



UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN

FAKULTAS PERTANIAN

Jalan Sutomo No. 4 A Telepon (061) 4522922 ; 4522831 ; 4565635 P.O.Box 1133 Fax. 4571426 Medan 20234 - Indonesia

Panitia Ujian Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1) Fakultas Pertanian dengan ini
Menyatakan:

Nama : RODAME RIA SINAGA

Npm : 20720037

Program Studi : AGRIBISNIS

Telah mengikuti Ujian Lisan Komprehensif Sarjana Pertanian Program Strata Satu
(S-1) pada hari Jumat, 19 April 2024 dan dinyatakan LULUS.

Panitia Ujian

Penguji I


Prof. Dr.Ir. Jongkers Tampubolon MSc

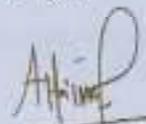
Ketua Sidang


Dr.Ir Hotden L. Nainggolan MSi

Penguji II


Ir. Maria R. Sihotang, MS

Pembela


Albina Br Ginting SP, MSi


Dr.Ir Hotden L. Nainggolan MSi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komoditas hortikultura merupakan komoditas yang memiliki nilai ekonomi dan permintaan yang tinggi di pasar, sehingga usaha agribisnis hortikultura (buah, sayur, florikultura, dan tanaman obat) dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah, dan besar karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumberdaya lahan, teknologi, dan potensi serapan pasar domestik dan Internasional yang terus meningkat (Hutauruk, dkk 2021).

Jeruk memiliki prospek dan potensi pasar yang sangat baik di dalam maupun di luar negeri, sehingga komoditas ini perlu dikembangkan dan ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya secara berkelanjutan. Jeruk memiliki peluang dan potensi yang cukup besar untuk dikembangkan dengan harapan dapat memberikan keuntungan yang cukup besar untuk petani sehingga dapat mendorong petani lain dalam mengembangkan kualitas dan kuantitas jeruk di Indonesia. Selain itu, jeruk merupakan buah-buahan yang disukai oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia, baik dikonsumsi secara langsung maupun sebagai bahan olahan untuk produk yang menggunakan bahan baku jeruk (Lubis & Supriana, 2021).

Sumatera Utara merupakan sentra produksi komoditi jeruk. Varitas jeruk yang ditanam di Sumatera Utara sekarang ini adalah jenis Siam, Sunkist, Padang, dan sebagainya. Jenis yang disukai oleh konsumen lokal adalah varitas Siam sehingga varitas jeruk ini mendominasi penanaman jeruk di Sumatera Utara (Harefa, 2023). Provinsi Sumatera Utara menjadi salah satu penyumbang produksi jeruk siam terbanyak di Indonesia Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

Tahun 2022 terdapat 18 Kabupaten dan 1 Kota yang memberikan kontribusi terhadap komoditas jeruk siam di Provinsi Sumatera Utara Namun dari antara 18 kabupaten dan 1 Kota hanya 3 kabupaten yang memproduksi jeruk siam terbanyak yaitu Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Tapanuli Utara. Peningkatan Produksi yang tinggi tidak luput dari peningkatan luas panen nya untuk itu perlu kita lihat luas panen komoditi jeruk siam di Provinsi Sumatera Utara per Kabupaten/Kota untuk Tahun 2019 - 2022 dalam tabel 1.1

Tabel 1.1 Luas Panen Jeruk Siam Di Provinsi Sumatera Utara Berdasarkan Kabupaten/Kota Tahun 2019 - 2022.

No	Kabupaten	Luas Panen (ha)				Perkembangan Luas Panen (%)		
		2019	2020	2021	2022	2020 - 2019	2021 - 2020	2021 - 2022
1	Nias	0,5	3,3	4	6,43	5,6	0,21	2,43
2	Mandailing Natal	52,8	46,5	47	46,90	- 0,11	0,01	- 0,002
3	Tapanuli Selatan	47,8	55,7	106	130,39	0,16	0,90	0,70
4	Tapanuli Tengah	0,7	0,4	0	0,25	- 0,4	- 1	0,25
5	Tapanuli Utara	331,8	338,4	328	339,38	0,01	0,002	0,03
6	Toba	41,4	73,8	92	74,46	0,78	0,24	- 0,19
7	Labuhan Batu	9,8	8,9	6	1,22	- 0,09	- 0,32	- 0,79
8	Asahan	3,6	4,8	5	5,77	0,33	0,04	0,154
9	Simalungun	1.036,5	1.036,5	985	890,61	0	98,5	- 0,09
10	Dairi	428,3	638	415	298,35	0,48	- 0,34	- 0,28
11	Karo	1.503.181	2.840,7	5.317	4.651,53	- 0,99	0,87	- 0,12
12	Deli Serdang	3,2	3,8	5	10,30	0,18	0,31	1,06

13	Langkat	-	190,1	191	120,25	19,01	0,004	- 0,37
14	Nias Selatan	0,6	0,5	1	0,69	- 0,16	1	- 0,31
15	Humbang Hasundutan	165,7	180,6	208	218,22	0,09	0,15	0,04
16	Pakpak Barat	232,0	91,0	64	94,089	- 0,60	- 0,29	0,47
17	Samosir	0,2	0,8	1	1,60	3	0,25	0,6
18	Serdang Bedagai	1,5	1,5	2	1,97	0	2	- 0,015
19	Padang Sidempuan	1,1	2,0	3	2,83	0,81	0,5	- 0,05

Sumber: (Data Di Olah) dari Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan Provinsi Sumatera Utara, 2024.

Berdasarkan tabel 1.1 dijelaskan bahwa dari 18 kabupaten dan 1 kota yang memiliki luas panen tertinggi hanya Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara tetapi untuk perkembangan luas panen di 3 Kabupaten tersebut dari tahun 2019 - 2022 mengalami fluktuasi.

