

ANALISIS STRUKTUR PASAR SAPI MADURA DI DESA DEMPO BARAT, KECAMATAN PASEAN, KABUPATEN PAMEKASAN

Namira Salsabilah, Slamet Widodo*

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura
Jl. Raya Telang, Kec. Kamal, Kab. Bangkalan 69162

*Email: slametwidodo@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Usaha ternak sapi telah dianggap penting dalam kehidupan masyarakat. Pemasaran ternak sapi di Desa Dempo Barat, Kecamatan Pasean, Kabupaten Pamekasan sebagian besar masih dilakukan melalui pedagang perantara. Kondisi ini menyebabkan harga yang diperoleh peternak tidak maksimal. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis struktur pasar sapi madura di Desa Dempo Barat. Metode analisis pada penelitian ini dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Struktur pasar secara deskriptif dianalisis dengan menjelaskan jumlah pelaku pasar, hambatan masuk pasar, dan informasi pasar. Sedangkan secara kuantitatif struktur pasar dianalisis menggunakan pendekatan konsentrasi pasar dengan menghitung pangsa pasar (market share), IHH (Indeks Hirschman Herfindahl), dan CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four). Berdasarkan hasil penelitian, struktur pasar sapi madura di Desa Dempo Barat mengarah pada pasar oligopoli dengan konsentrasi longgar. Peternak disarankan agar menjual sapi langsung pedagang di pasar untuk meningkatkan penerimaan. Kebijakan pemerintah mengenai lembaga pemasaran diperlukan agar dapat memperkuat posisi tawar peternak.

Kata Kunci : sapi madura, struktur pasar, konsentrasi pasar

ABSTRACT

Cattle farming has been considered necessary in community life. The marketing of cattle in Dempo Barat Village, Pasean District, Pamekasan Regency is still mostly done through mediators, which means the price obtained by farmers is not optimal. The aim of this research is to analyze the market structure of Madura Cattle in West Dempo Village. The method of analysis in this research is descriptive and quantitative. The market structure is analyzed by explaining the number of market participants, barriers to market entry, and market information. The market structure is analyzed using a market concentration approach by measuring market share, HHI (Hirschman Herfindahl Index), and CR4 (Concentration Ratio for the Biggest Four). Based on the research results, the market structure of Madura Cattle in West Dempo Village leads to an oligopoly market with loose concentration. Farmers are advised to sell cattle directly to traders in the market to increase revenue. To help farmers get better deals, the government needs to make rules about how marketing institutions work.

Keywords: madura cattle, market structure, market concentration

PENDAHULUAN

Komoditas ternak yang berpotensi memenuhi kebutuhan daging masyarakat salah satunya adalah sapi potong. Provinsi Jawa Timur menyumbang populasi sapi potong tertinggi secara nasional. Populasi sapi potong di Jawa Timur pada tahun 2020 mencapai 4.815.330 ekor atau menyumbang sekitar 25 persen dari populasi sapi potong nasional. Populasi sapi potong terbesar Provinsi Jawa Timur berasal dari Pulau Madura yang tersebar pada empat kabupaten, yakni Bangkalan (259.923 ekor), Sampang (216.450 ekor), Pamekasan (194.286 ekor), dan Sumenep (377.124 ekor) (Dinas Peternakan Provinsi Jawa Timur, 2021). Berdasarkan Peraturan Menteri Pertanian No.48/OT.140/11/2012 Kabupaten Pamekasan ditetapkan sebagai wilayah sentra pembibitan sapi Madura yaitu pada Kecamatan PAPABARU (Pasean, Pakong, Batumarmar, Waru). Sebagai kawasan pengembangan peternakan, Kabupaten Pamekasan berkontribusi besar terhadap penyediaan bibit unggul sapi potong (Nurlaila *et al.*, 2018).

Usaha ternak sapi potong di Desa Dempo Barat, Kecamatan Pasean, Kabupaten Pamekasan dominan dikelola usaha rumah tangga yang seringkali dihadapkan permasalahan, terutama berkaitan dengan pemasaran. Salah satunya penjualan sapi yang sebagian besar dilakukan kepada pedagang perantara. Selain itu penentuan harga sapi seringkali dikaitkan dengan kebutuhan peternak yang mendesak. Sehingga harga yang diperoleh peternak rendah karena posisi tawar peternak lemah dalam menentukan harga jual sapi. Usaha ternak sapi dinyatakan berhasil apabila mampu berkontribusi terhadap pendapatan dan mencukupi kebutuhan hidup peternak (Ibrahim *et al.*, 2020). Kendala yang terjadi pada usaha ternak sapi di Desa Dempo Barat menyebabkan penerimaan peternak belum maksimal, sehingga belum dapat meningkatkan produktivitas usaha ternak sapi maupun kesejahteraan hidup mereka.

Manajemen pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk mencapai tujuan usaha. Aspek manajemen pemasaran yang perlu diperhatikan yaitu efisiensi pemasaran, karena dengan efisiensi pemasaran dapat melihat perbedaan harga dan kelayakan pendapatan yang diterima tiap pelaku dalam kegiatan pemasaran (Sudiadnyana, 2015). Salah satu komponen sistem pemasaran yang digunakan untuk mengukur efisiensi pemasaran adalah struktur pasar yang menggambarkan fisik suatu pasar (Fidayani & Wisudawati, 2020).

