

ANALISIS STRUKTUR PASAR KENTANG PADA PASAR RELOKASI DI PLAJU PALEMBANG

Innike Abdillah Fahmi¹, Rafeah Abubakar², dan Sisvaberti Afriyatna³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Palembang
Jl. Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia
e-mail: ¹fahmi.innike@gmail.com

(Diterima 3 Juni 2020/Revisi 25 Februari 2021/Disetujui 16 Maret 2021)

ABSTRACT

Pasar Modern Plaju is a modern market, which was relocated from the traditional market Pasar Plaju so that there is a change in management of the market. Vegetables are the most widely sold commodity in the market, one of which is potatoes. Potatoes harvested area and production in South Sumatra had fluctuated in the past five years. Producer and consumer prices also fluctuated but have positive trends. Changes in market management and potato prices are always fluctuating, which would affect the market structure. The study aimed at determining the buying and selling activities and the structure of the potato market in Pasar Modern Plaju. The data came from 10 potato retailers. The data collected is daily data from buying and selling activities during January 2020 and was analyzed quantitatively. The analysis used was market concentration ratio (CR) and HHI (Herfindal-Hirschman Index). The result showed the diluent traders bought potatoes from a collector at a maximum of 600 kg per purchase, did not do grading, and the payment system was in cash. The market concentration ratio showed 59,18% CR₄ and 93,27% CR₈ was indicated that the structure of the potato market in Pasar Modern Plaju was oligopsony. HHI value 1.313 also showed that the potatoes market structure trend to word oligopsony market. These findings imply that the structure market can be influenced by the type of market.

Keywords: market structure, modern market, plaju, potato

ABSTRAK

Pasar Modern Plaju adalah pasar modern yang direlokasi dari pasar tradisional Pasar Plaju sehingga ada perubahan manajemen dalam pengelolaan pasarnya. Sayuran merupakan komoditas yang paling banyak dijual di pasar tersebut, salah satunya kentang. Luas panen dan produksi kentang mengalami fluktuasi di Sumatera Selatan dalam kurun lima tahun terakhir. Begitu juga, dari sisi harga produsen dan konsumen mengalami fluktuasi namun dengan trend harga yang meningkat. Adanya perubahan manajemen pasar dan harga kentang yang selalu fluktuatif, maka akan mempengaruhi struktur pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas jual-beli dan struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju setelah adanya relokasi pasar tradisional menjadi pasar modern. Data berasal dari 10 orang pedagang pengecer kentang. Data yang dikumpulkan merupakan data harian dari aktivitas jual beli selama bulan Januari 2020, lalu data tersebut akan dianalisis secara kuantitatif. Analisis yang digunakan adalah konsentrasi pasar (CR) dan HHI (*Herfindal-Hirschman Index*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang pengecer membeli kentang dari pedangan pengumpul paling banyak sebesar 600 kg setiap pembelian, tidak melakukan *grading*, dan sistem pembayarannya secara tunai. Rasio konsentrasi pasar menunjukkan sebesar 59,18% CR₄ dan 93,27% CR₈ mengindikasikan bahwa struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju adalah oligopsoni. Nilai HHI 1.313 juga menunjukkan bahwa struktur pasar kentang mengarah pada pasar oligopsoni. Hal ini mengindikasikan bahwa struktur pasar dapat dipengaruhi oleh tipe pasar.

Kata kunci: kentang, pasar modern, plaju, struktur pasar

PENDAHULUAN

Pasar tradisional memegang peranan penting bagi sektor pertanian, sebab pasar men-

jadi tempat pemasaran suatu komoditas pertanian. Sehingga, pasar tradisional (pasar rakyat) menjadi pondasi bagi perekonomian rakyat. Pasar tradisional adalah basis ekonomi

rakyat yang memiliki potensi yang besar dan mampu menggerakkan roda perekonomian rakyat. Namun, dari segi kenyamanan, keamanan dan kebersihan masih sangat jauh dari harapan konsumen. Sebab, saat ini telah terjadi perubahan perilaku konsumen dalam pemilihan tempat berbelanja. Konsumen lebih memilih tempat berbelanja yang aman, nyaman dan bersih (Rahayuningrum dan Widayanti, 2008), mengakibatkan semakin banyaknya bermunculan pasar modern di Indonesia yang mampu memenuhi preferensi konsumen terhadap keamanan, kenyamanan dan kebersihan tempat berbelanja.

