

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

Ari Jolanda Saputra* , Jum'atri Yusri dan Novia Dewi****

Abstract

This study aimed to analyze the marketing of rice in Bunga Raya Village and Kemuning Muda Village in Bunga Raya District using a structural, behavioral and market performance approach. The research location was determined by purposive sampling, namely two villages which were the centers of rice production. Respondents from this study were rice farmers and all marketing institutions involved in marketing rice from farmers as producers to wholesalers as consumers. The results show that there are three channels of rice marketing, namely marketing channels I, farmers sell to collectors, then collectors sell to wholesalers, marketing channels II, farmers sell to collectors who have mobile rice milling and marketing channels III, farmers sell to wholesalers. The market structure of rice that occurs is the oligopsonic market, judging by the relatively small number of buyers, then viewed from the market share value, concentration ratio and the Herfindhal Index of each trader shows a value that is not too different. Farmers as producers are price takers which results in the rate of price changes at farmers as producers are smaller than the rate of price changes at the level of wholesalers as consumers. The marketing margin seen from each marketing channel that occurs shows that the largest margin and profit are obtained by traders who perform more marketing functions.

Keywords: Channels, Structure, Behavior, Performance.

* *Ari Jolanda Saputra* adalah mahasiswa S1 Agribisnis Faperta, Universitas Riau, Pekanbaru

** *Jum'atri Yusri dan Novia Dewi* adalah Staf Pengajar Pada Jurusan Agribisnis Faperta Universitas Riau, Pekanbaru

I. PENDAHULUAN

Provinsi Riau merupakan provinsi yang mengandalkan sektor perkebunan dan migas sebagai sektor utama dalam pengembangan ekonomi, selain itu Provinsi Riau juga mengandalkan sektor pertanian pangan. Sektor pertanian pangan di Provinsi Riau masih dalam tahap pengembangan dalam beberapa tahun terakhir. Sektor pertanian pangan yang menjadi fokus utama yaitu tanaman padi, hal ini dikarenakan Provinsi Riau masih belum bisa memenuhi kebutuhan akan beras dari dalam daerahnya, seperti kita ketahui Provinsi Riau masih mendatangkan beras dari luar daerah seperti dari Provinsi Sumatera Barat dan Provinsi Sumatera Utara. Kebutuhan beras di daerah yang mayoritas masyarakatnya mengkonsumsi beras akan sangat mempengaruhi kestabilan ekonomi di daerah tersebut, oleh sebab itu ketersediaan beras harus selalu terjaga, berkelanjutan, bahkan harus ditingkatkan.

Provinsi Riau memiliki 12 kabupaten/kota dengan sentra produksi padi yang terdapat di beberapa kabupaten, antara lain: Kabupaten Rokan Hilir, Kabupaten Indragiri Hilir, Kabupaten Kampar, Kabupaten Kuantan Singingi dan Kabupaten Siak. Total produksi padi di Provinsi Riau pada tahun 2014 sebesar 337.233 ton untuk padi sawah dan 48.242 ton untuk padi ladang (BPS Provinsi Riau, 2015). Produksi padi sawah terbesar terdapat di Kabupaten Indragiri Hilir dengan luas panen sebesar 25.188 ha dan produksi sebesar 96.672 ton. Selanjutnya diikuti oleh Kabupaten Kuantan Singingi dengan luas panen sebesar 10.690 ha dan produksi sebesar 43.105 ton sedangkan Kabupaten Siak menempati urutan ketiga dengan luas panen sebesar 7.706 ha dan produksi sebesar 38.292 ton.

Beberapa kabupaten yang memiliki produksi padi tertinggi hanya sebahagian saja yang memasarkan hasil produksi padinya, dikarenakan mayoritas para petani di daerah-daerah tertentu melakukan usahatani padi hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masing-masing dan masih adanya adat-adat tertentu yang membuat masyarakat tidak menjual hasil produksi padinya. Salah satu kabupaten yang memasarkan hasil produksi padinya adalah Kabupaten Siak, di Kabupaten Siak tanaman padi khususnya padi sawah merupakan salah satu tanaman yang cocok untuk dikembangkan di daerah ini, terbukti dengan menempatkan Kabupaten Siak dalam salah satu kabupaten dengan produksi dan luas panen terbesar di Provinsi Riau pada tahun 2014. Produksi padi sawah tertinggi di Kabupaten Siak terdapat pada Kecamatan Bunga Raya. Produksi padi sawah di Kecamatan Bunga Raya pada tahun 2014 sebesar 22.819,25 ton dengan luas panen sebesar 4.408 ha (UPTD TPH Kecamatan Bunga Raya, 2015).

Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda merupakan desa yang ada di Kecamatan Bunga Raya yang menjadi sentra produksi padi di Kabupaten Siak. Komoditi padi merupakan salah satu komoditi pangan yang memiliki nilai ekonomi dan juga memiliki potensi yang cukup

besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yang ada di Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak. Permasalahan yang dihadapi petani pada umumnya adalah harga yang diterima oleh para petani masih rendah. Harga yang terbentuk dipengaruhi oleh kondisi pasar, lembaga pemasaran yang terlibat, panjangnya saluran pemasaran dan struktur pasar.

Harga yang ditentukan sepihak oleh para pedagang, membuat petani hanya sebagai penerima harga (*price taker*) yang ditetapkan para pedagang. Kondisi seperti ini jelas akan mempengaruhi tingkat pendapatan yang diterima petani dan motivasi petani dalam memproduksi dan mengembangkan usahanya. Dalam kegiatan pemasaran produksi padi melibatkan berbagai lembaga pemasaran. Dengan demikian pengaruh lembaga dalam pemasaran sangat berperan besar, hal ini akan mempengaruhi tinggi rendahnya harga yang akan di terima petani dan berapa besaran margin yang diterima oleh para pelaku pemasaran yang terlibat.

Tujuan dari penelitian ini ialah mengidentifikasi saluran pemasaran padi, menganalisis struktur pasar padi, menganalisis perilaku pasar padi dan mengetahui kinerja pasar padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak pada bulan April 2016. Lokasi penelitian ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda merupakan sentra produksi padi di Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak.

2.2. Metode Pengambilan Sampel dan Data

Penelitian ini menggunakan metode *survei*. Objek dari penelitian ini adalah petani padi dan lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran padi dari produsen ke konsumen. Lokasi penelitian diambil secara *purposive sampling* yaitu dua desa sentra produksi padi di Kecamatan Bunga Raya yaitu Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda. Jumlah sampel sebanyak 36 petani ditiap desa dengan luas lahan minimal 1 hektar. Sementara untuk lembaga pemasaran padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda diambil secara sensus.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara secara langsung dengan petani dan lembaga pemasaran padi yang terpilih sebagai sampel berdasarkan daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen atau laporan-laporan tertulis yang menyangkut dengan tujuan penelitian. Data sekunder didapat dari Unit Pelaksana Teknis Daerah Tanaman Pangan dan Holtikultura (UPTD-TPH) Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak,

Kabupaten Siak Dalam Angka (BPS Kabupaten Siak) serta literatur-literatur lainnya yang terkait dengan penelitian.

2.3. Analisis Data

2.3.1. Analisis Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif dengan cara menelusuri jalur pemasaran padi mulai dari prosusen (petani) sampai ke konsumen. Pada penelitian ini, saluran pemasaran yang diteliti di batasi dari petani hingga ke pedagang besar saja, dengan pertimbangan konsumen akhir berada di luar daerah.

2.3.2. Analisis Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis struktur pasar secara deskriptif, yaitu menganalisis struktur pasar dengan menjelaskan jumlah pelaku pasar dan hambatan keluar masuk pasar. Analisis struktur pasar secara kuantitatif yaitu dengan menghitung *market share*, konsentrasi rasio dan nilai indeks Herfindhal.

2.3.3. Analisis Struktur Pasar Secara Deskriptif

Struktur pasar secara deskriptif dianalisis dengan melihat jumlah pelaku pasar dan hambatan keluar masuk pasar.

2.3.4. Analisis Struktore Pasar Secara Kuantitatif

1. Market Share dan Konsentrasi Rasio

Pangsa pasar (*market share*) menunjukkan bagian pasar yang dikuasai oleh suatu lembaga pemasaran. Pangsa pasar suatu lembaga pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

MS_i = Pangsa pasar pedagang i (%)

S_i = Penjualan pedagang i (Rp)

S_{tot} = Penjualan total seluruh pedagang (Rp).

Konsentrasi rasio adalah perbandingan antara jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu dengan jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang, kemudian dikalikan dengan 100%.

Rumus Konsentrasi rasio adalah:

$$K_r = \frac{\text{Jumlah barang yang dibeli oleh pedagang tertentu}}{\text{Jumlah barang yang dijual oleh semua pedagang}} \times 100\%$$

Apabila ada satu pedagang yang memiliki nilai K_r minimal 95% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar monopsoni. Apabila ada empat pedagang memiliki nilai K_r minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi tinggi. Apabila ada delapan

pedagang memiliki nilai Kr minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi sedang (Hay dan Morris dalam Setiawan, 2015).

2. Indeks Herfindhal

Rumus perhitungan indeks Herfindahl adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

S1, S2, ...Sn = Pangsa pembelian padi dari pedagang ke 1, 2, ..., n

Dengan kriteria:

Jika IH = 1 maka pasar padi mengarah pada pasar monopsoni

Jika IH = 0 maka pasar padi mengarah pada pasar persaingan sempurna

Jika $0 < IH < 1$ maka pasar padi mengarah pada pasar oligopsoni.

