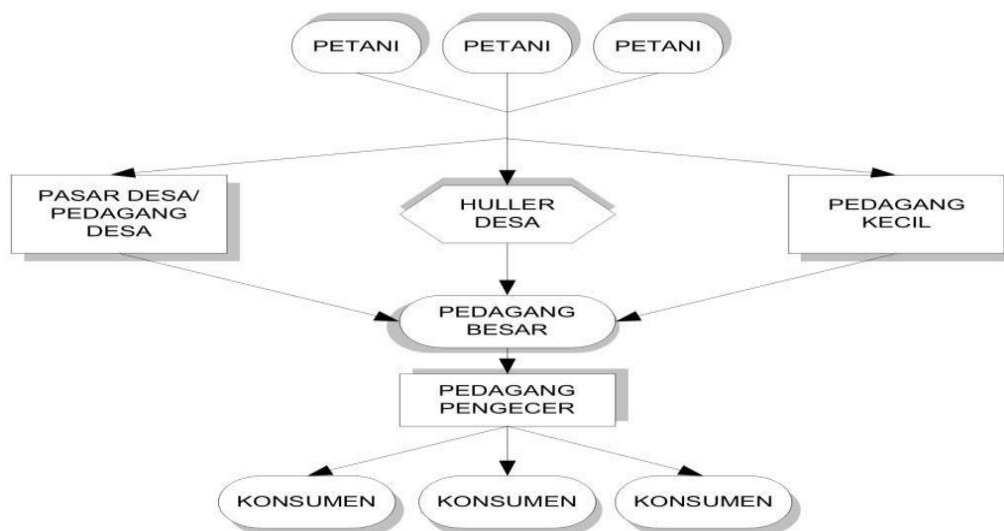
Sedangkan distribusi produk pertanian memiliki empat fungsi utama yaitu pengangkutan, penyimpanan (*storage*), pengolahan dan pembiayaan (*financing*).

Sebagai ilustrasi mengenai struktur dan saluran distribusi komoditas pertanian secara umum, dapat dilihat pada Gambar 4.

Secara garis besar, saluran distribusi komoditas pertanian melalui tiga tingkat pasar utama, yaitu:

1. Pasar pengumpul lokal, yaitu pasar yang berfungsi melayani pengumpulan dan sekaligus penjualan komoditas dengan skala wilayah relatif kecil (lokal).
2. Pasar pengumpul regional (pasar transito), yaitu pasar dengan ukuran lebih besar dibanding dengan pasar lokal yang melayani wilayah yang lebih.
3. Pasar penjualan (distribusi terakhir), yaitu pasar penjualan komoditas pada tingkatan terakhir dengan skala yang relatif sangat besar (sekumpulan pengecer).

Sebagai ilustrasi mengenai struktur dan saluran distribusi komoditas pertanian ini dapat dilihat pada Gambar 4.



Sumber: Mubyarto, 1986

Gambar 4. Struktur dan Saluran Distribusi Produksi Komoditas Pertanian.

Mubyarto (1986) menyatakan bahwa sistem distribusi dianggap efisien apabila memenuhi dua syarat sebagai berikut:

1. Mampu menyampaikan hasil-hasil dari petani (produsen) kepada konsumen dengan biaya semurah-murahnya.
2. Mampu mengadakan pembagian yang adil daripada keseluruhan harga yang dibayar konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan distribusi barang itu.

Johnston dan Mellor (1961) berpendapat bahwa pertanian mengandung faktor-faktor yang esensial dalam pengembangan ekonomi dan wilayah yang berbasis industri. Mereka menyimpulkan terdapat peran sektor pertanian dalam pengembangan ekonomi:

1. Meningkatkan penyediaan pangan bagi konsumsi domestik.
2. Menghasilkan tenaga kerja bagi kegiatan industri.
3. Memperluas dan memperbesar ukuran pasar bagi hasil produksi industri.
4. Meningkatkan pendapatan domestik; dan
5. Mendapatkan kurs luar negeri.

