



Analisis Struktur Dan Kinerja Pasar Gabah Di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin

***Analysis Of The Structure And Performance Of The Paddy Market In
Daya Utama Village, Muara Padang District, Banyuasin Regency***

Zaenal Arifin^{1*)}, Rahmat Kurniawan¹⁾, Puri Pratami Ardina Ningrum^{1*)}

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Palembang

*Email: ¹⁾ puripratamieon@gmail.com

How to Cite :

Arifin, Z., Kurniawan, R., Ningrum, P.P.A. (2025). Analisis Struktur Dan Kinerja Pasar Gabah Di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin. *Sinta Journal*, 6 (2), 425–438 DOI: <https://doi.org/10.37638/sinta.6.2.415-438>

ABSTRAK

ARTICLE HISTORY

Received [26 October 2025]

Revised [15 November 2025]

Accepted [02 December 2025]

KEYWORDS

Market Structure, Market Performance, Grain

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui struktur pasar gabah dan untuk menganalisis kinerja pasar gabah. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan pada bulan Mei - Juli 2025. Metode penelitian ini adalah metode survei. Penarikan sampel menggunakan metode Acak sederhana sebanyak 30 orang petani, menggunakan snow-ball sampling sebanyak 3 orang penggiling padi dan sebanyak 5 orang pengepul padi. Metode analisis data adalah 1) untuk menjawab tujuan pertama analisis pangsa pasar, Concentration Ratio (CR_4) dan Indeks Hircshman-Herfindahl (IHH); 2) untuk menjawab tujuan kedua margin pemasaran dan share harga. Hasil penelitian menunjukkan Struktur pasar gabah di Desa tergolong pasar persaingan sempurna dengan nilai CR_4 sebesar 0,181, di tingkat lembaga pemasaran struktur pasar mengarah pada pasar oligopoli dengan nilai CR_4 sebesar 0,609 dan nilai Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH) sebesar 0,08063. Kinerja pasar gabah di Desa pada saluran pemasaran I di tingkat pengepul tergolong efisien dengan nilai margin pemasaran sebesar 1,72%, di tingkat penggilingan padi sebesar 124,14% dan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar 124,14%,

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license



menunjukkan margin pemasaran tidak efisien. Share harga yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran I sebesar 45% dan pada saluran pemasaran II sebesar 44% juga termasuk belum efisien.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the structure of the grain market and to analyze the performance of the grain market. This study was conducted in Daya Utama Village, Muara Padang District, Banyuasin Regency, South Sumatra Province, from May to July 2025. The research method used was a survey method. Samples were drawn using a simple random method of 30 farmers, using snowball sampling of 3 rice millers and 5 rice collectors. The data analysis methods were 1) to answer the first objective of market share analysis, Concentration Ratio (CR_4) and Hirschman-Herfindahl Index (IHH); 2) to answer the second objective of marketing margins and price shares. The results show that the grain market structure in the village is a perfectly competitive market with a CR_4 value of 0.181. At the marketing agency level, the market structure tends toward an oligopoly with a CR_4 value of 0.609 and a Herfindahl-Hirschman Index (HHI) value of 0.08063. The performance of the grain market in the village in marketing channel I at the collector level is classified as efficient with a marketing margin of 1.72%, at the rice milling level of 124.14%, and in marketing channel II with a marketing margin of 124.14%, indicating that the marketing margin is inefficient. The price share received by farmers in marketing channel I is 45% and in marketing channel II is 44%, which is also considered inefficient.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi Indonesia yang masih berorientasi pada sektor pertanian, dengan tujuan agar produksi pertanian dapat meningkat secara terus menerus dan salah satu upaya yang dilakukan untuk pemulihian ekonomi bangsa ditentukan oleh kemajuan pembangunan pertaniannya. Pembangunan sektor pertanian yang tangguh diarahkan untuk meningkatkan produktivitas hasil pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan masyarakat (Dayu et.al., 2023).

Pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang paling hakiki bagi penduduk suatu negara. Sejak berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) telah diamanatkan di dalam Undang Undang Dasar 1945 (UUD 1945) bahwa negara wajib menjalankan kedaulatan pangan (hak rakyat atas pangan) dengan fokus pada penerapan kebijakan pertanian yang mendukung kedaultan pangan di Indonesia khususnya di Sumatera Selatan Kewajiban yang dimaksudkan yaitu mencakup kewajiban menjamin ketersediaan, keterjangkauan dan

pemenuhan konsumsi pangan yang cukup, aman, bermutu dan bergizi seimbang. Pelaksanaan kewajiban tersebut harus dilakukan secara efektif dan negara wajib menguasai sumber daya alam untuk digunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat (UUD 1945 pasal 33 ayat 3).