2.3.5. Analisis Perilaku Pasar

Perilaku pasar dianalisis secara kuantitatif. Analisis secara kuantitatif dilakukan untuk melihat korelasi harga dan transmisi harga antara harga padi ditingkat petani dan harga padi di tingkat konsumen.

1. Analisis Korelasi

Untuk mencari nilai korelasi antara harga ditingkat konsumen dengan harga yang diterima petani, dihitung dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{[n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)]}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Keterangan:

r = Korelasi harga padi ditingkat konsumen dan harga padi ditingkat petani

n = Jumlah sampel

Xi = Harga padi ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Yi = Harga padi ditingkat petani (Rp/Kg)

Sugiarto dalam Wati (2015), menyatakan bahwa untuk menentukan tingkat keeratan hubungan dalam analisis korelasi harga dapat diketahui dengan pedoman seperti pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Tingkat hubungan dalam analisis korelasi

Nilai r	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
0	Tidak Ada Korelasi	Tidak Sempurna
0 – 0,5	Korelasi Lemah	Tidak Sempurna
>0,5 – 0,8	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
>0,8 – 1	Korelasi Kuat	Tidak Sempurna
1	Sempurna	Sempurna

Sumber: Sugiarto dalam Wati, 2015.

2. Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Analisis transmisi harga bertujuan untuk mengetahui penampakan pasar antara pasar tingkat produsen dan pasar tingkat konsumen. Menurut Azzaino dalam Setiawan (2015), elastisitas transmisi harga (E_t) dapat dijabarkan dalam persamaan sebagai berikut:

$$E_t = b_1 \cdot \frac{P_r}{P_f}$$

Keterangan :

E_t = elastisitas transmisi harga

b_1 = koefisien regresi

P_f = harga di tingkat petani

P_r = harga di tingkat pedagang besar atau konsumen

Elastisitas transmisi harga dapat ditentukan dengan tiga kriteria, yaitu

1. Jika $E_t = 1$, berarti laju perubahan harga di tingkat petani sama dengan laju perubahan harga di tingkat konsumen,
2. Jika $E_t > 1$ maka laju perubahan harga di tingkat petani lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat konsumen, dan
3. Jika $E_t < 1$ berarti laju perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari laju perubahan harga di tingkat konsumen. Hal ini menunjukkan adanya kekuatan monopsoni atau oligopsoni pada lembaga pemasaran sehingga kenaikan harga hanya dinikmati oleh pedagang besar (tauke) atau konsumen. Parameter tersebut dapat diduga menggunakan model regresi linier sederhana.

$$P_f = b_0 + b_1 P_r + e_1$$

Keterangan :

P_f = harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = harga di tingkat konsumen atau lembaga pemasaran (Rp/kg)

b_0 = konstanta

b_1 = koefisien regresi

e_1 = galat.

2.3.6. Analisis Kinerja Pasar

Kinerja pasar merupakan penampakan pasar dalam bentuk margin pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Kinerja pasar dianalisis dengan menghitung margin pemasaran.

1. Margin Pemasaran

Sudiyono (2001), menyatakan komponen margin pemasran terdiri dari (1) biaya-biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran yang disebut

dengan biaya pemasaran atau biaya fungsional dan (2) keuntungan lembaga pemasaran. Dalam pemasaran produk pertanian, terdapat lembaga pemasaran yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran, maka margin pemasaran secara matematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$M = \sum_{j=1}^m M_j = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^n C_{ij} + \sum_{j=1}^m P_j$$

Keterangan :

M = margin pemasaran (Rp/Kg)

M_j = margin pemasaran (Rp/Kg) lembaga pemasaran ke j (j=1,2,...,m); m: jumlah pemasaran yang terlibat.

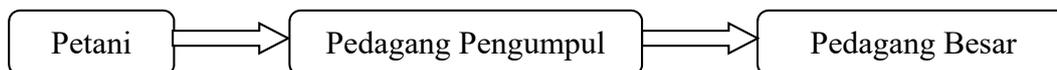
C_{ij} = biaya pemasaran ke I (Rp/Kg) pada lembaga pemasaran ke j ; (i=1,2,...,n) dan jumlah jenis pembiayaan.

P_j = margin keuntungan lembaga pemasaran ke j (Rp/Kg).

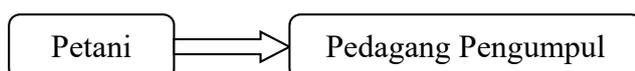
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran dianalisis secara deskriptif, yaitu dengan melihat aliran yang dilalui oleh lembaga-lembaga pemasaran yang ada dalam proses pemasaran hasil produksi padi mulai dari petani hingga sampai ke konsumen. Panjang pendeknya saluran pemasaran akan berpengaruh pada harga yang akan diterima oleh petani sebagai produsen.