Dengan adanya fenomena tersebut, pemerintah, sebagai pemilik pasar tradisional, harus melakukan revitalisasi pasar tradisional agar eksistensinya tetap ada. Sebab, pasar tradisional memiliki peran strategis dalam penyerapan tenaga kerja, dimana penyerapan tenaga kerja dari sektor ini sekitar 18,35 persen dari total tenaga kerja Indonesia pada tahun 2018 atau urutan kedua setelah sektor pertanian, kehutanan, dan perikanan (BPS, 2018 dalam Alvaro dan Zahara, 2018). Upaya revitalisasi pasar ini dilaksanakan oleh pemerintah bekerjasama dengan pemerintah daerah, BUMN, BUMD dan pihak Swasta.

Permasalahan yang berkaitan dengan pengelolaan yang kurang profesional dan ketidaknyamanan dalam berbelanja. Seperti, sarana dan prasarana yang sangat minim, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang tidak terpelihara, buruknya sirkulasi udara serta belum berjalannya manajemen pasar dengan baik. Namun, masyarakat kita tidak bisa lepas dari pasar tradisional, karena konsumen dapat melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang, sehingga harga yang ditawarkan cukup terjangkau. Dan secara budaya pasar tradisional merupakan tempat publik dimana terjadinya interaksi sosial (Masitoh, 2013).

Meskipun, keberadaan pasar tradisional memiliki sisi negatifnya, akan tetapi sejumlah kota telah mengambil langkah-langkah untuk mempertahankan atau menghidupkan kembali wilayah bisnis tradisional yang bersangkutan, sehingga lokasi ini menjadi sangat menarik untuk jenis-jenis pedagang pengecer tertentu dengan cara merelokasi pasar tersebut, contohnya Pasar Modern Plaju Palembang. Pasar Modern Plaju adalah pasar hasil relokasi yang awalnya adalah pasar tradisional dengan nama Pasar Plaju. Pasar Plaju terletak berdampingan dengan terminal, sehingga diperlukan penataan pasar yang lebih baik dengan pengelolaan manajemen pasar yang lebih baik pula, sehingga dilakukan relokasi pada tahun 2007 menjadi Pasar Modern Plaju.

Komoditi sayur-sayuran merupakan komoditi yang paling banyak penjualannya dibandingkan dengan komoditi ikan, ayam, daging, bumbu, buah, aksesoris, pecah belah dan lain-lain. Berdasarkan data dari Pengelola Pasar Modern Plaju (2017), jumlah pedagang sayur-sayuran sebanyak 143 orang dari 306 total keseluruhan pedagang di Pasar Modern Plaju. Komoditi sayur-sayuran ini menjual berbagai macam jenis sayur, dari data yang diperoleh, tidak memisahkan jumlah pedagang berdasarkan jenis sayuran yang dijual. Hal ini disebabkan karena biasanya seorang pedagang sayuran menjual berbagai macam jenis sayur. Contohnya, seorang pedagang sayur selain menjual kentang, juga menjual buncis, terung, pare, bawang-bawang, tomat dsb. Sehingga komoditi kentang termasuk yang banyak didagangkan di Pasar Modern Plaju.

Kentang merupakan komoditas hortikultura yang memiliki perkembangan luas panen dan tingkat produksi yang cukup fluktuatif dalam kurun waktu lima tahun terakhir di Sumatera Selatan (Tabel 1). Daerah penghasil kentang di Sumatera Selatan berada di

Tabel 1. Luas Panen dan Tingkat Produksi Kentang di Sumatera Selatan 2015 - 2019

Keterangan	2015	2016	2017	2018	2019
Luas Panen Kentang (Ha)	54	69	36	92	68
Produksi Kentang (Kuintal)	3813	6747	3237	10287	6724

Sumber: BPS Prov. Sumsel, 2020 (diolah)