Kelima peran ini menurut Johnston dan Mellor mempunyai kedudukan kepentingan yang sama dalam pengembangan ekonomi dan wilayah. Kedua ahli tersebut berusaha untuk menciptakan suatu ‘pertumbuhan yang seimbang’ yaitu antara sektor pertanian dengan sektor industri, walaupun di negara–negara kurang berkembang amat sulit dilakukan. Tetapi hal ini mendasari pentingnya pengembangan sektor pertanian, yaitu dengan menurunkan penyediaan hasil pertanian terhadap sektor industri dan memaksimalkan hasil produksi pertanian sebagai kontribusi pada pertumbuhan secara keseluruhan (Johnston dan Mellor, 1961). Kondisi yang perlu dikembangkan adalah adanya keterhubungan pasar antara sektor pertanian yang dinamis dengan sektor industri dan jasa yang berkembang dengan pesat sehingga menimbulkan suatu pilihan sektor bagi para penduduk di daerah pedesaan tersebut untuk berpartisipasi (Muta’ali, 2019). Hubungan antara pasar (distribusi) dengan bahan baku (komoditas) akan membentuk suatu pola pemasaran dan pola pergerakan yang merupakan salah satu aspek pembentuk pola ruang aliran komoditas.

2.1.5 Teori Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan menurut Saragih dkk (2020) merupakan suatu konsep pembangunan untuk memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengganggu kemampuan generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hidayat (2007) menambahkan bahwa saat ini pembangunan berkelanjutan menjadi isu penting dan menjadi tuntutan dalam berbagai bidang pembangunan, terutama dalam pembangunan yang berkaitan dengan sumber daya alam, termasuk pasokan pangan pokok.

Distribusi komoditas pangan merupakan suatu sistem yang saling terintegrasi satu sama lain. Keterpaduan ini akan berdampak pada berbagai aspek, terutama aspek ekonomi, sosial, lingkungan, kelembagaan dan teknologi. Kelima aspek ini dapat dirasakan oleh berbagai pihak, terutama para pelaku distribusi (korporasi, grosir, pedagang besar, pedagang pengecer), pemerintah pusat maupun daerah, serta masyarakat luas sebagai konsumen akhir. Kelima aspek ini terkait dalam pendistribusian komoditas pangan yang saling terintegrasi (Prabowo, 2010). Aspek ekonomi, sosial, dan kelembagaan/institusi/organisasi yang terlibat dalam setiap rantai distribusi bahan pangan akan berpengaruh langsung terhadap kinerja rantai pasok/rantai distribusi secara keseluruhan (Gunadi, Nazli, Putri, dan Noorachmat, 2019).

Aspek sosial merupakan aspek yang berkaitan dengan unsur-unsur sosial. Misalnya adat istiadat, komunitas, tradisi, lembaga sosial, dan kelompok masyarakat. Selain itu, aspek ini membahas hal yang berkenaan dengan unsur pendidikan, agama, bahasa, kesenian, dan budaya yang ada di suatu negara. Berbeda dengan aspek sosial, aspek ekonomi merupakan aspek geografi sosial yang berkaitan dengan hal-hal ekonomis. Secara umum aspek ekonomi membahas mengenai hal-hal yang berkenaan dengan unsur pertanian, perkebunan, pertambangan, perikanan, industri, perdagangan, transportasi dan pasar (Nainggolan, 2008).

Aspek teknologi dan lingkungan yaitu penerapan secara teknis terkait inovasi teknologi pertanian yang ramah lingkungan dan berperan penting dalam meningkatkan produktivitas pertanian secara optimal agar dapat memenuhi kebutuhan generasi mendatang. Sedangkan aspek kelembagaan merupakan sebuah komponen yang penting dalam suatu wilayah yang mempunyai fungsi ataupun peranan sebagai agen sosialisasi perubahan terencana yang tumbuh dari masyarakat dan atau diprakarsai oleh pemerintah/*stakeholder* terkait (Hariyadi, 2010).

Setiawan (2020) menyatakan bahwa aspek kelembagaan penting untuk dipelajari sebagai struktur sosial, karena semakin berkembang dan modern baik secara formal maupun informal. Interaksi-interaksi pelaku pertanian telah menciptakan pencampuran sosial budaya tani, sehingga menumbuhkan budaya pertanian yang beragam, baik yang terkait dengan layanan input, informasi dan inovasi, komoditas, teknik budidaya, penanganan pascapanen, pengolahan hingga

pemasaran. Bahkan, kelembagaan ini dipengaruhi oleh kebijakan komunitas maupun korporasi secara global. Oleh karena itu, berdasarkan pada kondisi yang terjadi di tingkat bawah dan kebijakan pemerintah maka perlu penguatan kelembagaan yang saling terintegrasi antara subsistem satu dengan subsistem lainnya dalam sistem distribusi komoditas pangan.