Gambar 1 .Saluran Pemasara I



Gambar 2. Saluran Pemasaran II



Gambar 3. Saluran Pemasaran III

Saluran pemasaran padi yang terjadi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda terdapat tiga saluran pemasaran, saluran pemasaran I adalah petani menjual hasil produksinya berupa GBP (gabah basah panen) ke pedagang pengumpul, kemudian pedagang pengumpul menjual GKG (gabah kering giling) ke para pedagang besar, pada saluran pemasaran I pedagang pengumpul tidak memiliki rice milling mobile. Saluran pemasaran II adalah petani menjual GKG (gabah kering giling) maupun beras ke pedagang pengumpul, pada saluran pemasaran II pedagang pengumpul memiliki rice milling mobile. Saluran pemasaran III adalah petani menjual GKG (gabah kering

giling) maupun beras langsung ke pedagang besar. Persentase penggunaan saluran pemasaran dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Persentase saluran pemasaran

No	Saluran Pemasaran	Desa		Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
		Bunga Raya	Kemuning Muda		
1	Saluran Pemasaran I	18	4	22	30,56
2	Saluran Pemasaran II	7	9	16	22,22
3	Saluran Pemasaran III	11	23	34	47,22
Jumlah		36	36	72	100

Dari hasil penelitian diketahui ada tiga saluran pemasaran padi di lokasi penelitian. Persentase petani yang menggunakan saluran pemasaran I sebanyak 22 orang (30,56%). Persentase petani yang menggunakan saluran pemasaran II sebanyak 16 orang (22,22%), sedangkan petani yang menggunakan saluran pemasaran III sebanyak 34 orang (47,22%).

Strukture Pasar

Analisis Deskriptif Struktur Pasar Padi

Jumlah Pelaku Pasar

Jumlah pelaku pasar dilihat dari perbandingan antara jumlah produsen dan jumlah lembaga pemasaran yang terlibat. Dalam struktur pasar, jumlah pelaku pasar sangat mempengaruhi kondisi pasar yang akan terjadi. Jumlah pelaku pasar padi di lokasi penelitian ditampilkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah pelaku pasar

No	Desa	Petani	Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar
1	Bunga Raya	420	12	5
2	Kemuning Muda	442	6	4
Jumlah		862	18	9

Jumlah petani padi di Desa Bunga Raya sebanyak 420 petani dan di Desa Kemuning Muda sebanyak 442 petani. Ada dua jenis lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul dan pedagang besar. Pedagang pengumpul yang ada di Desa Bunga Raya sebanyak 12 orang dan pedagang besar sebanyak 5 orang. Sedangkan di Desa Kemuning Muda terdapat 6 orang pedagang pengumpul dan pedagang besar sebanyak 4 orang.

Hambatan Keluar Masuk Pasar

Hambatan keluar masuk pasar merupakan adanya kebebasan atau batasan bagi setiap orang untuk ikut dalam kegiatan pemasaran di suatu wilayah tertentu. Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Bunga Raya terdapat kebebasan pedagang dari luar desa yang bisa masuk pasar. Hal ini disebabkan karena mayoritas para petani tidak memiliki keterikatan pada para pedagang, petani

bebas menjual padinya ke pedagang yang mereka ingini. Sedangkan di Desa Kemuning Muda terdapat hambatan pedagang dari luar desa untuk masuk pasar. Hal ini disebabkan karena, petani dan pedagang di Desa Kemuning Muda memiliki hubungan dalam bentuk keterikatan karena petani sebelumnya telah berhutang dengan pedagang, baik dalam bentuk uang maupun barang, dalam memproduksi maupun dalam kebutuhan rumahtangga.

Analisis Kuantitatif Struktur Pasar Padi di Desa Bunga Raya

Tabel 4. Nilai *market share* dan konsentrasi rasio semua pedagang pengumpul di Desa Bunga Raya

No	Pedagang Pengumpul	Volume Pembelian (kg/Bulan)	<i>Market Share</i>	Konsentrasi Rasio (%)
1	Rudi	29.200	0,13	13,42
2	Tupon	41.250	0,19	18,96
3	Darmin	12.917	0,06	5,94
4	Darsun	26.708	0,12	12,28
5	Sukarno	15.583	0,07	7,16
6	Ajin	14.417	0,07	6,63
7	Atang	15.542	0,07	7,14
8	Alian	6.667	0,03	3,06
9	Lukito	8.333	0,04	3,83
10	Wagimin	11.375	0,05	5,23
11	Sugino	23.375	0,11	10,74
12	Marno	12.183	0,06	5,60
Jumlah		217.550	1	100
Rata-rata		18.129	0,08	8,33

Rata-rata *market share* dan konsentrasi rasio pedagang pengumpul di Desa Bunga Raya adalah 0,08 untuk *market share* dan 8,33% untuk konsentrasi rasio, yang artinya tidak ada satu pedagang pengumpul yang memiliki konsentrasi rasio diatas 95%. Kemudian dilihat dari delapan pedagang pengumpul dengan volume pembelian terbesar didapat *market share* sebesar 0,82 dan konsentrasi rasio sebesar 82,28%, yang artinya dari delapan pedagang pengumpul dengan volume pembelian terbesar menunjukkan nilai konsentrasi rasio besar dari 80%, dimana pedagang pengumpul memiliki kekuasaan yang sedang dalam mempengaruhi pasar padi. Menurut Hay dan Morris dalam Setiawan (2015), apabila ada delapan pedagang memiliki nilai konsentrasi rasio minimal 80% maka pasar mengarah pada pasar oligopsoni konsentrasi sedang.