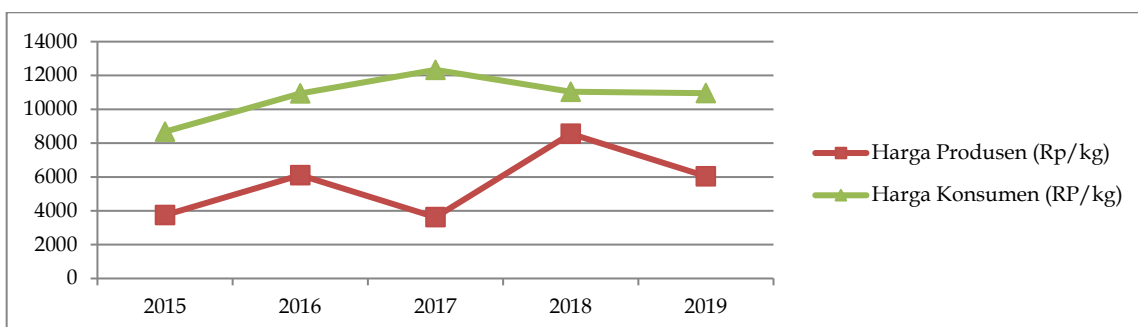
Kabupaten Pagar Alam yang memproduksi 62% dari total produksi kentang di Sumatera Selatan dan Muara Enim yang memproduksi 36% dari total produksi kentang di Sumatera Selatan (BPS Prov. Sumsel, 2020).

Selain, luas panen dan tingkat produksi yang fluktuatif, harga jual kentang di tingkat petani dan harga beli di tingkat konsumen di Sumatera Selatan pun mengalami fluktuasi, sama halnya dengan komoditas hortikultura lainnya (Gambar 1). Harga jual kentang di tingkat petani berfluktuatif, berkisar dari harga Rp 3.747 - Rp 8.553/kg atau rata-rata mengalami kenaikan 0,3 persen per tahun sejak 2015 hingga 2019. Sedangkan, harga beli yang diterima oleh konsumen berkisar Rp 8.678 - Rp 12.333/kg atau rata-rata kenaikan harganya sebesar 0,07 persen per tahunnya sejak 2015 hingga 2019. Perbedaan harga jual di tingkat petani dan harga beli yang diterima oleh konsumen memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Dampaknya adalah melemahnya posisi tawar petani dalam menentukan harga di pasar.

Karakteristik pasar, tradisional atau modern, dapat mempengaruhi struktur pasar. Rivano (2013) mengemukakan bahwa adanya fenomena oligopsoni dalam distribusi hortikultura dalam pasar modern. Artinya, dengan produk yang sama, namun berbeda karakteristik pasarnya akan mempengaruhi struktur pasar, dimana struktur pasar ini menjadi penting karena mempengaruhi hasil pasar, terutama dalam hal keuntungan. Selain itu, struktur pasar mempengaruhi cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperi-

laku, yang pada akhirnya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi (Teguh, 2010). Struktur pasar mempengaruhi kemampuan produsen dan pedagang dalam pembentukan harga. Produsen atau pedagang tidak mempunyai kekuatan untuk membentuk harga pada pasar persaingan sempurna (kompetitif), semua pelaku pasar bertindak sebagai *price taker*. Namun kemampuan untuk mempengaruhi harga tersebut muncul ketika struktur pasarnya monopoli, sehingga dapat bertindak sebagai pembentuk harga (*price maker*). Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa struktur pasar untuk beberapa komoditas pertanian tidak sempurna sehingga pedagang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi harga pasar. Namun, struktur pasar pada komoditas sayuran yang konsentrasi rasionya mendekati 0 (nol) yang mengindikasikan bahwa pasar tersebut memiliki tingkat persaingan yang tinggi, dengan kata lain merupakan pasar yang mendekati persaingan sempurna (Erwidodo, 2013; Sinaga *et al*, 2014; Butarbutar, 2019; Rumallang *et al*, 2019). Hal ini dipengaruhi oleh jumlah pedagang dan pembeli, serta seberapa besar penguasaan pasar yang dikuasai oleh pedagang-pedagang tersebut.

Setelah terjadinya relokasi atas pasar tradisional Pasar Plaju menjadi Pasar Modern Plaju, maka pertanyaannya adalah bagaimana struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju setelah dilakukan relokasi?. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju.



