

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU DAN KINERJA PASAR
KOMODITAS BERAS DI KECAMATAN MANIANGPAJO
KABUPATEN WAJO**



**DHEA RIZKY MALINDA
G021201062**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR KOMODITAS
BERAS DI KECAMATAN MANIANGPAJO KABUPATEN WAJO**

**DHEA RIZKY MALINDA
G021201062**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR KOMODITAS
BERAS DI KECAMATAN MANIANGPAJO KABUPATEN WAJO**

DHEA RIZKY MALINDA

G021201062

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana

Program Studi Agribisnis

pada

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR KOMODITAS BERAS DI KECAMATAN MANIANGPAJO KABUPATEN WAJO


DHEA RIZKY MALINDA
G021201062

Skripsi,

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Sarjana Program Studi
Agribisnis pada 18 September 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
kelulusan pada

Program Studi Agribisnis
Departemen Sosial Ekonomi Pertanian
Fakultas Pertanian
Universitas Hasanuddin
Makassar

Mengesahkan:
Pembimbing tugas akhir,



Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si
NIP. 19721107 199702 2 001



Ni Made Viantika, S.P., M.Agb
NIP. 19821208 201504 2 001

Mengetahui:
Ketua Program Studi



Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si
NIP. 19721107 199702 2 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, skripsi berjudul "Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Komoditas Beras di Kecamatan Maniangepajo Kabupaten Wajo" benar adalah karya saya dengan arahan dari pembimbing (Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P.,M.Si sebagai pembimbing utama dan Ibu Ni Made Viantika, S.P.,M.Agb sebagai pembimbing pendamping). Karya ilmiah ini belum pernah diajukan atau tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya mellimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa skripsi ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 18 September 2024



Dhea Rizky Malinda
G021201062

RIWAYAT HIDUP



Dhea Rizky Malinda, lahir di Sungai Itik pada tanggal 29 Oktober 2001. Anak pertama dari pasangan Bapak Mulyadi dan Ibu Hasmda. Selama hidupnya penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal yaitu:

1. TK Raudatul Athfal Jambi (2007-2008)
2. Madrasah Ibtidaiyah Negeri Jambi (2008-2014)
3. SMP N 6 Kota Jambi (2014-2017)
4. Madrasah Aliyah Negeri 2 Jambi (2017-2020)

Kemudian, penulis dinyatakan lulus melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN) menjadi mahasiswa strata 1 (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian pada Tahun 2020. Selama menempuh Pendidikan di Universitas Hasanuddin, penulis bergabung dalam organisasi di lingkup Departemen Sosial Ekonomi Pertanian dan menjadi bagian dari Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA) Periode 2022/2023 sebagai anggota penuh. Selain itu penulis juga aktif mengikuti ajang perlombaan kemahasiswaan tingkat universitas yaitu sebagai anggota tim pada Program Mahasiswa Wirausaha (PMW) pada tahun 2023 dan mendapatkan juara harapan 2 lomba poster pada tahun 2023. Penulis juga pernah menjadi asistem pembimbing pada matakuliah Kewirausahaan semester awal tahun akademik 2023/2024. Selain itu, penulis juga aktif mengikuti mengikuti seminar-seminar mulai dari tingkat universitas, nasional, hingga internasional. Tak hanya itu penulis juga memperoleh pengalaman kerja, penulis pernah melakukan kegiatan magang di Perum BULOG Kanwil SULSELBAR dan Beringin Jaya pada tahun 2023.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Komoditas Beras di Kecamatan Maniangepajo Kabupaten Wajo**”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang terlibat, baik berupa bantuan moril dan bantuan materil. Pada kesempatan kali ini penulis ingin menghaturkan rasa kasih dan cinta serta terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada kedua orang tua kandung penulis **Bapak Mulyadi** dan **Ibu Hasmida** yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, memiliki kesabaran dan keikhlasan yang besar dalam mengiringi setiap langkah penulis dengan doa restu yang sangat tulus serta tak henti-hentinya memberikan dukungan hingga penulis dapat sampai pada tahap ini dan insya allah dapat mencapai kesuksesannya kelak. Penulis juga berterimakasih kepada adik tersayang **Dini, Dani, dan Dafiya** terimakasih untuk dukungannya serta doanya dalam melewati masa penyusunan skripsi ini.

Berbagai kendala yang penulis hadapi dalam proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini, sehingga dengan tekad yang kuat serta bantuan dari berbagai pihak, maka kendala tersebut dapat terselesaikan dengan baik. Dengan tidak mengurangi rasa empati dan hormat kepada mereka yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada

1. **Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si.**, selaku dosen pembimbing utama dan **Ibu Ni Made Viantika, S.P., M.Agb.**, selaku dosen pembimbing pendamping, terimakasih atas waktu dan kesempatannya dalam membimbing penulis mulai dari awal penulisan proposal penelitian hingga penyelesaian skripsi ini. . Penulis sangat berterima kasih atas segala saran dan koreksi yang membangun, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah beliau dan semoga senantiasa diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
2. **Bapak Prof. Ir. Rahim Darma, M.S** dan **Ibu Dr.Letty Fudjaja, S.P., M.Si.**, selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam menghadiri seminar proposal hingga sidang skripsi penulis. Penulis sangat berterima kasih atas segala saran dan koreksi yang membangun, semoga ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah beliau dan semoga senantiasa diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
3. **Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si**, dan **Bapak Ir. Rusli M. Rukka, S.P., M.Si**, selaku Ketua Departemen dan Sekretaris Departemen Sosial Ekonomi Pertanian yang telah banyak memberikan pengetahuan, mengayomi, dan memberikan teladan selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan di Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak dan Ibu dosen**, khususnya **Program Studi Agribisnis Departemen Sosial Ekonomi Pertanian**, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik bagi penulis selama menempuh pendidikan.