Tabel 5. Nilai *market share* dan konsentrasi rasio semua pedagang besar di Desa Bunga Raya

No	Pedgagang Besar	Volume Pembelian (kg/Bulan)	<i>Market Share</i>	Konsentrasi Rasio (%)
1	Sasuti	56.833	0,25	25,00
2	Akun	34.167	0,15	15,03
3	Mardi	25.250	0,11	11,11
4	Hendarso	61.300	0,27	26,96
5	Sulistio	49.792	0,22	21,90
Jumlah		227.342	1	100
Rata-rata		45.468	0,20	20,00

Rata-rata *market share* dan konsentrasi rasio pedagang besar di Desa Bunga Raya adalah 0,20 untuk *market share* dan 20% untuk konsentrasi rasio, yang artinya tidak ada satu pedagang besar yang memiliki konsentrasi rasio diatas 95%. Kemudian dilihat dari *market share* dan konsentrasi rasio empat pedagang besar dengan volume pembelian terbesar di Desa Bunga Raya sebesar 0,89 untuk *market share* dan 88,89% untuk konsentrasi rasio, yang artinya dari empat pedagang besar didapat nilai konsentrasi diatas 80%, menunjukkan bahwa pedagang besar memiliki tingkat kekuasaan yang tinggi dalam mempengaruhi pasar padi.

Tabel 6. Nilai indeks herfindhal di Desa Bunga Raya

No	Pedagang	Indeks Herfindhal
1	Pedagang Pengumpul	0,1070
2	Pedagang Besar	0,2181

Tabel 6 menunjukkan nilai indeks herfindhal di Desa Bunga Raya didapat sebesar 0,1070 untuk pedagang pengumpul dan sebesar 0,2181 untuk pedagang besar, artinya nilai indeks herfindhal di Desa Bunga Raya lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 1 maka pasar padi yang terbentuk di Desa Bunga Raya mengarah pada pasar oligopsoni.

Analisis Kuantitatif Struktur Pasar Padi di Desa Kemuning Muda

Tabel 7. Nilai *market share* dan konsentrasi rasio semua pedagang pengumpul di Desa Kemuning Muda

No	Pedagang Pengumpul	Volume Pembelian (kg/Bulan)	<i>Market Share</i>	Konsentrasi Rasio (%)
1	Suratman	5.167	0,19	19,29
2	Adianto	3.167	0,12	11,80
3	Legimin	6.000	0,22	22,36
4	Ngaliman	2.167	0,08	8,08
5	Indra	8.333	0,31	31,05
6	Erianto	2.000	0,07	7,45
Jumlah		26.834	1	100
Rata-rata		4472	0,17	16,67

Rata-rata *market share* dan konsentrasi rasio pedagang pengumpul di Desa Kemuning Muda adalah 0,17 untuk *market share* dan 16,67% untuk konsentrasi rasio, yang artinya tidak ada satu pedagang pengumpul yang memiliki konsentrasi diatas 95%. Kemudian dilihat dari *market share* dan konsentrasi rasio empat pedagang pengumpul dengan volume pembelian terbesar di Desa Kemuning Muda sebesar 0,84 untuk *market share* dan 84,47% untuk konsentrasi rasio, artinya dari empat pedagang pengumpul dengan volume pembelian terbesar didapat konsentrasi rasio diatas 80% dimana pedagang pengumpul memiliki tingkat kekuatan yang tinggi dalam mempengaruhi pasar padi. Menurut Hay dan Morris dalam Setiawan (2015), menyatakan apabila ada empat pedagang memiliki nilai konsentrasi rasio minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi tinggi.

Tabel 8. Nilai *market share* dan konsentrasi rasio semua pedagang besar di Desa Kemuning Muda

No	Pedgagang Besar	Volume Pembelian (kg/Bulan)	<i>Market Share</i>	Konsentrasi Rasio (%)
1	Ahwat	64.375	0,24	23,66
2	Ahyong	65.108	0,24	23,93
3	Wiluyo	70.683	0,26	25,98
4	Kilang Gapoktan	71.917	0,26	26,43
Jumlah		272.083	1	100
Rata-rata		68.021	0,25	25,00

Rata-rata *market share* dan konsentrasi rasio pedagang besar di Desa Kemuning Muda adalah 0,25 untuk *market share* dan 25% untuk konsentrasi rasio, yang artinya tidak ada satu pedagang besar yang memiliki konsentrasi rasio diatas 95%. Kemudian dilihat dari *market share*

dan konsentrasi rasio empat pedagang besar dengan volume pembelian terbesar di Desa Kemuning Muda sebesar 1 untuk *market share* dan 100% untuk konsentrasi rasio, artinya dari empat pedagang besar dengan volume pembelian terbesar didapat konsentrasi rasio diatas 80% dimana pedagang besar memiliki tingkat kekuatan yang tinggi dalam mempengaruhi pasar padi. Menurut Hay dan Morris dalam Setiawan (2015), apabila ada empat pedagang memiliki nilai konsentrasi rasio minimal 80% maka pasar tersebut dikatakan sebagai pasar oligopsoni konsentrasi tinggi.