Gambar 1. Perkembangan Harga Produsen dan Konsumen pada Komoditas Kentang di Sumatera Selatan 2015-2019

Sumber: BPS, 2016-2020; BPS Prov. Sumsel, 2019; BPS, 2020

METODE

PENGUMPULAN DATA DAN ANALISIS

Data yang dikumpulkan adalah data primer yang dikumpulkan dengan cara wawancara yang telah dipersiapkan kuesioner/daftar pertanyaan penelitian. Data diambil dari 10 responden yang merupakan pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju. Data yang dikumpulkan merupakan data harian aktivitas jual-beli selama satu bulan. Dimana lokasi penelitian dipilih secara sengaja, karena Pasar Modern Plaju adalah pasar yang mengalami relokasi. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Januari 2020. Selanjutnya, data yang telah dikumpul akan dilakukan analisis secara kuantitatif untuk menentukan struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju.

METODE ANALISIS

Untuk mengukur struktur pasar digunakan konsentrasi rasio (CR), yaitu proporsi dari total penjualan di pasar yang dicatat oleh penjual dari perusahaan terbesar. CR dapat diketahui dengan menggunakan rumus berikut:

$$CR_x = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + \dots + S_x}{S_T}$$

atau,

$$CR_x = w_1 + w_2 + w_3 + \dots + w_x$$

Keterangan:

S_x = Penjualan pedagang pengecer kentang terbesar ke-x

S_T = Penjualan total kentang di Pasar Modern Plaju

W_x = S_x/S_T

CR_x = Tingkat konsentrasi pasar

Menurut Baye (2010), konsentrasi pasar dapat diukur dari empat perusahaan terbesar dalam sebuah industri. Selain itu, untuk mengukur struktur pasar, juga menggunakan pengukuran dengan HHI (*Herfindalh-Hirschman Index*), untuk mengetahui derajat konsentrasi penjualan dengan interval nilai

antara 0 hingga 1 atau HHI versi Baye (2010) nilai indeks HHI anatar 0 hingga 10.000.

$$HHI = \sum w_i^2$$

atau,

$$HHI = 10.000 \sum w_i^2$$

dimana w adalah pangsa pasar yang didapat dari volume penjualan seorang pedagang dibagi dengan jumlah total volume penjualan dari seluruh pedagang di pasar tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

GAMBARAN UMUM PASAR MODERN PLAJU

Pasar Modern Plaju merupakan hasil relokasi Pasar Plaju yang diprakarsai oleh Pusat Koperasi Melati, sehingga pasar ini merupakan salah satu unit usaha dari Pusat Koperasi Melati tersebut. Pembangunan Pasar Modern Plaju dimulai sejak awal tahun 2007 dan selesai pada bulan Agustus 2008. Kemudian peresmian pasar ini dilakukan oleh Walikota Palembang pada 16 Oktober 2008. Pasar Modern Plaju merupakan salah satu sarana perekonomian yang terletak di Kelurahan Plaju Ilir. Merelokasi pasar ini yang terletak di ibukota kecamatan dan berdampingan dengan terminal memiliki tujuan untuk mengurangi kemacetan yang disebabkan perdagangan yang berjualan di sekitar jalan, penataan pasar yang lebih baik dan menjadi pusat perekonomian dan perdagangan.

Pasar Modern Palju berdiri di atas lahan seluas 6.428 m² yang terdiri dari 2 (dua) lantai. Lantai pertama diperuntukkan untuk pedagang sembako, kelontong, makanan ringan, sayur, ikan, buah dan daging. Sedangkan lantai kedua diperuntukkan untuk pedagang baju, aksesoris, dan lain-lain. Pasar Modern Plaju terdiri dari 147 kios, 352 lapak dan 17 ruko pada lantai pertama. Sedangkan pada lantai kedua terdiri dari 254 kios.

Aktivitas di Pasar Modern Plaju ini setiap harinya dimulai pada pukul 04.00 WIB hingga 16.00 WIB. Untuk pengelolaan pasar ini ter-

dapat 37 orang yang terdiri dari, tenaga pengelola 9 orang, petugas kebersihan 9 orang, petugas keamanan 9 orang, polisi pasar dan koramil 2 orang, tenaga honor 2 orang dan petugas parkir 6 orang. Penarikan retribusi pada pasar ini meliputi, retribusi lapak dan kios, retribusi parkir, dan retribusi toilet. Sistem penarikan retribusi ini dilakukan setiap hari, baik kepada pedagang lapak maupun pedagang kios. Pada umumnya, pedagang kentang di Pasar Modern Plaju menggunakan lapak dalam menjual kentangnya.