5. Seluruh **Staf Departemen Sosial Ekonomi Pertanian** terkhusus Pak Rusli, Ibu Ima, dan kak Farel yang telah membantu penulis dalam proses adminitrasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
6. **BPP Kecamatan Maniangpajo, serta** segenap masyarakat dan responden yang telah memberikan kesempatan dan keramahan kepada penulis dalam mengumpulkan data guna penyelesaian skripsi ini. Terimakasih penulis haturkan karena telah banyak membantu penulis selama proses penelitian.
7. **Pu'ansak, Bang Udin dan Bang Aking** terimakasih telah membantu dan menemani penulis saat penelitian dari awal hingga selesai penelitian
8. **Tini, Dina, Qiya dan Rifky** teman seperjuangan dari awal maba sampai sekarang, dan juga saling memberikan nasihat serta saran dalam penyelesain skripsi.
9. **Aulia, Mastan, Mifta dan Khadija**, terima kasih telah membantu serta memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. **Pwofgrl (dilak, leli, kiol, estik, dan nir)** yang kebersamai penulis dari awal SMA hingga sekarang, terima kasih penulis ucapkan karena selalu menjadi pendengar yang baik dan juga saling memberi semangat satu sama lain.
11. **Sucay, rahma, eka** yang telah kebersamai penulis dari SMP hingga sekarang, terima kasih telah memberikan motivasi serta menjadi pendengar yang baik.
12. **Keluarga Besar Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian 2020 (20FSAGON)** terima kasih atas segala bantuan, dan kerjasama yang naik sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Agribisnis.
13. **Keluarga Besar Mahasiswa Peminat Sosial Ekonomi Pertanian (MISEKTA)**, terima kasih atas segala pengalaman dan pengajaran yang tekah diberikan kepada penulis.
14. Kepada semua pihak yang telah memberi bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu. Semoga sehat selalu dan selalu menjadi orang yang baik untuk diri sendiri dan juga untuk orang lain

ABSTRAK

DHEA RIZKY MALINDA. **Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Komoditas Beras di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo** dibimbing oleh Ibu Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P.,M.Si dan Ibu Ni Made Viantika, S.P.,M.Agb.

Latar Belakang. Beras merupakan komoditi utama yang menjadi pangan pokok bagi sebagian besar penduduk Indonesia. Harga beras terbentuk dari rangkaian proses tata niaga dari produsen hingga ke konsumen akhir di dalam sistem pemasaran beras. **Tujuan** penelitian adalah untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar komoditas beras di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo.

Metode. Penelitian ini menggunakan pendekatan SCP, yang dimana struktur pasar berdasarkan pangsa pasar dan CR4, perilaku pasar berdasarkan saluran pemasaran, sistem penentuan harga dan pembayaran, kerjasama antar lembaga, dan fungsi pemasaran, dan kinerja pasar berdasarkan margin pemasaran dan *farmer's share*. Berdasarkan penelitian ini, hasil dari analisis CR4 untuk di tingkat pedagang pengumpul sebesar 76%, di tingkat penggilingan padi sebesar 79%, di tingkat pedagang grosir sebesar 77%, dan di tingkat pedagang pengecer 73% dari hasil tersebut struktur pasar mengarah ke pasar oligopoli ketat. Hambatan masuk pasar untuk pedagang pengumpul, penggilingan padi, pedagang grosir, dan pedagang pengecer adalah modal. Fungsi pemasaran dijalankan oleh pelaku usaha terdiri dari tiga diantaranya fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Berdasarkan margin pemasaran dan *farmer's share* yang digunakan, untuk margin pemasaran nilai yang didapatkan lebih kecil dari harga jual di tingkat petani, sementara itu pada *farmer's share* untuk saluran I sebesar 74,90%, saluran II sebesar 82,10%, sedangkan untuk saluran III sebesar 90,55%. **Kesimpulan.** Struktur pasar yang terbentuk di pemasaran beras di Kecamatan Maniangpajo mengarah pada pasar oligopoli ketat, serta pemasaran beras di Kecamatan Maniangpajo dapat dikatakan efisien.

ABSTRACT

DHEA RIZKY MALINDA. ***Analysis of Structure, Behavior and Performance of Rice Commodity Market in Maniangpajo District, Wajo Regency*** supervised by Prof. Dr. A. Nixia Tenriawaru, S.P., M.Si and Mrs. Ni Made Viantika, S.P., M.Agb.

