

## **STRUKTUR PASAR (MARKET STRUCTURE) KOMODITAS KENTANG DI DESA GRONGGONGAN KECAMATAN SIRAMPOK KABUPATEN BREBES**

**Kanisius Indra Blawing<sup>1</sup>, Tri Endar Suswatiningsih<sup>1</sup>, Listiyani<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Jurusan Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, INSTIPER Yogyakarta

### **INTISARI**

Penelitian terkait Struktur Pasar Komoditas Kentang ini dilaksanakan di Desa Gronggongan Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes. Penentuan lokasi penelitian menggunakan teknik purposive sampling (sengaja) didasarkan atas beberapa pertimbangan antara lain adanya petani dan pasar yang menjual komoditas kentang. Dari total masyarakat yang bertani dan menjadi pedagang kentang diambil 40 sampel, sampel pedagang pengumpul sebanyak 7 orang dan pedagang pengecer 13 orang. Metode pengumpulan data yaitu Snowball Sampling. Struktur pasar diukur secara kualitatif maupun kuantitatif. Secara kuantitatif untuk mengetahui pangsa pasar dan Konsentrasi ratio. Sedangkan, analisis struktur pasar secara kualitatif, meliputi analisis hambatan masuk keluar pasar dan tingkat pengetahuan atau informasi pasar.

Hasil penelitian secara kualitatif menunjukkan bahwa struktur pasar kentang adalah struktur pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar kentang membentuk tiga saluran pemasaran yaitu : Saluran pemasaran I (Petani, konsumen), Saluran pemasaran II (Petani, pedagang pengecer, konsumen), dan Saluran pemasaran III (Petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, konsumen). Selanjutnya ditemukan bahwa perilaku pasar pada pemasaran kentang sebagai akibat terbentuknya struktur pasar persaingan sempurna yaitu penetapan harga kentang ditentukan oleh mekanisme pasar. Hal ini terbentuk dikarenakan oleh tidak adanya hambatan pasar bagi siapa saja, kebebasan pedagang baik dari dalam maupun dari luar desa yang bisa keluar masuk ke pasar, para petani yang tidak memiliki keterikatan pada salah satu pedagang, petani bebas menjual kentangnya ke pedagang yang mereka sukai, dan selanjutnya jenis produk kentang yang dijual pun jenisnya sama, hanya ukuran yang membedakan besar kecilnya kentang, dimana kentang yang dipasarkan merupakan produk yang homogen.

**Kata kunci:** Kentang, Struktur Pasar, Perilaku Pasar

## PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan sektor strategis dalam pembangunan nasional. Peran sektor pertanian dalam memacu perekonomian dapat dilihat lebih luas terutama dalam konteks mendistribusikan hasil-hasil pembangunan kepada masyarakat di wilayah pedesaan. Selain kontribusi langsung, sektor pertanian juga memiliki kontribusi secara tidak langsung berupa dampak pengganda (*multiplier effect*), yaitu keterkaitan antar input-output antarindustri, konsumsi, dan investasi (Rorenkeu, 2005). Salah satu kabupaten di Jawa Tengah sebagai produsen kentang adalah Kabupaten Brebes. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Brebes (2017), diketahui bahwa data produksi kentang Kabupaten Brebes dari tahun 2013-2017 mengalami fluktuatif. Data produksi, konsumsi, luas panen, dan luas lahan Kentang di Kabupaten Brebes dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Data Hasil Komoditas Kentang Kabupaten Brebes Tahun 2013-2017.

Tahun	Luas Tanam (Ha)	Luas Panen (Ha)	Jumlah Produksi (ton)	Pertumbuhan (%)
2013	2.502	2.657	54.081	-
2014	2.681	2.941	54.588	0,93%
2015	2.779	3.222	55.187	1,09%
2016	2.618	2.540	52.290	-5,24%
2017	2.517	2.565	48.401	-7,44%

Sumber: Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik Kabupaten Brebes

Panjangnya rantai dalam lembaga pemasaran kentang membuat sebagian pelaku saja yang mendapatkan margin pemasaran yang lebih tinggi. Tinggi rendahnya harga yang diterima petani erat kaitannya dengan struktur pasar dan besarnya margin pemasaran sehingga untuk meningkatkan pemasaran petani kentang dapat dicapai apabila struktur pasar dan penyebab tingginya margin pemasaran dapat diketahui (Sinaga, dkk, 2014). Bila dilihat dari aspek pasar, harga kentang di Jawa Tengah tahun 2013-2018 mengalami peningkatan, masing-masing 4,92 persen (produsen) dan 9,18 persen (konsumen). Harga kentang di tingkat konsumen terus meningkat dari tahun 2013-2018 sebesar Rp 4.402/kg menjadi Rp 8.086/kg dan menurun sebesar Rp 7.261/kg pada tahun 2018. Harga rata-rata kentang tingkat konsumen sebesar Rp 6.279/kg dan tingkat produsen sebesar Rp 3.967/kg (Pusat Data Pertanian, Kementerian Pertanian, 2018).