KARAKTERISTIK PEDAGANG PENGECEK KENTANG DI PASAR MODERN PLAJU

Responden dalam penelitian ini adalah pedagang pengecer kentang yang melakukan usaha di Pasar Modern Plaju. Terdapat 10 pedagang pengecer kentang yang bersedia diwawancara dan sebagian besar dari mereka merupakan pedagang kentang yang dulunya menjual kentang di pasar tradisional sebelum Pasar Modern Plaju direlokasi. Pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju

didominasi oleh pedagang dalam usia produktif (80%), berpendidikan SMA/ sederajat (60%), dan cukup berpengalaman sebagai pedagang pengecer (70%). Ketiga faktor tersebut akan mempengaruhi pedagang pengecer dalam membuat keputusan-keputusan terkait pengambilan risiko, pencarian informasi harga, jaringan sosial dan kontrak bisnis (Khalili et al, 2015). Semakin berpengalaman, pengambilan risiko tidak tinggi karena pedagang akan menganalisis kondisi pasar berdasarkan pengalaman mereka. Semakin berpengalaman, jangkauan pasar semakin luas dan jaringan sosial semakin kuat, sehingga mempermudah mereka dalam mendapatkan informasi yang pada akhirnya akan menjaga suplai kentang tetap stabil. Untuk karakteristik lainnya, secara rinci karakteristik pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju dapat dilihat pada Tabel 2.

Hasil wawancara dapat diketahui bahwa pedagang pengecer membeli kentang dengan jenis kentang padang dalam jumlah pembelian yang berkisar 4 – 600 kg setiap pembelannya tergantung pada permintaan konsumen. Pedagang membeli langsung kentang di Pasar Induk Jakabaring, walaupun ada satu pe-

Tabel 2. Karakteristik Pedagang Pengecer Kentang di Pasar Modern Plaju

No.	Karakteristik Pedagang Pengecer	Jumlah	Persentase (%)
1	Usia (Tahun)		
	a. 15 – 64	8	80
	b. ≥65	2	20
2	Pendidikan Terakhir		
	a. SD/Sederajat	2	20
	b. SMP/Sederajat	2	20
	c. SMA/Sederajat	6	60
3	Lama Berusaha (Tahun)		
	a. 1 – 10	3	30
	b. 11 – 20	7	70
	c. > 20	0	0
4	Jumlah Tanggungan Keluarga (orang)		
	a. 1 – 2	5	50
	b. 3 – 4	3	30
	c. 5 – 6	2	20
5	Jenis Tempat Usaha		
	a. Lapak	9	90
	b. Kios	1	10
6	Status Tempat Usaha		
	a. Sewa	10	100
	b. Milik Sendiri	0	0

Sumber: Olahan primer, 2020

dagang yang membeli kentang dari pedagang kentang di Pasar Modern Plaju. Hal ini dilakukannya karena volume perdagangan kentang di pedagang tersebut tergolong kecil yaitu berkisar 4 - 5 kg saja per transaksi pembelian. Sistem pembayaran yang dilakukan adalah pembayaran secara langsung (*cash and carry*). Selain menjual kentang, biasanya pedagang pengecer juga menjual komoditas sayuran lainnya, seperti wortel, kubis, sawi, selada, tomat, timun brokoli, cabai, bawang, daun bawang, timun, brokoli dan lain sebagainya.

Dalam kegiatan penjualannya, tidak semua pedagang pengecer melakukan proses pencucian, membersihkan kentang dari tanah ataupun kotoran. Namun, hanya satu pedagang pengecer yang melakukan proses pencucian, yaitu pedagang yang volume perdagangannya kecil. Hal ini dilakukan karena jumlah kentang yang harus dibersihkan tidak terlalu banyak sehingga tidak memerlukan waktu yang banyak dan tidak perlu menambah tenaga kerja. Meskipun sebagian besar tidak melakukan proses pencucian, tetapi 80% pedagang pengecer kentang melakukan sortasi, walaupun kegiatan sortasi yang dilakukan hanya sebatas memisahkan kentang yang masih layak dijual dengan kentang yang sudah busuk. Untuk kegiatan sortasi yang memisahkan kentang berdasarkan *grade* atau tingkatan tertentu yang menyebabkan perbedaan harga jual dilakukan pada tingkat pedagang pengumpul dan pedagang besar (Erwidodo, 2013), sedangkan pedagang pengecer tidak melakukan sortasi yang demikian.

Dalam kegiatan penyimpanan kentang, bila kentang hari itu tidak habis dijual, hanya dilakukan penyimpanan dalam keranjang atau kotak lalu ditutup dengan plastik atau terpal saja. Perlakuan penyimpanan kentang tersebut kurang tepat, karena penyimpanan kentang baik adalah memperhatikan pertukaran udara (ventilasi), pengaturan letak dan waktu simpan. Perlakuan penyimpanan yang tidak tepat dapat menyebabkan penurunan kualitas dan kehilangan hasil antara

7,1-25% (Nattasya, 2019). Hal ini, pada akhirnya akan mempengaruhi harga jual kentang.

STRUKTUR PASAR KENTANG DI PASAR MODERN PLAJU

Struktur pasar yang dianalisis dalam penelitian berdasarkan konsentrasi pasar. Konsentrasi pasar dianalisis dengan menggunakan CR_x (*concentration ratio*). Dalam menganalisis CR_x harus diketahui terlebih dahulu *market share* yang dikuasai oleh pedagang pengecer kentang yang ada di Pasar Modern Plaju yang berjumlah 10 orang pedagang pengecer. Besaran *market share* yang dikuasai oleh pedagang pengecer didasarkan pada kontribusi pedagang pengecer terhadap rata-rata volume penjualan kentang setiap bulannya terhadap total volume penjualan seluruh pedagang pengecer.

Analisis CR_x yang dilakukan pada penelitian ini lebih ditekankan pada gambaran penguasaan pasar oleh 4 (empat) pedagang pengecer dengan *market share* terbesar (CR_4). Total keseluruhan volume rata-rata kentang yang dijual oleh seluruh pedagang pengecer adalah 5.502 kg/bulan (Lampiran 3). Maka, berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan nilai CR_4 adalah 59,18% artinya struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju adalah terkonsentrasi sedang. Artinya, bahwa 4 (empat) pedagang pengecer tidak menguasai secara menyeluruh dari hasil penjualan kentang di Pasar Modern Plaju.

Begitu juga saat dilakukan analisis CR_x pada penguasaan pasar oleh 8 (delapan) pedagang pengecer dengan *market share* terbesar (CR_8), menunjukkan nilai sebesar 93,27% yang mengindikasikan bahwa struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju adalah terkonsentrasi sedang. Menurut Baye (2010), jika konsentrasi rasio mendekati 1 (satu) mengindikasikan pasar terkonsentrasi dan terjadi sedikit persaingan antara pedagang.

Selain diukur dengan CR_x , dilakukan pengukuran dengan HHI (*The Herfindahl-Hirschman Index*). Analisis HHI dilakukan dengan tujuan mengetahui derajat konsentrasi penjualan. Interval nilai HHI antara 0 hingga

1. Semakin mendekati 0 (nol), maka struktur pasar yang terbentuk mendekati persaingan sempurna. Sedangkan, jika nilai HHI mendekati 1 (satu) maka struktur pasar yang terbentuk mendekati monopoli namun, jika nilai HHI antara 0 - 1 maka pasar mendekati pasar oligopoli/oligopsoni. Begitu juga Baye (2010) menyatakan bahwa jika nilai HHI berkisar 0 hingga 10.000. perkalian dengan angka 10.000 untuk mengeliminasi desimal yang dihasilkan dari pengkuadratan pangsa pasar. Jika Nilai HHI adalah 0 (nol) terdapat pedagang-pedagang yang sangat kecil pangsa pasarnya (dapat dikatakan sebagai pasar persaingan sempurna). Sedangkan, jika nilai HHInya adalah 10.000 maka terdapat 1 (satu) pedagang yang memiliki pangsa pasarnya bernilai 1 (dengan kata lain adalah pasar monopoli). Berbeda dengan klasifikasi yang dikeluarkan oleh *US-Federal Trade Commission*, jika nilai HHI <1.000 tergolong terkonsentrasi rendah, 1.000 - 1.800 tergolong terkonsentrasi sedang, dan >1.800 tergolong terkonsentrasi tinggi.

Hasil perhitungan HHI pada tingkat pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju memiliki nilai 0,1313. Berdasarkan hasil perhitungan, maka nilai HHI yang didapat pada tingkat pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju adalah pasar dengan struktur mendekati oligopoli/oligopsoni. Sedangkan, jika menggunakan nilai HHI oleh Baye, maka nilai HHI adalah 1.313 yang menunjukkan bahwa struktur pasarnya terdiri dari pedagang-pedagang kecil. Dan jika merujuk pada klasifikasi *US-Federal Trade Commission* maka tergolong pasar yang terkonsentrasi sedang.

Berdasarkan hasil perhitungan CR_x dan HHI, maka dapat dinyatakan bahwa struktur pasar pada tingkat pedagang pengecer kentang di Pasar Modern Plaju adalah oligopsoni dengan konsentrasi sedang. Hal ini sesuai dengan Kohls dan Uhl (2002) yang menyatakan bahwa apabila CR_4 perusahaan terbesar lebih dari 50%, maka struktur pasar cenderung mendekati oligopoli/oligopsoni. Sedangkan Indiastuti (2011) dalam Nahraeni *et al* (2018) memperincikan bahwa jika CR_4

kurang dari 60% maka tergolong oligopoli/oligopsoni longgar.

Struktur pasar oligopsoni yang terbentuk pada tingkat pedagang pengecer di Pasar Modern Plaju adalah di disebabkan karena jumlah pedagang pengecer yang lebih sedikit dibanding jumlah pembeli. Bila kita lihat, Pasar Modern Plaju merupakan pasar kecamatan, dengan kepadatan penduduk yang tinggi di Kecamatan Plaju, yaitu sebesar 58,18 jiwa per Ha (BPS Kota Palembang, 2018), sehingga persaingan antara pedagang rendah. Sedikitnya jumlah pedagang pengecer dibanding pembeli kentang di Pasar Modern Plaju membuat posisi tawar pedagang pengecer kentang kuat dan dapat bertindak sebagai penentu harga (*price maker*). Dengan demikian, struktur pasar pada komoditas sayuran di Indonesia pada tingkat pedagang pengecer adalah terkonsentrasi sedang (Baladina, 2012; Nahraeni *et al*, 2018).

Hal ini mengindikasikan bahwa, merelokasi suatu pasar dapat mengubah struktur pasar. Pada pasar tradisional, manajemen pengelolaan pasar dikatakan tidak berjalan. Namun, dengan diubahnya pasar menjadi pasar modern, maka manajemen pengelolaan pasar diterapkan. Manajemen ini juga mengatur jumlah pedagang. Dimana jumlah pedagang menjadi lebih sedikit dibandingkan saat pasar tradisional dulu, karena disesuaikan dengan jumlah lapak yang disediakan pada pasar tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Pembelian kentang oleh pedagang pengecer paling banyak sebanyak 600 kg, tidak melakukan *grading*, dan sistem pembayarannya dengan tunai.
2. Struktur pasar kentang di Pasar Modern Plaju yang didominasi oleh empat pedagang pengecer terbesar dan delapan pedagang pengecer terbesar adalah oligopsoni dengan konsentrasi sedang

dengan CR4 sebesar 59,18% dan CR8 sebesar 93,27%. Begitu juga nilai HHI sebesar 0,1313 (1.313) menunjukkan struktur yang terbentuk mengarah pada pasar oligopsoni.

3. Adanya relokasi pasar tradisional menjadi pasar modern dapat mengubah struktur pasar.

SARAN

Saran yang di berikan pada penelitian ini yaitu pedagang pengecer sebaiknya melakukan sortasi kentang berdasarkan *grade*, melakukan pencucian kentang sebelum dijual dan menambahkan *labelling* agar menambah nilai jual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penelitian ingin mengucapkan terima kasih kepada LPPM UM Palembang yang telah memberikan dukungan dana atas terlaksananya penelitian ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvaro, R dan Zahara, E. L. 2018. Revitalisasi Pasar Rakyat: Upaya Menggerakkan Perekonomian Rakyat. Buletin APBN 3 (16): 2018. <https://berkas.dpr.go.id/puskajianggaran/buletin-apbn/public-file/buletin-apbn-public-65.pdf>
- Baladina, N. 2012. Analisis Struktur, Perilaku, dan Penampilan Pasar Wortel di Sub Terminal, Agribisnis (STA) Mantung (Kasus pada Sentra Produksi Wortel di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). AGRISE, 12 (2): 91-104. <https://agrise.ub.ac.id/index.php/agrise/article/view/87>. [12 Maret 2020].
- Baye, M. 2010. Managerial Economics and Business Strategy. Seventh Edition. Singapore (SG): McGraw-Hill
- [BPS] BPS. 2016. Statistik Harga Konsumen Perdesaan Kelompok Makanan 2015. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2017. Statistik Harga Konsumen Perdesaan Kelompok Makanan 2016. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2018. Statistik Harga Konsumen Perdesaan Kelompok Makanan 2017. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2019. Statistik Harga Konsumen Perdesaan Kelompok Makanan 2018. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2020. Statistik Harga Konsumen Perdesaan Kelompok Makanan 2019. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- _____. 2020. Statistik Harga Produsen Pertanian: Subsektor Tanaman Pangan Holtikultura dan Perkebunan Rakyat 2019. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- BPS Kota Palembang. 2019. Kecamatan Plaju Dalam Angka 2018. Badan Pusat Statistik. Palembang.
- BPS Prov Sumsel. 2019. Statistik Harga Produsen Sektor Pertanian Provinsi Sumatera Selatan 2018. Badan Pusat Statistik. Palembang.
- _____. 2020. Luas Panen Tanaman Sayuran Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Sayuran di Provinsi Sumatera Selatan 2015 -2019. <https://sumsel.bps.go.id/dynamicstable/2016/11/02/214/luas-panen-tanaman-sayuran-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-sayuran-di-provinsi-sumatera-selatan-2015-2019.html>.
- _____. 2020. Produksi Tanaman Sayuran Menurut Kabupaten/Kota dan Jenis Sayuran di Provinsi Sumatera Selatan 2015 -2019. <https://sumsel.bps.go.id/dynamicstable/2016/11/02/215/produksi-tanaman-sayuran-menurut-kabupaten-kota-dan-jenis-sayuran-di-provinsi-sumatera-selatan-2015-2019.html>.

- Butarbutar, Y. 2019. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang (*Solanum tuberosum* L.) (Studi Kasus: Di Kecamatan Nanam Teran Kabupaten Karo) [skripsi]. Medan: Universitas Medan Area.
<http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11525>. [12 Maret 2020].
- Erwidodo. 2013. Laporan Kegiatan, Kajian Isu-isu Aktual Kebijakan Pembangunan Pertanian 2013: Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja Pemasaran Sayuran Bernilai Ekonomi Tinggi. http://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdf/ind/psefiles/anjak_2013_08.pdf. [11 Maret 2020].
- Kohls, R. L. dan Uhl, J., N. 2002. Marketing of Agricultural Product. New Jersey: Prentice-Hall.
- Masitoh, E. 2013. Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional (Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul). *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 10(2): 63-78. <https://adoc.tips/queue/upaya-menjaga-eksistensi-pasar-tradisional-studi-revitalisas.html>. [12 Maret 2020].
- Nahraeni, W., Rahayu., A., Yoesdiarti, A., Kulsum., I. A. 2018. Struktur Pasar Sayur Kemangi di Pasar Tradisional. *Jurnal Agribisains*, 4 (2): 21-29. <http://dx.doi.org/10.30997/jagi.v4i2.1564>.
- Rahayuningrum, N. dan T. Widayanti. 2008. Kajian Dampak Ekonomi Keberadaan Hypermarket Terhadap Ritel/Pasar Tradisional. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 2 (1): 3-17. <http://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/view/159/116>.
- Rivano, A. 2013. Analisis Fenomena Oligopsoni dalam Distribusi Hortikultura dalam Pasar Modern: Perspektif Ekonomi Politik (Periode Januari - Mei 2013). [skripsi] Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rumallang, A., Jumiati, Akbar, Nadir. 2019. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa. *Jurnal Agrikultura*, 30 (3): 83 - 90. [10.24198/agrikultura.v30i3.23963](https://doi.org/10.24198/agrikultura.v30i3.23963).
- Sinaga, V. R., Fariyanti, A., dan Tinaprilla, N. 2014. Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pemasaran Kentang Granola di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. *Forum Agribisnis* 4(2): 101-120. <https://doi.org/10.29244/fagb.4.2.101-120>
- Tehuh, M. 2010. Ekonomi Industri. Jakarta: Raja Grafindo Persada.