



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6628-6636

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Rantai Pasok dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong

Ella Sandi Lestari, Mira Yanuarti, Anadiya Pingki, Fery Murtiningrum
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pat Petulai
ellaksndi541@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan pada Mei hingga Juni 2025 di Desa Sumber Bening, Kecamatan Selupu Rejang, Kabupaten Rejang Lebong, yang merupakan sentra penghasil kubis tertinggi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui rantai pasok dan tingkat efisiensi pemasaran kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong. Penentuan responden produsen kubis menggunakan metode Purposive Sampling dengan kriteria petani yang memproduksi kubis selama periode penelitian dan responden lembaga pemasaran kubis menggunakan metode Snowball Sampling berdasarkan rekomendasi responden sebelumnya. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok kubis terbagi menjadi empat pola: (1) Produsen – Konsumen, (2) Produsen – Pengepul – Konsumen, (3) Produsen – Pengecer – Konsumen, dan (4) Produsen – Pengepul – Pengecer – Konsumen. Aliran produk bergerak dari hulu ke hilir, didukung oleh aliran informasi dua arah melalui komunikasi langsung, telepon dan WhatsApp mengenai ketersediaan, kualitas, status pengiriman, dan harga. Aliran keuangan berupa pembayaran tunai dan non-tunai bergerak berlawanan arah dengan aliran produk. Seluruh rantai pasok kubis dinyatakan efisien karena nilai efisiensi < 50%. Urutan pola rantai pasok yang paling efisien adalah Pola I sebesar 0,93%, diikuti Pola II 4,77%, Pola III 6,01%, dan Pola IV 9,02%.

Kata kunci: Kubis, Rantai pasok, Marjin pemasaran, Marjin Keuntungan, Efisiensi pemasaran.

1. Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia memegang peranan penting dalam perekonomian nasional dengan struktur ekonomi agraris. Indonesia dikenal sebagai negara agraris yang kurang lebih 60% penduduknya bekerja di bidang pertanian [1]. Potensi ekonomi yang masih cukup menjanjikan di era sekarang ini salah satunya yaitu usaha pertanian hortikultura. Kabupaten Rejang Lebong merupakan salah satu wilayah di Provinsi Bengkulu yang memproduksi tanaman hortikultura yang tinggi. Salah satu produk hortikultura yang banyak dikembangkan di Kabupaten Rejang Lebong yaitu hortikultura kubis. Kubis (*Brassica oleracea L.*) merupakan salah satu jenis tanaman sayur-sayuran dari famili *Brassicaceae*. Tanaman ini sangat potensial untuk dibudidayakan karena memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi dan juga memiliki nilai ekonomis [2].

Berdasarkan data BPS pada tahun 2022 produksi hortikultura kubis di Kecamatan Selupu Rejang mencapai 192.240 kuintal, tertinggi dibandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Kabupaten Rejang Lebong [3]. Desa Sumber Bening merupakan salah satu desa di Kecamatan Selupu Rejang yang menjadi sentra penghasil kubis tertinggi. Rantai pasok kubis mengacu pada jaringan aktivitas yang terlibat dalam membawa kubis dari petani ke konsumen. Rantai pasok adalah jaringan yang secara bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk sampai ke tangan konsumen. Terdapat tiga macam aliran yang harus dikelola dalam rantai pasok tersebut yaitu aliran fisik, aliran pembayaran, dan aliran informasi [4].

Budidaya kubis memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian. Namun dalam menjalankan usahatani sebagaimana halnya usahatani kubis, tentu tidak selalu berjalan dengan baik seperti yang

diharapkan petani. Produk-produk pertanian hortikultura seperti kubis memiliki sifat yang mudah rusak dan tidak dapat disimpan terlalu lama dalam keadaan segar sehingga mengharuskan petani segera menjual produknya sebelum produk tersebut rusak dan mengalami kerugian. Memahami model aliran rantai pasok kubis dan efisiensi sangat penting untuk memastikan kelancaran distribusi, meningkatkan efisiensi, kualitas produk, akses pasar, dan stabilitas harga kubis. Berdasarkan latar belakang penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana rantai pasok kubis dan tingkat efisiensi pemasaran pada setiap rantai pemasaran kubis dengan judul “Rantai Pasok dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong”.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni tahun 2025 dengan lokasi penelitian di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang yang dipilih secara *purposive sampling* atau secara sengaja. Pemilihan lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Desa Sumber Bening merupakan sentra penghasil kubis tertinggi di Kecamatan Selupu Rejang.