Pulau Sumatera merupakan salah satu pulau penghasil beras terbesar kedua setelah Pulau Jawa dan merupakan pulau yang cocok untuk mengembangkan sektor pertanian. Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki Program Lumbung Pangan Nasional, hal ini tidak terlepas dari tersedianya potensi sumber daya lahan yang cukup variatif, mulai dari lahan sawah irigasi, tada hujan, rawa pasang surut, lebak dan lahan kering. Besarnya jumlah produksi beras yang dihasilkan di Sumatera Selatan tidak terlepas dari peran masing-masing kabupaten yang menjadi penyumbang produksi beras dari tahun ke tahun Menurut Data Pusat Statistik Tahun 2023 menjelaskan Luas panen padi Sumatera Selatan pada 2023 diperkirakan sekitar 502,16 ribu hektare, mengalami penurunan sebanyak 11,22 ribu hektare atau 2,18 persen dibandingkan luas panen padi di 2022 yang sebesar 513,38 ribu hektare. Salah satunya Kabupaten yang memiliki luas panen terbesar untuk komoditi padi adalah Banyuasin yang dimana menjadi Kabupaten yang memiliki luas tanam dan produksi tertinggi dengan luas tanam sebesar 194.563 Ha dan pada produksi dengan jumlah sebesar 177.667 Ton. Usahatani padi di Kabupaten Banyuasin didukung dengan adanya penerapan teknologi pertanian yang memadai. Komoditas padi diusahakan hampir di seluruh kecamatan yang ada di Kabupaten Banyuasin,

Kabupaten Banyuasin mempunyai luas panen sebesar 255.281 Ha, dan produksi 1.302.230 Ton, dengan produktivitas sebesar 97,26 Ton. Dari jumlah tersebut, terdapat beberapa Kecamatan yang berperan dalam menyumbang produksi beras salah satunya adalah Kecamatan Muara Padang yang menduduki urutan ke Sembilan dengan luas panen sebesar 13.583 Ha, produksi 69.827 Ton, dengan Produktivitas sebesar 5,14 Ton. Salah satu desa yang berkontribusi dalam produksi padi di Kecamatan Muara Padang adalah Desa Daya Utama yang memiliki luas panen sebesar 1.520 Ha dengan jumlah produksi sebesar 8.360 Ton. Mayoritas masyarakat di Desa Daya Utama mengandalkan komoditas padi sebagai sumber penghasilan mereka. Pada dasarnya komoditas padi selain sebagai bahan makanan pokok, juga menjadi sumber penghasilan perekonomian pedesaan maupun perekonomian keluarga tani. Usaha tani padi yang dibudidayakan oleh petani dapat dinyatakan berhasil apabila harga gabah ditingkat petani tidak mengalami penurunan dan produksi yang dihasilkan oleh petani dapat diterima oleh pasar (Rini et.al, 2023).

Pemasaran merupakan hal yang penting setelah produksi pertanian selesai. Jalur pemasaran atau jalur distributor merupakan jalur perantara antara produsen ke tangan konsumen dengan menggunakan sarana yang ada. Kondisi pemasaran akan menghasilkan suatu siklus mau pun lingkungan pasar suatu

komoditas. Jika suatu pemasaran tidak berjalan dengan baik serta harga yang diberikan kepada petani tidak layak, maka kondisi ini akan berpengaruh kepada motivasi petani yang akan mengakibatkan penawaran akan berkurang. Penawaran yang berkurang akan menyebabkan harga menjadi tinggi (Ali, 2020).

Seperti halnya di Desa Daya Utama harga gabah dapat dikatakan berfluktuatif tergantung dari proses pemasaran yang melibatkan banyak pihak dan masing-masing memiliki peran penting didalamnya. Berdasarkan hasil observasi yang bahwa harga gabah di Desa Daya Utama mengalami peningkatan, pada tahun 2023 harga gabah sebesar Rp.5.600/Kg dan pada tahun 2024 mengalami peningkatan menjadi Rp.5.800/Kg. Peningkatan harga ini terjadi karena beberapa faktor, termasuk peningkatan permintaan gabah, biaya produksi mengalami kenaikan, serta perubahan dalam sistem distribusi yang melibatkan petani, pengepul, dan penggilingan padi. Terdapat tiga penggilingan padi di Desa Daya Utama namun proses distribusi gabah petani di Desa Daya Utama masih sangat bergantung pada pengepul dalam menjual gabah, yang pada akhirnya memengaruhi harga gabah di pasar.

Pengepul gabah di Desa Daya Utama juga merupakan petani setempat yang berperan sebagai pembeli utama hasil panen petani di desa tersebut. Sebagai pengepul, mereka membeli gabah dari petani dengan harga yang telah disepakati sebelumnya. Dengan adanya pengepul dari Desa Daya Utama, membuat pengepul gabah dari desa lain atau pengepul dari luar desa tidak dapat dengan mudah memasuki pasar gabah lokal. Sehingga hal ini menyebabkan harga jual gabah di Desa Daya Utama lebih rendah dibandingkan dengan desa lainnya, dimana harga gabah di desa luar mencapai Rp.6.000/Kg-Rp.6.500/Kg.

Peran pengepul ini sangat penting karena mereka tidak hanya mengatur aliran gabah dari petani menuju penggilingan, tetapi juga menjadi penentu harga yang diterima petani. Dengan demikian, pengepul memainkan peran sentral dalam menjaga kestabilan distribusi gabah, sementara penggilingan padi berfungsi sebagai tempat pengolahan gabah menjadi beras. Sehingga pengepul dan penggilingan padi di Desa Daya Utama saling bekerja sama dalam proses distribusi gabah. Struktur pasar yang tercipta dalam memasarkan gabah di desa daya utama secara Oligopoli, hal ini dapat tercermin melihat dari hanya sedikitnya pengepul yang ada dan petani menjual hasil panen hanya pada pengepul lokal. Hal ini dapat mengurangi potensi persaingan antara penggilingan padi dan pengepul, sehingga tercipta stabilitas dalam harga dan distribusi gabah. Ketergantungan petani pada pengepul membuat hubungan antar aktor dalam rantai pasokan ini menjadi sangat penting dalam menentukan harga dan kelancaran distribusi produk pertanian di desa tersebut.

Apabila mekanisme pasar yang memegang kendali dalam menentukan harga, maka yang terjadi ketidakstabilan harga. Harga beras yang selalu berfluktuatif ini menjadikan suatu permasalahan dalam pemasaran beras. Proses pemasaran beras melibatkan banyak pelaku diantaranya petani, pedagang

pengumpul, penggilingan beras, pedagang kecil, pedagang besar, pedagang antar pulau dan sebagainya (Purnama, 2021).

Identifikasi struktur pasar dapat menghasilkan informasi yang sangat penting sebagai dasar untuk merumuskan strategi yang terbaik, agar pelaku pasar dapat bertahan dalam persaingan. Dalam penelitian Ahmad et.al, (2019) menemukan bahwa struktur pasar beras oligopoli pada level pedagang besar dengan konsentrasi ketat. Kajian mengenai struktur pasar mampu memberikan bahan pertimbangan kebijakan pengendalian harga komoditas yang diteliti untuk mengatasi berfluktuasi harga yang dialami oleh produsen dan konsumen. Struktur pasar dibentuk oleh beberapa karakteristik antara lain jumlah dan besarnya penjual dan pembeli, sifat produk, hambatan keluar masuk pasar, dan pengetahuan mengenai harga dan struktur biaya. Struktur pasar yang terbentuk juga mampu memberikan gambaran mengenai saluran pemasaran dan strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh pelaku pemasaran untuk menyalurkan produknya agar sampai ke tangan konsumen akhir.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin. Penentuan lokasi ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), dengan pertimbangan bahwa terdapat perbedaan harga antara pengepul di Desa Daya Utama dan desa lainnya di Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin. Selain itu pengepul yang berasal dari luar Desa Daya Utama tidak diperbolehkan untuk beroperasi di desa ini. Pengumpulan data di lokasi penelitian dilaksanakan pada bulan Mei – Juli 2025.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus (*case study*). Adapun study ini dipilih dikarenakan Desa Daya Utama dengan penghasilan utama sebagai petani padi. Pada umumnya studi kasus dihubungkan dengan sebuah lokasi atau sebuah organisasi, sekumpulan orang seperti kelompok kerja atau kelompok sosial, penelitian studi kasus dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif, tentang latar belakang masalah, keadaan dan posisi suatu peristiwa yang berlangsung saat ini, serta interaksi lingkungan unit sosial tertentu yang bersifat apa adanya (*given*). Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok institusi atau masyarakat.

Tujuan dari studi kasus dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mencari keterangan-keterangan terkait dengan struktur dan kinerja pasar gabah di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin secara menyeluruh dengan cara terjun langsung ke lapangan, mendatangi dan mewawancara petani di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin. Metode penarikan contoh yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* untuk populasi pada petani. Menurut Sugiyono (2020) *simple random sampling* dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi tersebut. Populasi dalam

rencana penelitian ini adalah petani padi di Desa Desa Daya Utama sebanyak 300 orang petani. Pengambilan sampel dapat diambil sebanyak 10-15% dengan pertimbangan bahwa pengambilan sampel dianggap sudah memenuhi kriteria dan waktu yang terbatas. (Arikunto, 2019). Maka pengambilan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling*, dimana peneliti mengambil anggota populasi sebanyak 10% dari jumlah anggota populasi yang ada, sehingga jumlah responden yang didapat adalah sebanyak 30 responden.

Selanjutnya metode penarikan contoh pada pelaku atau lembaga pemasaran menggunakan teknik *snow-ball sampling*. Menurut Nurdiani (2014) *snow-ball sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus. Dalam penelitian ini pelaku atau lembaga pemasaran yang akan dijadikan sebagai responden adalah pemilik penggilingan padi sebanyak 3 orang dan pengepul padi sebanyak 5 orang yang keberadaan penggiling dan pengepul padi ada dari desa tersebut.

Metode pengumpulan data dalam penelitian melalui observasi, wawancara dan dokumentasi seperti penjelasan berikut ini: *Metode Observasi*. Menurut Sugiyono (2015), observasi merupakan keterlibatan peneliti dengan kegiatan sehari-hari yang sedang diamati atau yang digunakan, sebagai sumber penelitian, sambil melakukan pengamatan. Oleh sebab itu observasi menjadi salah satu teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian. *Metode Interview (wawancara)*. Menurut Nazir, (2016) dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian yang menjelaskan bahwa wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara atau penanya dengan si responden atau penjawab. *Metode dokumentasi*. Menurut Arikunto (2019) yaitu mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Kemudian data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi dua jenis data yakni data primer dan data sekunder.

Metode pengolahan data dalam penelitian ini terdiri dari : *Pengeditan Data (Editing)*. Pengeditan adalah pemeriksaan atau koreksi data yang telah dikumpulkan pengeditan dilakukan karena kemungkinan data yang masuk (*raw data*) tidak memenuhi syarat atau tidak memenuhi kebutuhan. Pengeditan data dilakukan untuk melengkapi kekurangan atau menghilangkan kesalahan yang terdapat pada data mentah. Pada tahap ini peneliti memeriksa kembali (klasifikasi, keterbacaan, konsistensi dan kelengkapan data). Tahap ini dilakukan untuk mengoreksi hal-hal yang belum terjawab atau pernyataan-pernyataan yang terlewat oleh responden sehingga dapat dilengkapi dengan mengulangi pengumpulan data atau dengan cara penyisipan (interpolasi) data. Kesalahan data dapat dihilangkan dengan membuang data yang tidak memenuhi syarat untuk dianalisis.

Pengkodean (Coding) .*Coding* (pengkodean) data adalah pemberian kode-kode tertentu pada tiap tiap data termasuk memberikan kategori jenis data yang

sama. Kode adalah simbol tertentu dalam bentuk huruf atau angka untuk memberikan identitas data. Kode yang diberikan dapat memiliki makna sebagai data kuantitatif berbentuk skor. Kuantifikasi atau Transformasi data menjadi data kuantitatif dapat dilakukan dengan memberikan skor pada setiap jenis data yang mengikuti kaidah kaidah dalam skala pengukuran kegiatan untuk pengkodean terhadap data sehingga dapat memudahkan untuk analisis data biasanya dilakukan untuk data-data kualitatif (kuantifikasi). Proses kuantifikasi mengikuti prosedur yang berlaku misalnya dengan menerapkan skala pengukuran nominal dan ordinal pada tahap ini peneliti melakukan proses pengklasifikasian jawaban responden menurut macam-macam. Klasifikasi ini dilakukan dengan menandai masing-masing jawaban dengan kode tertentu dalam bentuk angka.

Tabulasi (Tabulating) .Tabulasi adalah proses penempatan data dalam bentuk tabel dengan cara membuat tabel yang berisikan data yang sesuai dengan analisis. Tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas semua data yang akan dianalisis. Pemisahaan tabel akan menyulitkan peneliti dalam analisis data. Misalnya seorang peneliti akan melakukan pengukuran terhadap empat variable yaitu: (1) jenis kelamin (2) tingkat pendidikan (3) pengalaman kerja (4) kompetensi professional. Kegiatan untuk membuat tabel data menyajikan data dalam bentuk tabel untuk memudahkan analisis data maupun pelaporan. Tabel data dibuat sederhana mungkin sehingga informasi mudah ditangkap oleh pengguna data maupun bagi bagian analisis data. Pada tahap ini peneliti merumuskan data kedalam kolom-kolom tabel atau mengelompokan jawaban-jawaban yang serupa dengan teliti dan teratur. Proses ini dilakukan sampai terwujudnya tabel-tabel yang selanjutnya digunakan untuk analisis data yang diperoleh. Tabulasi juga digunakan untuk menciptakan statistik deskriptif variable-variabel yang diteliti atau variable yang akan ditabulasi silang (Sarwono, 2006).

Untuk menjawab rumusan masalah pertama terkait struktur pasar gabah di Desa Daya Utama menggunakan analisis kuantitatif dengan perhitungan sebagai berikut :

Rasio Konsentrasi (*concentration ratio* atau CR)

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_{total}} \times 100 \%$$

S_{total}

Keterangan :

CR_4 = Konsentrasi Rasio

S_i = Share pangsa dari setiap produsen ke-i, ($i = 1, 2, 3, 4$)

S_{total} = Share total, pangsa dari seluruh produsen yang ada dipasar

Dengan kriteria dari perhitungan CR4 sebagai berikut:

- $CR_4 < 0,4$; maka struktur pasar bersifat persaingan sempurna (kompetitif) atau persaingan monopolistik (perlu dilihat apakah ada diferensiasi produk atau tidak). Apabila terdapat diferensiasi produk maka tergolong pasar

persaingan monopolistik dan apabila tidak ditemukan diferensiasi produk maka tergolong pasar persaingan sempurna.