Berdasarkan Rahayu (2013), secara sederhana struktur pasar merupakan kumpulan dari berbagai elemen-elemen yang dapat berpengaruh kepada tingkat kompetensi di pasar. Faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada tingkat kompetensi di pasar antara lain jumlah penjual dan pembeli, pangsa pasar, tingkat pemahaman teknologi, elastisitas permintaan terhadap suatu produk, lokasi, hambatan keluar masuk pasar, tingkat efisiensi, dan faktor lainnya (Fidayani & Wisudawati, 2020). Klasifikasi pasar berdasarkan sifat dan bentuknya terdiri dari pasar dengan persaingan sempurna dan pasar dengan persaingan tidak sempurna. Jenis pasar yang dikategorikan sebagai pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar oligopoli. Pada pasar persaingan sempurna tindakan perusahaan yang beroperasi didalamnya tidak dapat mempengaruhi pasar atau sebagai penerima harga (Sugiarto *et al.*, 2007).

Nendissa *et al.*, (2019) menganalisis struktur pasar sapi Bali di Nusa Tenggara Timur, menemukan bahwa struktur pasar dari sisi produsen mengarah persaingan sempurna berdasarkan rendahnya tingkat konsentrasi atau tingginya persaingan, hambatan masuk yang rendah, dan pengetahuan pasar yang terbatas. Sebaliknya dari segi pedagang antar pulau terbentuk persaingan oligopsonistik. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis struktur pasar sapi Madura di Desa Dempo Barat

berdasarkan jumlah pelaku pasar, hambatan masuk pasar, informasi pasar, dan konsentrasi pasar.

MATERI DAN METODE

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan di Desa Dempo Barat, Kecamatan Pasean, Kabupaten Pamekasan. Lokasi penelitian tersebut ditentukan secara *purposive* atau sengaja tersebut dengan pertimbangan Desa Dempo Barat merupakan bagian dari Kecamatan Pasean yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pertanian sebagai wilayah sentra pembibitan Sapi Madura. Selain itu aktivitas ekonomi ternak sapi di Desa Dempo Barat tinggi, terlihat dari besarnya jumlah populasi sapi sebanyak 2413 ekor (Potensi Desa, 2021).

Metode Pengambilan Sampel

Responden pada penelitian ini adalah peternak sapi Madura dan lembaga pemasaran. Sampel yang digunakan sebanyak 40, terdiri dari 30 responden peternak sapi, 8 responden pedagang pengumpul desa (PPD) dan 2 responden pedagang pengumpul pasar. Sejalan dengan teori Roscoe (1975) dalam Hermawan & Amirullah (2016), yang menyatakan bahwa pada setiap penelitian ukuran sampel yang layak digunakan harus berkisar antara 30 sampai 500. Penentuan responden baik peternak sapi maupun lembaga pemasaran, dilakukan menggunakan metode *snowball sampling*.

Metode Analisis Data

Data penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara secara langsung dengan responden. Wawancara berpedoman pada alat pengumpulan data berupa kuesioner. Data primer yang diambil diantaranya adalah jumlah produsen dan lembaga pemasaran, volume penjualan, pesaing potensial, persyaratan kualitas, harga jual, dan lokasi pemasaran. Data sekunder didapatkan dari sumber instansi pemerintah seperti Badan Pusat Statistik

(BPS), Dinas Peternakan, dan sumber lainnya.

Metode analisis untuk menganalisis struktur pasar dilakukan secara deskriptif kuantitatif. Secara deskriptif bertujuan menjelaskan jumlah pelaku pasar, hambatan masuk pasar, dan informasi pasar. Sedangkan secara kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan konsentrasi pasar atau jumlah dan ukuran distribusi pembeli dan penjual dalam pasar Sapi Madura di Desa Dempo Barat, yang dianalisis menggunakan perhitungan pangsa pasar (*market share*), IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*), CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*), dan MES (*Minimum Eficient Scale*).

1. Pangsa Pasar (*Market Share*)

Menurut Dewi *et al.* (2017), *market share* digunakan untuk melihat cakupan kekuasaan pasar suatu lembaga pemasaran. Pangsa pasar dirumuskan berikut :

$$MS_i = \frac{S_i}{Stot} \times 100\%$$

Keterangan :

MS_i = Pangsa pasar suatu pedagang (%)
 S_i = Jumlah penjualan pedagang ke-i (ekor)
 Stot = Penjualan total seluruh pedagang (ekor)

Kriteria pangsa pasar menurut Baladina (2012) yaitu :

1. Apabila satu perusahaan menguasai pangsa pasar 100%, maka mengarah pasar monopoli murni
2. Apabila menguasai pangsa pasar antara 80 - 100% dan tidak terdapat pesaing kuat, maka mengarah pasar dominan
3. Apabila terdapat 4 perusahaan terbesar menguasai pangsa pasar antara 60 - 100%, maka mengarah pasar oligopoli ketat, apabila terdapat 4 perusahaan terbesar menguasai pangsa pasar antara 40 - <60%, maka mengarah pasar oligopoli longgar
4. Apabila terdapat banyak pesaing efektif tapi tidak satupun mempunyai pangsa pasar lebih dari 10%, maka mengarah pasar persaingan monopolistik

5. Apabila terdapat lebih dari 50 pesaing tapi tidak satupun mempunyai pangsa pasar yang berarti, maka mengarah pasar persaingan murni

2. IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*)

Tujuan analisis IHH adalah mengetahui ukuran konsentrasi pembeli pada suatu wilayah pasar, sehingga dapat diketahui gambaran umum imbalan kekuatan posisi tawar-menawar penjual (peternak) terhadap pembeli (pedagang). Rumus dari IHH menurut Kartika *et al.*, (2019) :

$$IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 + \dots + (Kr_n)^2$$

Keterangan :