Produksi Jeruk Siam di Provinsi Sumatera Utara dari tahun 2019 - 2022 dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2: Total Produksi dan Pertumbuhan Produksi Jeruk Siam (Ton) Di Sumatera Utara Dirinci Berdasarkan Kabupaten Tahun 2019 - 2022

No	Kabupaten	Produksi Jeruk Siam (Ton)				Pertumbuhan Produksi %		
		Tahun 2019 – 2022				2020 - 2019	2021- 2020	2022 - 2021
		2019	2020	2021	2022			
1	Nias	8,4	106,6	12,4	121,9	11,69	- 0,88	8,83
2	Mandailing Natal	4.536,7	11.264,5	7.312,3	9.634,3	1,48	- 0,35	0,31

3	Tapanuli Selatan	2.147,8	6.972,1	10.359,3	7.617,1	2,24	0,48	- 0,26
4	Tapanuli Tengah	13,5	8	10,5	6,7	- 0,40	0,31	- 0,36
5	Tapanuli Utara	13.792,6	21.906,5	22.824,5	23.141,7	0,58	0,04	0,01
6	Toba	996,4	14.156,6	1.822,4	1.281,2	13,20	- 0,87	- 0,29
7	Labuhan Batu	113,2	8,2	-	4,1	- 0,92	-1	4,1
8	Asahan	136,1	157,2	310,9	204,2	0,15	0,97	- 0,34
9	Simalungun	103.130	122.054,6	119.770	117.470	0,18	- 0,01	- 0,01
10	Dairi	16.386,7	23.965,9	13.196,7	13.874	0,46	- 0,44	0,05
11	Karo	143.610,5	122.206,3	244.089,5	203.785,8	- 0,14	0,99	- 0,16
12	Deli Serdang	26,2	48	87,7	436,2	0,83	0,83	3,97
13	Langkat	-	2.003,5	13.762,4	8.315,9	20,03	5,86	- 0,39
14	Nias Selatan	12	22,3	47,8	7,6	0,85	1,14	- 0,84
15	Humbang Hasundutan	6.661,2	6.825,7	12.553,9	13.128,9	0,02	0,83	0,04
16	Pakpak Barat	5.204	5.049	628,8	942,5	- 0,02	- 0,87	0,49
17	Samosir	4	7,1	36	21,5	0,77	4,07	- 0,40
18	Serdang Bedagai	57	43,2	57,4	20,8	- 0,24	0,32	- 0,63
19	Padang Sidempuan	54,4	243,7	338	310,8	3,47	0,38	- 0,08

Sumber: data diolah BPS ''Produksi Tanaman Buah Buahan 2023''

Pada tabel 1.2 Produksi dan perkembangan produksi Jeruk Siam di Provinsi Sumatera Utara mengalami fluktuasi dari tahun 2019 - 2022 dengan hasil produksi terbesar yaitu,

Kabupaten Karo dengan persentase kontribusi produksi 51%, Kabupaten Simalungun dengan persentase kontribusi produksi 30% dan Kabupaten Tapanuli Utara dengan persentase kontribusi produksi 6%. Produksi tiga Kabupaten ini berkontribusi terhadap Sumatera Utara sebanyak 87 % selebihnya kontribusi produksi jeruk siam sekitar 13 % di hasilkan Kabupaten lainnya.

Hasil produksi jeruk siam di Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara dari tahun 2019 - 2022 selalu menjadi yang terbesar di bandingkan Kabupaten lainnya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah produksi per Kabupaten/Kota. Produksi jeruk siam di Kabupaten Karo, Simalungun dalam Gambar 1.1 dapat kita lihat mengalami fluktuasi ini disebabkan karena berkurangnya luas panen sedangkan untuk Tapanuli Utara mengalami peningkatan ini sejalan dengan bertambahnya luas panen.

Produksi jeruk Siam di Sumatera Utara dari tahun 2015 - 2022 mengalami fluktuasi sebagai berikut di tampilkan pada gambar 1.1



Gambar 1.1: Produksi Jeruk Siam di Sumatera Utara tahun 2015 - 2022 (Ton).

Sumber: *Data diolah dari BPS'' Produksi Tanaman Jeruk Siam Menurut Kabupaten/Kota Dan Jenis Tanaman Di Provinsi Sumatera Utara 2015 - 2023'' (data di olah)*

Pada gambar 1.1 di peroleh informasi bahwa tahun 2021 produksi jeruk siam meningkat 33,04 % di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Produksi jeruk siam tercatat 448.211 ton di tahun 2021 dengan tanaman menghasilkan 3.113.453 pohon. Tahun 2020, produksi jeruk siam tercatat 337.427ton dengan jumlah tanaman menghasilkan 2.209.402 pohon produksi tersebut meningkat 13,46 % di bandingkan dengan tahun sebelumnya. Produksi tanaman jeruk siam Tahun 2019 mengalami penurunan 27,52 % bila dibandingkan dengan tahun 2018. Penurunan ini umumnya disebabkan serangan hama dan faktor cuaca yang kurang mendukung. Selain dari itu pandemi Covid-19 juga menjadi penyebab menurunnya produksi. Meskipun demikian, perkembangan tanaman jeruk siam mengalami trend yang menurun. kurun waktu tahun 2015 hingga tahun 2022, rata rata pertumbuhan produksi tanaman jeruk siam -1,24 % per tahun.

Jumlah produksi Jeruk Siam di 3 Kabupaten jeruk siam yang nilai Kontribusi nya mencapai 87% menunjukkan bahwa seharusnya 3 Kabupaten Sentra produksi Jeruk Siam memiliki kekuatan untuk menguasai pasar. Sehingga petani Jeruk siam memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menikmati hasil pertaniannya. Namun kenyataannya pasar lebih dikuasai oleh pedagang, sehingga hasil pertanian lebih banyak dinikmati oleh pedagang. Untuk itu perlu diketahui jenis struktur pasar apa yang terjadi dalam pasar komoditas Jeruk siam di provinsi Sumatera Utara serta bagaimana konsentrasi pasarnya, karena jenis struktur pasar dan rasio konsentrasi pasar akan menunjukkan posisi petani dalam pasar.