2.1. Metode Penentuan Responden

Metode penentuan responden pada penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling* untuk menentukan responden produsen kubis dan *Snowball Sampling* untuk menentukan responden lembaga pemasaran kubis. Menurut [5], *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode penentuan sampel produsen dipilih dengan pertimbangan yaitu petani yang ada di Desa Sumber Bening yang memproduksi kubis dalam kurun waktu periode penelitian. Kriteria ini dipilih sejalan dengan tujuan penelitian yaitu mengenai rantai pasok kubis yang ada di Desa Sumber Bening dan pemilihan kriteria mengenai pada saat periode penelitian untuk mendapatkan data informasi dan biaya yang akurat. Metode *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil hingga jumlah sampel semakin banyak. Ibarat bola salju yang menggelinding semakin lama semakin besar [5]. Metode *Snowball Sampling* digunakan untuk menentukan responden pada lembaga pemasaran kubis dengan cara mencari informasi yang didapat dari rekomendasi responden sebelumnya.

2.2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui pola struktur rantai pasok meliputi mekanisme dan proses pemasaran kubis. Analisis data kuantitatif digunakan untuk mengukur efisiensi rantai pasok kubis dengan menganalisis margin pemasaran, margin keuntungan dan efisiensi pemasaran kubis di Desa Sumber Bening.

2.2.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif yaitu menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, situasi dari berbagai data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara atau pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi di lapangan [6]. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk mengetahui dan menggambarkan rantai pasok pada komoditas kubis di Desa Sumber Bening.

2.2.2 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani [7]. Analisis yang dilakukan menggunakan data primer yang diambil dari semua pelaku pemasaran kubis dimulai dari produsen sampai konsumen. Rumus margin pemasaran :

$$Mi = Psi - Pbi$$

Keterangan : Mi = Margin pemasaran pada tingkat i

Psi = Harga jual pasar pada tingkat i

Pbi = Harga beli pasar pada tingkat i

2.2.3 Margin Keuntungan

Margin keuntungan adalah keuntungan yang didapatkan di tiap lembaga pemasaran. Margin keuntungan merupakan indikator yang utama tentang keberhasilan perusahaan secara keseluruhan [8]. Margin keuntungan dihitung berdasarkan rumus :

$$\Pi = Psi - Pbi - Ci$$

Keterangan : Π = Keuntungan lembaga Pemasaran tingkat i
 P_{si} = Harga jual pasar pada tingkat i
 P_{bi} = Harga beli pasar pada tingkat i
 C_i = Biaya lembaga pemasaran tingkat i

2.2.4 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi saluran pemasaran dilakukan dengan menggunakan konsep efisiensi pemasaran dimana efisiensi pemasaran merupakan perbandingan antara total biaya pemasaran dengan total nilai produk yang dipasarkan, sehingga dapat dirumuskan [9]. Rumus Efisiensi Pemasaran :

$$EP = \frac{Be}{He} \times 100\%$$

Keterangan: EP = Efisiensi Pemasaran
 Be = Biaya pemasaran (Rupiah)
 He = Harga beli konsumen (Rupiah)

Kriteria pengambilan keputusan :

1. $EP < 50\%$ = Efisien
2. $EP > 50\%$ = Tidak Efisien

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini mencakup beberapa aspek demografis dan sosial ekonomi yang relevan dengan topik penelitian. Data ini dikumpulkan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang sampel yang digunakan dalam penelitian. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini sebagai berikut :

3.1.1 Karakteristik Responden Produsen Kubis

Tabel 1. Karakteristik Responden Produsen Kubis di Desa Sumber Bening Mei-Juni tahun 2025

Informasi Umum	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	47	97
	Perempuan	1	3
Jumlah		48	100
Usia	20-40 Tahun	16	33
	41-61 Tahun	26	54
	62-82 Tahun	6	13
Jumlah		48	100
Tingkat Pendidikan	SD	12	25
	SMP	14	29
	SMA	20	42
	D3/S1	2	4
Jumlah		48	100
Pengalaman Usahatani	1-15 Tahun	12	25
	16-30 Tahun	26	55
	31-45 Tahun	7	15
	46-60 Tahun	2	5
Jumlah		48	100
Luas lahan kubis	1.000 – 2.000 m ²	34	71
	2.100 – 3.100 m ²	11	23
	3.200 – 4.200 m ²	3	6
Jumlah		48	100

Sumber : Data primer diolah (2025).