Background. *Rice is a major commodity that is a staple food for most of the Indonesian population. The price of rice is formed from a series of trade processes from producers to end consumers in the rice marketing system. The purpose of the study was to analyze the structure, behavior, and performance of the rice commodity market in Maniangpajo District, Wajo Regency. Method.* This study uses the SCP approach, where the market structure is based on market share and CR4, market behavior is based on marketing channels, pricing and payment systems, cooperation between institutions, and marketing functions, and market performance is based on marketing margins and farmer's share. Based on this study, the results of the CR4 analysis for the collector level were 76%, at the rice mill level 79%, at the wholesaler level 77%, and at the retailer level 73% of the results showed that the market structure was heading towards a tight oligopoly market. Barriers to market entry for collectors, rice mills, wholesalers, and retailers are capital. The marketing function carried out by business actors consists of three, namely exchange function, physical function, and facility function. Based on the marketing margin and farmer's share used, for the marketing margin the value obtained is smaller than the selling price at the farmer level, while for farmer's share for channel I it was 74.90%, channel II it was 82.10%, while for channel III it was 90.55%. **Conclusion.** The market structure formed in rice marketing in Maniangpajo District is heading towards a tight oligopoly market, and rice marketing in Maniangpajo District can be said to be efficient.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENGAJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
RIWAYAT HIDUP	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Manfaat Penelitian	4
1.4. Kerangka Pemikiran	5
BAB II. METODE PENELITIAN	6
2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	6
2.2. Jenis dan Sumber Data	6
2.3. Metode Pengumpulan Data	6
2.4. Populasi dan Sampel.....	6
2.5. Metode Analisis Data.....	7
2.6. Batasan Operasional	9
III. HASIL DAN PEMBAHASAN	11
3.1. Kondisi Umum Lokasi Penelitian.....	11
3.2. Karakteristik Responden	12
3.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	12
3.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	14
3.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	17
3.3. Analisis Struktur Pasar	19
3.3.1. Pangsa Pasar (<i>Market Share</i>).....	19
3.3.2. Konsentrasi Pasar (CR_4).....	21

3.3.3. Diferensiasi Produk.....	24
3.3.4. Hambatan Masuk Pasar	25
3.4. Perilaku Pasar.....	26
3.4.1. Saluran Pemasaran	26
3.4.2. Sistem Penentuan Harga dan Pembayaran	27
3.4.3. Kerjasama antar Lembaga.....	28
3.4.4. Fungsi Pemasaran.....	29
3.5. Kinerja Pasar	32
3.5.1. Margin Pemasaran.....	32
3.5.2. Farmer Share.....	33
IV. KESIMPULAN DAN SARAN	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	40

DAFTAR TABEL

Nomor Urut	Halaman
1. Konsumsi Beras di Kabupaten Wajo Tahun 2020-2019.....	1
2. Luas Panen dan Produksi Padi di Kecamatan Maniangpajo Tahun 2019-2022.....	2
3. Karakteristik Petani Menurut Usia.....	12
4. Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Usia.....	13
5. Karakteristik Penggilingan Padi Menurut Usia	13
6. Karakteristik Pedagang Grosir Menurut Usia	14
7. Karakteristik Pedagang Pengecer Menurut Usia	14
8. Karakteristik Petani Menurut Pendidikan	15
9. Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Pendidikan	15
10. Karakteristik Penggilingan Padi Menurut Pendidikan.....	16
11. Karakteristik Pedagang Grosir Menurut Pendidikan	16
12. Karakteristik Pedagang Pengecer Menurut Pendidikan.....	16
13. Karakteristik Petani Menurut Jumlah Tanggungan	17
14. Karakteristik Pedagang Pengumpul Menurut Jumlah Tanggungan	17
15. Karakteristik Penggilingan Padi Menurut Jumlah Tanggungan	18
16. Karakteristik Pedagang Grosir Menurut Jumlah Tanggungan.....	18
17. Karakteristik Pedagang Pengecer Menurut Jumlah Tanggungan	19
18. Perhitungan Nilai CR4 Pelaku Pasar.....	22
19. Fungsi Pertukaran pada Pelaku Pasar.....	29
20. Fungsi Fisik pada Pelaku Pasar.....	30
21. Fungsi Fasilitas pada Pelaku Pasar... ..	31
22. Analisis Margin Pemasaran di Kecamatan Maniangpajo... ..	32
23. Analisis <i>Farmer's Share</i> di Tingkat Petani dan di Tingkat Konsumen.....	33

DAFTAR GAMBAR

Nomor Urut	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	5
2. Peta Lokasi Penelitian.....	11
3. Pangsa Pasar di Kecamatan Maniangpajo.....	19
4. Saluran Pemasaran I di Kecamatan Maniangpajo.....	26
5. Saluran Pemasaran II di Kecamatan Maniangpajo.....	27
6. Saluran Pemasaran III di Kecamatan Maniangpajo.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Urut	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	40
2. Karakteristik Petani Responden	63
3. Karakteristik Pedagang Pengumpul.....	63
4. Karakteristik Penggilingan Padi	64
5. Karakteristik Pedagang Grosir	64
6. Karakteristik Pedagang Pengecer	64
7. Analisis Pangsa Pasar Pedagang Pengumpul.....	65
8. Analisis Pangsa Pasar Penggilingan Padi	65
9. Analisis Pangsa Pasar Pedagang Grosir	65
10. Analisis Pangsa Pasar Pedagang Pengecer	66
11. Analisis CR4 Pedagang Pengumpul.....	66
12. Analisis CR4 Penggilingan Padi	66
13. Analisis CR4 Pedagang Grosir	66
14. Analisis CR4 Pedagang Pengecer	67
15. Dokumentasi Penelitian	68