Ramadhan *et al.*, (2022) berpendapat bahwa kelembagaan merupakan faktor penting dalam mengatur hubungan antar individu untuk penguasaan faktor produksi yang langka. Elizabeth (2008) menambahkan bahwa aspek kelembagaan mempunyai peran strategis dalam menunjang pembangunan pertanian. Dalam sistem agribisnis, kelembagaan merupakan subsistem jasa penunjang yang berperan dalam pengadaan sarana produksi, usahatani, pengolahan hasil pertanian dan pemasaran. Agribisnis akan berjalan dengan baik apabila tidak terjadi kesenjangan antara lembaga penunjang dengan kegiatan usahatani (Tedjaningsih dkk, 2018).

Mackay *et al.*, dalam Nuraini *et al.*, (2016) menyatakan ada empat dimensi untuk mempelajari suatu kelembagaan (*institutional assessment*), yaitu sebagai berikut:

1. Kondisi lingkungan eksternal (*the environment*)

Lingkungan eksternal meliputi kondisi politik dan pemerintahan (*administratif and external policies environment*), sosiokultural (*socio cultural environment*), teknologi (*technological environment*), kondisi perekonomian (*economic environment*), berbagai kelompok kepentingan (*stakeholders*), infrastruktur, serta kebijakan terhadap pengelolaan sumberdaya alam (*policy natural resources environment*).

2. Motivasi kelembagaan (*institutional motivation*)

Kelembagaan dipandang sebagai suatu unit kajian yang memiliki jiwanya sendiri, terdapat empat aspek yang bisa dipelajari untuk mengetahui motivasi kelembagaan yaitu sejarah kelembagaan (*institutional history*), misi yang diembannya, kultur yang menjadi pegangan dalam bersikap dan berperilaku anggotanya, serta pola penghargaan yang dianut (*incentive schemes*). Suatu fakta sosial adalah fakta historik, sejarah perjalanan kelembagaan merupakan pintu masuk yang baik untuk mengenali secara cepat aspek aspek kelembagaan yang lain.

3. Kapasitas kelembagaan (*institutional capacity*)

Kapasitas kelembagaan (*institutional capacity*), meliputi bagaimana kemampuan kelembagaan untuk mencapai tujuan-tujuannya sendiri. Kemampuan tersebut diukur dari lima aspek, yaitu: strategi kepemimpinan yang dipakai (*strategic leadership*), perencanaan program (*program planning*), manajemen dan pelaksanaannya (*management and execution*), alokasi sumberdaya yang dimiliki (*resource allocation*), dan hubungan dengan pihak luar yaitu terhadap *clients, partners, government policymakers*, dan *external donors*.

4. Kinerja kelembagaan (*institutional performance*).

Kinerja kelembagaan (*institutional performance*), terdiri dari: keefektifan kelembagaan dalam mencapai tujuan-tujuannya, efisiensi penggunaan sumber daya, dan keberlanjutan kelembagaan berinteraksi dengan para kelompok kepentingan di luarnya.

Pendekatan sistem agribisnis memandang bahwa pendistribusian komoditas pangan di suatu wilayah tertentu bisa bergerak apabila dikonsolidasikan dan terhubung dengan seluruh pelaku dalam rantai komoditas dan didukung oleh infrastruktur publik. Hal ini dapat dikatakan unit agribisnis industrial, di mana semua pelaku dalam rantai komoditas bersatu terintegrasi. Analisis ekonomi, sosial, lingkungan, kelembagaan dan teknologi dalam bidang pertanian adalah analisis yang ditujukan untuk memperoleh deskripsi mengenai suatu fenomena sosial ekonomi pertanian yang berkaitan dengan hubungan antara dua atau lebih pelaku interaksi sosial ekonomi, mencakup dinamika aturan-aturan yang berlaku dan disepakati bersama oleh para pelaku interaksi, disertai dengan analisis mengenai hasil akhir yang diperoleh dari interaksi yang terjadi (Hadi *et al.*, 2019; Nuraini *et al.*, 2016).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Peneliti	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
1	Yandra Arkeman, Marimin, Asma Assa. (2021). Analisis Keberlanjutan Rantai Pasok Agroindustri Kakao Menggunakan	<ul style="list-style-type: none"> Persamaan: Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, alat analisis menggunakan <i>Multi Dimensional Scaling</i> 	Status keberlanjutan agroindustri kakao ditinjau dari multidimensi (dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan) mempunyai indeks keberlanjutan sebesar 29,33%