Berdasarkan data pada tabel 1 karakteristik responden produsen kubis berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden laki-laki 47 orang dengan persentase 97% dan perempuan 1 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan laki-laki lebih banyak ambil alih dalam melaksanakan usahatani, sedangkan perempuan lebih sedikit. Hal ini sejalan dengan pendapat Mongdong,dkk (2023) menyebutkan bahwa petani dengan jenis kelamin perempuan cenderung kurang maksimal dalam melakukan kegiatan usahatani karena kemampuan fisik perempuan lebih rendah dibandingkan laki-laki.

Karakteristik responden produsen berdasarkan usia diketahui bahwa usia mayoritas responden berkisar pada usia 41 tahun – 61 tahun. Usia tersebut merupakan usia produktif untuk bekerja, hal ini sejalan dengan pendapat Andini (2013) yang menyebutkan bahwa penduduk usia kerja merupakan penduduk yang berusia mulai dari 15 tahun sampai usia 64 tahun. Sedangkan penduduk bukan usia kerja adalah penduduk dengan usia 0 sampai 14 tahun dan penduduk usia lebih dari 65 tahun.

Tingkat pendidikan responden terbagi menjadi beberapa tingkatan yaitu SD, SMP, SMA dan S1. Rata-rata tingkat pendidikan responden berkisar pada tingkat pendidikan SMA. Hal ini menandakan bahwa tingkat pendidikan responden cukup tinggi dan pelaku usahatani memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengelola usahatannya. Menurut Mulyaningsih (2018) tingkat pendidikan mempengaruhi sikap, tindakan, dan pola pikir petani dalam mengambil keputusan terhadap inovasi. Selain itu, tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seorang tenaga kerja bukan saja dapat meningkatkan produktifitas dan mutu kerja yang dilakukan, tetapi sekaligus mempercepat proses penyelesaian kerja yang diusahakan.

Pengalaman usaha responden pada penelitian ini rata-rata pengalaman usaha responden yaitu selama 22 tahun. Pada penelitian Mardani & Halus (2017) menyebutkan bahwa tingkat pengalaman berusahatani juga berpengaruh terhadap tingkat kemampuan dalam berusahatani. Pengalaman berusahatani juga dapat menambah keterampilan petani dan meningkatkan sistem berusahatani yang lebih baik.

Luas lahan kubis paling banyak berkisar antara 1.000 – 2.000 m² sebanyak 34 orang. Luas lahan pertanian milik petani di Desa Sumber Bening sendiri yang tidak terlalu luas, petani ini tergolong dalam petani berlahan sedang dan mencerminkan skala pertanian yang umum di daerah tersebut. Penelitian Elfadina,dkk (2019) menyebutkan bahwa petani lahan sedang cenderung memiliki pendapatan pertanian yang lebih stabil dan signifikan, sehingga mereka lebih berorientasi pada pertanian komersial meskipun dalam skala terbatas dan memiliki akses modal yang sedikit lebih baik untuk mengadopsi teknologi menengah.

3.1.2 Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Kubis

Tabel 2. Karakteristik Responden Lembaga Pemasaran Kubis di Desa Sumber Bening

Informasi Umum	Indikator	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Laki-laki	7	54
	Perempuan	6	46
Jumlah		13	100
Usia	20-35 Tahun	2	15
	46-51 Tahun	9	70
	52-67 Tahun	2	15
Jumlah		13	100
Tingkat Pendidikan	SD	1	8
	SMP	5	38
	SMA	6	46
	D3/S1	1	8
Jumlah		13	100
Lama Usaha	1 - 10 Tahun	7	54
	11 - 21 Tahun	4	31
	22 - 32 Tahun	2	15
Jumlah		13	100

Sumber : Data primer diolah (2025).

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah salah satu variabel demografis yang paling dasar dan penting dalam penelitian. Pada tabel 13 menunjukkan jumlah responden laki-laki sebanyak 7 jiwa atau sekitar 54% dari jumlah responden. Jumlah responden perempuan sebanyak 6 jiwa atau 46% dari total jumlah responden. Usia merupakan faktor yang paling erat kaitannya dengan kekuatan dan kemampuan dalam melakukan kegiatan usaha. Berdasarkan data pada tabel 13, usia responden lembaga pemasaran kubis dibagi menjadi tiga kelompok yaitu usia 20-35 tahun sebanyak 2 orang, usia 36-51 tahun sebanyak 9 orang dan usia 52-67 tahun sebanyak 2 orang. Rata-rata responden lembaga pemasaran berada di usia sekitar usia 36-51 tahun.