- Jika $0,4 \leq CR4 \leq 0,8$; maka struktur pasar bersifat Oligopoli (sering kali bila nilai CR4 diantara 60-80% disebut Oligopoli Ketat dan nilai CR4 di antara 40-60% disebut Pasar Oligopoli Longgar).

- $CR4 > 0,8$; maka struktur pasar cenderung Monopoli.

Indeks Hirschman-Herfindahl (IHH). Alat analisis *Indeks Hirschman-Herfindahl* (IHH) bertujuan untuk mengetahui derajat konsentrasi produsen dari suatu wilayah pasar. Perhitungan IHH dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$IHH = (S_1)^2 + (S_2)^2 + \dots + (S_n)^2$$

Keterangan :

$$IHH = Indeks\ Hirschman-Herfindahl$$

n = Jumlah pedagang gabah di Desa Daya Utama

S_i = Pangsa pembelian komoditi dari pedagang ke-i (i
= 1,2,3,...,n)

Kriteria:

- Jika IHH sama dengan 1 maka pasar mengarah pada monopsoni
- Jika IHH sama dengan 0 maka pasar mengarah pada persaingan sempurna
- Jika IHH kurang dari 0 atau kurang dari 1 maka pasar mengarah pada oligopsoni.

Selanjutnya untuk menjawab rumusan masalah kedua terkait kinerja pasar gabah di Desa Daya Utama menggunakan analisis kuantitatif dengan perhitungan sebagai berikut :

Margin Pemasaran

$$MP = \frac{(Pr - Pf)}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (%)

Pr = Rata-rata harga beli pengepul/pemilik penggilingan padi (Rp/kg)

Pf = Rata-rata harga jual petani (Rp/kg)

Menurut Soekartawi dalam Ramadhan dkk, (2023) kriteria margin pemasaran sebagai berikut :

- Jika nilai persentase margin diantara 0 - 33%, maka saluran pemasaran dikategorikan efisien.
- Jika nilai persentase margin diantara 34 - 67%, maka saluran pemasaran dikategorikan kurang efisien.
- Jika nilai persentase margin diantara 68 - 100%, maka saluran pemasaran dikategorikan tidak efisien.

Share harga petani produsen

$$SP = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

SP = Share harga petani produsen (%)

P_r = Rata-rata harga konsumen akhir (Rp/kg)

P_f = Rata-rata harga jual petani (Rp/kg)

Adapun kaidah pengambilan keputusan *Farmer's share* menurut Asmarantaka dalam Zakaria dkk, (2022) yaitu apabila nilai *farmer's share* <50% maka pemasaran dapat dikatakan belum efisien, Secara sederhana ini berarti petani menerima kurang dari setengah dari harga yang diterima oleh konsumen akhir. namun apabila nilai *farmer's share* > 50% maka saluran pemasaran dikatakan efisien, dan petani menerima penuh semua harga yang diterima oleh konsumen akhir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar Gabah Yang Terbentuk di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin

Struktur pasar gabah yang terbentuk di Desa Daya Utama, Kecamatan Muara Padang, Kabupaten Banyuasin, dalam penelitian dianalisis melalui pendekatan *concentration ratio* (CR_4) dan *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH). Berdasarkan hasil analisis pangsa pasar (*market share*) pada saluran pemasaran gabah di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. *Concentration Ratio* (CR_4) Pasar Gabah di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang

Pelaku Pemasaran	Rasio Konsentrasi (%)	Struktur Pasar
Petani	0,181	Persaingan Sempurna
Lembaga Pemasaran	0,609	Oligopoli

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2025.

Berdasarkan hasil dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa struktur pasar gabah yang terbentuk pada petani di Desa Daya Utama adalah pasar persaingan sempurna, *Concentration Ratio* (CR_4) sebesar 0,181. Sedangkan pada lembaga pemasaran pedagang pengepul dan penggilingan padi struktur pasar yang terbentuk adalah pasar monopoli dengan nilai *Concentration Ratio* (CR_4) 0,609. Selanjutnya peneliti juga melakukan analisis *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH) terhadap lembaga pemasaran di Desa Daya Utama, yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH) Lembaga Pemasaran Gabah di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang

No	Pelaku Pasar	Pangsa Pasar	<i>Indeks Hirschman-Herfindahl</i> (IHH)
1	Pengepul	0,0945	0,00893
2	Pengepul	0,1181	0,01395
3	Pengepul	0,1181	0,01395

4	Pengepul	0,0732	0,00536
5	Pengepul	0,1049	0,01100
6	Penggilingan Padi	0,1653	0,02733
7	Penggilingan Padi	0,1535	0,02357
8	Penggilingan Padi	0,1724	0,02973
Σ		1,000	0,08063

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2025.