Struktur pasar yang berbentuk persaingan tidak sempurna menandakan bahwa pasar tersebut belum efisien. Sehingga walaupun produksi jeruk siam dari 3 kabupaten sentra jeruk

siam memiliki pangsa pasar hingga diatas 87% belum menjadi sebuah kepastian bahwa petani jeruk siam di 3 kabupaten sentra jeruk siam akan sejahtera. Untuk dapat mengetahui perbedaan harga jeruk siam di tingkat petani dan pedagang pengecer dapat dilihat pada Tabel 1.2

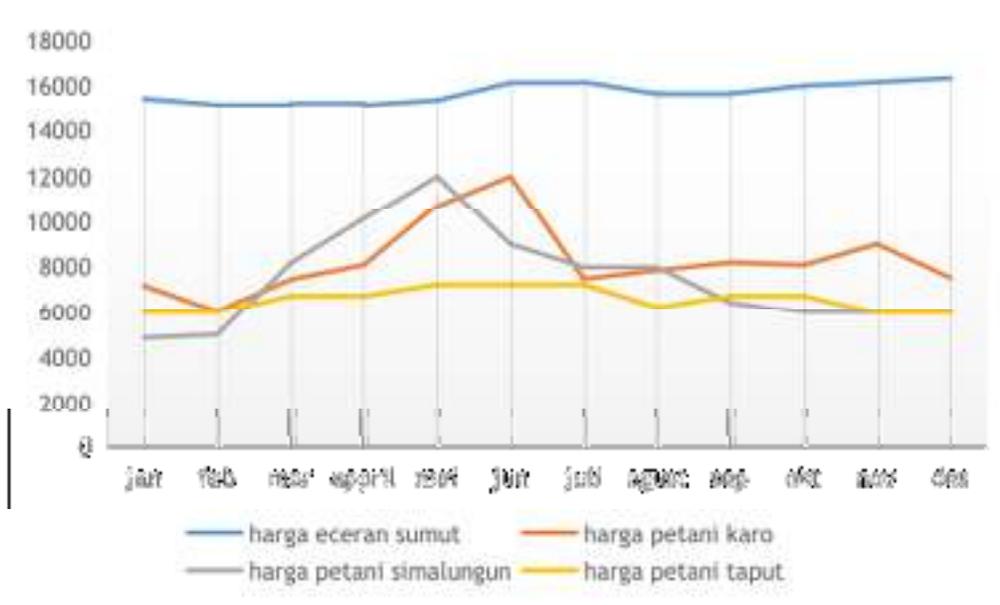
Tabel 1.3 Perbedaan Harga Jeruk Siam Antar Petani Dan Pedagang Eceran Tahun 2022

Bulan	Harga Eceran Sumatera utara (Rp/Kg)	Harga Petani Karo (Rp/Kg)	Harga Petani Simalungun (Rp/Kg)	Harga Petani Tapanuli Utara (Rp/Kg)
Jan	15.465	7.194	4.857	6.000
Feb	15.193	6.071	5.000	6.000
Mar	15.253	7.468	8.174	6.750

Apr	15.182	8.100	10.111	6.750
Mei	15.393	10.710	12.000	7.250
Jun	16.156	12.000	9.000	7.250
Jul	16.156	7.500	8.000	7.250
Agu	15.679	7.864	8.000	6.250
Sep	15.693	8.205	6.455	6.750
Okt	16.026	8.091	6.000	6.750
Nov	16.184	9.000	6.000	6.000
Des	16.356	7.545	6.000	6.000
Rata Rata	15.371	8.312	7.466	6.583

Sumber: *BPS Sumatera Utara''Statistik Harga Produsen Di Sektor Pertanian Sumatera Utara 2020 - 2023''*, Dinas Ketahanan Pangan Tanaman Pangan Sumatera Utara, *Statistik Harga Konsumen di sektor Pertanian Sumatera Utara 2020 - 2023*.

Pada Tabel 1.3 dapat di lihat terdapat perbedaan harga yang sangat jauh antara pedagang pengecer dengan harga yang diterima produsen atau petani. Perbedaan harga yang cukup besar ini menunjukkan keadaan ekonomi yang tidak sehat yang tentunya merugikan petani. Untuk memudahkan kita dalam melihat perbedaan harga dapat juga kita lihat pada gambar 1.2



Gambar 1.2: Perbedaan harga jeruk siam antar petani dan pedagang eceran 2022 (Rp/Kg).

Sumber: Data diolah dari BPS Sumut 2022, Dinas Ketahanan Pangan dan Hortikultura Prov Sumut.

Dari gambar 1.2 juga dapat dilihat perbedaan harga yang diberikan oleh petani jeruk siam dengan harga pedagang ecerannya. Perbedaan harga ini dapat memberikan gambaran bahwa harga yang diberikan kepada konsumen bukanlah harga yang sesungguhnya dari petani. Perbedaan harga dapat disebabkan disebabkan oleh 2 faktor yaitu yang pertama adalah jalur pemasaran yang panjang dan yang kedua adalah adanya market power yang dimiliki oleh pedagang perantara. Adanya perbedaan harga komoditas jeruk siam akan memberikan dampak kerugian bagi petani sehingga membuat petani jeruk siam sulit mengembangkan usaha taninya. Perbedaan jumlah pedagang yang lebih sedikit dari pada jumlah petani membuat petani hanya bisa pasrah menerima harga yang diberikan oleh pedagang, karena posisi petani sebagai penerima harga atau price taker (Ruslan dkk, 2016).

Menurut Hutapea (2019) Perbedaan harga jeruk siam di tingkat pedagang dan petani yang sangat jauh dapat mencerminkan ketidaksempurnaan transmisi harga. Elastisitas transmisi harga berfungsi untuk melihat seberapa jauh perubahan harga di tingkat petani ketika harga di tingkat pedagang berubah naik atau turun. Adanya permasalahan harga yang sering berfluktuasi juga memberi gambaran bahwa sistem tataniaga komoditas jeruk siam belum efisien, seperti yang sudah dijelaskan di awal, fenomena ini mengakibatkan menurunnya keuntungan yang di peroleh petani. Sesuai dengan uraian di atas, fenomena ini menarik untuk diangkat sebagai sebuah penelitian. Harga yang baik sesuai tentunya akan memberikan harapan bagi para petani sekaligus menjadi faktor pendorong semangat petani dalam bertani. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk **“ANALISIS STRUKTUR PASAR DAN ELASTISITAS TRANSMISI HARGA JERUK SIAM PADA 3 KABUPATEN (KABUPATEN KARO, KABUPATEN SIMALUNGUN, KABUPATEN TAPANULI UTARA) PROVINSI SUMATERA UTARA”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang masalah penelitian di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana struktur pasar jeruk siam di Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara?
2. Bagaimana elastisitas transmisi harga jeruk siam di tingkat petani dan tingkat pedagang jeruk siam pada Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar Belakang masalah penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Bentuk Struktur Pasar Jeruk Siam di Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara

2. Untuk mengetahui dan menganalisis Elastisitas dan transmisi harga jeruk Siam di tingkat petani dan tingkat pedagang pengecer jeruk siam pada Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

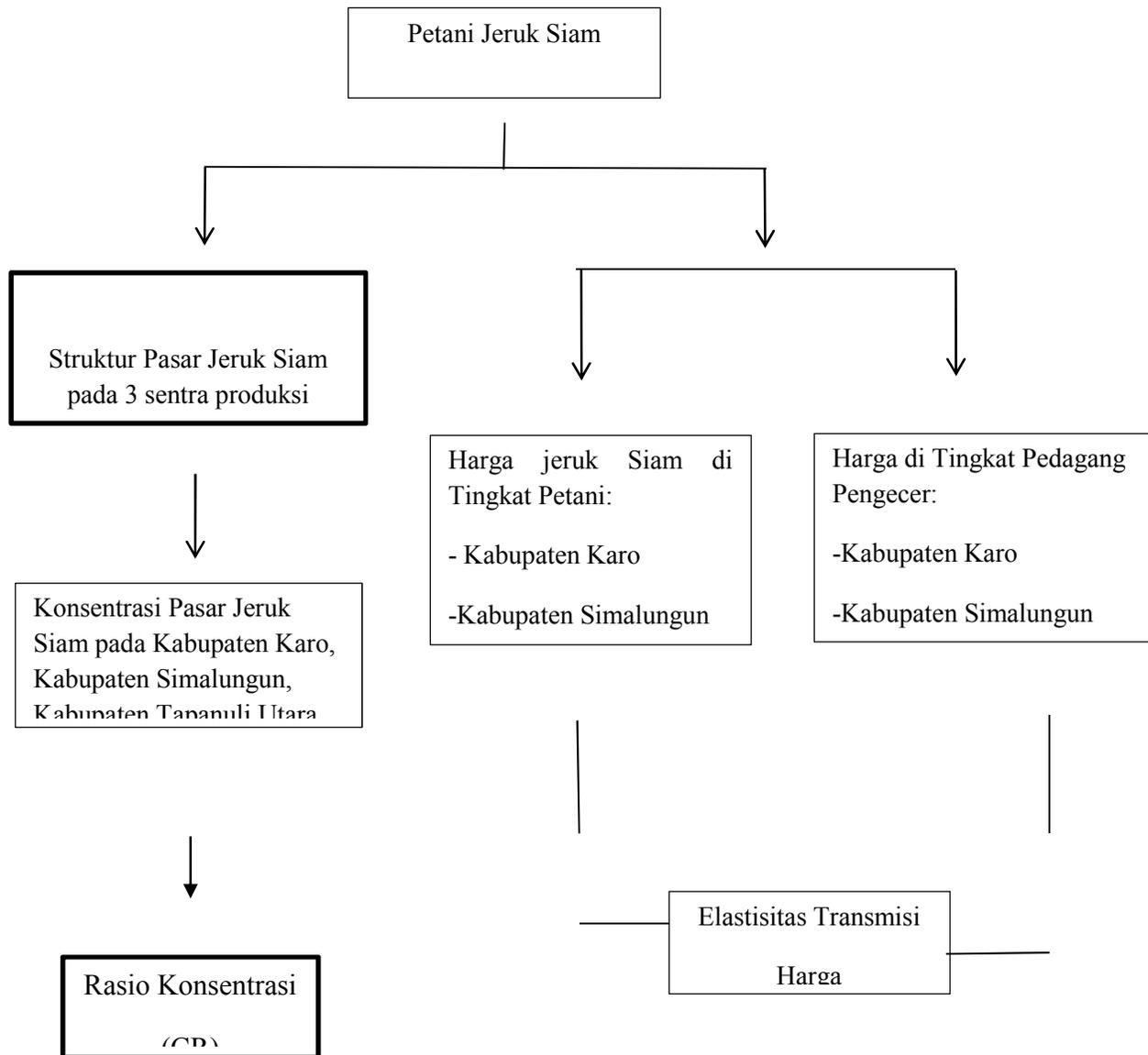
1. Sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas HKBP Nommensen Medan.
2. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan ilmiah dan menjadi sumber referensi bagi pembaca.
3. Sebagai salah satu sumber informasi tentang permasalahan struktur pasar dan transmisi harga pada komoditas Jeruk Siam di Sumatera Utara.
4. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam mengambil kebijakan untuk mensejahterakan petani di Provinsi Sumatera Utara.
5. Bagi Petani/kelompok, sebagai upaya untuk memberikan pemahaman dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk memasarkan jeruk agar keuntungan atau pendapatan yang di peroleh petani meningkat.

1.5 Kerangka Pemikiran

Petani sering menghadapi fluktuasi harga saat memasarkan hasil pertanian, yang memberi kesempatan bagi pedagang untuk memanipulasi harga. Akibatnya, harga yang diterima oleh pedagang tidak selalu mencerminkan harga yang diterima oleh petani. Elastisitas transmisi harga menggambarkan besarnya perubahan harga di tingkat pedagang yang mempengaruhi harga di tingkat petani. Konsentrasi pasar digunakan untuk menilai struktur pasar yang terbentuk dan seberapa terkonsentrasinya pasar tersebut.

Untuk melihat bentuk Struktur pasar jeruk siam di Sumatera Utara dari 3 kabupaten yaitu Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun, dan Kabupaten Tapanuli Utara di gunakan data produksi jeruk siam. dari elastisitas transmisi harga akan di lihat seberapa besar perubahan harga jeruk siam pada tingkat petani di 3 kabupaten Sumatera Utara bila terjadi perubahan harga jeruk siam pada tingkat pedagang pengecer di 3 kabupaten Sumatera Utara.

Berdasarkan uraian di atas, maka untuk memudahkan dalam proses penganalisaan permasalahan dapat di kemukakan pada kerangka pemikiran pada gambar 1.3



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Analisis Struktur Pasar Dan Elastisitas Transmisi Harga Jeruk Siam Di Provinsi Sumatera Utara

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Struktur Pasar

Struktur pasar secara sederhana adalah kumpulan berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kompetensi di pasar. Struktur pasar ditentukan oleh berbagai faktor seperti jumlah penjual dan pembeli, pangsa pasar, tingkat penguasaan teknologi, elastisitas permintaan terhadap suatu produk, lokasi, hambatan masuk pasar, tingkat efisiensi serta beberapa faktor lainnya. Jenis struktur pasar bervariasi, namun pada dasarnya bisa dikelompokkan ke dalam dua bentuk pasar yang berbeda secara ekstrim, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik (Rahayu, 2013).