Karakteristik responden lembaga pemasaran berdasarkan tingkat pendidikan sangat relevan dalam memahami perilaku, preferensi, dan kemampuan dalam mengelola bisnis dan pemasaran. Berdasarkan data pada tabel 13, tingkat pendidikan responden lembaga pemasaran dikelompokkan menjadi empat yaitu dari tingkat pendidikan SD sebanyak 1 orang, SMP sebanyak 5 orang, SMA sebanyak 6 orang dan Diploma/S1 sebanyak 1 orang dengan persentase paling tinggi yaitu pada tingkat SMA sebesar 46% dari total seluruh jumlah responden lembaga pemasaran.

Karakteristik berdasarkan lama usaha yang dijalankan merupakan faktor penting dalam memahami dinamika dan stabilitas rantai pasok kubis. Lama usaha mencerminkan pengalaman, jejaring, dan potensi keberlanjutan suatu lembaga pemasaran. Karakteristik responden berdasarkan lama usaha dibagi menjadi tiga kelompok yaitu pengalaman usaha 1-10 tahun sebanyak 7 orang, 11-21 tahun sebanyak 4 orang dan 22-32 tahun sebanyak 2 orang. Pada penelitian Almaidah & Endarwati (2019) menyebutkan bahwa pengalaman usaha tidak hanya menyangkut kurun waktu yang dijalani dalam kegiatan usaha, tetapi juga memperhitungkan tingkat efisiensi dalam pencapaian tujuan. Semakin berpengalaman seseorang dalam menjalankan usahanya maka akan semakin bertambah pengetahuan, keterampilannya dan membentuk sikap dalam kegiatannya.

3.2. Rantai Pasok

Rantai pasok kubis mengacu pada jaringan aktivitas yang terlibat dalam membawa kubis dari petani ke konsumen. Jaringan ini dimulai produksi kubis oleh petani, kemudian melibatkan transportasi, distribusi, penjualan, dan konsumsi kubis. Rantai pasok digunakan untuk menggambarkan pengelolaan aliran produk, aliran informasi, dan aliran keuangan di seluruh rantai pasokan. Pada penelitian ini pelaku rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Perangkat Lunak dan Perangkat Keras Pendukung

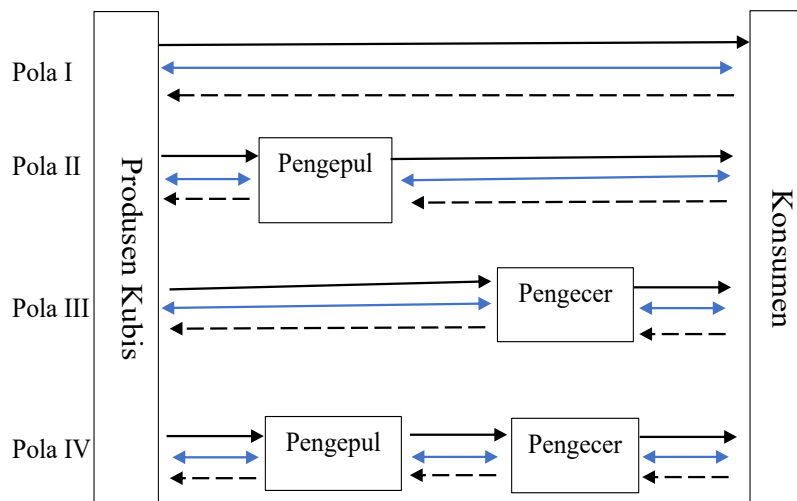
Keterangan	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Pola I	8	12
Pola II	31	46
Pola III	26	38
Pola IV	3	4
Jumlah	68	100

Sumber : Data primer diolah (2025).

Rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong terdiri dari empat pola yaitu rantai pasok pola I, II, III dan IV. Rantai pasok pola I merupakan rantai yang paling pendek, yaitu Produsen- Konsumen akhir, diketahui jumlah yang terlibat yaitu 8 pelaku. Pada rantai pola II yaitu produsen – pengepul – konsumen akhir dengan jumlah pelaku yang terlibat yaitu 31 jiwa dengan persentase sebesar 46% . Rantai pola III yaitu produsen – pengecer – konsumen akhir yang melibatkan 26 pelaku dengan persentase sebesar 38%. Rantai pola IV merupakan pola yang paling panjang yaitu produsen kubis – pengepul - pengecer - konsumen akhir. Rantai ini melibatkan 3 pelaku dengan persentase 4% dari total pelaku rantai pasok kubis.

