

**PEMASARAN BUAH NENAS (KAJIAN STRUKTUR, PERILAKU, DAN
PENAMPILAN PASAR) DI DESA KUALU NENAS KECAMATAN TAMBANG
KABUPATEN KAMPAR**

**Sandro Chrystop Sinaga dan Novia Dewi
Fakultas Pertanian Universitas Riau
Sandro.chrystop@ymail.com**

ABSTRACT

This study aims to identify marketing channels and market structure pineapple, pineapple analyzing market behavior and analyzing the performance of pineapple fruit market in the village of Kualu Nenas. The data collection method is a survey method. Determination by purposive sampling of respondents and the formula slovin on pineapple growers as much as 33 farmers. Determination of the number of traders, wholesalers and agents agroindustrial determined by census where traders, wholesalers and agents agroindustrial taken based on the accumulation of 33 farmers who sell pineapples to traffickers and agro industry in the village Kualu Nenas, there are 8 traders , 6 wholesalers, and 8 players in the industry. Descriptive analysis of data on the market structure and concentration ratio harfindahl index (HI), for the behavior of markets analyzed by correlation and elasticity of the transmission, and the appearance of markets analyzed by the equation margin trading system. The results showed the market structure market share, concentration ratios, and HI traders at 0.5469, 54.69%, and 0.2990, market share, concentration ratios, and HI wholesalers at 0.6878, 68.78%, and 0.4730, and market share, concentration ratios and HI agro-industry amounted to 0.5145, 51.45%, and 0.2647 of its market structure among the three is oligopsony. Market behavior indicates correlation values 0523 and 0515 transmission elasticity analysis. Appearance market views on marketing margin is relatively large and is dominated by the great results and uneven. Apart from it can be seen also from the uneven distribution margin, the share price received by farmers is still relatively low and the ratio of benefits and costs to farmers is still low. In addition, the bargaining power of farmers is weak because prices are determined unilaterally by traders, especially on the channel I and channel II while the third channel is relatively better because of the level of efficiency is lower

Keywords:*Pineapple, Study Structure, Behavior, And Appearance Market.*

***Sandro Chrystop Sinaga** adalah Mahasiswa Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru

**** Novia Dewi** adalah Staf Pengajar pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau , Pekanbaru

PENDAHULUAN

Salah satu komoditas tanaman hortikultura yang penting dan strategis untuk dikembangkan di Provinsi Riau khususnya Kabupaten Kampar Kecamatan Tambang Desa Kualu Nenas adalah buah nenas, karena buah nenas ini perannya cukup besar dalam mendorong perekonomian rakyat setempat.

Kontribusi produksi nenas di Kecamatan Tambang mencapai 13.416,50 ton (BPS Kampar, 2012). Besarnya kontribusi penghasil nenas terbesar di Kecamatan Tambang adalah Desa Kualu Nenas dengan luas 1050 Ha (BPP Tambang, 2013).

Hasil produksi usahatani nenas yang cukup melimpah di daerah Kampar ini dapat

meningkatkan pendapatan petani dengan memasarkan hasil produk nenas kepada konsumen ataupun pedagang secara langsung. Kebanyakan petani nenas di daerah Kampar memasarkan nenas dalam bentuk buah segar di tepi jalan lintas Pekanbaru-Bangkinang. Kondisi buah nenas yang dipasarkan petani dalam bentuk setengah matang, ini bertujuan agar masa tahan buah lebih lama, karena salah satu ciri produk pertanian adalah tidak tahan lama atau mudah busuk.

Pemasaran suatu produk nenas dalam penelitian ini dapat dilihat dari struktur, perilaku dan penampilan pasar yang ada. Adapun struktur pasar merupakan keadaan yang dianggap penting yang harus ada di pasar untuk melihat pola terbentuknya rantai pemasaran. Adapun unsur-unsur tersebut meliputi jumlah (produsen) yang menghasilkan produk nenas, keseragaman produk antara petani lainnya, kemudahan keluar masuk pasar, dan bentuk persaingan yang terbentuk. Perilaku pasar mencerminkan perilaku individu-individu yang ada didalam suatu kelompok tertentu yaitu pedagang. Dimana pola perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti faktor personal (usia, kedudukan/jabatan, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap). Kedua faktor di atas akan menentukan perilaku individu-individu di dalam mengambil keputusan pembelian yaitu produk nenas dalam bentuk buah segar.

Penampilan pasar menyajikan hasil ekonomi dari struktur dan perilaku, khususnya dalam hubungan antara distribusi margin dan biaya produksi dari pelayanan pemasaran. Penampilan pasar atau kinerja pasar juga dapat dikatakan penilaian terhadap sumber daya ekonomi. Artinya sampai seberapa jauh tindakan atau tingkah laku industri di pasar memberikan sumbangan terbaik yang dapat dicapai sesuai dengan tujuan sosial ekonomi masyarakat yang relevan.

Menurut Tohir (1991) menyatakan bahwa suatu usahatani dapat dikatakan

berhasil dari segi finansial, apabila usahatani tersebut: a) telah menghasilkan penerimaan yang dapat menutupi semua biaya atau pengeluarannya; b) telah menghasilkan penerimaan tambahan untuk membayar bunga modal yang dipakai, baik modal sendiri maupun modal yang dipinjam; dan c) telah memberikan balas jasa pengelolaan yang wajar kepada petani. Kenyataannya di lapangan bahkan berbanding terbalik dengan yang dirasakan petani, harga di tingkat petani relatif rendah jika dibandingkan dengan harga di tingkat pedagang pengumpul dan pedagang besar/eksportir. Hal ini mengakibatkan pendapatan petani relatif rendah dan kemampuan investasi juga rendah sehingga petani sulit untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang seharusnya diharapkan petani.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi saluran pemasaran dan struktur pasar buah nenas di Desa Kualu Nenas, menganalisis perilaku pasar buah nenas di Desa Kualu Nenas dan menganalisis penampilan pasar buah nenas di Desa Kualu Nenas.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Penentuan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki potensi yang cukup besar untuk pengembangan komoditi nenas dengan areal budidaya 1050 ha dan memiliki produksi cukup tinggi yaitu sebanyak \pm 4 ton per hari (Monografi Desa, 2012). Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan Oktober 2014 s/d Januari 2015.