Struktur pasar mempengaruhi kemampuan produsen atau pedagang dalam pembentukan harga. Produsen atau pedagang tidak mempunyai kekuatan untuk membentuk/mempengaruhi harga pada pasar persaingan sempurna, semua pelaku pasar bertindak sebagai price taker. Namun kemampuan untuk mempengaruhi harga tersebut muncul ketika struktur pasarnya tidak sempurna, bahkan produsen/pedagang dapat bertindak sebagai pembentuk harga (price maker) jika struktur pasarnya monopoli (Tarigan & Lestari, 2023).

2.1.1 Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli, dimana mereka tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar. Dalam pasar persaingan sempurna tidak ada kuasa pasar atau satu pelaku ekonomi yang mempengaruhi

harga yang berlaku di pasar. Sehingga produsen maupun konsumen berlaku sebagai price taker. Dalam pasar persaingan sempurna, harga dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran antara penjual dan pembeli (Utami & Kurniati 2022). Menurut Marliani (2017) Berikut Ciri Ciri pasar persaingan Sempurna:

1. Terdiri dari banyak penjual dan pembeli, hal ini mengakibatkan bahwa masing masing penjual hanya menawarkan barang yang relatif sedikit dibandingkan dengan seluruh barang yang ada di pasar.
2. Produk yang diperjual belikan bersifat homogen. Secara fisik barang yang dijual adalah identik, sehingga barang tersebut memiliki substitusi sempurna, dengan demikian konsumen tidak memiliki alasan sedikitpun untuk lebih memilih barang yang satu terhadap barang yang lain.
3. Masing- masing produsen bebas untuk keluar dari/ masuk ke pasar.
4. Adanya mobilitas faktor- faktor produksi secara sempurna. Dalam pasar persaingan sempurna faktor- faktor produksi bebas untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya.
5. Produsen dan konsumen memiliki informasi yang lengkap tentang pasar.
6. Tidak memerlukan promosi/ pengiklanan.

2.1.2 Pasar Persaingan Tidak Sempurna

2.1.2.1 Pasar Monopoli

Pengertian monopoli berdasarkan UU anti monopoli adalah penguasaan atas produksi atau pemasaran barang dan penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Istilah monopoli itu berasal dari bahasa Yunani yakni monos polein yang berarti menjual sendirian. Monopoli merupakan perusahaan penghasil barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat (close substitute) atau bisa dibilang sebagai suatu bentuk

pasar yang hanya terdapat satu perusahaan saja (Wijaya, 2020). Firdaus (2023) menerangkan ciri-ciri pasar monopoli yang berbeda dengan pasar persaingan sempurna, ciri-cirinya sebagai berikut:

1. Kalau para pembeli menginginkan barang tersebut maka harus membeli dari perusahaan tersebut karena mereka tidak memiliki pilihan lain, monopoli yang menentukan syarat-syarat penjualan sepenuhnya.
2. Barang pengganti (substitusi) yang tidak di punyai suatu perusahaan. Aliran listrik merupakan salah satu contoh dari barang yang tidak mempunyai substitusi yg mirip.
3. Untuk masuk kedalam industri/pasar tidak terdapat kemungkinan. Ada beberapa bentuk hambatan yang masuk ke dalam pasar monopoli, memerlukan teknologi yang canggih dan memerlukan modal yang besar, serta ada hambatan yang dapat berbentuk Undang-undang.
4. Perusahaan monopoli dipandang sebagai penentu harga (price setter), sehingga dapat menguasai harga.

2.1.2.2 Pasar Oligopoli

Secara sederhana oligopoli ditafsirkan sebagai kondisi suatu pasar di mana hanya terdapat sedikit penjual, dan masing-masing menjual barang yang sama dengan yang lain. Kondisi pasar yang oligopoli ini menyebabkan tindakan salah satu produsen dalam pasar dapat mempengaruhi keuntungan produsen yang lain. Artinya, produsen akan saling terkait satu sama lain dengan cara yang berbeda dengan produsen yang berkompetisi dalam sebuah pasar persaingan sempurna (Dini dkk, 2022).

Sedangkan menurut ilmu ekonomi oligopoli merupakan salah satu bentuk struktur pasar, dimana di dalam pasar tersebut hanya terdiri dari sedikit produsen, dan setiap produsen yang ada

di dalam pasar tersebut memiliki kekuatan yang besar untuk mempengaruhi harga pasar sehingga perilaku setiap produsen akan mempengaruhi perilaku produsen lainnya didalam pasar.

Chairina & Hutagaol (2022) menjelaskan ciri ciri pasar Oligopoli sebagai berikut:

1. Menghasilkan atau menjual barang standar maupun barang berbeda Perusahaan dalam pasar oligopoli menghasilkan produk yang homogen. Hal ini banyak dijumpai dalam industri yang menghasilkan bahan mentah. Selain itu, juga ada perusahaan yang menghasilkan barang yang berbeda antarprodusen. Barang seperti ini umumnya adalah barang akhir, seperti mobil, handphone, baju, dan lainnya.
2. Kekuatan menentukan harga terkadang lemah atau kuat. Bila tanpa adanya kerja sama, kekuatan menentukan harga sangat terbatas. Suatu perusahaan menurunkan harga, perusahaan lain akan membalas menurunkan yang lebih besar. Sehingga keduanya akan sama atau kehilangan pelanggan karena persaingan harga yang tidak sehat. Namun, jika perusahaan-perusahaan dalam pasar oligopoli bekerja sama dalam menentukan harga, maka harga dapat distabilkan dengan tingkat yang disepakati.
3. Memerlukan promosi. Kegiatan promosi yang sangat aktif dilakukan untuk menarik pembeli baru dan mempertahankan pelanggan lama.