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan sebuah negara agraris, yang dimana sektor pertanian merupakan sektor yang berperan penting dalam perekonomian negara (Kusumaningrum, 2019). Sektor pertanian merupakan bagian penting untuk memenuhi kebutuhan pokok manusia yang harus tersedia setiap saat (Hidayah *et al.*, 2022). Pemerintah memiliki tanggung jawab untuk memastikan ketersediaan, aksesibilitas, dan pemanfaatan pangan bagi masyarakat dalam suatu wilayah secara aman, cukup, dan bergizi sepanjang waktu dengan memanfaatkan sumber daya, kelembagaan, dan potensi lokal (Septya *et al.*, 2018). Kebutuhan pangan utama di Indonesia adalah beras, karena sebagian besar penduduk Indonesia mengonsumsi beras sebagai sumber utama karbohidrat (Pangesti, 2021).

Beras merupakan komoditi yang besar dalam sub sektor pertanian. Hampir dari 95% masyarakat di Indonesia mengonsumsi beras sebagai bahan makanan pokok utama bagi mereka (Purwono *et al.*, 2013). Adapun beberapa alasan yang mendasari dipilihnya beras sebagai makanan pokok, diantaranya cita rasa yang lebih lezat, lebih cepat dan praktis untuk diolah, dan mempunyai komposisi gizi yang relatif lebih baik dibandingkan pangan pokok yang lain (Wijayati & Suryana, 2019). Kebutuhan beras tiap tahunnya akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, pada tahun 2017 tingkat konsumsi beras perkapita pertahun sebesar 150 kilogram per tahun (Waskito *et al.*, 2021). Peningkatan produksi tanaman pangan, terutama beras menjadi yang utama untuk penanganan dalam pembangunan pertanian dikarenakan beras merupakan makanan pokok untuk sebagian besar masyarakat di Indonesia (Salasa, 2021).

Untuk di wilayah Indonesia Timur, Provinsi Sulawesi Selatan menduduki peringkat ke 4 dari 10 provinsi sebagai produksi beras terbesar di Indonesia dengan jumlah produksi sebanyak 3.075.860 ton dalam tahun 2022 (Statistics, 2021). Salah satu kabupaten yang memasarkan hasil produksi berasnya adalah Kabupaten Wajo. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) menempatkan Kabupaten Wajo di nomor urut ke-2 dengan produksi terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan dengan jumlah produksi beras sebanyak 457.883,39 ton. Kebutuhan beras di Kabupaten Wajo sebagai bahan pokok akan terus meningkat seiring dengan peningkatan jumlah konsumsi beras di Kabupaten Wajo. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023) konsumsi beras di kabupaten Wajo terus mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Tabel 1. Konsumsi Beras di Kabupaten Wajo Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Konsumsi Beras (ribu ton)
1.	2020	43.887,15
2.	2021	44.313,84
3.	2022	44.334,45

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Wajo (2023)

Berdasarkan data pada tabel 1, dapat dilihat bahwa tingkat konsumsi beras di Kabupaten Wajo mengalami kenaikan setiap tahunnya, oleh sebab itu tingkat produksi beras perlu meningkat untuk menyeimbangkan tingkat produksi dan tingkat konsumsi beras di Kabupaten Wajo. Salah satu daerah sentra beras di Kabupaten Wajo adalah Kecamatan Maniangepajo. Tingkat luas panen di Kecamatan Maniangepajo terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Adapun luas panen dan produksi padi pada Kecamatan Maniangepajo dapat dilihat ditabel 2.

Tabel 2. Luas Panen dan Produksi Padi di Kecamatan Maniangepajo Tahun 2020-2022

No.	Tahun	Luas Panen (ha)	Produksi (ton)
1.	2020	10.389	57.956,5
1.	2021	12.104	69.789,9
3.	2022	12.212	69.925,8

Sumber: Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Maniangepajo (2023)

Berdasarkan tabel 2, luas panen di Kecamatan Maniangepajo mengalami kenaikan setiap tahunnya sehingga menjadi faktor meningkatnya produksi padi di Kecamatan Maniangepajo, hal ini dikarenakan luas panen tanaman merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan produksi (Ishaq *et al.*, 2016). Meskipun tingkat produksi beras mengalami kenaikan, namun harga jual beras tidak stabil dan cepat mengalami fluktuasi. Peningkatan produksi beras seharusnya dapat memberikan keuntungan yang lebih besar tetapi karena fluktuasi harga jual yang cepat dapat menimbulkan kerugian terkhususnya petani padi.

Harga beras terbentuk melalui serangkaian proses distribusi dari produsen hingga konsumen akhir dalam sistem pemasaran beras (Karimudin, 2020). Pendapatan petani bergantung pada jalur pemasaran yang dipilih (Faisal, 2020). Dalam hal ini, proses pemasaran beras dari petani melibatkan tahapan yang panjang dan mengalami perubahan harga dari petani ke konsumen melalui berbagai lembaga pemasaran (Sucahyo *et al.*, 2023). Semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran hasil produksi maka semakin rendah harga yang akan diterima oleh para petani (Mursalat *et al.*, 2022). Dengan demikian pengaruh lembaga dalam pemasaran sangat berperan besar, hal ini akan mempengaruhi tinggi rendahnya harga yang akan di terima petani dan berapa besaran margin yang diterima.