Kr_1, Kr_2, \dots, Kr_n = Pangsa pembelian pedagang ke-1, 2, ..., n

Adapun kriteria IHH menurut Baladina (2012) diantaranya :

- Pasar monopoli / monopsoni, jika $IHH = 1$
- Pasar oligopoli / oligopsoni, jika $0 < IHH < 1$
- Pasar persaingan sempurna, jika $IHH = 0$

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

Analisis CR4 berfungsi untuk menunjukkan derajat konsentrasi dari empat pangsa pasar terkemuka di suatu wilayah pasar (Nendissa *et al.*, 2019). Rumus untuk mengukur CR4 adalah (Sari & Tamami, 2020) :

$$CR4 = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4$$

Kriteria penentuan CR4 menurut Miar & Batubara, (2019) yaitu :

- Pasar monopoli, apabila $CR4 = 100$
- Pasar oligopoli kuat, apabila $80\% < CR4 < 100\%$
- Pasar oligopoli sedang, apabila $50\% < CR4 < 80\%$
- Pasar persaingan monopolistik / oligopoli rendah, apabila $0 < CR4 < 50\%$
- Pasar persaingan sempurna, apabila $CR4 = 0$

4. Hambatan Masuk Pasar (*Barriers to Entr*)

Analisis hambatan masuk pasar salah satunya dapat dilakukan melalui perhitungan MES (*Minimum Eficient Scale*) (Khavidhurrohmaningrum, 2013). Nilai MES dapat diperoleh dengan rumus berikut :

$$MES = \frac{\text{Output Perusahaan Terbesar}}{\text{Output Total}} \times 100\%$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Usaha sapi potong telah dijadikan sebagai sumber penghasilan atau sampingan untuk menunjang perekonomian keluarga bagi masyarakat pedesaan (Putri *et al.*, 2019). Pekerjaan utama sebagian besar responden (90%) adalah sebagai petani, sedangkan sebagai peternak hanya digunakan untuk penghasilan tambahan dan untuk harta tabungan. Maka dari itu rata-rata kepemilikan sapi di Desa Dempo Barat hanya 1 atau 2 ekor. Jenis sapi di Desa Dempo Barat baik yang dibudidayakan ataupun dipasarkan yaitu sapi Madura.

Menurut Nurgiartiningsih (2011) sapi Madura merupakan spesies sapi lokal yang banyak dibudidayakan di Jawa Timur, terutama di Pulau Madura. Kelestarian sapi Madura sebagai plasma nutfah sapi potong *indigenous* yang menjadi kebanggaan nasional harus tetap dipertahankan Hartono (2012). Ternak sapi Madura diminati oleh peternak karena memiliki keunggulan, diantaranya mudah pemeliharaannya, mudah berkembang biak, memiliki ketahanan terhadap berbagai penyakit dan pakan yang berkualitas rendah (Heryadi *et al.*, 2016).

Berikut merupakan karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman usaha, dan tanggungan keluarga.

Tabel 1 Karakteristik responden

Karakteristik	Jumlah responden	Presentase
---------------	------------------	------------

	(orang)	(%)
Usia (tahun)		
• 20-40	11	27,5
• 41-60	27	67,5
• >60	2	5,0
Jumlah	40	100,0
Jenis kelamin		
• Laki-laki	36	90,0
• Perempuan	4	10,0
Jumlah	40	100,0
Tingkat pendidikan		
• Tidak sekolah	3	7,5
• SD	31	77,5
• SMP	1	2,5
• SMA	4	10,0
• S1	1	2,5
Jumlah	40	100,0
Pengalaman usaha (tahun)		
• <10	10	25%
• >10	30	75%
Jumlah	40	100%
Tanggung jawab keluarga		
• <5	23	57,5%
• ≥5	17	42,5%
Jumlah	40	100%

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa keseluruhan responden baik peternak ataupun pedagang termasuk usia produktif, yakni kisaran 20 tahun sampai 60 tahun. Menurut Cahyono (2011) usia produktif berkisar dari 15 tahun hingga 64 tahun. Aprilyanti (2017) menyebutkan bahwa seseorang pada usia produktif biasanya memiliki produktivitas lebih baik dibandingkan dengan seseorang pada usia lanjut yang fisiknya sudah lemah dan terbatas. Sehingga dengan usia yang produktif tersebut responden masih mampu menjalankan usahanya dengan baik. Sejalan dengan penelitian Handayani & Nurlaila (2017) yang menunjukkan peternak sapi perah memiliki usia produktif, sehingga peternak diharapkan dapat menjalankan dan mengembangkan usaha sapi perah secara baik untuk meningkatkan penghasilannya.

Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa sebagian besar responden adalah

laki-laki. Jenis kelamin merupakan faktor penting dalam menentukan produktivitas kerja. Tingkat produktivitas pekerja laki-laki umumnya cenderung lebih tinggi daripada dengan pekerja wanita, Salah satunya dikarenakan kekuatan fisik laki-laki lebih besar dibandingkan wanita (Ukkas, 2017). Sehingga sesuai dengan kondisi di lapang, kegiatan yang berhubungan dengan ternak sapi lebih banyak dilakukan oleh laki-laki, karena pada usaha ternak sapi lebih banyak mengandalkan kekuatan fisik.

Tingkat pendidikan yang ditempuh oleh responden peternak dan pedagang tergolong rendah, sebagian besar responden hanya menempuh pendidikan sampai jenjang Sekolah Dasar (SD). Pendidikan responden yang rendah tersebut menyebabkan responden sulit untuk mengembangkan usahanya. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan mengenai cara

beternak ataupun cara memasarkan sapi tidak dipelajari pada pendidikan formal.