No	Judul dan Peneliti	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
	Muti Dimensional Scaling.	(MDS) dan Meninjau tingkat keberlanjutan dari dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan. • Perbedaan: Lokasi penelitian, objek penelitian dan cakupan penelitian.	yang menunjukkan bahwa agroindustri kakao saat ini dinilai kurang berkelanjutan. Indeks keberlanjutan yang paling rendah adalah dari dimensi ekonomi sebesar 20,75% (tidak berkelanjutan) dan paling tinggi adalah dimensi lingkungan sebesar 43,41% (kurang berkelanjutan), sehingga perlu penanganan pada setiap indikator kunci di masing masing dimensi. Indikator kunci pada indikator dimensi lingkungan adalah produk sampingan kakao, indikator kunci pada dimensi sosial adalah terbentuknya kelembagaan dan indikator kunci pada dimensi ekonomi adalah keseimbangan distribusi keuntungan.
2	Raden Faridz, Arifin, Soemarno, Henny Pramodyo. (2018). Indeks dan Status Keberlanjutan Ketersediaan Tembakau Madura	• Persamaan: Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, alat analisis menggunakan <i>Multi Dimensional Scaling</i> (MDS) dan Meninjau tingkat keberlanjutan dari dimensi ekonomi, sosial, kelembagaan, teknologi dan lingkungan • Perbedaan: Lokasi penelitian, objek penelitian dan cangkupan penelitian.	Indeks Status Keberlanjutan ketersediaan tembakau Madura secara multidimensi di tingkat Kabupaten Pamekasan cukup berkelanjutan. Indeks status yang cukup berkelanjutan ini berlaku pula untuk setiap kategori setiap kategori lahan yang digunakan yaitu pada lahan sawah, tegal dan gunung. Sedangkan dilihat dimensinya Dimensi Teknologi memiliki indeks dan status keberlanjutan ketersediaan tembakau tertinggi. Selanjutnya peringkat kedua, ketiga dan keempat masing-masing adalah dimensi Ekologi, Kelembagaan dan Sosial Ekonomi.
3	Gusti Reza Puspita, Tuti Karyani, Iwan Setiawan. (2023). Keberlanjutan Korporasi Petani Jagung di Kabupaten Bandung, Jawa Barat	• Persamaan: Alat analisis menggunakan <i>Multi Dimensional Scaling</i> (MDS) dan Meninjau tingkat keberlanjutan dari dimensi ekonomi, sosial, lingkungan	Tingkat keberlanjutan korporasi petani jagung terkait dengan dimensi ekonomi berada dalam kategori cukup berkelanjutan (63,76%), dimensi sosial budaya berada dalam kategori sangat berkelanjutan (76,12%), dimensi lingkungan berada

No	Judul dan Peneliti	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
		<p>(ekologi), kelembagaan dan teknologi.</p> <ul style="list-style-type: none"> Perbedaan: Lokasi penelitian, objek penelitian dan cakupan penelitian. 	<p>dalam kategori cukup berkelanjutan (72,25%), dimensi teknologi berada dalam kategori sangat berkelanjutan (77,85%), serta dimensi hukum dan kelembagaan berada dalam kategori sangat berkelanjutan (83,01%). Hasil analisis leverage menunjukkan terdapat sepuluh atribut sensitif berpengaruh terhadap keberlanjutan, antara lain 1) dimensi ekonomi: akses pasar, hasil produksi usaha tani, dan kontribusi terhadap peningkatan produksi; 2) dimensi sosial budaya: regenerasi petani dan partisipasi keluarga dalam petani; 3) dimensi lingkungan: akses terhadap pengairan dan penggunaan pestisida nabati (alami); 4) dimensi teknologi: respon petani terhadap teknologi baru; dan 5) dimensi hukum dan kelembagaan: keberadaan lembaga keuangan mikro (LKM) dan ketersediaan petugas penyuluh pertanian.</p>
4	<p>Tennisya Febrianti Suardi, Lies Sulistyowati, Trisna Insan Noor, Iwan Setiawan. (2022). Analysis of the Sustainability Level of Smallholder Oil Palm Agribusiness in Labuhanbatu Regency, Norht Sumatra</p>	<ul style="list-style-type: none"> Persamaan: Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, alat analisis menggunakan <i>Multi Dimensional Scaling</i> (MDS) dan Meninjau tingkat keberlanjutan dari dimensi ekonomi, sosial, kelembagaan, teknologi dan lingkungan Perbedaan: Lokasi penelitian, objek penelitian dan cakupan penelitian. 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan multidimensi agribisnis kelapa sawit rakyat di Kabupaten Labuhanbatu berada pada kategori “cukup berkelanjutan”. Hal ini menggambarkan bahwa agribisnis kelapa sawit memerlukan dukungan pemangku kepentingan untuk meningkatkan status keberlanjutannya. Nilai tertinggi adalah dimensi ekonomi karena merupakan sumber penghidupan utama petani kelapa sawit, sedangkan nilai terendah adalah dimensi lingkungan hidup. Nilai yang diperoleh dipengaruhi oleh penggunaan input produksi yang tidak sesuai dengan rekomendasi.</p>