Metode Pengambilan Responden

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan wawancara langsung kepada responden yang berpedoman kepada kuesioner. Teknik pengambilan responden dilakukan secara *Purposive Sampling* dan rumus slovin, didapat responden petani sebanyak 33 petani. Penentuan jumlah pedagang pengumpul, pedagang besar dan

pelaku agroindustri ditentukan secara sensus dimana pedagang pengumpul, pedagang besar dan pelaku agroindustri yang diambil berdasarkan dari akumulasi 33 petani yang menjual hasil buah nenas kepada pedagang dan pelaku agroindustri yang ada di Desa Kualu Nenas. Jumlah pedagang pengumpul sebanyak 8 orang, pedagang besar sebanyak 6 orang dan pelaku agroindustri sebanyak 8 agroindustri.

Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan petani sampel menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) meliputi identitas petani sampel dan lembaga pemasaran (umur, lama pendidikan, pengalaman, jumlah anggota keluarga). Data sekunder yang diperlukan diperoleh dari instansi terkait yaitu dari kantor desa, Balai Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Tambang serta literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian. Data sekunder yang diperlukan meliputi keadaan daerah penelitian, jumlah penduduk,

pendidikan, mata pencaharian, sarana dan prasarana serta lembaga-lembaga penunjang. yaitu sumber-sumber data yang relevan dengan tujuan penelitian dalam bentuk dokumen-dokumen dan laporan-laporan dari instansi terkait yang ada di Desa KualuNenas

Analisis Data

a. Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan (1) ada tidaknya diferensiasi produk, (2) hambatan lembaga pemasaran masuk pasar. Selain itu struktur pasar juga dianalisis secara kuantitatif, yaitu dengan menganalisis jumlah dan ukuran lembaga pemasaran dengan menghitung pangsa pasar (*market share*), konsentrasi rasio dan Indeks Herfindahl (HI). Pangsa pasar menunjukkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualannya. Masing masing perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda-beda yaitu antara 0 hingga 100% dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar suatu industri dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100 \dots\dots\dots (2)$$

Di mana:

- MS_i = Pangsa pasar perusahaan i (%),
- S_i = Penjualan perusahaan i (Rp) dan
- S_{tot} = Penjualan total seluruh perusahaan (Rp).

Konsentrasi rasio merupakan pembagian dari jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang dikali seratus persen. Nilai konsentrasi yang mendekati angka nol persen mengidentifikasikan bahwa sejumlah pedagang memiliki pangsa pasar yang relative kecil. Sebaliknya, angka rasio konsentrasi yang mendekati seratus persen, mengidentifikasikan tingkat konsentrasi yang relatif tinggi. Kr sangat tergantung pada jumlah keseluruhan pedagang yang ada dalam industri. Kr akan menurun jika jumlah

pedagang dalam industri meningkat. Kr dapat memberikan gambaran tentang peran pedagang yang ada dalam industri, namun demikian Kr tidak cukup memberikan informasi mengenai keterkaitan antar pedagang di dalam industri. (Arianto, 2008). Konsentrasi rasio pasar merupakan indikator dari struktur pasar yang menentukan perilaku, kinerja, dan tingkat persaingan dalam pasar. Semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar, maka semakin besar kekuatan pasarnya yang akan berimbas kepada bentuk pasar persaingan tidak sempurna.

$$Kr = \frac{\text{Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu}}{\text{Jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang}} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Jika ada satu pedagang yang memiliki nilai Kr minimal 95%, maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar monopsoni. Jika ada empat pedagang yang memiliki nilai Kr minimal 80%, maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni

konsentrasi tinggi. Jika ada empat pedagang yang memiliki nilai Kr minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi sedang (Hay dan Moris, 1991).

Indeks Herfindahl (HI) merupakan jenis ukuran konsentrasi yang cukup penting. HI sebagai jumlah pangkat dua pangsa pasar dari seluruh perusahaan (agroindustri nenas) di Kualu Nenas. Nilai HI akan berkisar dari nol hingga satu. Nilai HI akan sama dengan 1/n jika terdapat n agroindustri yang mempunyai ukuran yang sama. Jika HI mendekati nol, maka akan berarti terdapat sejumlah besar agroindustri dengan ukuran usaha yang hampir sama dalam industry dan konsentrasi pasar adalah rendah. Sebaliknya, agroindustri bersifat monopoli jika HI sama dengan satu. Semakin tinggi HI, semakin tinggi distribusi ukuran dari agroindustri. *The Federal Trade and Commission in the US*

menetapkan bahwa pasar terkategori *Highly Concentrated* jika nilai HI lebih besar dari 0,18. (Chiang 2001 dalam Arianto, 2008). HI digunakan untuk memperoleh deskripsi yang akurat dan saling mendukung dari analisis konsentrasi rasio mengenai konsentrasi pasar dalam suatu industri. HI berfokus pada besarnya proporsi pangsa pasar tertentu dalam suatu industri. Sebagai indikator untuk menentukan tingkat persaingan dilakukan dengan mengelompokkan berdasarkan peringkat penjualan tertinggi untuk dikategorikan bentuk struktur dan perilakunya. Hasil yang ditunjukkan oleh HI memiliki pola identik dengan pendekatan analisis konsentrasi rasio.

$$HI = (S1)^2 + (S2)^2 + \dots + (Sn)^2 \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

S1, S2,...Sn = pangsa pembelian nenas dari pedagang ke 1,2,...,n

Kriteria :

Jika HI = 1 maka pasar nenas mengarah pada monopsonistik.