Berdasarkan tanggungan keluarga, sebagian besar responden mempunyai tanggungan keluarga yang kecil yaitu berjumlah kurang dari 5 orang. Tanggungan keluarga yang semakin banyak dapat mendorong peternak untuk meningkatkan usahanya agar dapat memenuhi tuntutan kebutuhan yang semakin besar. Semakin besar jumlah tanggungan keluarga, maka waktu yang tersedia untuk melakukan pekerjaan semakin efektif (Hanum, 2018). Efektivitas tersebut dapat terjadi karena terdapat banyak tenaga kerja dari anggota keluarga untuk membantu dan mempermudah jalannya usaha ternak.

Analisis Struktur Pasar Sapi Potong di Desa Dempo Barat

Struktur pasar menjelaskan mengenai bagaimana terorganisasinya suatu pasar berdasarkan karakteristik yang menjadi penentu keterkaitan antar sesama penjual, antar sesama pembeli, serta antara penjual dengan pembeli yang akan mempengaruhi kompetisi dan penetapan harga di pasar (Anindita & Baladina, 2017). Analisis struktur pasar Sapi potong di Desa Dempo Barat dilakukan menggunakan dua pendekatan. Pertama, secara deskriptif dengan indikator (1) jumlah pelaku pasar, (2) hambatan masuk pasar dan (3) informasi pasar. Kedua, secara kuantitatif yang dapat dilihat dari perhitungan konsentrasi pasar, yang terdiri dari 3 alat analisis yaitu pangsa pasar (*market share*), IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*), dan CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*).

Analisis Deskriptif Struktur Pasar Sapi Potong

1. Jumlah Pelaku Pasar

Saputra *et al.*, (2017) menyatakan jumlah pelaku pasar dapat diketahui berdasarkan perbandingan antara banyaknya produsen dengan lembaga pemasaran yang terlibat. Jumlah pelaku pasar dalam struktur pasar akan sangat berpengaruh terhadap kondisi yang terjadi di pasar. Pelaku pasar yang terlibat dalam

kegiatan pemasaran sapi potong di Desa Dempo Barat yaitu peternak dan lembaga pemasaran, yang terdiri dari pedagang pengumpul pesa (PPD) dan pedagang pengumpul pasar. Pedagang pengumpul desa atau lebih dikenal dengan blantik desa merupakan pedagang sapi yang membeli dari peternak untuk selanjutnya dibawa ke pasar untuk dijual. Pedagang desa biasanya memiliki skala penjualan sapi yang cenderung rendah. Sedangkan pedagang pengumpul pasar yaitu pedagang yang menjual sapi dari blantik desa untuk selanjutnya dijual kepada calon pembeli seperti pedagang pengumpul besar dalam satu wilayah maupun luar wilayah. Umumnya pedagang pasar lebih mempunyai modal pengetahuan dalam penawaran dan penjualan.

Jumlah peternak sapi di Desa Dempo Barat terdapat sekitar 950 peternak, dan pedagang pengumpul atau blantik yang ada di Desa Dempo Barat terdapat sekitar 20 pedagang. Dikarenakan rata-rata jumlah kepemilikan sapi yang dipelihara oleh peternak di Desa Dempo Barat hanya 1-2 ekor, sehingga tiap peternak rata-rata hanya menjual 1 sapi dalam satu kali proses transaksi. Berdasarkan kondisi dilapang, diketahui bahwa pemasaran ternak sapi potong di Desa Dempo Barat dilakukan dengan dua cara. Hasil temuan menunjukkan dalam memasarkan ternak sapi ada peternak yang menjual sapi langsung ke pedagang pengumpul pasar yaitu sebanyak 9 peternak sapi potong, dan ada peternak yang menjual sapi melewati pedagang pengumpul desa terdapat sebanyak 21 peternak sapi potong. Sehingga berdasarkan jumlah peternak sapi dan pedagang sapi tersebut pasar sapi yang ada di Desa Dempo Barat dapat dikatakan belum berjalan secara efisien, karena pasar yang efisien harus memiliki cukup banyak penjual dan pembeli (Ordofa *et al.*, 2021). Hal tersebut sejalan dengan penelitian Rahayu (2013), yang menunjukkan struktur pasar komoditas jagung di Kabupaten Grobogan mengarah pada pasar oligopsoni apabila dilihat dari jumlah penjual (petani)

yang cukup banyak daripada pembeli (Pedagang Pengumpul Desa) yang hanya sedikit jumlahnya. Menurut Kuncana & Malia (2018), pada pasar oligopsoni lembaga pemasaran mempunyai peran dan kekuatan lebih dominan sebagai pedagang, karena kenyataannya jumlah produsen lebih banyak daripada lembaga pemasaran.

2. Hambatan Masuk Pasar (*Barriers to Entry*)

Mekanisme utama dari hambatan masuk pasar pada dasarnya adalah pencegahan bagi pesaing baru untuk berbagi keuntungan yang telah diterima oleh perusahaan lama atau yang sudah ada dalam suatu industri dan hambatan ini adalah sebagai pelindung (Karakaya & Parayitam, 2018). Berdasarkan hasil penelitian di Desa Dempo Barat diketahui bahwa terdapat kebebasan bagi para peternak untuk memasarkan ternak sapi mereka, baik ke dalam maupun ke luar Desa Dempo Barat. Selain itu terdapat kebebasan bagi para pedagang dari luar desa untuk bisa memasuki jaringan pasar yang sudah ada. Kondisi tersebut dikarenakan mayoritas peternak sapi potong yang ada di Desa Dempo Barat tidak mempunyai kontrak atau ikatan dengan para pedagang tertentu. Umumnya, peternak di lokasi penelitian memilih menjual sapi kepada pedagang yang memberikan penawaran harga yang lebih tinggi.