2.1.2.3 Pasar Monopolistik

Pada dasarnya pasar monopolistik ini merupakan pasar yang berada pada dua jenis pasar yaitu pada pasar persaingan sempurna dan monopoli, karena pada sifat sifatnya juga mengandung beberapa unsur unsur dari pasar persaingan sempurna dan monopoli. Dilihat dari struktur pasarnya, pasar monopolistik lebih mendekati dengan pasar persaingan sempurna yang dilihat dari banyaknya perusahaan yang berpartisipasi dipasar dan tanpa ada batasan masuk pasar

yang serius. Akan tetapi perusahaan yang berpartisipasi di pasar tersebut memiliki produk yang berbeda karakteristik (Amalia, 2020).

Strategi produsen untuk meningkatkan keuntungan dalam pasar persaingan monopolistik dapat berupa promosi penjualan, menggambarkan produk unit yang dapat dipatenkan sehingga produsen lain tidak dapat memproduksi produk tersebut. Mencari lokasi yang menguntungkan bagi produsen terutama dikaitkan dengan ketersediaan tenaga kerja, sarana transportasi dan lokasi pemukiman konsumen, melakukan inovasi-inovasi untuk menekan biaya produksi dan investasi untuk melakukan diferensiasi produksi (Goko, 2023).

2.2 Konsentrasi Pasar

Masalah mendasar yang banyak di hadapi petani adalah menghadapi keadaan pasar yang telah terkonsentrasi oleh pedagang. Hal ini dikarenakan jumlah pedagang yang lebih sedikit daripada jumlah petani yang ada. Konsentrasi pasar adalah gambaran untuk melihat sejauhmana pedagang dalam pasar menguasai pangsa pasar. Menurut Kusumah (2018) “pengukuran konsentrasi (CR_n) bertujuan untuk mengetahui ciri-ciri struktur pasar, analisis struktur pasar bisa dilihat menggunakan pendekatan rasio konsentrasi, semakin tinggi nilai rasio konsentrasinya maka pasar tersebut cenderung berbentuk pasar persaingan yang tidak sempurna atau oligopoli/oligopsoni”

2.2.1 Rasio Konsentrasi

Pada dasarnya Concentration Ratio (CR) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menganalisis struktur pasar yang dihadapi oleh suatu industri. CR merupakan alat analisis yang luas digunakan karena relatif mudah untuk diterapkan. Concentration Ratio merupakan

penjumlahan dari persentase pangsa pasar dari sejumlah perusahaan terbesar dalam suatu industri yang terkonsentrasi (Lindung & Jamil, 2018).

Konsentrasi pasar dapat di hitung dengan menggunakan (concentration ratio CR_n) yang didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan output yang dihasilkan oleh produsen terbesar. Biasanya jumlah perusahaan “n” yang di hitung proporsi pangsa pasarnya adalah 3, sehingga dikenal dengan sebagai CR₃. Jika proporsi pangsa pasarnya ada 4 maka menjadi CR₄ atau proporsi pangsa pasarnya ada 8 maka menjadi CR₈ dan seterusnya dengan perumusan sebagai berikut:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n MS_i \dots\dots\dots(2.1)$$

Dimana $i = 1, 2, \dots, n$ adalah indeks perusahaan, i dalam industri dan MS_i adalah pangsa pasar i untuk industri yang bersangkutan (Samaloisa, 2022).

Konsentrasi biasanya menjadi indikator yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar. Apabila konsentrasi rasionya semakin tinggi maka pasar tersebut semakin tidak kompetitif. Begitu sebaliknya, apabila nilai konsentrasi rasionya semakin rendah, maka persaingan yang terjadi di pasar semakin kompetitif, karena tidak ada pedagang yang secara signifikan menguasai pasar. Penghitungan rasio pasar biasanya berkisar antara 0 dinyatakan dalam bentuk persentase. Apabila nilai $CR_n < 0$ maka memiliki pasar yang relatif kecil. Namun apabila $CR_n > 0$ atau mendekati 1 maka tingkat konsentrasi pasarnya tinggi (Setiawan, 2019).

2.3 Teori Harga

Harga merupakan salah satu faktor persaingan dalam memasarkan produk. Setiap perusahaan berlomba lomba menawarkan harga yang menarik agar konsumen mau membeli

produk yang ditawarkannya, harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan suatu produk (Musyawarah, 2021).

Harga dalam suatu pasar biasanya tidak langsung disesuaikan dengan harga yang berlaku oleh pihak pedagang. Oleh sebab itu, pedagang disebut turut andil dalam menentukan efisiensi dalam suatu pasar. Jika dalam suatu pasar terjadi kenaikan harga ditingkat konsumen maka mereka berkesempatan untuk tidak segera meneruskan ke tingkat petani atau sebaliknya saat terjadi penurunan harga di petani tidak segera diteruskan ke tingkat konsumen (Rosadi & Purnamasari, 2022).

2.4 Pangsa Pasar

Pangsa pasar (Market Share) dapat diartikan sebagai bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau persentasi penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan para pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu. Pangsa pasar mendeskripsikan kekuatan dari komoditi Jeruk Siam dalam pasar. Semakin tinggi nilai pangsa pasar yang dimiliki oleh jeruk siam maka kekuatan pasarnya akan semakin besar. Hal ini mengindikasikan bahwa jeruk siam mampu bersaing dalam persaingan yang terjadi. Apabila nilai pangsa pasar kecil maka dapat dikatakan bahwa jeruk siam tersebut tidak mampu bersaing dengan jeruk lainnya karena tidak memiliki kekuatan untuk mengendalikan pasar yang ada (Hendra & Hartomo).

2.5 Elastisitas Transmisi

Analisis elastisitas transmisi harga adalah analisis yang menggambarkan sejauh mana dampak perubahan harga suatu barang di satu tempat atau tingkatan terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau tingkatan lain (Ayomi dkk 2020).

Terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi transmisi harga, yaitu biaya transportasi atau biaya transaksi, kekuatan pasar (market power), produk yang homogen dan terdiferensiasi, nilai tukar, dan kebijakan daerah. Pedagang berperan dalam pembentukan harga. Pedagang yang rasional berorientasi pada keuntungan dan akan selalu memaksimalkan keuntungan dalam setiap kegiatan ekonomi. Perilaku pedagang dalam merespon perubahan harga cenderung asimetris yang menyebabkan terjadinya pengekanan persaingan pada saluran distribusi, sehingga perubahan harga tidak ditransmisikan secara sempurna (Juswadi & Sumarna, 2022).