Jika HI = 0 maka pasar mengarah pada persaingan sempurna.

Jika 0<HI<1 maka pasar nenas mengarah pada oligopsonistik.

b. Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan menjelaskan praktik penentuan harga yang dilakukan oleh pedagang. Di samping itu perilaku pasar juga dianalisis secara kuantitatif, yaitu (1) analisis

korelasi untuk melihat keterpaduan pasar secara horizontal, (2) analisis elastisitas transmisi harga untuk melihat keterpaduan pasar secara vertikal.

$$r = \frac{\{n\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)\}}{\sqrt{\{n\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\} \{n\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}} \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

r = korelasi harga nenas pada pasar X dan pasar Y

n = jumlah sampel

Xi = harga pada pasar X (Rp/kg)

Yi = harga pada pasar Y (Rp/kg)

Selanjutnya keterpaduan pasar dihitung pada persamaan (6).

$$Pf = do + d_1Pf_{t-1} + d_2(Pr - Pr_{t-1}) + d_3(Pr_{t-1}) + ei \quad \dots \quad (6)$$

Keterangan :

- Pf = harga di tingkat petani pada saat t
- Pf_{t-1} = harga di tingkat petani pada tahun sebelumnya
- Pr = harga di tingkat agroindustri pada tahun t
- Pr_{t-1} = harga di tingkat agroindustri pada tahun sebelumnya
- do = konstanta
- d₁, d₂, d₃ = koefisien regresi
- ei = galat

Selanjutnya indeks keterpaduan pasar (*index of market integration*) yang menggambarkan perbandingan dari koefisien pasar di tingkat petani dengan koefisien tingkat agroindustri dihitung seperti pada persamaan (7).

$$IMC = \frac{1 + d_1}{d_3 - d_1} \quad \dots \quad (7)$$

Jika $IMC < 1$ menunjukkan adanya integrasi pasar yang tinggi dalam arti bahwa harga di tingkat petani memiliki pengaruh dominan terhadap pembentukan harga di tingkat agroindustri. Bila $IMC > 1$ menunjukkan tidak tercapainya keterpaduan pasar, artinya harga di tingkat petani tidak memiliki pengaruh terhadap pembentukan harga pada tingkat agroindustri hal ini merupakan suatu indikasi terjadinya pasar monopsoni.

Menurut (Azzaino, 1981), elastisitas transmisi harga menunjukkan efisiensi sistem tataniaga, semakin besar nilai elastisitas transmisi harga, semakin efisien sistem tataniaga tersebut. Elastisitas transmisi harga (Et) seperti pada persamaan (8).

$$Et = \frac{1}{b_1} \cdot \frac{pr}{pf} \quad \dots \quad (8)$$

Keterangan :

- Et = elastisitas transmisi harga
- Pf = harga di tingkat petani
- Pr = harga di tingkat agroindustri
- b₁ = koefisien regresi

Ada tiga kriteria dalam penentuan elastisitas transmisi harga. Pertama, jika $Et = 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat petani sama dengan laju perubahan di tingkatan agroindustri. Kedua, jika $Et > 1$ maka laju perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkatan agroindustri. Ke tiga, jika $Et < 1$ berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkatan agroindustri. Hal ini menunjukkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada lembaga tataniaga sehingga kenaikan harga hanya dinikmati oleh tingkatan agroindustri. Parameter tersebut dapat diduga menggunakan model regresi linier sederhana seperti pada persamaan (9).

$$Pf = b_0 + b_1P_r + e_1 \quad \dots \quad (9)$$

Keterangan :

- Pf = harga di tingkat petani (Rp/kg)
- Pr = harga di tingkat agroindustri (Rp/kg)
- bo = konstanta
- b₁ = koefisien regresi
- e1 = galat

c. Analisis Penampilan Pasar

Penampilan pasar merupakan penampakan pasar dalam bentuk margin pemasaran dan *share* keuntungan tiap

lembaga pemasaran. Secara matematis persamaan margin tataniaga disajikan seperti pada persamaan (10).

$$M = \sum_{j=1}^m M_j = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n C_{ij} + \sum_{j=1}^m P_j \quad \dots\dots\dots (10)$$

Keterangan :

- M = margin tataniaga (Rp/Kg)
- M_j = margin tataniaga (Rp/kg) lembaga tataniaga ke j (j = 1,2, ...,m); m: jumlah tataniaga yang terlibat.
- C_{ij} = biaya tataniaga ke i (Rp/kg) pada lembaga tataniaga ke j; (i=1,2,...n) dan n jumlah jenis pembiayaan.
- P_j = margin keuntungan lembaga tataniaga ke j (Rp/kg).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah petani nenas, pedagang pengumpul dan besar, dan pelaku agroindustri di Desa Kualu Nenas. Identitas responden terdiri dari tingkat umur, tingkat pendidikan, tanggungan keluarga, dan pengalaman. Penjabaran identitas responden sebagai berikut. Menurut (Sudiyono, 2001) bahwa penduduk yang berada pada kisaran umur 15-54 tahun tergolong pada tenaga kerja produktif sedangkan pada umur 0-14 tahun dan >54 tahun tergolong pada tenaga kerja tidak produktif. Rata-rata petani berada di umur produktif untuk melakukan kegiatan usaha tani nenas.