Pemasaran beras di Kecamatan Maniangepajo melibatkan berbagai pelaku pasar, termasuk pedagang pengumpul, penggilingan padi, pedagang grosir, dan pedagang pengecer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar beras di wilayah ini, yang meliputi pengidentifikasian karakteristik pasar berdasarkan pangsa pasar dan konsentrasi rasio (CR4). Perilaku pasar juga akan diteliti melalui saluran pemasaran yang ada, sistem penentuan harga, sistem pembayaran, fungsi pemasaran, serta kerjasama antar lembaga. Saluran pemasaran terdiri dari beberapa jalur yang melibatkan kombinasi berbagai pelaku

pasar. Kinerja pasar beras dengan menganalisis margin pemasaran dan *farmer's share* untuk berbagai saluran.

Struktur, perilaku, dan kinerja pasar merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan khususnya terjadi dalam pemasaran produk pertanian (Adhiningsih, 2018). Struktur pasar secara sederhana merupakan kumpulan berbagai faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kompetensi di pasar (Rahayu & Febriaty, 2019). Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan dan pembentukan harga, dan kerjasama lembaga pemasaran pemasaran (Peter & Olson, 2014). Kinerja pasar merupakan suatu kriteria untuk mengetahui seberapa jauh proses pemasaran berjalan dan sejauh mana tujuan pemasarannya tercapai dengan baik dengan mengukur margin pemasaran serta *farmer share* (Syafuruddin & Darwis, 2021). Struktur pasar merupakan suatu keadaan pasar yang dimana memberikan petunjuk mengenai aspek-aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku pasar serta kinerja pasar, antara lain jumlah penjual & pembeli, hambatan masuk pasar, sistem distribusi dan penguasaan pasar (Arsyad & Kusuma, 2015). Dari aspek tersebut akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam berperilaku dalam pasar, kemudian dari perilaku tersebut juga akan mempengaruhi kinerja pasar.

Adapun penelitian mengenai struktur, perilaku, dan kinerja pasar telah beberapa kali di teliti sebelumnya di tempat yang berbeda-beda. Oksalia *et al.*, (2023) dengan judul "Efisiensi Pemasaran Beras dengan Pendekatan *Structure Conduct Performance*". Hasil penelitian ini menunjukkan Pemasaran Beras Kabupaten Banyuwangi memiliki lima saluran pemasaran. Struktur pasar yang terbentuk dari penjualan beras di Kabupaten Banyuwangi menuju pada struktur pasar oligopsoni. Berdasarkan analisis SCP, saluran Pemasaran dua (petani-penggiling-pengecer-konsumen) telah disimpulkan sebagai saluran pemasaran yang paling efisien untuk pelaku pemasaran beras Kabupaten Banyuwangi.

Septya *et al.*, (2018) dengan judul " Struktur dan Perilaku Pasar Beras Surabaya". Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif berupa analisis pangsa pasar dengan penghitungan konsentrasi rasio 4 pelaku dengan output terbesar (CR4) dalam analisis struktur pasar. Variabel dari penelitian ini ialah pangsa pasar dengan perhitungan konsentrasi rasio 4 pelaku dengan output terbesar (CR4) dalam analisis struktur pasar, fungsi-fungsi pemasaran serta perilaku penetapan harga. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan struktur pasar beras di Surabaya adalah pasar persaingan sempurna. Perilaku pasar beras di Surabaya mengidentifikasi pedagang besar sebagai pelaku pasar yang melakukan fungsi fasilitas berupa *grading* dan pengemasan sehingga hal ini meningkatkan nilai tambah dan menciptakan diferensiasi produk.

Selanjutnya penelitian dari Hidayati & Zuhriyah (2020) dengan judul "Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Beras Organik di Desa Sumbergepoh". Metode analisis data yang digunakan *market share*, konsentrasi rasio, *indeks herfindhal hirschman (IHH)*, margin pemasaran, *farmer share*, dan distribusi margin. Hasil dari

penelitian menunjukkan struktur pasar beras organik yang terbentuk mengarah pada oligopsoni. Perilaku pasar pada pemasaran beras organik harga ditentukan oleh petani namun adanya kesepakatan terlebih dahulu dan terdapat dua saluran pemasaran yaitu 1) petani menjual gabah kepada pedagang pengumpul, kemudian dari pedagang pengumpul secara langsung dijual kepada konsumen. 2) Petani menjual gabah kepada pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul dititipkan kepada pemilik Apotek, lalu dari Apotek dijual secara langsung. Selanjutnya, hasil dari penampilan pasar beras organik belum efisien karena share yang diperoleh petani $\leq 40\%$.

Selanjutnya penelitian dari Dewi & Saputra, (2017) dengan judul penelitian "Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Komoditi Padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. Metode analisis yang digunakan *market share*, konsentrasi rasio, korelasi harga, dan transmisi harga. Hasil penelitian menunjukkan struktur pasar padi di Desa Bunga Raya dan di Desa Kemuning Muda mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Perilaku pasar padi mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Terdapat korelasi sedang antara harga padi di tingkat petani dengan harga padi di tingkat konsumen. Sedangkan transmisi harga antara pasar di tingkat petani dengan harga pasar di tingkat konsumen menunjukkan nilai koefisien elastisitas transmisi harga kecil dari satu. Kinerja pasar yang dilihat dari margin pemasaran, biaya pemasaran dan keuntungan di tiap lembaga pemasaran padi di peroleh keuntungan terbesar oleh pedagang yang melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dengan mengeluarkan lebih banyak biaya pemasaran.