No	Judul dan Peneliti	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
5	Petir Papilo, Marimin, Erliza Hambali, Imas, S.Sitanggang. (2018). Sustainability Index Assessment of palm oil Based Bioenergy in Indonesia.	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan: Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, alat analisis menggunakan <i>Multi Dimensional Scaling</i> (MDS) dan Meninjau tingkat keberlanjutan dari dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan • Perbedaan: Lokasi penelitian, objek penelitian dan cakupan penelitian. 	Tingkat keberlanjutan masing-masing aspek, yaitu skor indeks aspek ekonomi sebesar 38,03% (kurang berkelanjutan), aspek sosial sebesar 16,07% (tidak berkelanjutan) dan aspek lingkungan sebesar 50,97% (berkelanjutan sedang). Kesimpulannya, indeks keberlanjutan ini diharapkan dapat berguna sebagai landasan dalam menentukan strategi terbaik pengembangan bioenergi Indonesia di masa depan.

2.3 Pendekatan Masalah

Kebutuhan pangan semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk sebab pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama (Lestari, 2020). Dinamika dan kompleksitas dalam memenuhi kebutuhan pangan menimbulkan berbagai permasalahan, tantangan, potensi dan peluang yang terus berkembang sehingga perlu diantisipasi dan diatasi melalui kerjasama yang harmonis antar seluruh pihak terkait. Hadi dkk (2019) mengatakan bahwa pemerintah berkewajiban mewujudkan ketersediaan, keterjangkauan, dan pemenuhan konsumsi pangan yang cukup, aman, bermutu, bergizi dan seimbang baik pada tingkat nasional maupun daerah hingga perseorangan secara merata di seluruh wilayahnya sepanjang waktu dengan memanfaatkan sumber daya, kelembagaan dan budaya lokal.

Pemenuhan pangan dibutuhkan proses pengadaan dan distribusi pangan. Siahaya (2016) menyatakan bahwa strategi pengadaan (*procurement strategy*) merupakan usaha terbaik yang dilakukan untuk mencapai tujuan pengadaan dalam memperoleh barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Penerapan strategi pengadaan dapat mewujudkan tujuan pengadaan secara efisien dan efektif, berdasarkan enam tepat (6T) yaitu tepat kualitas (*right quality*), tepat kuantitas (*right quantity*), tepat sumber (*right source*), tepat waktu (*right delivery/completion*), tepat biaya (*right cost*) dan tepat tempat (*right place*) untuk mencapai target dan kinerja pengadaan. Sedangkan dalam pendistribusian pangan secara garis besar, saluran distribusi komoditas melalui tiga tingkat pasar utama, yaitu: 1) Pasar pengumpul

lokal, yaitu pasar yang berfungsi melayani pengumpulan dan sekaligus penjualan komoditas dengan skala wilayah relatif kecil (lokal). 2) Pasar pengumpul regional (pasar transito), yaitu pasar dengan ukuran lebih besar dibanding dengan pasar lokal yang melayani wilayah yang lebih. 3) Pasar penjualan (distribusi terakhir), yaitu pasar penjualan komoditas pada tingkatan terakhir dengan skala yang relatif sangat besar (sekumpulan pengecer).