Tingkat pendidikan yang dimiliki petani sangat berpengaruh terhadap daya nalar dan pola pikir serta sikap dan perilaku petani. Menurut Adnan (2004), pendidikan merupakan salah satu factor yang menunjang keberhasilan usahatani seseorang, karena dengan tingkat pendidikan yang baik akan mempengaruhi petani dalam hal cara kerja, adopsi inovasi, dan perlakuan terhadap tanaman. Tingkat pendidikan yang rendah

akan menurunkan produktifitas tenaga kerja yang akan dicapai serta pendapatan yang diperoleh juga rendah yang pada akhirnya akan mempengaruhi tingkat kesejahteraan keluarga petani. Upaya peningkatan produktifitas tenaga kerja untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan petani dapat dilakukan melalui peningkatan berbagai program yang berhubungan dengan pendidikan dan pelatihan. Petani responden umumnya memiliki tingkat pendidikan yang rendah yaitu sebanyak 17 petani (51,52%) sampel tingkat pendidikannya SD dan tingkat pendidikan yang tinggi yaitu SLTA sebanyak 5 sampel (15,15%). Tidak terdapat petani sampel yang memiliki tingkat pendidikan sarjana. Pendidikan rendah para petani disebabkan mayoritas petani berada di jenjang pendidikan SD. Petani hanya memiliki pendidikan SD dikarenakan petani memiliki keterbatasan biaya dan petani merasa lebih baik bekerja dibandingkan melanjutkan pendidikan, sehingga mayoritas petani tamatan SD sulit untuk menerima inovasi terbaru yang lebih modern untuk menjalankan usaha tani dan hanya melakukan usaha tani secara

konvensional. Jumlah tanggungan keluarga merupakan jumlah seluruh anggota keluarga yang berada dalam tanggungan keluarga. Banyak sedikit tanggungan keluarga akan berpengaruh terhadap pendapatan dan pengeluaran keluarga untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap keluarga adalah kepala keluarga. Anggota keluarga mempunyai kaitan yang erat dengan tingkat pendapatan yang akan diperoleh petani. Apabila jumlah tanggungan keluarga sebagian besar berada pada usia produktif untuk bekerja dan melakukan usahatani, maka akan meningkatkan pendapatan

Pengalaman berusahatani memegang peranan penting dalam proses usahatani buah nenas. Semakin lama pengalaman usahatani petani maka akan semakin baik proses pengalokasian faktor-faktor produksi sehingga usahatani akan semakin baik. Pengalaman usahatani juga berpengaruh terhadap pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengalokasikan faktor produksi dalam penerapan suatu teknologi baru. Pengalaman petani dalam berusaha tani merupakan salah satu faktor yang menentukan pengambilan keputusan. Suatu kegiatan usahatani didalam pengelolaannya tidak lepas dari penentuan keputusan-keputusan yang akan diambil untuk pengelolaan dan kelangsungan usaha tersebut. Apabila pengalaman yang dimiliki petani semakin banyak, maka akan dapat mendorong petani untuk menerapkan teknologi baru yang berguna untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Proses pemasaran buah nenas di Desa Kualu Nenas sangat dipengaruhi oleh pedagang. Berapa hal yang akan di bahas mengenai identitas pedagang adalah umur, tingkat pendidikan, pengalaman berdagang, dan jumlah tanggungan keluarga. Umur

Tingkat pendidikan yang dimiliki pedagang sangat berpengaruh terhadap daya nalar dan pola pikir serta sikap dan perilaku seseorang. Tingkat pendidikan dapat memberikan variasi tersendiri dalam berpikir, bersikap dan bertindak untuk mengambil keputusan guna kelancaran usaha

keluarga, demikian juga berlaku untuk sebaliknya bila jumlah tanggungan keluarga sebagian besar tidak berada pada usia produktif maka akan memperkecil jumlah pendapatan. Hal ini dikarenakan pendapatan tersebut akan digunakan untuk kebutuhan anggota keluarga. Jumlah tanggungan keluarga petani sampel yang terbesar pada 1-3 yaitu sebanyak 20 jiwa dan yang terendah pada 4-6 jiwa yaitu sebanyak 13 jiwa. Rata-rata jumlah tanggungan keluarga petani sampel sebanyak 3 jiwa. Hal ini dapat diartikan bahwa jumlah tanggungan petani nenas di Desa Kualu Nenas relatif sedikit

Lama pengalaman usahatani petani sampel berkisar 1-31 tahun. Lama pengalaman usahatani yang terbanyak yaitu pada kisaran 1-7 tahun sebanyak 20 petani sampel (60,61%) dan petani sampel yang memiliki pengalaman berusahatani terlama yaitu pada kisaran 24-31 tahun sebanyak 2 jiwa (6,06%). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa petani memiliki pengalaman yang cukup lama dalam berusahatani, sehingga dapat memperkecil resiko yang terjadi pada usahatani mereka. Berdasarkan informasi dari lapangan, bahwa pengetahuan dan keterampilan diperoleh dari pengalaman turun temurun dari orang tua, pengamatan lingkungan, serta penyuluhan yang pernah diikuti. Petani yang memiliki pengalaman usahatani lebih lama, seharusnya tingkat keterampilan petani lebih baik, secara otomatis petani dapat mengelola usahatani mereka dengan baik dan meningkatkan hasil produksi usahatani mereka. pedagang yang dominan berada pada usia produktif yang berjumlah 14 orang sehingga diharapkan dengan usia yang masih produktif dapat memberikan kontribusi pemikiran dan kemampuan fisik yang baik dalam menjalankan usahanya. yang sedang dilakukan. Pendidikan pedagang berada pada tingkat pendidikan formal yang baik, dimana pedagang yang tingkat pendidikannya SLTA terbanyak yaitu sebanyak 8 jiwa (57,14%). Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan pedagang berada pada tingkatan yang baik dan sesuai