Menurut Kusumah (2018) elastisitas transmisi harga dapat diukur dengan menggunakan rumus matematis sebagai berikut:

$$P_f = a P_r^b$$

Kemudian di transformasikan menggunakan logaritma natural, sebagai berikut:

$$\ln P_f = \ln a + b \ln P_r$$

Jika pasangan data dilogartmakan terlebih dahulu maka regresi linear akan menghasilkan koefisien b yang menunjukkan elastisitas, sedangkan jika yang diregresikan adalah data aslinya maka koefisien b menunjukkan slope. Kriteria pengukuran analisis elastisitas transmisi harga:

$E_t = 1$, maka laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasar sudah seimbang atau efisien.

$E_t < 1$, maka laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dibanding laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasar yang dihadapi belum efisien dan terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni

$E_t > 1$, maka laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasaryang dihadapi belum efisien dan terdapat kekuatan monopoli maupun oligopoli.

2.6 Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sumber referensi penulis dalam penulisan penelitian struktur pasar dan elastisitas transmisi harga jeruk siam. Adapun hal yang dijadikan acuan adalah konsep penelitian, metode penelitian, dan hasil penelitian. Kemudian dipahami inti sari mengenai keunggulan dan keterbatasan dari segi teori maupun metode yang digunakan.

Penelitian Kusuma (2018) Mengenai “**Analisis Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah**”. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengkaji Struktur Pasar komoditas cabai merah dan elastisitas trasnmisi harga yang terjadi antara petani dan pedagang. Metode penelitian yang di gunakan yaitu pengukuran konsentrasi rasio dan elastisitas transmisi harga melalui program SPSS 23.0 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur pasar cabai merah di Jawa Tengah bersifat oligopsony ketat. Untuk meningkatkan posisi tawar petani cabai merah yaitu petani seharusnya lebih memperhatikan penetapan kualitas dan kuantitas produk, sehingga hal ini dapat meningkatkan posisi tawar petani dalam hal penentuan harga dan nilai barang.

Penelitian Lastinawati dkk (2018) “**Analisis Transmisi Harga Beras di Kabupaten Ogan Komering Ilir Provinsi Sumatera Selatan**”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transmisi harga beras yang merupakan kebutuhan dasar masyarakat Indonesia, baik transmisi harga konsumen terhadap petani, maupun sebaliknya, dengan dua kelompok beras berdasarkan kualitasnya yaitu beras premium dan medium. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa

data runtut waktu harga eceran beras premium dan medium di Kabupaten OKI. Transmisi harga beras di Kabupaten OKI diukur dengan menggunakan elastisitas transmisi harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Transmisi harga beras premium dan medium antara konsumen terhadap petani maupun antara petani terhadap konsumen di Kabupaten OKI terjadi secara asimetri, karena nilai elastisitas transmisi harga yang tidak sama dengan satu ($E_t \neq 1$). Kondisi ini juga menjadi indikator bahwa sistem pemasaran beras di Kabupaten OKI belum efisien.

Penelitian Anggraeni & Baladina, (2018) “**Analisis struktur, perilaku dan penampilan pasar kentang di Desa Sumber Brantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu**”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran kentang di Desa Sumber brantas secara lebih lengkap dengan menggunakan pendekatan struktur, perilaku, dan penampilan pasar kentang. Metode analisis yang di gunakan yaitu Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar, Indeks Hirschmsn Herfindal (IHH), CR4, Indeks Rosentbluth, dan Koefisien Gini

Pendekatan perilaku pasar menggunakan analisis deskriptif kualitatif. 3. Pendekatan penampilan pasar menggunakan analisis margin pemasaran berdasarkan konsep produk referensi dan analisis MEI (Market Efficiency Indeks). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. struktur pasar kentang di Sumber brantas adalah oligopoli. 2. Perilaku pasar menunjukkan cukup banyak kolusi dan strategi yang dilakukan lembaga pemasaran untuk melemahkan posisi pedagang yang berada di level bawahnya, sedangkan petani hanya sebagai pihak price taker 3. Analisis penampilan pasar menghasilkan marjin pemasaran dan nilai R/C ratio yang bervariasi antar lembaga pemasaran, dengan share harga yang diterima petani dari harga yang dibayarkan konsumen relatif kecil, sedangkan saluran pemasaran kentang yang paling efisien terdapat pada saluran III dengan total margin rendah.

Penelitian Nasution & Rahmanta (2022) “**Analisis Transmisi Harga dan Faktor Pembentukan Harga di Tingkat Lembaga Pemasaran Kopi Arabika di Kabupaten Tapanuli Utara, Sumatera Utara, Indonesia**”. Penelitian ini bertujuan menganalisis transmisi harga antar lembaga pada jalur pemasaran kopi arabika dan menganalisis perilaku pasar pada lembaga pemasaran kopi arabika dalam pembentukan harga kopi arabika di Kabupaten Tapanuli Utara. Metode analisis yang digunakan adalah Asymmetric Error Correction Model (AECM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola transmisi harga antar lembaga pemasaran kopi arabika di Kabupaten Tapanuli Utara bersifat asimetris pada hubungan grosir-produsen dan grosir konsumen dalam jangka pendek dan jangka panjang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Daerah Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di 3 kabupaten yaitu Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun dan Kabupaten Tapanuli Utara dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah penghasil jeruk siam yang mempunyai produksi tinggi di Sumatera Utara dan berpotensi dalam mengusahakan Jeruk Siam.

3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis data sekunder yaitu, data yang tidak dikumpulkan secara langsung melainkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Sumatera Utara (BPS Sumut), dan Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yang berbentuk angka dalam runtutan waktu (time series). Pada penelitian ini untuk menganalisis elastisitas transmisi harga Jeruk Siam digunakan data harga petani dan pengecer di 3 kabupaten Sentra pada bulan Januari 2021 - Desember 2022. Sedangkan untuk mengetahui struktur pasar Jeruk Siam data yang digunakan adalah data produksi Jeruk Siam di 3 kabupaten tahun 2019- 2022.