## METODOLOGI

Metode dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, dengan mengumpulkan data, mengolah data, mengklarifikasi, dan menginterpretasikannya sehingga memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Sedangkan metode pengumpulan data dilakukan dengan metode *snowball sampling* (Bola Salju) dimana

diperoleh melalui proses dari satu responden ke responden yang lain. Dimana jumlah sampel petani yang sebanyak 40 orang, begitu juga dengan pengumpulan data Pengumpul/Pengecer.

Metode analisis menggunakan analisis Analisis Market Share

$$\frac{\text{jumlah penjualan responden 1}}{\text{total penjualan seluruh responden}} \times 100\%$$

Analisis Herfindalh

$$IH = (S1)^2 + (S2)^2 + \dots + (Sn)^2$$

Dimana:

IH = Indeks Hefindahl

S1,S1....Sn = Pangsa pembelian komoditi kentang dari pedagang/petani ke-1, ke-2.....ke-n

n = Jumlah pelaku perdagangan/petani kentang (petani sebanyak 40 orang, pedagang pengumpul dan pedagang pengecer sebanyak 20 orang).

CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*)

$$CR4 = \frac{MS 1 + MS 2 + MS 3 + MS 4}{MS Total}$$

Keterangan:

CR 4 = *Concentration Ratio for Biggest Four*

MS1, MS2, MS3, MS4 = *Market share* dari pedagang ke-1 sampai ke 4

Analisis Margin Tataniaga

$$M=Pr-Pf$$

Keterangan:

M = Margin Tataniaga

Pr = Harga pada Petani (Rp/Kg)

Pf = Harga pada pedagang/pengecer (Rp/Kg)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Analisis Market Share**

Tabel 21 Pangsa Pasar Petani Kentang di Desa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes berdasarkan Luas Lahan

Luas Lahan m <sup>2</sup>	Pangsa Pasar				Total
	<2%	2-2,5%	2,5-3%	>3%	
<2.000	5	0	0	0	5
	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	12,5%
2.000-3.000	11	6	0	0	17
	27,5%	15,0%	0,0%	0,0%	42,5%
3.000-4.000	0	0	3	0	3
	0,0%	0,0%	7,5%	0,0%	7,5%
>4.000	0	0	5	10	15
	0,0%	0,0%	12,5%	25,0%	37,5%
Total	16	6	8	10	40
	40,0%	15,0%	20,0%	25,0%	100,0%

Berdasarkan tabel di atas, pangsa pasar dari para petani kentang di Desa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes dengan luas lahan dibawah 2.000 m<sup>2</sup> sebagian besar memiliki rata-rata pangsa pasar adalah sebesar dibawah 2,0%. Selanjutnya dengan luas lahan antara 2.000 - 3.000 m<sup>2</sup> sebagian besar memiliki rata-rata pangsa pasar adalah sebesar dibawah 2,0 %. Dengan luas lahan antara 3.000 - 4.000 m<sup>2</sup> sebagian besar memiliki rata-rata pangsa pasar adalah sebesar 2,5 – 3 %. Dan kemudian dengan luas lahan antara 3.000 - 4.000 m<sup>2</sup> sebagian besar para petani kentang memiliki rata-rata pangsa pasar adalah di atas 3%.

**B. Analisis Herfindalh**

Tabel 2. Indeks Herfindahl Petani Kentang di Desa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes

No	Petani	Pangsa Pasar	P <sup>2</sup>
1	Petani 1	0,0108	0,0116
2	Petani 2	0,0144	0,0206
3	Petani 3	0,0129	0,0167
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
40	Petani 40	0,0323	0,1044
	Total		3,1023

Sumber: Analisis Data Petani, 2020

Berdasarkan perhitungan indeks Herfindahl dapat diketahui bahwa nilai indeks Herfindahl petani kentang sebesar 3,1023. Dikarenakan nilai Indeks Herfindahl > 1 maka menunjukkan struktur pasar bersifat persaingan sempurna yang memposisikan petani pada pihak yang tidak dirugikan.

Tabel 3. Indeks Herfindahl Pedagang/Pengecer di Desa Gronggongan Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes

No	Pengumpul	Pangsa Pasar	P <sup>2</sup>
1	Pedagang 1	0,0277	0,0766
2	Pedagang 2	0,0415	0,1724
3	Pedagang 3	0,0346	0,1197
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
20	Pedagang 20	0,0346	0,1197
Total			5,8129

Sumber: Analisis Data Pengumpul/Pengecer, 2020.