Concentration Ratio (CR₄)

Untuk memahami bentuk struktur pasar gabah yang terbentuk di Desa Daya Utama, Kecamatan Muara Padang, Kabupaten Banyuasin, peneliti melakukan analisis tingkat konsentrasi pelaku pasar dengan menggunakan *Concentration Ratio* (CR₄), yaitu rasio konsentrasi dari empat pelaku usaha terbesar dalam pasar. Analisis CR₄ ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat penguasaan pasar oleh pelaku utama, serta mengidentifikasi apakah pasar bersifat persaingan sempurna, oligopoli, atau bahkan cenderung monopolistik. Berdasarkan hasil dari Tabel 6, diketahui bahwa struktur pasar gabah di tingkat petani di Desa Daya Utama tergolong dalam kategori pasar persaingan sempurna dan lembaga pemasaran oligopoli.

Berdasarkan hasil diketahui bahwa struktur pasar gabah di tingkat petani di Desa Daya Utama tergolong dalam kategori pasar persaingan sempurna. Hal ini ditunjukkan oleh nilai CR₄ sebesar 18,1%, yang berarti bahwa empat petani terbesar hanya menguasai 18,1% dari total volume penjualan gabah. Dalam struktur pasar persaingan sempurna, harga gabah lebih banyak ditentukan oleh lembaga pemasaran, bukan oleh petani itu sendiri. Berdasarkan hasil dilapangan bahwa kelemahan posisi tawar ini juga disebabkan karena terbatasnya informasi harga yang tersedia bagi petani secara langsung. Sebagian besar petani di Desa Daya Utama menjual hasil panennya setelah panen, tanpa menyimpan gabah untuk menunggu harga naik, karena kebutuhan ekonomi atau keterbatasan fasilitas penyimpanan. Sehingga Hal ini menyebabkan petani cenderung menerima harga yang ditentukan sepihak oleh pembeli. Pasar persaingan sempurna di tingkat petani menggambarkan bahwa banyak petani berperan sebagai produsen gabah dengan skala usaha yang relatif seragam dan kesamaan produk. Hal ini disebabkan bahwa jenis padi yang ditanam oleh petani di Desa Daya Utama ini hampir sama, baik dari segi varietas maupun teknik budidayanya, sehingga produk yang dihasilkan (gabah) bersifat serupa. Dengan karakteristik ini, tidak ada satu petani atau kelompok petani yang mampu menetapkan harga secara individu, karena semua petani menawarkan produk dengan kualitas dan jenis yang sama. Oleh karena itu, struktur pasar gabah di tingkat petani bersifat terbuka, kompetitif, dan efisien dalam pembentukan harga yang ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran di pasar. Hal inilah yang menyebabkan petani memiliki daya tawar

yang rendah terhadap harga. Sejalan dengan Astuti *et al*, (2020) yang menyatakan bahwa struktur pasar persaingan terbentuk akibat produk yang dihasilkan oleh para petani homogen ditinjau dari varietas padi yang ditanam, maupun dilihat dari proses produksi yang menggunakan teknologi yang umum diterapkan. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil temuan oleh Sumarni (2022) dalam penelitiannya diketahui bahwa hasil analisis pangsa pasar dengan menggunakan CR₄ menunjukkan bahwa untuk tingkat petani nilai CR₄ adalah sebesar 39,37%, yang menunjukkan bahwa pasar mengarah pada persaingan sempurna.

Concentration Ratio (CR₄) Pada Tingkat Lembaga Pemasaran (Pedagang Pengepul dan Penggilingan Padi) Selanjutnya, berdasarkan hasil dari Tabel 9, diketahui bahwa struktur pasar gabah pada tingkat lembaga pemasaran, yang terdiri dari pedagang pengepul dan penggilingan padi di Desa Daya Utama, menunjukkan kecenderungan struktur pasar oligopoli. Hal ini tercermin dari nilai *Concentration Ratio (CR₄)* sebesar 60,9%, yang berarti bahwa empat pelaku terbesar di sektor ini menguasai lebih dari separuh volume pembelian gabah dari petani. Nilai CR₄ yang melebihi ambang batas 50% mengindikasikan bahwa pasar bersifat terkonsentrasi, di mana hanya sedikit pelaku usaha yang memiliki kendali terhadap pasar dan proses penentuan harga beli. Selain itu, struktur pasar ini juga dicirikan oleh keberadaan pelaku usaha yang menghasilkan baik barang standar maupun barang dengan diferensiasi corak, khususnya pada unit usaha penggilingan padi di Desa Daya Utama. Pengepul umumnya hanya memperdagangkan gabah sebagai produk standar, sementara penggilingan padi mengolah gabah menjadi beras, yang dapat dibedakan berdasarkan kualitas dan tingkat kebersihan. Proses penggilingan ini menciptakan nilai tambah dan variasi produk, sehingga memberi peluang bagi penggilingan padi untuk menetapkan strategi harga yang berbeda-beda tergantung pada kebutuhan pasar. Keberadaan diferensiasi produk inilah yang juga memperkuat posisi penggilingan padi sebagai pelaku dominan dalam struktur pasar oligopoli di Desa Daya Utama. Sejalan dengan Hutomo (2023) bahwa ciri-ciri pasar oligopoli salah satunya adalah menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak, lembaga di pasar oligopoli terkadang memproduksi barang-barang standar dan juga lembaga tersebut memproduksi barang-barang yang berbeda. Untuk pasar oligopoli biasa dijumpai pada industri yang menghasilkan barang mentah.

Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH)

Untuk menganalisis tingkat konsentrasi dan struktur persaingan pasar gabah di Desa Daya Utama secara lebih mendalam, digunakan alat analisis *Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH)*. IHH merupakan salah satu metode kuantitatif yang umum digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar berdasarkan pangsa pasar masing-masing pelaku usaha. Untuk menilai tingkat konsentrasi pasar lebih lanjut, digunakan alat analisis *Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH)*. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH)* pada struktur pasar

gabah di Desa Daya Utama adalah 0,08063. Nilai ini berada dalam rentang $0 < IHH < 1$, yang menandakan bahwa pasar berada dalam kategori struktur pasar oligopoli. Artinya, pasar tidak sepenuhnya kompetitif, karena terdapat dominasi oleh beberapa pelaku utama. Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa terdapat 8 pedagang yang aktif melakukan pemasaran gabah di Desa Daya Utama. Para pelaku tersebut terdiri dari pengepul dan penggilingan padi yang membeli gabah langsung dari petani untuk kemudian dijual kembali ke pasar lebih luas atau diolah menjadi beras. Menurut Astuti et al, (2020) sejumlah petani berhadapan dengan berapa pembeli mengindikasikan bahwa jumlah penjual tidak terkonsentrasi pada beberapa pedagang, melainkan menyebar pada sejumlah petani dalam satu wilayah. Petani sebagai penjual adalah penerima harga (*price taker*), demikian pula pembeli sebagai penerima harga (*price taker*).

Kinerja Pasar Gabah Yang Ada di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang Kabupaten Banyuasin

Dalam penelitian ini untuk mengetahui kinerja pasar dilihat dari margin pemasaran dan *share* harga petani yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Margin Pemasaran dan *Share* Harga Saluran Pemasaran Gabah di Desa Daya Utama Kecamatan Muara Padang

No	Saluran Pemasaran	Margin Pemasaran (%)	Share Harga (%)
1	Saluran I		
	Petani		
	Pedagang Pengepul	1,72%	
	Penggilingan Padi	124,14%	45%
	Konsumen Akhir		
2	Saluran II		
	Petani		
	Penggilingan Padi	124,14%	44%
	Konsumen Akhir		

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2025.

Berdasarkan Tabel 3, pada saluran pemasaran I di Desa Daya Utama, margin pemasaran di tingkat pengepul sebesar 1,72%, sedangkan di tingkat penggilingan padi sebesar 124,14% dan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar 124,14%. Sehingga menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II tidak efisien. Selain itu, *share* harga yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran I sebesar 45% dan pada saluran pemasaran II sebesar 44% yang juga termasuk belum efisien.

Kinerja pasar merupakan indikator penting dalam menilai sejauh mana pemasaran mampu memberikan keuntungan yang adil bagi setiap pelaku dalam rantai distribusi, khususnya bagi petani sebagai produsen utama. Evaluasi

terhadap kinerja pasar gabah di Desa Daya Utama dilakukan melalui analisis margin pemasaran dan *share* harga yang diterima petani, untuk mengetahui tingkat efisiensi saluran pemasaran yang berlangsung di Desa Daya Utama. Berdasarkan Tabel 3, pada saluran pemasaran I, margin pemasaran di tingkat pengepul sudah efisien dengan margin pemasaran sebesar 1,72% sedangkan di tingkat penggilingan padi sebesar 124,14% dan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar 124,14%. Sehingga menunjukkan bahwa margin pemasaran pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II tidak efisien. Selain itu, *share* harga yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran I sebesar 45% dan pada saluran pemasaran II sebesar 44% yang juga termasuk belum efisien. Hal ini dikarenakan penggilingan padi tidak hanya membeli gabah, tetapi juga mengolahnya menjadi beras yang bernilai jual lebih tinggi. Penguasaan terhadap proses pengolahan ini menjadikan penggilingan sebagai pelaku dominan dalam menentukan harga, sehingga petani berada pada posisi tawar yang lemah. M, Yamin, dkk (2023). Menarangkan bahwa pasar gabah yang ada di sumatera selatan dengan menekankan bahwa tingginya margin pemasaran pada tingkat tengkulak menjadi penghambat kesejahteraan petani di wilayah pasang surut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Struktur pasar gabah di Desa Daya Utama pada tingkat petani, struktur pasar tergolong dalam pasar persaingan sempurna dengan nilai CR4 sebesar 0,181, Sedangkan di tingkat lembaga pemasaran yang meliputi pedagang pengepul dan penggilingan padi, struktur pasar mengarah pada pasar oligopoli dengan nilai CR4 sebesar 0,609 dan nilai Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH) sebesar 0,08063.

Kinerja pasar gabah di Desa Daya Utama pada saluran pemasaran I di tingkat pengepul tergolong efisien dengan nilai margin pemasaran sebesar 1,72%, sedangkan di tingkat penggilingan padi sebesar 124,14% dan pada saluran pemasaran II margin pemasaran sebesar 124,14%. Sehingga menunjukkan bahwa margin pemasaran tidak efisien. Selain itu, share harga yang diterima oleh petani pada saluran pemasaran I sebesar 45% dan pada saluran pemasaran II sebesar 44% yang juga termasuk belum efisien.

Penguatan Peran KUD/BUMDes dapat menyerap gabah petani dengan harga yang lebih bersaing, mengingat pasar oligopoli di tingkat pedagang pengepul dan penggilingan dan petani tidak tergantung pada segelintir pedagang besar. Adanya penyediaan sarana pascapanen untuk meningkatkan posisi tawar, seperti bantuan sarana pengeringan (drayer)/ gudang penyimpanan, agar petani tidak terpaksa menjual gabah dalam kondisi basah dan harga rendah saat panen raya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. A., & Priyono, R. 2019. Struktur Pasar dan Pola Distribusi Beras Sebagai Komoditas Penyumbang Inflasi Utama Di Kabupaten Banyumas. Jurnal Pembangunan Pedesaan, 12(2), 118057.

- Ali, A. R. 2021. Analisis Efisiensi Advertensi Padi (*Oryza Sativa L.*)(Studi Kasus: Desa Meunasah Tunon Lueng Kecamatan Jeunib Kabupaten Bireun). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian* 1(1) : 1-10.
- Arikunto. 2019. Prosedur Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.
- Astuti, I. M., Tajidan, T., & Amiruddin, A. (2020). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Komoditas Padi di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Agrimansion*, 21 (3), 182-193. <https://doi.org/10.29303/agrimansion. v21i3.429>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan, 2024. Luas Tanam, Produksi Dan Produktivitas Padi Di Sumatera Selatan, Tahun 2023.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Selatan. 2012. Produksi Beras di Sumatera Selatan.
- Dayu, W., Anggara, W., & Harahap, I. 2023. Dimensi Pasar Domestik Komoditas Padi dan Beras (Telaah Struktur Pasar di Kecamatan Sunggal, Deli Serdang). *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1) : 78-100. <http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v8i1.14855>
- Hutomo, R. S. W. P. 2018. Analisis Struktur Pasar Benih Padi Di Kota Pasuruan. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Brawijaya.
- Nazir, Moh. 2017. Metode Penelitian. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Nurdiani, N. 2014. Teknik sampling snowball dalam penelitian lapangan. ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications, 5(2), 1110-1118.
- Purnama, D. 2021. Analisis Pasar Beras di Kecamatan Mattirosompe Kabupaten Pinrang. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Universitas Hasanuddin.
- Ramadhan, J., & Saragih, E. C. 2023. Analisis Pemasaran Ayam Pedaging (Broiler) Di Kecamatan Kota Waingapu Kabupaten Sumba Timur. *Sandalwood Journal Of Agribusiness And Agrotechnology*, 1(2), 86-94
- Rini, A. Z., Hadi, S., & Aulia, A. N. (2023). Pola Saluran Pemasaran dan Struktur Pasar Padi Sawah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo. *Agri Analytics Journal*, 1 (2) : 24-28. <https://doi.org/10.47134/agri.v1i2.2019>
- Sangadji EM dan Sopiah. 2010. Metodologi Penelitian. Yogyakarta.
- Suci, S.A., Rusmayadi, G., Amalia, M. M., Hikmah, H., Rumata, N. A., Abdullah, A., & Sa'dianoor, S. D. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Penerapan Praktis Analisis Data berbasis Studi Kasus. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Alfabeta. Bandung.
- Zakaria, Z., & Lifianthi, L. 2023. Bagian Harga yang Diterima Petani (Farmer's Share) dan Efisiensi Saluran Pemasaran Tandan Buah Segar Kelapa Sawit Petani Swadaya di Kabupaten Banyuasin. In Seminar Nasional Lahan Suboptimal (Vol. 10, No. 1, pp. 533-543).