Hasil dari analisis MES (*Minimum Efficiency Scale*) diperoleh nilai sebesar 19,44 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar pada pemasaran sapi potong di Desa Dempo Barat tergolong tinggi karena nilai MES lebih besar dari 10 persen, yang menyebabkan sulitnya untuk masuk ke dalam pasar bagi pesaing baru. Alistair (2004) dalam (Kartika et al., 2019) menyebutkan bahwa apabila nilai MES lebih besar dari 10 persen maka dapat dikatakan hambatan masuk ke pasar termasuk tinggi. Sejalan dengan penelitian Nahraeni et al. (2018), yang menjelaskan nilai MES yang dimiliki lembaga pemasaran sayuran kemangi di Kecamatan

Kadudampit lebih dari 10 persen, artinya terdapat hambatan masuk pada pemasaran sayuran kemangi di Kecamatan Kadudampit dan pesaing baru tidak mudah untuk masuk ke pasar. Pada penelitian (Kartika et al., 2019) juga menjelaskan bahwa apabila MES terhadap pasar cukup tinggi, maka pedagang baru tidak akan mampu beroperasi secara efisien jika tidak meningkatkan outputnya. Ketika pedagang yang berada di bawah MES memasuki pasar maka tidak akan mampu bersaing dengan pedagang yang sudah ada di pasar.

Berdasarkan kajian di lapangan menunjukkan hambatan utama yang dihadapi oleh pemain baru dalam pemasaran sapi potong di Desa Dempo Barat diantaranya adalah : (1) modal yang besar, seperti untuk biaya pemasaran dan biaya lainnya. Menurut Ningsih et al., (2015) biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang perantara berbeda-beda tergantung tingkat usahanya (2) persaingan dengan pedagang lain. Biasanya hampir sebagian besar pembelian sapi potong di Desa Dempo Barat dikuasai oleh Jaringan pemasaran lama (pedagang yang sudah ada bertahun-tahun). Selain itu pedagang baru akan lebih sulit mendapatkan pelanggan, karena masih belum mempunyai banyak kenalan baik antar sesama pedagang maupun peternak. Menurut Baladina (2012), pedagang baru akan cukup menemui hambatan, karena pedagang baru harus dapat beradaptasi dengan jaringan kelembagaan dan aturan main yang telah ada dan diterapkan sebelumnya di pasar apabila pedagang tersebut ingin dapat terus eksis dan usahanya berkembang.

3. Informasi Pasar

Informasi mengenai harga daging sapi di setiap kabupaten salah satunya Kabupaten Pamekasan biasanya tersedia dan dapat diakses melalui media elektronik (*internet*), seperti pada situs resmi Kementerian Perdagangan dan sumber situs

lainnya. Akan tetapi rendahnya pemahaman peternak terhadap teknologi serta tidak adanya arahan dari pemerintah seperti melalui penyuluhan atau sejenisnya, maka informasi harga yang diterima oleh peternak sapi potong di lokasi penelitian kebanyakan bersumber dari sesama peternak dan dari pedagang. Lemah dan kurangnya informasi harga yang diterima peternak menyebabkan peternak kurang memiliki perbandingan mengenai harga yang sebenarnya terjadi dan cenderung mengandalkan pengalaman beternak yang dimilikinya untuk menentukan harga. Rendahnya tingkat pendidikan yang dimiliki peternak menjadi salah satu penyebab peternak tidak bisa menyerap maupun menerapkan teknologi dan informasi baru. Nurlaila & Zali (2020) berpendapat bahwa dalam mengelola usaha ternak sapi Madura tingkat pendidikan menjadi modal yang utama dalam mengadopsi informasi dan teknologi terkait ilmu peternakan agar produktivitas usaha ternaknya dapat meningkat. Sedangkan seluruh lembaga pemasaran yakni pedagang sapi potong di wilayah penelitian mempunyai informasi pasar yang lebih baik atau sempurna jika dibandingkan dengan peternak. Beberapa pedagang biasanya juga tidak hanya sekedar mengetahui tentang

informasi harga, akan tetapi juga tentang permintaan dan penawaran terhadap sapi potong. Informasi harga yang diterima oleh pedagang tidak hanya bersumber dari pedagang dalam satu level atau sesama pedagang dalam suatu desa, namun dapat juga berasal dari pedagang yang levelnya lebih tinggi atau pedagang dari luar desa dan luar daerah. Integrasi atau persebaran informasi yang tidak seimbang antara peternak dan pedagang menunjukkan pemasaran sapi potong di Desa Dempo Barat belum berjalan efisien. Menurut Agustin & Hayati (2020) sistem pemasaran yang efisien ketika balas jasa yang diterima oleh seluruh pelaku dalam kegiatan pemasaran seimbang, diantaranya yaitu peternak atau produsen, pedagang perantara, dan konsumen.