Adapun kebaruan penelitian ini dari penelitian sebelumnya yaitu berada pada lokasi penelitian, dan waktu penelitian yang akan dilaksanakan di Kecamatan Maniangpajo, Kabupaten Wajo. Berdasarkan uraian diatas tersebut, maka perlu dilakukan penelitian terhadap struktur, perilaku, dan kinerja pasar pada komoditas beras di Kecamatan Maniangpajo, melalui penelitian yang berjudul "Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar pada Komoditas Beras di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo".

1.2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar pada komoditas beras di Kecamatan Maniangpajo, Kabupaten Wajo

1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka diharapkan manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagi petani dan pedagang, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan pengetahuan dan pertimbangan dalam melakukan pemasaran beras , sehingga petani dan pedagang saling memahami dan bekerjasama karena keduanya berperan penting dalam pemasaran beras.
2. Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat berguna dalam pengembangan ilmu pemasaran hasil pertanian dan sebagai penyempurna bagi penelitian

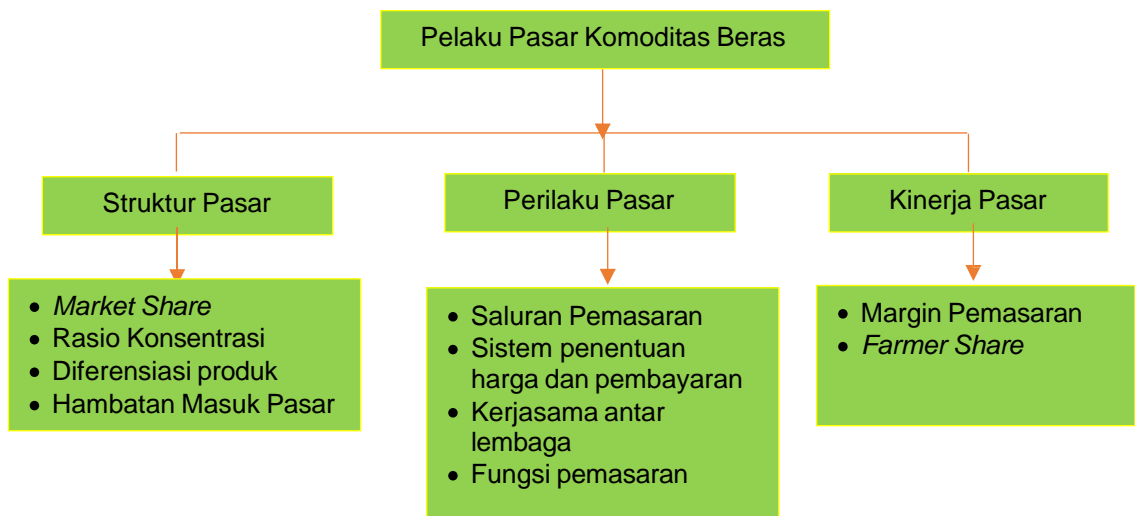
yang sama dimasa yang akan datang terutama yang berkaitan dengan pemasaran beras.

3. Bagi Pemerintah dan pihak berwenang, sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan.

1.4. Kerangka Pemikiran

Kegiatan dalam memasarkan suatu komoditas dari petani sampai ketangan konsumen membutuhkan peranan lembaga-lembaga yang akan membentuk alur pemasaran. Pedagang atau lembaga pemasaran dalam menyampaikan dari produsen hingga ke konsumen selalu mengambil keuntungan yang jauh lebih tinggi dari pada petani dan mengeluarkan biaya-biaya dalam kegiatan pemasaran.

Posisi tawar menawar petani yang sangat rendah dapat mengakibatkan petani hanya menerima harga yang ditawarkan oleh pedagang pengumpul. Struktur pasar diketahui dengan melihat jumlah penjual dan pembelian. Perilaku Pasar dapat diketahui dengan melihat penentuan harga, sistem pembayaran, fungsi pemasaran serta saluran pemasaran. Sedangkan kinerja pasar dapat diketahui dengan seberapa jauh proses pemasaran berjalan dan sejauh mana tujuan pemasarannya tercapai dengan baik. Untuk memudahkan kegiatan penelitian yang akan dilakukan, berikut gambar kerangka pemikiran “**Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar pada Komoditas Beras di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo**”.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo. Penentuan daerah lokasi penelitian ini dipilih dengan sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan salah satu daerah penghasil beras Kabupaten Wajo. Penelitian ini dilakukan pada bulan April-Mei 2024.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yakni sebagai berikut:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil observasi lapang dan wawancara berdasarkan kuisisioner yang telah dibuat (Mursalat, 2021). Data primer dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan lembaga pemasaran beras yang terpilih sebagai sampel berdasarkan kuisisioner yang telah disiapkan oleh peneliti mengenai luas lahan petani, jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam tiap saluran, harga jual gabah, volume dan harga jual beras, penentuan harga, sistem pembayaran, dan kapasitas produksi.
2. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari sumber yang mendukung penelitian seperti dokumentasi dan literatur (P. Sugiyono, 2019).