3.2.1 Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan Rantai Pasok Kubis Desa Sumber Bening

Pada penelitian ini, rantai pasok kubis didapat aliran produk, aliran keuangan dan aliran informasi yang terbagi dalam empat pola saluran yang dapat dilihat pada Gambar berikut:



Gambar 1 Aliran Produk, Aliran Informasi dan Aliran Keuangan Rantai Pasok Kubis

Keterangan :
 ————— : Aliran produk
 <—> : Aliran informasi
 - - - - - : Aliran keuangan

Aliran produk pada rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening yaitu pergerakan fisik produk dari petani selaku produsen kubis sampai ke konsumen akhir. Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat 4 pola aliran rantai pasok kubis. Aliran produk pada saluran rantai pasok kubis dimulai dari penanaman hingga pemanenan kubis yang umumnya selama 65-90 hari setelah masa tanam. Produk yang akan dipasarkan dari petani dikemas ke dalam karung jaring dan di ikat dengan tali rafia. Kualitas kubis yang banyak diminta yaitu kubis yang berukuran sedang, berwarna hijau, segar dan bersih. Aliran produk pada rantai pola I merupakan aliran yang paling pendek, yaitu produsen kubis ke konsumen akhir. Dalam pola ini produsen kubis juga bertindak sebagai lembaga pemasaran karena produsen berhubungan langsung dengan konsumen akhir. Pada rantai pola II, III dan IV siklus pembelian kubis oleh pengepul dilakukan setiap hari, pada pedagang pengecer dilakukan diwaktu yang bervariasi sekitar 2-3 kali dalam satu minggu sesuai dengan kebutuhan. Pada saat pedagang pengecer tidak melakukan transaksi pembelian kubis, produsen menjual kubis yang diproduksi ke pengepul.

Aliran informasi adalah pergerakan data komunikasi diantara semua pihak dalam rantai pasok yang memastikan semua kegiatan berjalan lancar. Aliran informasi pada rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening berjalan dua arah dari hulu ke hilir. Hal ini sejalan dengan penelitian Sinta dkk (2022) menyebutkan bahwa aliran informasi merupakan aliran timbal balik yang mengalir dari produsen ke konsumen akhir begitupun sebaliknya. Informasi pada rantai pola I adalah aliran informasi antara petani sebagai produsen kubis dengan konsumen. Informasi yang disampaikan petani kubis kepada konsumen mengenai ketersediaan produk dan informasi harga. Proses informasi yang dilakukan produsen kepada konsumen akhir tersalurkan secara langsung tanpa melalui perantara pedagang pengepul ataupun pedagang pengecer karena konsumen langsung datang ke lahan produksi. Aliran informasi yang dilakukan pada rantai pola II, pola III dan pola IV dilakukan melalui telepon, via *whatsapp* dan juga secara langsung. Komunikasi yang dilakukan mengenai harga, jumlah pemesanan produk dan status pengiriman produk. Aliran informasi merupakan salah satu hal terpenting dalam rantai pasok produk. Hal ini sejalan pada penelitian Muttaqin dkk (2019) yang menyebutkan bahwa ketidaklancaran aliran informasi akan mengakibatkan proses perpindahan barang atau jasa tersebut menjadi terlambat dan tidak sesuai jadwal yang diharapkan.

Aliran keuangan adalah pergerakan uang atau pembayaran dari konsumen ke petani dan lembaga pemasaran yang dilalui sebagai bentuk pembayaran atas produk dan jasa yang diperoleh. Aliran keuangan pada rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening bergerak berlawanan arah dengan aliran produk. Aliran keuangan pada rantai pasok pola I terjadi dari konsumen ke produsen kubis yang dilakukan secara tunai. Pada rantai pasok II, III dan IV yang melalui lembaga pemasaran, sistem pembayaran dari konsumen akhir ke pedagang dilakukan secara tunai, sedangkan antara pedagang pengepul dan pengecer ke produsen ada dilakukan secara tunai dan juga non tunai yaitu bertempo dengan menunggu kubis terjual berkisar antara 1 sampai 2 hari.

3.3 Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran dan Marjin Keuntungan Kubis di Desa Sumber Bening

Biaya pemasaran adalah besaran biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran kubis dari mulai kubis dipanen hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Marjin pemasaran merupakan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Marjin keuntungan adalah keuntungan yang didapatkan di tiap lembaga pemasaran. Biaya pada rantai pasok kubis dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran dan Marjin Keuntungan Kubis di Desa Sumber Bening

No	Keterangan	Pola Rantai Pemasaran			
		I	II	III	IV
1	Produsen				
	Input produsen (Rp/Kg)	364,32	364,32	364,32	364,32
	Penyusutan Alat (Rp)	57,68	57,68	57,68	57,68
	Biaya pemasaran (Rp/Kg)	37,53	0	0	0
	Tenaga Kerja (Rp/Kg)	94,83	94,83	94,83	94,83
	Total biaya (Rp)	554,36	516,82	516,82	516,82
	harga jual kubis	4.000	3.019	3.019	3.019
2	Pengepul				
	Harga beli kubis (Rp/Kg)		3.019		3.019
	Penyusutan Alat (Rp)		22,34		22,34

Biaya pemasaran (Rp/Kg)		95,24		95,24
Tenaga Kerja (Rp/Kg)		168,55		168,55
Total Biaya (Rp)		286,12		286,13
Harga Jual kubis (Rp/Kg)		6.000		5.000
Marjin (Rp/Kg)		2.981		1.981
Marjin keuntungan (Rp/Kg)		2.695		1.695
3 Pengecer				
Harga beli kubis (Rp/Kg)			3.019	5.000
Penyusutan Alat (Rp)			25,46	25,46
Biaya pemasaran (Rp/Kg)			120,74	120,74
Tenaga Kerja (Rp/Kg)			154,23	154,23
Total biaya (Rp)			300,42	300,43
Harga Jual kubis (Rp/Kg)			5.000	6.500
Marjin (Rp/Kg)			1.981	1.500
Marjin keuntungan (Rp/Kg)			1.681	1.200
4 Konsumen				
Harga beli kubis (Rp/Kg)	4.000	6.000	5.000	6.500
Total Biaya pemasaran (Rp/Kg)	0	286,12	300,42	586,55
Total marjin pemasaran (Rp/Kg)	0	2.981	1.981	3.481
Total marjin keuntungan (Rp/Kg)	3.446	2.695	1.681	2.895

Sumber : Data primer diolah (2025).

Rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong melalui empat pola rantai pemasaran. Pada rantai pola I diketahui input yang dikeluarkan produsen yaitu sebesar Rp 364,32/kg, total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan sebesar Rp 94,83/Kg. Total biaya pemasaran Rp 37,53/kg hal ini karena konsumen akhir langsung membeli produk secara langsung di lahan produsen. Kemudian kubis dijual ke konsumen akhir dengan harga Rp 4.000/kg, sehingga total marjin keuntungan yang diterima produsen sebesar Rp 3.446/kg.

Rantai pola II dilalui oleh tiga lembaga yaitu produsen, pengepul dan konsumen. Pengepul membeli kubis dari petani dengan harga Rp 3,019/Kg. Total biaya pemasaran pada rantai II sebesar Rp 286,12/kg. Biaya-biaya tersebut meliputi biaya transportasi dalam proses pengangkutan, biaya pengemasan, dan biaya tenaga kerja. Dari total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pengepul tersebut, maka nilai jual kubis menjadi berubah. Pengepul menjual kubis kepada konsumen akhir dengan harga Rp 6.000/Kg. Perbedaan harga jual tersebut mengakibatkan selisih yang disebut dengan marjin pemasaran, sebesar Rp2.981 kemudian mendapatkan keuntungan yang disebut sebagai marjin keuntungan yang diperoleh pada rantai pasok tersebut sebesar Rp2.695/Kg.

Rantai pola III dilalui oleh tiga lembaga yaitu produsen, pengecer dan konsumen. Pengecer membeli kubis dari petani dengan harga Rp3.019/Kg. Total biaya pemasaran pada rantai III sebesar Rp300,42. Biaya yang dikeluarkan tersebut meliputi biaya transportasi dalam proses pengangkutan, biaya pengemasan, penyusutan alat dan biaya tenaga kerja. Dari total biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pengecer, maka terjadi penambahan harga nilai jual pada kubis. Pengecer menjual kubis kepada konsumen akhir dengan harga Rp 5.000/Kg. Penambahan harga jual tersebut menghasilkan marjin pemasaran sebesar Rp1.981 dan marjin keuntungan yang diperoleh pada rantai pasok tersebut sebesar Rp1.681/kg, ini merupakan marjin keuntungan paling kecil yang dilalui pada rantai pasok kubis.