Analisis Kuantitatif Struktur Pasar (*Market Structure*) Sapi Potong

1. Analisis Pangsa Pasar (*Market Share*)

Analisis pangsa pasar merupakan dasar dari pengukuran tingkat konsentrasi pasar, Maka dilakukan terlebih dahulu perhitungan pangsa pasar sebelum dilakukan analisis IHH dan juga CR4. Hasil perhitungan pangsa pasar diperoleh sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil perhitungan pangsa pasar

Lembaga pemasaran	Jumlah penjualan sapi potong(ekor/minggu)	Pangsa pembelian dari pedagang (kr)	Market share (%)
Pedagang 1	7	0,19	19
Pedagang 2	6	0,17	17
Pedagang 3	3	0,08	8
Pedagang 4	2	0,06	6
Pedagang 5	4	0,11	11
Pedagang 6	2	0,06	6
Pedagang 7	4	0,11	11
Pedagang 8	3	0,08	8
Pedagang 9	2	0,06	6
Pedagang 10	3	0,08	8
Total	33	1,00	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Hasil analisis *market share* pada Tabel 2 sesuai dengan kondisi di lapang yang dilihat berdasarkan volume pembelian

atau jumlah produksi yang dapat diserap oleh masing-masing pedagang. Dari tabel dapat dilihat pedagang 1 dan pedagang 2

yang merupakan pedagang pasar memiliki pangsa pasar terbesar, yaitu masing-masing sebesar 19 persen dan 17 persen. Pada posisi selanjutnya yang memiliki pangsa pasar terbesar yaitu pedagang 5 dan pedagang 7, yang merupakan Pedagang Pengumpul Desa (PPD) dengan nilai masing-masing sebesar 11 persen. Berdasarkan hasil perhitungan pangsa pasar atau *market share* dari empat pedagang dengan volume penjualan terbesar di Desa Dempo Barat diperoleh *market share* sebesar 58 persen. Sehingga struktur pasar mengarah pada oligopoli longgar, karena terdapat empat perusahaan yang menguasai pangsa pasar antara 40 - <60%. Artinya, pedagang mempunyai tingkat kekuasaan yang sedang untuk mempengaruhi pasar sapi potong di Desa Dempo Barat. Nahraeni *et al.*, (2018) mengemukakan semakin kecil jumlah pembeli dan semakin terkonsentrasi distribusi pembelian produk, maka semakin tinggi kekuatan yang dimiliki pembeli. Sehingga dalam kondisi ini berarti pembeli (lembaga pemasaran) berperan besar dalam penentuan harga dan produsen (peternak sapi) memiliki posisi yang lemah atau sebagai *price taker*.

Pada pemasaran ternak sapi potong di Desa Dempo Barat penentuan harga berdasarkan kesepakatan antara peternak dengan pedagang sapi. Peternak terlebih dahulu memberikan harga, kemudian pedagang akan menawarkan harga berdasarkan harga di pasar. Setelah proses tawar-menawar antara keduanya terjadi kesepakatan harga. Namun sebagian besar yang terjadi adalah peternak hanya menerima harga (*price taker*) yang dibayarkan oleh pedagang.

2. Analisis IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*)

Hasil pengukuran derajat konsentrasi pasar menggunakan analisis Indeks Hirschman Herfindahl adalah sebagai berikut :

$$\text{IHH} = (0,19)^2 + (0,17)^2 + (0,08)^2 + (0,06)^2 + (0,11)^2 + (0,06)^2 + (0,11)^2 +$$

$$(0,08)^2 + (0,06)^2 + (0,08)^2 \\ \text{IHH} = 0,0361 + 0,0289 + 0,0064 + 0,0036 \\ + 0,0121 + 0,0036 + 0,0121 + \\ 0,0064 + 0,0036 + 0,0064 \\ \text{IHH} = 0,1192$$

Berdasarkan perhitungan diatas diketahui nilai total keseluruhan IHH sebesar 0,1192. Nilai IHH tersebut yaitu terletak diantara angka nol dan satu atau sesuai dengan salah satu kriteria IHH yaitu $0 < \text{IHH} < 1$, artinya struktur pasar komoditas ternak sapi potong di Desa Dempo Barat berdasarkan konsentrasi pembeli mengarah pada pasar oligopoli. Naldi & Flamini (2014) menyebutkan semakin tinggi nilai IHH maka semakin tinggi konsentrasi pasar pada beberapa perusahaan. Ordofa *et al.*, (2021) mengemukakan semakin tinggi tingkat konsentrasi, maka kemungkinan perilaku tidak kompetitif di pasar semakin tinggi. Pasar oligopoli mengakibatkan pasar tidak bersaing secara sempurna, dikarenakan jumlah produsen dengan jumlah pembeli tidak sebanding (Sari & Tamami, 2020). Kondisi tersebut sejalan dengan kondisi di Desa Dempo Barat terdapat banyak peternak sapi dan hanya beberapa pedagang, yang menunjukkan pedagang memiliki kekuatan dominan dalam mempengaruhi harga atau pasar. Hasil penelitian Setiawan *et al.* (2015), menunjukkan bahwa nilai $\text{IHH} < 1$ sehingga struktur pasar karet di Kabupaten Kuantan Singingi mengarah kepada oligopoli dan menempatkan petani sebagai pihak yang lemah.