2.3. Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, kuisisioner dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (P. Sugiyono, 2015).

2. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang telah disiapkan sebelumnya kepada responden untuk dijawab (P. Sugiyono, 2019).

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu, studi dokumen adalah pelengkap dari penggunaan metode observasi serta wawancara seperti tulisan, gambar dan sebagainya (P. Sugiyono, 2016). Sehingga pada penelitian ini peneliti mengumpulkan dokumen dengan menggunakan foto yang di dapatkan di lapangan atau dilokasi penelitian .

2.4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (D. Sugiyono, 2017). Populasi dalam

penelitian ini merupakan lembaga pemasaran yang terdiri dari petani, pedagang pengumpul, penggilingan padi, pedagang grosir dan pedagang pengecer. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto & Sodik, 2015). Dalam penelitian ini, jumlah populasi penggilingan padi di Kecamatan Maniangpajo berjumlah 10 penggilingan padi. Adapun sampel yang digunakan pada penggilingan padi menggunakan total *sampling* yang dimana jumlah sampel sama dengan populasi (P. D. Sugiyono, 2017). Jumlah sampel penggilingan padi dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 penggilingan padi.

Adapun penentuan responden pedagang grosir, pedagang pengecer, pedagang pengumpul dan petani padi menggunakan metode teknik bola salju (*snowball sampling*). Peneliti memilih *snowball sampling* karena dalam penentuan sampel, peneliti pertama-tama hanya menentukan satu atau dua orang saja tetapi karena data yang didapat dirasa belum lengkap maka peneliti akan mencari orang lain untuk melengkapi data tersebut (P.D. Sugiyono, 2014). Penggunaan teknik bola salju (*snowball sampling*) karena populasi pedagang grosir, pedagang ecer, pedagang pengumpul dan petani padi belum diketahui secara pasti. *Snowball sampling* dilakukan dengan memperoleh informasi dari lembaga pemasaran pertama (penggilingan padi), kemudian dari sumber informasi tersebut akan menunjukkan sampel berikutnya yang merupakan lembaga pemasaran selanjutnya (Yuniarti *et al.*, n.d., 2019).

2.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini difokuskan untuk melihat struktur, perilaku, dan kinerja pasar komoditas beras di Kecamatan Maniangpajo Kabupaten Wajo. Struktur pasar yang terjadi dapat dianalisis berdasarkan unsur-unsur berikut ini antara lain derajat konsentrasi pasar, antara lain pangsa pasar (*Market Share*), CR4 (*Concentration Ratio For Four The Biggest Firm*), diferensiasi produk dan hambatan masuk pasar, sedangkan perilaku pasar antara lain sistem penentuan harga, sistem penentuan harga dan pembayaran, saluran pemasaran dan fungsi pemasaran, untuk kinerja pasar dianalisis berdasarkan unsur-unsur berikut ini antara lain margin pemasaran, dan *Farmer Share*.

1. Pangsa Pasar (*Market Share*)

Pangsa pasar (*market share*) adalah presentase dari total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu perusahaan (potensi pasar dibagi jumlah penjualan) (Jafar, 2021). *Market share* digunakan untuk melihat cakupan kekuasaan pasar suatu lembaga pemasaran (Dewi & Saputra, 2017). Setiap pelaku usaha mempunyai pangsa pasar berbeda yaitu antara 0% hingga 100% dari total penjualan. Pangsa pasar dirumuskan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100\%$$

Dimana:

MS_i : pangsa pasar suatu lembaga pemasaran (%)

S_i : jumlah penjualan ke-i (Rp)

S_{tot} : total penjualan (Rp)

Kriteria pengambilan keputusan menurut Jaya (2023) terdapat 5 kategori pasar berdasarkan tingkat persaingan yang diindikasikan oleh penguasaan pangsa pasar sebagai berikut:

- a. Monopoli murni, jika salah satu 100% dari pangsa pasar.
- b. Oligopoli ketat, apabila penggabungan 4 perusahaan terkemuka memiliki lebih dari 60% dari pangsa pasar.
- c. Oligopoli longgar, apabila penggabungan 4 perusahaan terkemuka memiliki 40% atau kurang dari 60% pangsa pasar.
- d. Persaingan monopolistik, jika lembaga pemasaran tidak satupun yang memiliki besar dari 0% pangsa pasar.
- e. Persaingan sempurna, jika lebih dari 50 pesaing, tidak satupun memiliki pangsa pasar yang besar.

2. Concentration Ratio for The Biggest Four

Rasio konsentrasi atau CRn merupakan alat untuk mengukur konsentrasi pasar yang paling sederhana karena hanya memerlukan data sejumlah N perusahaan terbesar saja dalam pengukurannya (Arsyad & Kusuma, 2014). Alat analisis untuk mengetahui derajat konsentrasi empat produsen terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga bisa diketahui secara umum gambaran imbalan kekuatan posisi tawar menawar petani (penjual) terhadap pedagang (pembeli), dengan rumus:

$$CR_4 = \frac{K_1 + \dots + K_4}{K_{r_{total}}} \times 100\%$$

Dimana:

CR_4 : Concentration Ratio for The Biggest Four

$K_{1/2/3/4}$: Pangsa pasar dari lembaga pemasaran ke-1/2/3/4

$K_{r_{total}}$: total pangsa dari seluruh pembelian lembaga pemasaran

Kriteria pengambilan keputusannya:

- a. $CR_4 < 40\%$ maka struktur pasar bersifat persaingan sempurna (kompetitif) atau persaingan monopolistik (persaingan monopolistik perlu dilihat apakah ada diferensiasi produk atau tidak)
- b. $40\% < CR_4 < 80\%$ maka struktur pasar bersifat oligopoli (seringkali bila nilai CR_4 diantara diatas 60-80% disebut oligopoli ketat dan nilai nilai CR_4 diantara diatas 40-60% disebut oligopoli longgar, walaupun makna ini seringkali tidak jelas karena untuk mengukur kekuatan oligopoli/monopoli dapat diuji melalui kekuatan market power tetapi dibahas di tingkat lanjut.
- c. $CR_4 > 80\%$ maka struktur pasar cenderung monopoli/monopsoni

3. Margin Pemasaran

Analisis margin pemasaran dipergunakan untuk menganalisis pemasaran produk mulai dari petani produsen sampai ditangan konsumen akhir atau pabrik (Lasitya et al., 2022). Penarikan kesimpulan yaitu semakin kecil margin pemasaran

beras, maka semakin efisien suatu pemasaran. Margin Pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus:

$$M = Pr - Pf$$

M = Margin Pemasaran

Pr = Harga tingkat konsumen

Pf = Harga tingkat petani

4. *Farmer's share*

Farmer's share merupakan analisis pemasaran yang membandingkan antara harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Riyadh, 2019). *Farmer's share* merupakan besarnya *share* harga yang diperoleh petani dari harga yang dibayar oleh konsumen, dapat dihitung dengan rumus:

$$F_s = \frac{\text{Price Farmer } (P_f)}{\text{Price Consumen } (P_c)} \times 100\%$$

Keterangan:

F_s = *Farmer Share*

Pf = Harga jual pada tingkat petani / produsen

Pr = Harga beli pada tingkat konsumen

Kriteria:

FS ≥ 40% maka *Farmer's Share* dikatakan efisien FS ≤ 40% maka *Farmer's Share* dikatakan tidak efisien

5. Analisis Deskriptif

Saluran pemasaran, sistem penentuan harga, sistem pembayaran, kerjasama antar lembaga, fungsi pemasaran, diferensiasi produk dan hambatan masuk pasar akan diuraikan secara deskriptif dari data primer yang diperoleh. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjabarkan fenomena yang ada, mencakup aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena satu dengan fenomena lain (Sukmadinata, 2017).

2.6. Batasan Operasional

Menurut Sugiyono (2015) batasan operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Adapun Batasan operasional dari penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Produksi beras ialah hasil dari usahatani padi di Kecamatan Maniangpajo, Kabupaten Wajo yang dinyatakan dalam satuan kilogram (kg) dalam musim tanam 2024.
2. Petani merupakan seseorang yang membudidayakan serta memasarkan gabah

3. Pedagang pengumpul adalah pelaku usaha yang memiliki usaha dengan mengumpulkan hasil gabah dari petani untuk dijual kembali.
4. Pedagang besar atau penggilingan padi adalah pelaku usaha yang membeli hasil pertanian dari pedagang pengumpul, kemudian merubah gabah menjadi beras dan dijual kembali kepada pedagang grosir.
5. Pedagang grosir adalah pelaku usaha yang menjual beras dalam jumlah besar.
6. Pedagang pengecer adalah pelaku usaha yang menjual beras dalam jumlah kecil dan menjual langsung ke konsumen.
7. Struktur pasar adalah karakteristik dari organisasi pasar yang membentuk hubungan saling keterkaitan antara penjual satu sama lain, hubungan antara penjual dan pembeli serta hubungan antara penjual di pasar dengan penjual potensial yang akan masuk ke pasar.
8. Perilaku pasar merupakan aktivitas yang terjadi di saat proses jual beli beras.
9. Kinerja pasar merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku dimana hasil biasanya diidentifikasi dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan dalam suatu pemasaran.
10. Saluran pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang terlibat dalam kegiatan pemasaran.
11. Hambatan masuk pasar adalah hambatan yang dapat menyulitkan petani ataupun pedagang beras untuk berhasil dalam industrinya.
12. Diferensiasi produk adalah mengolah gabah menjadi produk beras yang ditawarkan mempunyai keunggulan dan memenuhi kebutuhan.
13. Konsentrasi pasar adalah jumlah penjualan beras mempengaruhi bentuk pasar.
14. Pangsa pasar adalah persentase nilai jual atau beli beras yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan.
15. Sistem penentuan harga adalah bagaimana harga beras terbentuk dari setiap pelaku pasar.
16. Kerjasama lembaga pemasaran adalah kerjasama yang dilakukan oleh pelaku pasar.
17. Fungsi pemasaran adalah kegiatan yang dijalankan setiap pelaku pasar dalam memasarkan beras.
18. Margin pemasaran merupakan selisih harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.
19. *Farmer's share* merupakan perbandingan harga yang diterima petani dengan harga yang dibayar konsumen.