Tabel 9. Nilai indeks herfindhal di Desa Kemuning Muda

No	Pedagang	Indeks Herfindhal
1	Pedagang Pengumpul	0,2095
2	Pedagang Besar	0,2506

Tabel 9 menunjukkan nilai indeks herfindhal di Desa Kemuning Muda didapat sebesar 0,2095 untuk pedagang pengumpul dan sebesar 0,2506 untuk pedagang besar, artinya nilai indeks herfindhal di Desa Kemuning Muda lebih besar dari 0 dan lebih kecil dari 1 maka pasar padi yang terbentuk di Desa Kemuning Muda mengarah pada pasar oligopsoni.

Perilaku Pasar

Analisis Deskriptif Perilaku Pasar Padi

Praktik Penentuan Harga Padi

Petani yang ada telah mengetahui informasi tentang harga padi saat ingin menjual padi kepada para pedagang. Praktik penentuan harga padi yang terjadi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya berbeda pada tiap desanya. Di Desa Bunga Raya petani dapat melakukan tawar menawar pada saat melakukan penjualan ke para pedagang, dan petani juga bebas menjual padi mereka ke pedagang yang menawarkan harga yang lebih tinggi, hal ini dikarenakan petani yang ada di Desa Bunga Raya tidak memiliki keterikatan kepada para pedagang. Sedangkan di Desa Kemuning Muda petani harus menerima dengan harga yang telah di tetapkan oleh para pedagang besar, karena mayoritas petani di Desa Kemuning Muda telah terikat dengan pedagang besar yang ada.

Analisis Kuantitatif Perilaku Pasar Padi

Analisis Korelasi

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 21 diperoleh nilai korelasi harga ditingkat petani dengan harga jual beras di tingkat pedagang besar di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Hasil analisis korelasi antara harga gabah maupun beras di tingkat Petani dengan harga beras di tingkat konsumen

No	Desa	Uraian	Nilai r	Kriteria Hubungan	Integrasi Pasar
1	Bunga Raya	GBP-Beras	0,677	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
		GKG-Beras	0,607	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
		Beras-Beras	0,615	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
2	Kemuning Muda	GBP-Beras	0,697	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna
		Beras-Beras	0,665	Korelasi Sedang	Tidak Sempurna

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara harga ditingkat petani dengan harga jual ditingkat pedagang maka nilai korelasi harga ditingkat petani di Desa Bunga Raya adalah 0,677 untuk petani yang menjual dalam bentuk GBP, 0,607 untuk petani yang menjual dalam bentuk GKG dan 0,615 untuk petani yang menjual dalam bentuk beras, di Desa Kemuning Muda adalah 0,697 untuk petani yang menjual dalam bentuk GBP dan 0,665 untuk petani yang menjual dalam bentuk beras. Hal ini menunjukkan jika nilai korelasi antara dua variabel berada antara 0,5 – 0,8 dikatakan terdapat hubungan yang bersifat sedang antara kedua variabel tersebut. Berarti korelasi antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pedagang yang menjual dalam bentuk beras di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda adalah berkorelasi sedang.

Analisis Elastisitas Transmisi Harga

Hasil perhitungan nilai elastisitas transmisi harga di Desa Bunga Raya adalah 0,572 untuk petani yang menjual dalam bentuk GBP, 0,452 untuk petani yang menjual dalam bentuk GKG dan 0,262 untuk petani yang menjual dalam bentuk beras, sedangkan di Desa Kemuning Muda sebesar 0,563 untuk petani yang menjual dalam bentuk GBP dan 0,290 untuk petani yang menjual dalam bentuk beras, artinya jika terjadi perubahan harga sebesar 1% di tingkat pedagang yang menjual beras maka harga ditingkat petani akan berubah sebesar 0,572% untuk petani yang menjual GBP, 0,452% untuk petani yang menjual GKG dan 0,262% untuk petani yang menjual beras di Desa Bunga Raya dan 0,563% untuk petani yang menjual GBP dan 0,290% untuk petani yang menjual beras di Desa Kemuning Muda. Berarti perubahan harga ditingkat konsumen tidak 100% ditransmisikan ke tingkat produsen. Hal ini memperkuat kesimpulan bahwa pasar yang terjadi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda adalah pasar tidak bersaing sempurna.