3.3 Analisis Data

3.1.1 Analisis Struktur Pasar

Untuk mengetahui struktur pasar maka digunakan perhitungan Concentration Ratio (CR). Menurut Claudia (2017) Indeks perhitungan CR adalah untuk melihat seberapa terkonsentrasi pasar komoditas Jeruk Siam di Sumatera Utara dan pihak yang menguasai pasar. Kelemahan dari pendekatan ini adalah CR tidak menghitung kekuatan pasar termasuk dalam menentukan harga. Untuk melihat struktur pasar Jeruk Siam, dilakukan pengukuran konsentrasi pangsa pasar, yaitu

dengan menjumlahkan total output dari 3 produsen Jeruk Siam terbesar yaitu Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun, dan Kabupaten Tapanuli Utara, kemudian membagikannya dengan total output produksi Jeruk Siam Provinsi Sumatera Utara, untuk selanjutnya hasil dari analisis tersebut juga akan dijelaskan bentuk struktur pasar dan konsentrasi pasar. Adapun rumus yang digunakan untuk mengetahui konsentrasi rasio adalah sebagai berikut:

$$CR3 = \frac{MS1 + MS2 + MS3}{MSi} \times 100\%$$

keterangan:

MS1 : Produksi Kabupaten Karo

MS2 : Produksi Kabupaten Simalungun

MS3 : Produksi Kabupaten Tapanuli Utara

MSi : Produksi Jeruk Siam di Sumatera Utara

Nilai CR3 akan menunjukkan peresentasi dari output oleh tiga kabupaten yang terbesar di Sumatera Utara. Pada Tabel 3.1 disajikan level konsentrasi pasar, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar, indikasi struktur pasarnya menuju pada persaingan tidak sempurna. Begitu sebaliknya apabila tingkat konsentrasi pasarnya sangat rendah indikasi struktur pasarnya akan cenderung menjadi pasar persaingan sempurna.

Tabel 3.1 Level Konsentrasi

Level Konsentrasi	CR3	Indikator struktur pasar
Sangat Tinggi	100,00	Monopoli
Tinggi	$100 > CR3 > 80$	Highly concentrated oligopoli
Medium	$80 > CR3 > 50$	Oligopoly
Rendah	$50 > CR3 > 0$	Monopolistic competition oligopoly
Sangat Rendah	0	Pasar Persaingan Sempurna

Sumber: Claudia (2017)

3.1.1 Elastisitas Transmisi Harga

Untuk menganalisa transmisi harga antara petani dan pedagang digunakan analisis transmisi harga merupakan analisis yang memberikan gambaran sejauh mana dampak perubahan harga dan suatu barang di suatu tempat (dalam hal ini pertanian, yaitu Jeruk Siam) atau tingkat terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau pada tingkatan lain. Untuk mengetahui elastisitas transmisi harga yang terjadi di 3 Kabupaten Sumatera Utara dapat menggunakan persamaan yang menghubungkan antara harga ditingkat produsen jeruk siam di Kabupaten Karo, Kabupaten Simalungun, Dan Kabupaten Tapanuli Utara dengan harga yang ada di tingkat pengecer Kabupaten Karo, Simalungun Dan Tapanuli Utara. Transmisi harga dapat diukur dengan regresi linear sederhana. Elastisitas transmisi harga digunakan untuk menjelaskan perbandingan perubahan harga di tingkat pengecer dengan persentase perubahan harga di tingkat produsen. Analisis transmisi ini memberikan gambaran bagaimana harga yang dibayarkan konsumen akhir ditransmisikan kepada produsen Secara sistem elastisitas transmisi harga, (Et) dapat dituliskan dengan rumusan sebagai berikut:

$$P_f = a P_r^b$$

Ditransformasikan kedalam bentuk linear menjadi:

$$\ln P_f = \ln a + b \ln P_r$$

Dimana:

a_0 : Intersep

a_1 : Koefisien elastisitas transmisi harga jeruk siam pada tingkat petani 3 Kabupaten Provinsi Sumatera Utara

P_f : Harga Jeruk Siam pada tingkat petani di Kabupaten Provinsi Sumatera Utara.

P_{rk} : Harga Jeruk Siam pada tingkat petani di Kabupaten Provinsi Sumatera Utara.

$a = 1$, maka laju perubahan harga jeruk siam ditingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasar sudah seimbang atau efisien.

$a < 1$, maka laju perubahan harga jeruk siam di tingkat konsumen lebih besar dibanding laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasar yang dihadapi belum efisien dan terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni

$a > 1$, maka laju perubahan harga jeruk siam di tingkat konsumen lebih kecil dibanding dengan laju perubahan harga di tingkat petani, artinya keadaan pasaryang dihadapi belum efisien dan terdapat kekuatan monopoli maupun oligopoli.

3.4. Defenisi Operasional

Adapun defenisi operasioanal dalam penelitian ini adalah:

1. Struktur Pasar jeruk siam adalah pengolahan bentuk pasar produksi jeruk siam berdasarkan tingkat konsentrasi pasar yang diukur menggunakan alat analisa cr_3
2. Elastisitas transmisi harga jeruk siam adalah gambaran sejauh mana perubahan harga jeruk pada pedagang pengecer di Kabupaten Karo, Simalungun Dan Tapanuli Utara terhadap perubahan harga jeruk pada petani di Kabupaten Karo, Simalungun, dan Tapanuli Utara.
3. Petani Produsen jeruk siam adalah pihak yang melakukan kegiatan produksi jeruk di Sumatera Utara dalam hal ini adalah petani Karo, Simalungun dan Tapanuli Utara.
4. Produksi jeruk siam adalah banyaknya hasil dari tanaman jeruk siam menurut bentuk produksi yang diambil berdasarkan luas lahan yang dipanen pada bulan/triwulan laporan, diukur dengan satuan ton. Dalam hal ini adalah produksi jeruk siam di Kabupaten Karo, Simalungun, dan Tapanuli Utara.
5. Harga jeruk siam petani produsen adalah harga yang diterima petani jeruk di kabupaten Karo, Simalungun, dan Tapanuli Utara dari jeruk siam yang sebelum memasukkan biaya transportasi dan pengepakan kedalam harga penjualan, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg)
6. Harga Jeruk Siam tingkat pedagang pengecer pada tingkat kabupaten adalah harga transaksi antara penjual dan pembeli jeruk siam di pasar Karo, pasar Simalungun, dan pasar Tapanuli Utara secara eceran di pasar setempat yang dibeli dengan tujuan untuk memenuhi konsumsi sendiri dan bukan untuk dijual kepada pihak lain, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg).