3. Analisis CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*)

Penentuan struktur pasar berdasarkan konsentrasi pasar juga dianalisis menggunakan CR4 (*Concentration Ratio for Biggest Four*), yang merupakan penggabungan dari empat pedagang sapi potong dengan pangsa pasar terbesar di Desa Dempo Barat. Diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\text{CR4} = 19\% + 17\% + 11\% + 11\% \\ \text{CR4} = 58\%$$

Dari analisis struktur pasar menggunakan perhitungan konsentrasi CR4, didapatkan hasil CR4 yaitu sebesar 58%. Jika dilihat berdasarkan kriteria penilaian maka diketahui bahwa struktur pasar sapi potong di Desa Dempo Barat yang terbentuk yaitu pasar oligopoli dengan konsentrasi sedang. Hal tersebut dikarenakan empat pedagang terbesar memiliki nilai CR4 antara $50\% \leq CR4 \leq 80\%$. Pasar oligopoli merupakan struktur pasar yang didominasi oleh sedikit perusahaan yang saling bersaing, kekuatan yang dimiliki masing-masing perusahaan cukup besar dalam mempengaruhi harga pasar, dan pengambilan keputusan suatu perusahaan akan mempengaruhi perusahaan lainnya (Lusiana, 2017). Berdasarkan penelitian Ayele *et al.*, (2017) dapat diketahui bahwa nilai CR4 sebesar 93 persen, yang menunjukkan pada pemasaran daging sapi struktur pasar yang terbentuk di wilayah penelitian yaitu oligopoli kuat sehingga pemasarannya kompetitif dan tidak efisien.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian struktur pasar sapi potong di Desa Dempo Barat mengarah pada pasar yang bersaing secara tidak sempurna (*imperfect competitive market*) yaitu pasar oligopoli dengan konsentrasi longgar, artinya pedagang dalam mempengaruhi pasar mempunyai tingkat kekuasaan yang sedang dan peternak mempunyai posisi yang lemah atau *price taker*.

Implikasi Kebijakan

Bagi peternak disarankan menjual ternak sapi langsung kepada pedagang di pasar untuk meningkatkan penerimaan peternak sapi. Selain itu, perlunya kebijakan dari pemerintah terkait lembaga pemasaran yang dapat menjadi penghubung antara peternak dengan konsumen sehingga memperkuat posisi tawar peternak

sekaligus memutuskan rantai kekuatan pedagang dalam mempengaruhi harga sapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, M., & Hayati, M. (2020). Pemasaran sapi potong di Desa Lobuk Kabupaten Sumenep. *Agrisocionomics*, 4(1), 14–21. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v4i1.4555>
- Anindita, R., & Baladina, N. (2017). *Pemasaran produk pertanian*. Yogyakarta : ANDI.
- Aprilyanti, S. (2017). Pengaruh usia dan masa kerja terhadap produktivitas kerja (studi kasus: PT OASIS Water International Cabang Palembang). *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 1(2), 68–72. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.413>
- Ayele, S., Zemedu, L., & Gebremdhin, B. (2017). Analysis of market structure, conduct and performance of beef cattle: the case of Dugda District, East Shoa Zone, Oromia Regional State, Ethiopia. *Journal of Biology, Agriculture and Healthcare*, 7(5), 5–11. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JBAH/article/view/35956/0>
- Baladina, N. (2012). Analisis struktur perilaku, dan penampilan pasar wortel di subterminal agrobisnis Mantung (kasus pada sentra produksi wortel di Desa Tawangsari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *AGRISE*, 12(2), 91–104. <https://www.agrise.ub.ac.id/index.php/agrise/article/view/87>
- Cahyono, S. A. (2011). Faktor-Faktor yang mempengaruhi petani menyadap pinus di kawasan hutan dengan tujuan khusus (KHDTK) Gombong. *Tekno Hutan Tanaman*, 4(2), 49–56.
- Dewi, N., Yusri, J., & Saputra, A. J. (2017). Analisis struktur perilaku dan kinerja pasar komoditi padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. *Jurnal Agribisnis*, 19(1), 42–56.

- <https://doi.org/10.31849/agr.v19i1.897>
- Dinas Peternakan provinsi Jawa Timur. (2021). *Populasi sapi potong Provinsi Jawa Timur*.
- Fidayani, Y., & Wisudawati, T. (2020). Analisis struktur pasar kedelai di Kabupaten Grobogan. *Journal Science Innovation and Technology (SINTECH)*, 1(1), 13–21. <https://ojs.udb.ac.id/index.php/SINTECH/article/view/859>
- Handayani, S. M., & Nurlaila, I. (2017). Analisis pemasaran susu segar di Kabupaten Klaten. *Sains Peternakan*, 9(1), 41–52. <https://doi.org/10.20961/sainspet.v9i1.4768>
- Hanum, N. (2018). Pengaruh pendapatan, jumlah tanggungan keluarga dan pendidikan terhadap pola konsumsi rumah tangga nelayan di Desa Seuneubok Rambong Aceh Timur. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 2(1), 75–84. <https://doi.org/10.1234/jse.v2i1.779>
- Hartono, B. (2012). Peran daya dukung wilayah terhadap pengembangan usaha peternakan sapi madura. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 13(2), 316–326. <https://doi.org/10.23917/jep.v13i2.177>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif & kualitatif*. Bandung: Media Nusa Creative.
- Heryadi, A., Nurwasilah, & Nurlaila.S. (2016). Strategi pengembangan usaha sapi madura di wilayah pesisir Kabupaten Sumenep. *Maduranch*, 3(2), 81–87. http://ejournal.unira.ac.id/index.php/jurnal_peternakan_maduranch/article/view/447
- Ibrahim, Supamri, & Zainal. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan peternak rakyat sapi potong di Kecamatan Lampasio Kabupaten Tolitoli Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(3), 307–315. <https://doi.org/10.19184/jsep.v13i3.18446>
- Karakaya, F., & Parayitam, S. (2018). Market entry barriers and firm performance: higher-order quadratic interaction effects of capital requirements and firm competence. *International Journal of Markets and Business Systems*, 3(2), 120–140. <https://ideas.repec.org/a/ids/ijmabs/v3y2018i2p121-140.html>
- Kartika, A. A. C., Firmansyah, F., & Rindes, R. (2019). Analisis struktur pasar ternak sapi di Kabupaten Batanghari. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Peternakan*, 22(2), 107–116. <https://doi.org/10.22437/jiip.v22i2.8256>
- Khavidhurrohmaningrum. (2013). Strategi dan perilaku industri pengolahan di Kota Semarang tahun 2007-2011. *Economics Development Analysis Journal*, 2(3), 220–233. <https://doi.org/10.15294/edaj.v2i3.1981>
- Kuncana, F., & Malia, R. (2018). Analisis struktur pasar malai pandanwangi di Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. *Agroscience*, 8(2), 189–197. <https://doi.org/10.35194/agsci.v8i2.524>
- Lusiana. (2017). Analisis struktur pasar dan perilaku industri ban di Indonesia tahun 2007-2011. *Media Ekonomi*, 20(3), 99–126. <https://doi.org/10.25105/me.v20i3.789>
- Miar, & Batubara, K. R. (2019). Analisis konsentrasi rasio industri besar dan sedang di Indonesia (studi empiris pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2013-2017). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(2), 121–132. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v16i2.10754>