Rantai pola IV merupakan pola aliran terpanjang pada rantai pasok kubis yang dilalui oleh empat lembaga yaitu produsen, pengepul, dan pengecer. Pengepul membeli kubis dari petani dengan harga Rp 3.019/Kg dengan biaya pemasaran sebesar Rp286,132/kg. Marjin pemasaran yang diperoleh lembaga pengepul sebesar Rp1.981/kg dan marjin keuntungan Rp1.695/kg. Pengepul menjual kubis kepada pengecer dengan harga Rp 5.000/Kg dan pengecer menjual kepada konsumen akhir dengan harga Rp6.500. Perbedaan harga jual tersebut mengakibatkan selisih yang disebut dengan marjin pemasaran pada tingkat pengecer sebesar Rp1.500, kemudian

pengcecer mendapatkan keuntungan yang disebut sebagai marjin keuntungan sebesar Rp1.200/kg. Jadi total marjin pemasaran yang dikeluarkan pada rantai pasok pola IV ini sebesar Rp3.481/kg dan marjin keuntungan Rp2.895/Kg.

3.4 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah cara yang dilakukan untuk mengetahui tingkat efisien pada rantai pasok yang dilalui dengan cara membandingkan total biaya yang dikeluarkan dengan harga suatu produk di tingkat konsumen akhir. Efisiensi penting untuk mencapai keberhasilan dalam kegiatan pemasaran. Besarnya marjin pemasaran, bagian yang diterima petani, serta biaya dan rasio keuntungan terhadap biaya merupakan acuan dalam menentukan efisiensi secara operasional. Pada penelitian ini efisiensi pemasaran kubis di Desa Sumber Bening dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5 Nilai Efisiensi Pemasaran Kubis

Pola	Biaya Pemasaran	Haarga Jual	Eps (%)
I	37,53	4000	0,93
II	286,12	6.000	4,77
III	300,42	5.000	6,01
IV	586,55	6.500	9,02
Jumlah	1.210,62	21.500	20,73

Sumber : Data primer diolah (2025).

Pada rantai pasok kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong terdapat empat pola rantai pasok, yaitu rantai pasok pola I, II, III dan IV. Nilai efisiensi pada rantai I yaitu 0,93%, nilai efisiensi pada rantai II yaitu 4,77%, nilai efisiensi pada rantai III yaitu 6,01% dan nilai efisiensi pada rantai IV sebesar 9,02%. Pada rantai pasok pola IV di urutan terakhir karena besarnya biaya dan panjangnya rantai pemasaran yang dilalui pada saluran IV. Hal ini sejalan dengan pendapat Hutajulu,dkk, (2022) menyebutkan bahwa harga produk ditentukan berdasarkan biaya-biaya distribusi yang telah dikeluarkan oleh lembaga konsumen. Semakin panjang suatu saluran distribusi pemasaran suatu produk maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan dan makin meningkat margin pemasaran yang akan berdampak pada tingkat efisiensi dari pemasaran produk tersebut.

4. Kesimpulan

Penelitian berjudul “Analisis Rantai Pasok Dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Rantai Pasok kubis di Desa Sumber Bening Kecamatan Selupu Rejang Kabupaten Rejang Lebong terbagi menjadi empat pola rantai yaitu : (1) Produsen kubis – Konsumen (2) Produsen kubis – pengepul – konsumen (3) Produsen kubis – pengecer – konsumen dan (4)Produsen kubis – pengepul – pengecer – konsumen. Pada empat rantai pasok tersebut terdapat aliran produk yang bergerak dari hulu ke hilir dari produsen kubis hingga ke konsumen akhir. Aliran informasi berupa komunikasi diantara semua pihak lembaga pemasaran dalam rantai pasok kubis secara langsung, telepon ataupun melalui *whatsapp* mengenai ketersediaan produk, kualitas produk, status pengiriman dan informasi harga yang berjalan dua arah sehingga memastikan semua kegiatan dalam rantai pasok kubis berjalan lancar. Aliran keuangan berupa pergerakan uang atau pembayaran atas produk kubis pada tiap lembaga pemasaran yang dilakukan secara tunai dan juga non tunai yang bergerak berlawanan arah dengan aliran produk. Nilai efisiensi pemasaran pada seluruh pola rantai pasok kubis dinyatakan efisien karena nilai efisiensi < 50%. Urutan pola rantai pasok yang paling efisien yaitu rantai pasok pola I nilai efisiensi 0,93%, selanjutnya nilai efisiensi pada rantai II yaitu 4,77%, nilai efisiensi pada rantai III yaitu 6,01% dan nilai efisiensi pada rantai IV sebesar 9,02%.

Referensi

1. M. O. Kasmin, H. Helviani, and N. Nursalam, “Identifikasi Komoditas Hortikultura Basis dalam Perspektif Pertanian Berkelanjutan di Kabupaten Kolaka, Indonesia,” *Agro Bali Agric. J.*, vol. 6, no. 1, pp. 211–217, 2023, doi: 10.37637/ab.v6i1.1043.
2. Z. M. Azzahra, R. Rostaman, and N. W. A. L. Ni Wayan Anik Leana, “Perbandingan Pertumbuhan Dan Hasil Beberapa Varietas Kubis (*Brassica oleracea* var. *capitata* L.) Introduksi Pada Musim Hujan Di Purbalingga,” *J. Ilmu-Ilmu Pertan. Indones.*, vol. 26, no. 1, pp. 14–24, 2024, doi: 10.31186/jipi.26.1.14-24.
3. Badan Pusat Statistik Rejang Lebong, “Kecamatan Selupu Rejang dalam Angka 2023,” p. 6, 2022.
4. R. A. Suhnur, “Analisis Rantai Pasok Beras (Studi Kasus di Mini Market Rahmat Kecamatan Gantarang, Kabupaten Bulukumba,

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1682>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- Provinsi Sulawesi Selatan),” pp. 1–3, 2021.
5. Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods),” pp. 1–781, 2020.
 6. S. Lindawati, “Penggunaan Metode Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Strategi Pengembangan Kepariwisata Kota Sibolga Provinsi Sumatera Utara,” *Semin. Nas. APTIKOM (SEMNASTIKOM), Hotel Lomb. Raya Mataram*, pp. 833–837, 2016.
 7. P. Indah, “Analisis Pemasaran Lidi Kelapa Sawit Di Kecamatan Kuala Kabupaten Langkat Sumatera Utara,” *Anal. Pemasar. lidi kelapa sawit di Kec. kuala Kabupaten Langkat Sumatera Utara*, 2023.
 8. Febriyanti Dedan Paririe, Jonni Marwa, and Novita Panambe, “Tingkat Pendapatan Pengusaha Kayu Gergajian Berdasarkan Margin Keuntungan Dan Alur Pemasaran Kayu Lokal Di Distrik Manokwari Utara,” *J. Kehutan. Papuaasia*, vol. 5, no. 2, pp. 196–206, 2020, doi: 10.46703/jurnalpapuasia.vol5.iss2.161.
 9. Soekartawi, “AGRIBISNIS : TEORI DAN APLIKASINYA,” vol. 2007, no. Snti 2007, 2007.
 10. D. R. Mongdong, L. Reinhard, J. Pangemanan, and M. Y. Memah, “Analisis Pendapatan Usahatani Sawi Sendok (Brassica Chinensis L .) ‘ Pakcoy ’ Di Kelurahan Rurukan Kecamatan Tomohon Timur Analysis Of Farming Income Of Mustard Greens (Brassica Chinensis L .) ‘ Pakcoy ’ Farming In Rurukan Village , East Tomohon Distric,” *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, vol. 19, no. 1, pp. 185–194, 2023, [Online]. Available: <https://tinyurl.com/3cx5bkpm>
 11. N. K. Andini, D. P. E. Nilakusmawati, and M. Susilawati, “Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penduduk Lanjut Usia Masih Bekerja,” *Piramida*, vol. 9, no. 1, pp. 44–49, 2013.
 12. A. Mulyaningsih, A. V. S. Hubeis, and D. Sadono, “Partisipasi petani pada usahatani padi, jagung, dan kedelai perspektif gender,” *J. Penyul.*, vol. 14, no. 1, pp. 145–158, 2018, doi: 10.25015/penyuluhan.v14i1.18546.
 13. Mardani and Halus, “Analisis Usaha Tani Tanaman Pangan Jagung,” *J. S. Pertan.*, vol. 1, no. 3, pp. 203–204, 2017.
 14. K. A. Sinta, Sriyoto, and B. S. Priyono, “Analisis Rantai Pasok Usaha Ikan Kering Di Kota Bengkulu,” *J. AGRIBIS*, vol. 8, no. 2, pp. 20–44, 2022, doi: 10.36563/agribis.v8i2.641.
 15. R. Muttaqin, T. Ekowati, and Mukson, “Analisis Rantai Pasok Bunga Melati Di Kabupaten Batang,” *Agromedia*, vol. 37, no. 2, pp. 62–69, 2019, [Online]. Available: <http://eprints.undip.ac.id/82274/>
 16. J. Hutajulu *et al.*, “EFISIENSI SALURAN PEMASARAN IKAN LAYANG (*Decapterus russelli*) HASIL PENANGKAPAN PURSE SEINE DI PPN SIBOLGA,” *Pros. Semin. Nas. Perikan. Indones.*, p. 13, 2022, doi: 10.15578/psnp.11929.