Kinerja Pasar

Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat di lihat dari tiap saluran pemasaran yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran yang terlibat.

Tabel 11. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I di Desa Bunga Raya Tahun 2015

No	Saluran Pemasaran I	
	Uraian	Harga (Rp/Kg)
1	Petani	
	Harga Jual	4.232
	Pedagang Pengumpul	
	Harga Beli	4.232
	Harga Jual	5.187
	Margin	955
2	Biaya Pemasaran:	
	a. Transportasi	53
	b. Bongkar & Muat	33
	c. Penyusutan 14%	592
	d. Biaya Pengeringan	15
	e. Pulsa	7
	Total Biaya Pemasaran	700
	Keuntungan Pedagang Pengumpul	255
	Pedagang Besar	
	Harga Beli	5.187
	Harga Jual	9.921
	Margin	4.734
	Biaya Pemasaran:	
	a. Transportasi	228
	b. Supir	57
	c. Bongkar	44
	d. Muat	44
e. Pulsa	16	
f. Gaji Karyawan	259	
g. Perawatan Mesin Giling	15	
h. Bahan Bakar Mesin Giling	101	
i. Pengemasan	45	
j. Pajak	8	
k. Penyusutan 26%	1.348	
Total Biaya Pemasaran	2.165	
Keuntungan	2.569	
3	Total Margin	5.689
4	Total Biaya Pemasaran	2.865
5	Total Keuntungan Lembaga Pemasaran	2.824

Margin pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Bunga Raya diperoleh sebesar Rp.955/kg ditingkat pedagang pengumpul dan sebesar Rp.4.734/kg ditingkat pedagang besar, total margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp.5.689/kg. Margin pemasaran pada saluran

pemasaran II diperoleh sebesar Rp.1.777/kg ditingkat pedagang pengumpul. Margin pemasaran pada saluran pemasaran III diperoleh sebesar Rp.4.734/kg ditingkat pedagang besar.

Tabel 12. Margin Pemasaran, Biaya Pemasaran dan Keuntungan Lembaga Pemasaran Pada Saluran Pemasaran I di Desa Kemuning Muda Tahun 2015

No	Saluran Pemasaran I	
	Uraian	Harga (Rp/Kg)
1	Petani	
	Harga Jual	4.238
	Pedagang Pengumpul	
	Harga Beli	4.238
	Harga Jual	5.175
	Margin	937
2	Biaya Pemasaran:	
	a. Transportasi	53
	b. Bongkar & Muat	34
	c. Penyusutan 14%	593
	d. Biaya Pengeringan	15
	e. Pulsa	8
	Total Biaya Pemasaran	703
	Keuntungan Pedagang Pengumpul	235
	Pedagang Besar	
	Harga Beli	5.208
	Harga Jual	9.892
	Margin	4.684
	Biaya Pemasaran:	
	a. Transportasi	233
	b. Supir	57
c. Bongkar	46	
d. Muat	46	
e. Pulsa	17	
f. Gaji Karyawan	213	
g. Perawatan Mesin Giling	14	
h. Bahan Bakar Mesin Giling	101	
i. Pengemasan	45	
j. Pajak	7	
k. Penyusutan 26%	1.355	
Total Biaya Pemasaran	2.134	
Keuntungan	2.550	
3	Total Margin	5.621
4	Total Biaya Pemasaran	2.837
5	Total Keuntungan	2.785

Margin pemasaran pada saluran pemasaran I di Desa Bunga Raya diperoleh sebesar Rp.937/kg ditingkat pedagang pengumpul dan sebesar Rp.4.684/kg ditingkat pedagang besar, total margin pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar Rp.5.621/kg. Margin pemasaran pada saluran pemasaran II diperoleh sebesar Rp.1.758/kg ditingkat pedagang pengumpul. Margin pemasaran pada saluran pemasaran III diperoleh sebesar Rp.1.802/kg ditingkat pedagang besar.

Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran terbesar yang dikeluarkan pedagang pengumpul dan pedagang besar yaitu pada biaya penyusutan, total penyusutan padi menjadi beras sebesar 40% penyusutan ini terdiri dari penyusutan GBP (gabah basah panen) ke GKG (gabah kering giling) sebesar 14% dan penyusutan dari GKG (gabah kering giling) menjadi beras sebesar 26%. Menurut Balai Besar Pengembangan Mekanisme Pertanian dalam Ariaty 2016, penyusutan GBP menjadi beras didapat rendemen sebesar 60% dan total kehilangan sebesar 40%, yang artinya dalam 100 kg GBP akan didapat 60 kg beras, penyusutan dari GBP menjadi GKG sebesar 14% dan penyusutan dari GKG menjadi beras sebesar 26%. Total biaya pemasaran pada saluran I di Desa Bunga Raya adalah Rp.2.865/kg, sedangkan di Desa Kemuning Muda sebesar Rp.2.837/kg. Total biaya pemasaran pada saluran pemasaran II di Desa Bunga Raya adalah Rp.548/kg, sedangkan di Desa Kemuning Muda sebesar Rp.541/kg dan total biaya pemasaran pada saluran pemasaran III di Desa Bunga Raya sebesar Rp.2.165/kg, sedangkan di Desa Kemuning Muda sebesar Rp.575/kg.