program Pemerintah yang wajib belajar 12 tahun. Jumlah tanggungan keluarga merupakan jumlah seluruh anggota keluarga yang belum bekerja dan masih sekolah yang kebutuhan hidupnya ditanggung oleh kepala keluarga. Berdasarkan Tabel 7 besarnya jumlah tanggungan keluarga pedagang yang terbanyak pada kisaran 4-6 yaitu sebanyak 9 jiwa (64,29%) dan memiliki rata-rata sebanyak 4 jiwa. Sehingga besarnya jumlah tanggungan keluarga pedagang akan mempengaruhi terhadap pengeluaran keluarga. Sementara itu pengalaman berdagang pedagang sudah menunjukkan kematangan dalam pemasaran. Pengalaman berdagang akan mempengaruhi banyaknya para produsen yang menjual produknya kepada pedagang yang sudah mengenali sejak lama. Para pedagang sudah mempunyai pengalaman berdagang yaitu sebanyak 6 orang mempunyai pengalaman berdagang selama 4-9 tahun (42,86%) dan sebanyak 8 orang mempunyai pengalaman berdagang selama 10-15 tahun (57,14%).

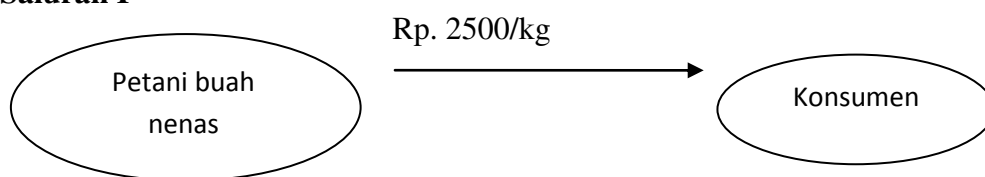
Umur pelaku agroindustri yang dominan berada pada usia produktif yang berjumlah 7 orang sehingga diharapkan dengan usia yang masih produktif dapat memberikan kontribusi pemikiran dan kemampuan fisik yang baik dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan Tabel 8 umur pelaku agroindustri sampel berada pada umur produktif sebanyak 7 orang (87,50%) dan yang sudah tidak produktif sebanyak 1 orang (12,50%). Sebagian besar pelaku agroindustri telah mampu mengambil Berdasarkan hasil penelitian, saluran pemasaran buah nenas yang ada di Desa Kualu Nenas ada 3 bentuk saluran pemasaran

keputusan untuk memanfaatkan sumberdaya alam dan modal secara optimal. Pendidikan menentukan kemampuan pelaku agroindustri dalam mengambil keputusan yang mempengaruhi pengusaha dalam mengelola, memanfaatkan sumberdaya alam dan modal secara optimal (Sudiyono 2001). Jumlah tanggungan keluarga pelaku agroindustri memiliki rata-rata sebanyak 4 jiwa. Sehingga besarnya jumlah tanggungan keluarga pelaku agroindustri akan mempengaruhi terhadap pengeluaran keluarga. Sementara itu pengalaman berindustri pelaku agroindustri sudah menunjukkan kematangan dalam pemasaran. Semakin lama berusahatani akan semakin banyak pengetahuan dan keterampilan yang diperolehnya. Berdasarkan Tabel 8 para pelaku agroindustri sudah mempunyai pengalaman berdagang yaitu sebanyak 5 orang mempunyai pengalaman berdagang selama 4-9 tahun (62,50%) dan sebanyak 3 orang mempunyai pengalaman berdagang selama 10-15 tahun (37,50%).

B. Struktur Pasar
Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran yang juga disebut dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran perdagangan dapat digambarkan sebagai suatu rute atau jalur. Dalam memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting adalah memilih saluran pemasaran yang efektif dan efisien.

Saluran I

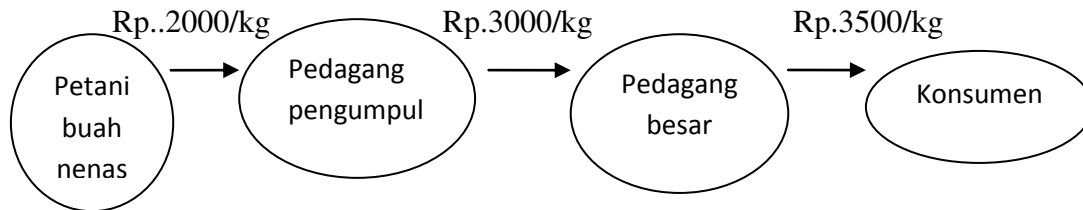


Gambar 1. Saluran pemasaran 1 buah nenas di Desa Kualu Nenas

Gambar 1 menggambarkan saluran pemasaran yang dilalui petani untuk sampainya produk ke konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, petani yang melalui saluran I yaitu petani yang menjual buah nenas langsung ke konsumen sebanyak 11 petani (33,33%) dengan harga Rp

2500/kg. Para petani memilih saluran ini karena menurut mereka saluran ini lebih efisien, karena jarak kebun dengan lokasi mereka menjual nenas tidak jauh, sehingga tidak mengeluarkan banyak biaya pemasaran.

Saluran II

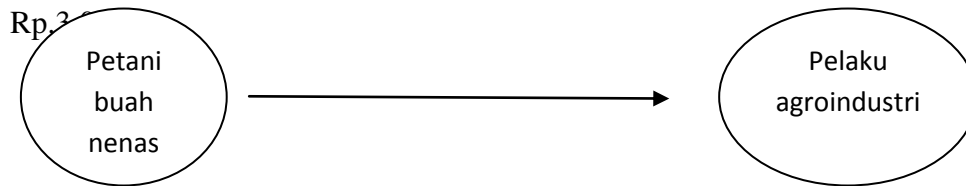


Gambar 2. Saluran pemasaran 2 buah nenas di Desa Kualu Nenas

Petani yang melalui saluran II yaitu petani yang menjual buah nenas langsung ke pedagang pengumpul sebanyak 14 petani (42,42%) dengan harga Rp 2000/kg, kemudian pedagang pengumpul menjual buah nenasnya ke pedagang besar dengan harga Rp 3000/kg. Selanjutnya pedagang

besar menjual buah nenas ke konsumen dengan harga Rp 3500/kg. Para petani memilih saluran ini karena pedagang pengumpul langsung mengambil buah ke kebun petani sehingga petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran.

Saluran III



Gambar 3. Saluran pemasaran 3 buah nenas di Kualu Nenas.

Pada saluran ketiga ini, pemasaran buah nenas yang dimiliki petani dijual kepada pelaku agroindustri, adapun banyak petani yang menjual buah nenas sebanyak 8 petani (24,24%). Rata-rata harga buah nenas yang dijual ke pelaku agroindustri Rp. 3.000/kg. Petani nenas menjual hasil produksi ke

pelaku agroindustri terutama ketika pasokan atau produksi buah nenas melimpah. Petani menjual buah ke pelaku agroindustri karena buah langsung diambil ke lahan dan pelaku agroindustri memerlukan bahan baku yang banyak.

Market Share dan Konsentrasi Rasio

Salah satu pembentuk dari struktur pasar adalah jumlah penjual dan pembeli dalam pasar. Sebagaimana diketahui bahwa penduduk di daerah penelitian sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani nenas. Selain itu daerah ini terdapat penjual/pedagang nenas dan pelaku agroindustri nenas. Level pedagang perantara ditentukan salah satunya adalah modal.

Semakin banyak modal yang dimiliki oleh pedagang maka semakin banyak pula pedagang tersebut dapat membeli nenas yang dihasilkan oleh petani.

Beberapa pedagang perantara/lembaga pemasaran yang ikut serta dalam aktivitas pendistribusian nenas dari petani nenas sampai ke konsumen, yang jumlahnya jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan petani yang menghasilkan nenas, secara tidak

langsung akan mempengaruhi tingkat persaingan pasar dan tingkat konsentrasi rasio. Adapun petani sampel sebanyak 33 orang, pedagang pengumpul 8 orang dan pedagang besar 6 orang, serta pelaku industri sebanyak 8 agroindustri nenas. Pedagang yang terbatas ini akan beroperasi terhadap petani yang banyak dan bersifat individual, akan mempengaruhi struktur pasar. Pedagang besar memiliki volume transaksi yang tinggi, karena persaingannya kurang ketat dibandingkan pedagang yang berada pada level dibawahnya. Dengan demikian pedagang pada level atas mempunyai peluang besar untuk mempengaruhi pasar. *Market share* dan konsentrasi rasio terbesar di antara pedagang pengumpul, pedagang besar dan pelaku agroindustri adalah untuk *market share* terdapat pada pedagang besar dengan nilai 18.14 Dan terendah pada agroindustri dengan nilai 12.43 Berdasarkan perhitungan *market share* dan konsentrasi rasio dapat diketahui bahwa *market share* dari pedagang pengumpul sebesar 0,5469 dengan konsentrasi rasio 54,69% (100%**Market Share* Pedagang Pengumpul) sehingga struktur pasar yang terjadi mengarah pada oligopsoni konsentrasi rendah. Demikian pula dari pedagang besar

diperoleh *market share* sebesar 0.6878 dengan konsentrasi rasio sebesar 68,78% (100%**Market Share* Pedagang Besar) menunjukkan struktur pasar yang terjadi mengarah pada oligopsoni konsentrasi sedang. Sedangkan agroindustri untuk perhitungan *market share* dan konsentrasi rasio diperoleh sebesar 0.5145 dan konsentrasi rasio sebesar 51.45% (100%**Market Share* Agroindustri), sehingga struktur pasar yang terjadi mengarah pada oligopsoni konsentrasi rendah. Jadi pelaku agroindustri yang ada di Desa Kualu Nenas memiliki tingkat kekuasaan yang rendah untuk mempengaruhi pasar. Struktur pasar yang terjadi dalam pemasaran nenas di Desa Kualu Nenas mengakibatkan penentuan harga yang didominasi oleh pedagang ditingkat atas, atau pedagang ditingkat bawah tunduk kepada harga yang ditentukan oleh pedagang ditingkat atas. Hal ini berarti petani berada pada posisi yang paling lemah.

Indeks Herfindahl

Analisis ini bertujuan mengetahui derajat konsentrasi pembeli di lokasi penelitian sehingga dapat diketahui gambaran umum kekuatan posisi tawar petani terhadap pembeli

Tabel 1. Nilai Indeks Herfindahl

No	Jumlah Penjualan (Kg)	<i>Market Share</i>	IH
1	Pedagang Pengumpul	0,5469	0,2990
2	Pedagang Besar	0,6878	0,4730
3	Agroindustri	0,5145	0,2647

Berdasarkan perhitungan indeks Herfindahl dapat diketahui bahwa nilai indeks Herfindahl pedagang pengumpul 0,2990, pedagang besar 0,4730 dan Pelaku Agroindustri 0,2647, sehingga struktur pasarnya mengarah pada oligopsonistik.

Nilai indeks Herfindahl dari pedagang pengumpul didapatkan dari hasil perkalian kuadrat dari nilai *market share* sebesar 0,5469, sehingga nilai indeks Herfindahl dari pedagang pengumpul sebesar 0,2990, sedangkan nilai indeks Herfindahl

untuk pedagang besar didapatkan dari hasil perkalian kuadrat nilai *market share* sebesar 0,6878, sehingga nilai indeks Herfindahl dari pedagang besar sebesar 0,4730, serta nilai indeks Herfindahl untuk agroindustri didapatkan dari hasil perkalian kuadrat nilai *market share* sebesar 0,5145, sehingga nilai indeks Herfindahl dari agroindustri sebesar 0,2647. Hasil penelitian yang dilakukan pada komoditi nenas di Desa Kualu Nenas menunjukkan bahwa struktur pasarnya adalah oligopoli, karena masih ada

keterbatasan untuk keluar masuk pasar. Hal ini antara lain disebabkan adanya ikatan yang kuat antara petani dan pedagang dalam menjual buah nenas, baik dalam bentuk pinjaman modal maupun kesepakatan yang dibuat secara kolektif sehingga kesempatan untuk menjual ke pedagang lainnya juga dibatasi. Struktur ini menyebabkan posisi tawar petani lemah dibandingkan pedagang, terutama dalam memperoleh harga yang layak. Hal ini berarti petani diposisikan sebagai penerima harga sehingga tidak memiliki kemampuan mempengaruhi harga jual buah nenas.

C. Perilaku Pasar

Perilaku pasar dapat dijelaskan dengan keterpaduan pasar secara horisontal dan vertikal serta praktik penentuan harga yang diuraikan sebagai berikut:

Keterpaduan pasar secara horisontal

Keterpaduan pasar secara horisontal yang dianalisis adalah keterpaduan pasar antara harga nenas ditingkat petani dan harga nenas ditingkat agroindustri. Berdasarkan analisis korelasi diperoleh hasil pada Tabel 11

Tabel 2. Hasil Analisis Korelasi Harga Nenas di Desa Kualu Nenas.

No	Uraian	Koefisien Korelasi
1	Harga nenas ditingkat petani dan harga nenas ditingkat agroindustri	0,523**

Berdasarkan kriteria interpretasi koefisien korelasi untuk ilmu sosial ekonomi (Soekartawi, 1990), bahwa apabila nilai koefisien $> 0,80$ berarti harga pada pasar yang satu memiliki hubungan yang kuat atau terpadu secara sempurna dengan harga pada pasar yang lain. Sebaliknya apabila nilai koefisien korelasi $< 0,80$, berarti harga pada pasar yang satu memiliki hubungan yang lemah atau terpadu secara tidak sempurna dengan harga pada pasar yang lain. Koefisien korelasi antara harga nenas ditingkat petani dan harga nenas ditingkat agroindustri bernilai 0.523. Nilai korelasi ini lebih kecil dari 0,80, berarti harga nenas ditingkat petani terpadu secara tidak sempurna dengan harga nenas ditingkat agroindustri. Kesimpulan ini menggambarkan bahwa tidak ada kerjasama antara pedagang pada pasar yang satu dengan pedagang pada pasar yang lain, yang diduga karena sulitnya informasi dari yang didapat oleh petani sebagai akibat jauhnya lokasi yang tidak ditunjang dengan sarana transportasi dan telekomunikasi yang memadai.

Keterpaduan pasar secara vertikal

Keterpaduan pasar secara vertikal yang dianalisis adalah keterpaduan harga pada ditingkat petani dengan harga di

agroindustri, yaitu menganalisis tingkat respon harga nenas ditingkat petani terhadap perubahan harga nenas di agroindustri. Berdasarkan dari hasil elastisitas transmisi harga nenas yang bernilai 0.515 di Desa Kualu Nenas. Nilai tersebut menunjukkan adanya pengaruh negatif antara harga nenas ditingkat petani dan harga nenas di agroindustri. Elastisitas transmisi harga yang berfungsi sebagai ukuran kepekaan atau respon harga nenas ditingkat petani akibat perubahan harga nenas di agroindustri, menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan harga pada agroindustri sebesar 1% maka harga ditingkat petani menurun 0.515 di Desa Kualu Nenas. Artinya elastisitas transmisi harga ini dinamakan inelastis karena kurang dari satu. Nilai elastisitas transmisi harga nenas < 1 atau inelastis disebabkan: (1) proses penentuan harga tidak transparan dan tidak berdasarkan kualitas; (2) mutu nenas rendah; (3) terbatasnya sarana komunikasi; (4) lokasi kebun yang jauh.

D. Penampilan Pasar

Penampilan pasar merupakan penampakan pasar dalam bentuk margin pemasaran dan *share* keuntungan masing-masing lembaga pemasaran. Penampilan pasar dianalisis dengan menghitung margin

pemasaran dan share keuntungan pada pengumpul, pedagang besar dan agroindustri. Marjin pemasaran pada pedagang terjadi karena adanya pengeluaran biaya penyusutan, pengangkutan dan transportasi serta adanya kewajaran untuk memperoleh keuntungan dalam proses pengumpulan penjualan komoditi.