- Nahraeni, W., Rahayu, A., Yoesdiarti, A., & Kulsum, I. (2018). Struktur pasar sayuran kemangi di pasar tradisional. *Jurnal Agribisains*, 4(2), 21–29. <https://doi.org/10.30997/jagi.v4i2.1564>
- Naldi, Maurizio and Flamini, Marta, (2014). The CR4 index and the interval estimation of the herfindahl-hirschman index: an empirical comparison (June 11, 2014). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2448656>
- Nendissa, D. R., Anindita, R., Hanani, N., Muhaimin, A. W., & Henuk, Y. L. (2019). Concentration of beef market in East Nusa Tenggara Province, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 260(1), 1–8. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/260/1/012023>
- Nendissa, D. R., Kapioru, C., & Bernadina, L. (2019). The market structure of the bali cattle in east nusa tenggara, Indonesia. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 11(95), 183–189. <https://cabdirect.org/cabdirect/abstract/20203006319>
- Ningsih, K., Felani, H., & Sakdiyah, H. (2015). Keragaan Usahatani dan Pemasaran Buah Naga Organik. *Agriekonomika*, 4(2), 168–184.
- Nurgiartiningsih, V. M. A. (2011). Peta potensi genetik sapi madura murni di empat kabupaten di Madura. *J. Ternak Tropika*, 12(2), 23–32. <https://ternaktropika.ub.ac.id/index.php/tropika/article/view/110>
- Nurlaila, S, Kurnadi, B, Zali, M, & Nining, H. (2018). Status reproduksi dan potensi sapi sonok di Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 6(3), 147–154. <http://dx.doi.org/10.23960/jipt.v6i3.p147-154>
- Nurlaila, S., & Zali, M. (2020). Faktor mempengaruhi peningkatan populasi sapi madura di sentra sapi sonok Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan Tropis*, 7(1), 21. <http://dx.doi.org/10.33772/jitro.v7i1.8711>
- Ordofa, G., Zemedu, L., & Tegegne, B. (2021). Structure conduct and performance of dairy market in Ada'a Berga district, Ethiopia. *Cogent Food and Agriculture*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/23311932.2021.1918878>
- Potensi Desa. (2021). *Populasi Sapi Potong Desa Dempo Barat Tahun 2021*.
- Putri, G. N., Sumarjono, D., & Roessali, W. (2019). Analisis pendapatan usaha sapi potong pola penggemukan pada anggota kelompok tani ternak Bangunrejo II di Desa Polosiri Kecamatan Bawen Kabupaten Semarang. *Agrisociomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(1), 39–49. <https://doi.org/10.14710/agrisociomics.v3i1.4509>
- Rahayu, E. S. (2013). Analisis struktur pasar (market structure) jagung di Kabupaten Grobogan. *Journal of Rural and Development*, 4(1), 1–17. <https://jurnal.uns.ac.id/rural-and-development/article/view/23372>
- Saputra, A. J., Yusri, J., & Dewi, N. (2017). Analisis struktur, perilaku dan kinerja pasar (structure, conduct, and market performance) komoditi padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. *Indonesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)*, 8(2), 156–173. <https://doi.org/10.31849/agr.v19i1.897>
- Sari, M., & Tamami, N. D. (2020). Struktur, perilaku, dan kinerja usaha ronce melati Rato Ebhu di Desa Tunjung Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 1(1), 292–307. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v1i1.8018>

- Setiawan, J., Dewi, N., & Muwardi, D. (2015). Pemasaran karet (kajian struktur, perilaku dan penampilan pasar) di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau. *Jom Faperta*, 2(2). <https://jnse.ejournal.unri.ac.id/index.php/JOMFAPERTA/article/view/7817>
- Sudiadnyana, I. K. H. (2015). Analisis efisiensi saluran pemasaran komoditas anggur di Desa Banyupoh Kecamatan Gerokgak Tahun 2014. *Pendidikan Ekonomi Undiskha*, 5(1), 2–10. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5210>
- Sugiarto, Herlambang, T., Brastoro, Sudjana, R., & Kelana, S. (2007). *Ekonomi mikro sebuah kajian komprehensif*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ukkas, I. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas tenaga kerja industri kecil Kota Palopo. *Journal of Islamic Education Management*, 2(2), 187–198. <https://doi.org/10.24256/kelola.v2i2.440>