Berdasarkan perhitungan indeks Herfindahl dapat diketahui bahwa nilai indeks Herfindahl pedagang pengumpul kentang sebesar 5,8129. Dikarenakan nilai Indeks Herfindahl > 1 maka menunjukkan struktur pasar bersifat persaingan sempurna yang memposisikan pedagang dan petani sama-sama tidak dirugikan.

**C. CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four)**

CR4 digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga dapat diketahui secara umum gambaran keseimbangan kekuatan posisi tawar penjual terhadap pembeli. Menunjukkan tingkat keketatan persaingan di pasar diketahui dari penjumlahan pangsa pasar dari petani kentang adalah sebagai berikut:

$$CR4 = 4,75\% + 5,10\% + 4,31\% + 4,83\% = 18,99\%$$

Tingkat keketatan persaingan pasar pada pedagang kentang adalah sebagai berikut:

$$CR4 = 4,92\% + 4,93\% + 4,96\% + 4,98\% = 19,79\%$$

Nilai keketatan konsentrasi persaingan yang terjadi pada pangsa pasar persaingan pada pedagang kentang dari 4 pangsa pasar yang ada menunjukkan bahwa nilai konsentrasi rasio (CR4) antara 19,79% bahwa struktur pasar bersifat persaingan sempurna karena berada CR4<20%.

**D. Margin Pemasaran**

Tabel 4. Margin Pemasaran Kentang di Desa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes.

Saluran Pemasaran	Harga beli (Rp/kg)	Harga Jual (Rp/g)	Margin (Rp/kg)
<b>Pemasaran I</b>			
Petani		4.000	
Konsumen	4.000		
	Jumlah		0
<b>Pemasaran II</b>			
Petani		4.000	
Pedagang pengecer	6.500	8.000	1.500
Konsumen	8.000		
	Jumlah		1500
<b>Pemasaran III</b>			
Petani		4.000	
Pedagang pengumpul	4.000	6.500	2.500
Konsumen	6.500		
	Jumlah		4.000

Sumber: Analisis Data Petani dan Pengumpul/Pengecer, 2020.

Data pada Tabel 4 menunjukkan bahwa saluran pemasaran III memperoleh total margin pemasaran kentang sebesar Rp. 4.000/kg, yang diterima pedagang pengumpul Rp. 2.500/kg, dan pedagang pengecer mendapatkan Rp. 1.500/kg. Kemudian Margin pemasaran saluran pemasaran II dengan margin pemasaran sebesar Rp. 1.500/kg. Sementara saluran pemasaran I tidak memiliki margin karena petani langsung menjual kentangnya kepada konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan margin pemasaran pada ketiga saluran pemasaran kentang di Desa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes dapat disimpulkan bahwa total margin pemasaran tertinggi pada saluran pemasaran III yaitu Rp 4.000/kg, kemudian diikuti total margin pemasaran pada saluran pemasaran II adalah sebesar Rp 1.500/kg dan margin pada saluran pemasaran I adalah nol

## KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Analisis Market Share, Indeks Herfindahl dan CR4 (*Concentration Ratio For Big Four*) menunjukkan bahwa Struktur Pasar yang terjadi di Desa Gronggongan Kecamatan Sirampok Kabupaten Brebes mengarah ke Pasar Persaingan Sempurna.
2. Saluran pemasaran yang DiDesa Gronggongan, Kecamatan Sirampok, Kabupaten Brebes membentuk tiga saluran pemasaran yaitu:
  - a. Saluran pemasaran I (Petani→konsumen)
  - b. Saluran pemasaran II (Petani→pedagang pengecer→konsumen)
  - c. Saluran pemasaran III (Petani→pedagang pengumpul→pedagang pengecer→konsumen). Saluran Pemasaran yang banyak dipakai atau diterapkan adalah saluran pemasaran yang ke dua.

### B. Saran

1. Struktur pasar menunjukkan bahwa pasar persaingan sempurna, untuk itu para petani menaikkan produksi untuk meningkatkan pendapatan dikarenakan petani bebas menjual hasilnya ke siapapun tanpa takut tidak dibeli.
2. Dari ketiga saluran pemasaran yang terjadi di Desa Gronggongan Kecamatan Sirampok Kabupaten Brebes, diharapkan dapat menerapkan saluran pemasaran yang kedua agar dapat menjaga harga yang dapat dijangkau konsumen serta menguntungkan petani tanpa margin pemasaran yang tinggi

## DAFTAR PUSTAKA

Pusat Data Pertanian Kementerian Pertanian RI 2018

Rorenkeu. 2005. *Pembangunan Pertanian Tahun 2005-2009*. New Letter Vol.4 No.7 Juni 2005. Rorenkeu Sekretariat Jendral Depertemen Pertanian Jakarta.

Sinaga, VR, A Fariyanti, dan N Tinaprilla. 2014. *Analisis struktur, perilaku, dan kinerja pemasaran kentang Granola di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat*. Forum Agribisnis (Agribusiness Forum). 4(2): 101-120