Harga jual rata-rata nenas oleh petani sebesar Rp 2.500,-/kg. Petani menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 200,-/kg dengan keuntungan yang diperoleh Rp 2.300,-/kg. Proporsi margin yang diperoleh petani cukup besar karena mereka langsung menjual nenas ke konsumen. Pada saluran I ini menunjukkan, petani menjual langsung nenas ke konsumen, biaya pemasaran ditanggung oleh petani. Harga jual ditentukan berdasarkan kualitasnya sehingga relatif bervariasi antar petani.

Pada saluran II, harga jual rata-rata nenas oleh petani sebesar Rp 2000,-/kg. Pedagang pengumpul menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 250,-/kg dengan keuntungan yang diperoleh Rp 250,-/kg dan marjin pemasaran sebesar Rp 500,-/kg. Proporsi margin yang diperoleh pedagang cukup kecil karena mereka langsung membeli nenas ke petani dan menjual ke pedagang besar. Harga jual nenas ke pedagang besar rata-rata Rp 3000,-/kg. Pedagang Besar menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 300,-/kg dengan keuntungan diperoleh sebesar Rp 200,-/kg dan marjin pemasaran sebesar Rp 500,-/kg. Efisiensi pemasaran diperoleh sebesar 11,50% relatif cukup besar.

ada saluran III, harga jual rata-rata nenas oleh petani sebesar Rp 3000,-/kg. Pelaku agroindustri menanggung biaya pemasaran sebesar Rp 42000,-/kg dengan keuntungan diperoleh sebesar Rp 55.000,-/kg dan marjin pemasaran sebesar Rp 97.000,-/kg. Efisiensi pemasaran nilai yang diperoleh lebih rendah (2.45%) sehingga kondisi pada saluran III ini relatif lebih baik daripada saluran I dan saluran II. Pengukuran efisiensi pemasaran pertanian

dengan menggunakan perbandingan *output* pemasaran dengan biaya pemasaran

dan pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan *output* pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran. Potensi-potensi perbaikan efisiensi dapat dilakukan dengan mengacu pada perbandingan *output* pemasaran dan biaya pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan di Desa Kualu Nenas, berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan serta memperhatikan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran nenas secara keseluruhan terdiri dari 3 saluran. Dan saluran yang paling baik untuk digunakan adalah saluran III, yaitu dari petani langsung ke pelaku agroindustri. Struktur pasar di tingkat pedagang Desa Kualu Nenas bersifat oligopsoni konsentrasi rendah. Struktur pasar di tingkat pedagang besar bersifat oligopsoni konsentrasi sedang, nilai Indeks Herfindahl < 1 juga menunjukkan pasar tersebut oligopoli yang memposisikan petani pada pihak yang lemah.
2. Perilaku pasar dilihat dari integrasi pasar bernilai 0.523** menunjukkan tidak sempurna. Elastisitas transmisi harga bernilai 0.515 dimana < 1 , berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat pedagang pengumpul atau agroindustri.
3. Penampilan pasar ditunjukkan dengan marjin pemasaran yang relatif besar dan didominasi oleh bagi hasil yang besar dan tidak merata. Selain dari itu dapat dilihat juga dari distribusi marjin yang belum merata, pangsa harga yang diterima petani juga masih relatif rendah serta rasio keuntungan dan biaya pada petani juga masih rendah. Selain itu posisi tawar menawar petani lemah karena harga ditentukan sepihak oleh pedagang khususnya pada saluran I dan saluran II sedangkan saluran III relatif lebih baik karena tingkat efisiensinya lebih rendah.

Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, peneliti merekomendasikan bahwa :

1. Perlunya koperasi yang dapat berperan membantu petani dalam hal permodalan dan prosedur yang lebih mudah sehingga ketergantungan petani terhadap pedagang dapat dikurangi.
2. Perlu adanya informasi tentang harga nanas yang berlaku di tingkat petani, pedagang dan agroindustri. Informasi tersebut disebarluaskan sampai ke tingkat petani, sehingga posisi tawar menawar lebih kuat untuk meningkatkan harga nanas di tingkat petani.
3. Perlu peningkatan sarana dan prasarana transportasi dan telekomunikasi untuk menekan biaya transportasi dan meningkatkan aksesibilitas petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. 2004. Distribusi Pendapatan Petani Kelapa Sawit Pola Plasma di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau. Pekanbaru.
- Arianto, Efendi. 2008. Mengukur Struktur Industri (Pasar). <https://strategika.wordpress.com/2008/08/04/mengukur-struktur-industri/> . Diakses tanggal 9 November 2015.
- Azzaino, Z. 1981. Pengantar Tataniaga Pertanian. Diktat Kuliah Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor.
- BPS Kampar. 2012. Kabupaten Kampar dalam angka. Bangkinang. Kampar Dalam Angka 2012.
- BPP. 2013. Program Penyuluhan Pertanian BPP Kecamatan Tambang 2013. Balai Penyuluhan Pertanian Kecamatan Tambang. Tambang.
- Hay, D. A & Moris, D.J. 1991. Industrial Economic & Organization, Theory & Evidence. Second Edition. Oxford University Press.
- Kantor Desa. 2012. Monografi Desa Kualu Nenas Tahun 2012. Kantor Desa. Desa Kualu Nenas.
- Soekartawi. 1990. Teori Ekonomi Produksi, Pokok Bahasan Analisis Fungsi Produksi Cobb-Douglas. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit Universitas Muhamadyah Malang. Malang.