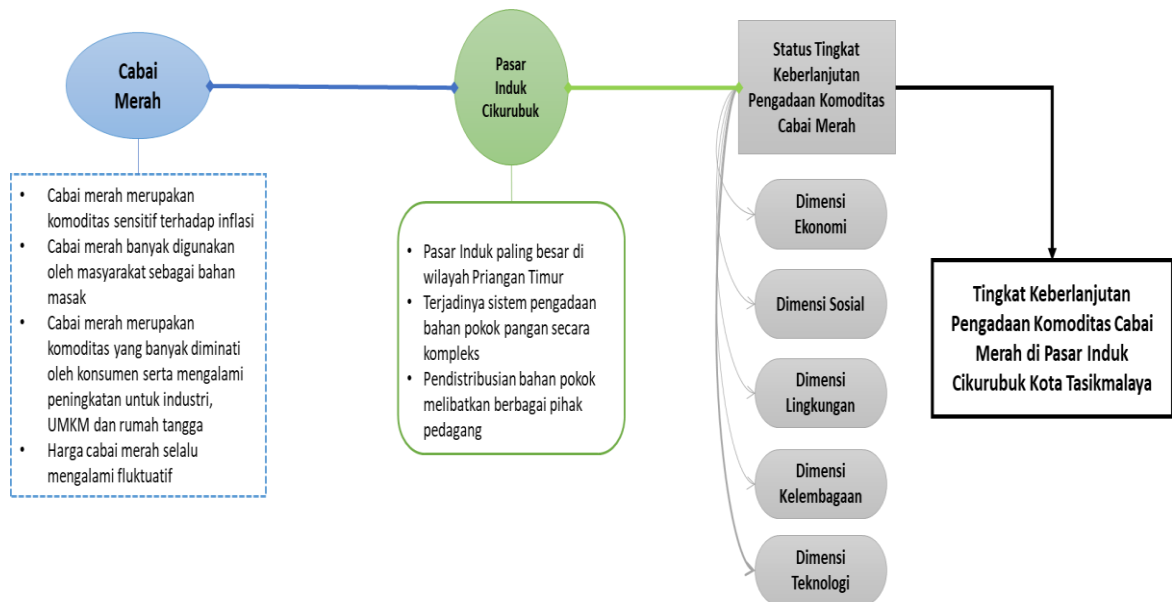
Hasil penelitian Nasution dan Rifai (2019) mengemukakan bahwa urusan pangan di Indonesia khususnya di Jawa Barat masih mengalami permasalahan, mulai dari persediaan pangan dan kemampuan daya masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pangan. Permasalahan ketersediaan pangan biasanya meliputi produksi, distribusi maupun konsumsi logistik pangan. Di wilayah Priangan Timur, khususnya Tasikmalaya dan Ciamis mengalami permasalahan terkait jalur distribusi yang menyebar ke kota-kota besar. Berdasarkan potensial lahan pertanian khususnya Kabupaten Tasikmalaya dan Ciamis merupakan sentra produksi pertanian, namun inflasi bahan makanan tetap tinggi. Harga komoditas bahan makanan pokok khususnya cabai merah sering kali memiliki andil yang besar terhadap inflasi daerah.

Cabai merah merupakan komoditas yang banyak diminati serta dikonsumsi banyak kalangan seperti industri, UMKM, dan masyarakat umum digunakan untuk bahan utama masakan, sehingga keberadaan komoditas ini sangat penting. Bila terjadi kurangnya ketersediaan cabai merah akan mempengaruhi harga (Wulandari, 2020), begitu juga harga ketika hari-hari besar seperti hari raya Idul Fitri dan hari raya Agung terjadi peningkatan signifikan dari sisi harga dan permintaan.

Pasar Induk Cikurubuk merupakan sentra pasar tradisional di Kota Tasikmalaya yang menyediakan kebutuhan pangan daerah sekitar, terutama di wilayah Priangan Timur. Hal ini menjadikan kegiatan di Pasar Cikurubuk menunjang terhadap pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Kota Tasikmalaya khususnya, dan Priangan Timur pada umumnya. Peran pasar sangat penting untuk mengetahui proses pengadaan pangan pokok khususnya cabai merah di Pasar Induk Cikurubuk. Pangan pokok diperoleh dari Kota Tasikmalaya, dalam dan luar Priangan Timur, bahkan luar provinsi yang dipasok oleh petani maupun pengumpul melalui pedagang besar dan pedagang kecil.

Saragih (2020) mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan merupakan suatu konsep pembangunan untuk memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengganggu kemampuan generasi selanjutnya dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hidayat (2007) menambahkan bahwa saat ini pembangunan berkelanjutan menjadi isu penting dan menjadi tuntutan dalam berbagai bidang pembangunan, terutama dalam pembangunan yang berkaitan dengan sumber daya alam, termasuk sayuran yang salah satunya adalah cabai merah.

Keberlangsungan Pasar Induk Cikurubuk sebagai pasar induk yang berperan untuk memenuhi kebutuhan lokal maupun luar kota Tasikmalaya menjadi tujuan utama, khususnya pengadaan cabai merah. Upaya pengoptimalan keberlanjutan ini perlu ditinjau dari dimensi ekonomi, sosial, lingkungan, kelembagaan dan teknologi. Rincian alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pendekatan Masalah