3.4.1. Keuntungan Lembaga Pemasaran

Keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran di Desa Bunga Raya dilihat dari saluran pemasaran yang digunakan oleh lembaga pemasaran, pada saluran pemasaran I pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp.255/kg dan pedagang besar sebesar Rp.2.569/kg, total keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar Rp.2.824/kg. Keuntungan pada saluran pemasaran II pedagang pengumpul memperoleh keuntungan Rp.1.229/kg, pada saluran pemasaran II hanya ada satu lembaga pemasaran yang terlibat, yaitu pedagang pengumpul. Keuntungan pada saluran pemasaran III pedagang besar memperoleh keuntungan sebesar Rp.2.569/kg, pada saluran pemasaran III hanya ada satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang besar.

Keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran di Desa Kemuning Muda dilihat dari saluran pemasaran yang digunakan oleh lembaga pemasaran, pada saluran pemasaran I pedagang pengumpul memperoleh keuntungan sebesar Rp.235/kg dan pedagang besar sebesar Rp.2.550/kg, total keuntungan pada saluran pemasaran I sebesar Rp.2.785/kg. Keuntungan pada saluran pemasaran II pedagang pengumpul memperoleh keuntungan Rp.1.217/kg, pada saluran pemasaran II hanya ada satu lembaga pemasaran yang terlibat, yaitu pedagang pengumpul. Keuntungan pada

saluran pemasaran III pedagang besar memperoleh keuntungan sebesar Rp.1.227/kg, pada saluran pemasaran III hanya ada satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak, berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan serta memperhatikan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu saluran pemasaran I petani menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul kemudian pedagang pengumpul menjual kepada pedagang besar, saluran pemasaran II petani menjual hasil produknya kepada pedagang pengumpul yang memiliki rice milling mobile, dan saluran pemasaran III petani menjual hasil produksinya langsung kepada pedagang besar.
2. Struktur pasar padi di Desa Bunga Raya dan di Desa Kemuning Muda mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna.
3. Perilaku pasar padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Terdapat korelasi sedang antara harga padi ditingkat petani dengan harga padi ditingkat konsumen. Sedangkan transmisi harga antara pasar ditingkat petani sebagai produsen dengan harga pasar ditingkat pedagang besar sebagai konsumen menunjukkan nilai koefisien elastisitas transmisi harga kecil dari satu.
4. Kinerja pasar padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda yang dilihat dari margin pemasaran, biaya pemasaran dan keuntungan di tiap lembaga pemasaran padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Muda di peroleh keuntungan terbesar oleh pedagang yang melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dengan mengeluarkan lebih banyak biaya pemasaran.

Saran

1. Diharapkan adanya suatu lembaga yang dapat membantu petani dalam hal permodalan agar petani dapat melakukan usahatani yang berkelanjutan.
2. Perlu adanya peningkatan kualitas hasil produksi agar petani mendapatkan keuntungan maksimal.
3. Petani diharapkan lebih bijak untuk mengambil keputusan dalam melakukan pemasaran yang dapat menguntungkan bagi para petani.
4. Perlu adanya peran pemerintah yang mengatur tentang ketersediaan sarana dan prasarana yang mendukung bagi para pelaku usahatani padi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 1981. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Diktat Kuliah Sosial Ekonomi Pertanian IPB. Bogor.
- BPS Kabupaten Siak. 2015. *Siak Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Siak.
- BPS Provinsi Riau. 2015. *Riau Dalam Angka 2015*. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau.
- Hay, D. A & Moris, D.,J. 1991. *Industrial Economic & Organization, Theory & Evidence*. Second Edition. Oxford University Press.
- Setiawan, Jeny. 2015. *Pemasaran Karet (Kajian Struktur, Prilaku dan Penampilan Pasar) di Kabupaten Kuantan Singingi Provinsi Riau*. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Riau.
- Sudiyono, A. 2001. *Pemasaran Pertanian*. Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang (UMM Perss). Malang.
- Sugiarto. 1992. *Tahap Awal Dan Aplikasi Analisis Regresi*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- UPTD TPH Kecamatan Bunga Raya, 2015. *Unit Pelaksana Teknis Daerah Tanaman Pangan dan Holtikultur*. Kecamatan Bunga Raya. Kabupaten Siak.
- Wati, Widia. 2015. *Analisis SCP (Strukture, Conduct, and Performance) Pasar Ojol Di Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar*. Skripsi Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau.