

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kentang merupakan salah satu tanaman hortikultura yang banyak di tanam oleh petani Indonesia. Kentang juga menjadi salah satu tanaman yang penting karena banyak digunakan dalam konsumsi rumah tangga, rumah makan, restoran, menu dalam hotel dan juga menjadi bahan baku makanan ringan. Permintaan kentang juga menjadi meningkat seiring banyaknya usaha-usaha kecil yang menjual olahan kentang, seperti kripik kentang tornado, ataupun juga donat kentang. Selain itu kentang juga dapat menjadi alternatif sarapan pagi pengganti nasi karena kandungan karbohidratnya yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kentang menjadi salah satu komoditas yang apabila dikembangkan dengan baik akan memberikan nilai rupiah yang menjanjikan.

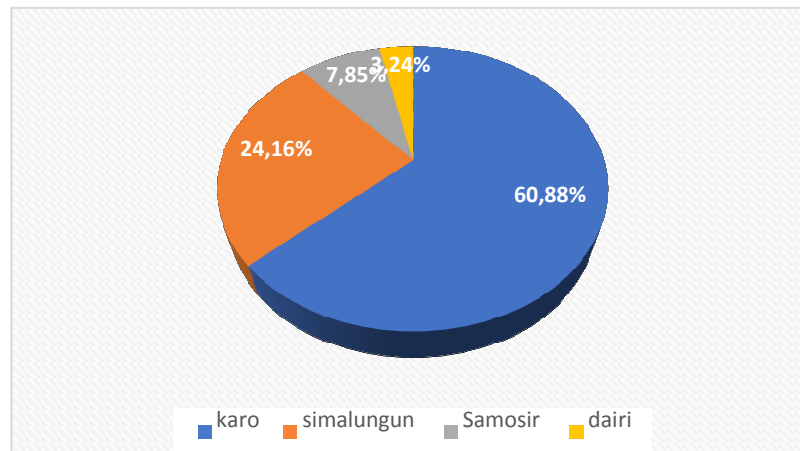
Produksi kentang di Sumatera Utara menjadi penyumbang produksi kentang terbesar kelima di Indonesia selain provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Sumatera Selatan. Di Provinsi Sumatera Utara menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) terdapat 10 kabupaten yang memberikan kontribusi terhadap komoditas kentang. Meskipun hanya terdapat 10 kabupaten namun produksi kentang dari kabupaten ini menjadi *suplay* permintaan kentang di seluruh provinsi Sumatera Utara dan juga dikirim ke provinsi lain sampai di ekspor ke luar negeri.

**Tabel 1.1:** Data kabupaten yang memproduksi kentang di Sumatera Utara

Kabupaten	Tahun								Total
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Mandailing Natal	325,1	232	581	232	207	338	407	553	2.876
Tapanuli Selatan	0	10	20	20	0	0	0	30	80
Tapanuli Utara	3499	3155	3229	3265	3291	3342	1126	2273	23.180
Toba Samosir	40	20	96,8	11,5	85	111	242	340	945
Simalungun	37782	44672	45615	37193	35474	27843,2	28691,3	22979,8	280.250
Karo	40420	32455	34494	33383	44791	57413	72309	70308	385.572
Dairi	8054	9097	7761,9	6269	2614,5	3455,3	2823,8	8384,5	48.460
Samosir	1000	14812	12950	13050	11206	14292,5	9314	11280,8	87.905
Deli Serdang	0	0	0	0	0	0	0	15	15
Humbang Hasundutan	2846	2853	2306	1707	2181	4282	3851	5970	25.996

*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)*

Dari data di atas terdapat 4 kabupaten yang jumlah produksi kentang sangat besar. Kabupaten ini yang menguasai pasar kentang dari sisi produksi. Daerah yang menjadi sentra komoditas kentang di Sumatera Utara adalah kabupaten Karo yang menjadi kabupaten dengan kontribusi terbesar di antara kabupaten lainnya yaitu sebanyak 60,88%, lalu kabupaten Simalungun 24,16%; kabupaten Samosir 7,85%; yang terakhir kabupaten Dairi 2,38% (Gambar 1.1), dan tingkat produksi kentang di Sumatera Utara cenderung meningkat dalam kurun waktu 2016 sampai tahun 2020. Pada tahun 2016 produksi kentang di provinsi Sumatera Utara hanya 91.400 ton. Tahun 2017 sebanyak 96.892,9 ton . Tahun 2018 sebesar 108.015,6 ton di tahun 2019 sebanyak 118.777,7 ton. Sedangkan produksi kentang terbesar, di tahun 2020 yaitu 122.199 ton (BPS Sumatera Utara, 2020).



**Gambar 1. 1 :** Persentase Kontribusi Sentra Komoditas Kentang Di Provinsi Sumatera Utara 2019

**Sumber :** Badan Pusat Statistik (BPS)

Jumlah produksi kentang pada 4 sentra kentang selalu berbeda-beda tiap tahunnya. Dari tahun 2013-2020 produksi kentang terbanyak diantara ke 4 komoditas sentra terjadi di Karo, yaitu di tahun 2020 dengan jumlah produksi sebanyak 70.307,5 ton atau kontribusi sebanyak 60% dari total keseluruhan hasil produksi kentang di Sumatera Utara pada tahun yang sama. Meningkatnya produksi kentang di kabupaten Karo, disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kondisi tanah dan kelembapan udara yang sesuai dengan tanaman kentang serta luas tanam yang termasuk paling luas di antara kabupaten lain yaitu 2.870 ha dan luas panen seluas 2.631 ha. Sementara itu kabupaten dengan produksi kentang paling sedikit dari tahun 2013-2020 adalah kabupaten Dairi yaitu pada tahun 2017 dengan jumlah produksi hanya sebanyak 2.614,5 ton, seperti pada Tabel 1.1. Produksi di tahun ini menjadi produksi paling sedikit dari tahun lainnya.

**Tabel 1. 2:** Data Produksi Kentang di 4 Sentra Kentang Sumatera Utara (ton)

No	Tahun	Kabupaten				Jumlah
		Karo	Simalungun	Samosir	Dairi	
1	2013	40.420	37.782	10.000	8.054	96.256
2	2014	32.455	44.672	14.812,5	9.097	101.036,5
3	2015	34.494	45.615	12.950	7.076	100.820,9
4	2016	33.383	37.195	13.050	6.269	89.895
5	2017	44.790,6	37.193	11.209	2.614,5	94.085,5
6	2018	57.412,5	35.474	14.292,5	3.455,3	103.004
7	2019	72.308,5	28.691	9.314	2.823,8	113.138,1
8	2020	70.307,5	22.979,8	11.226	8.384,5	112.953,1

*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)*

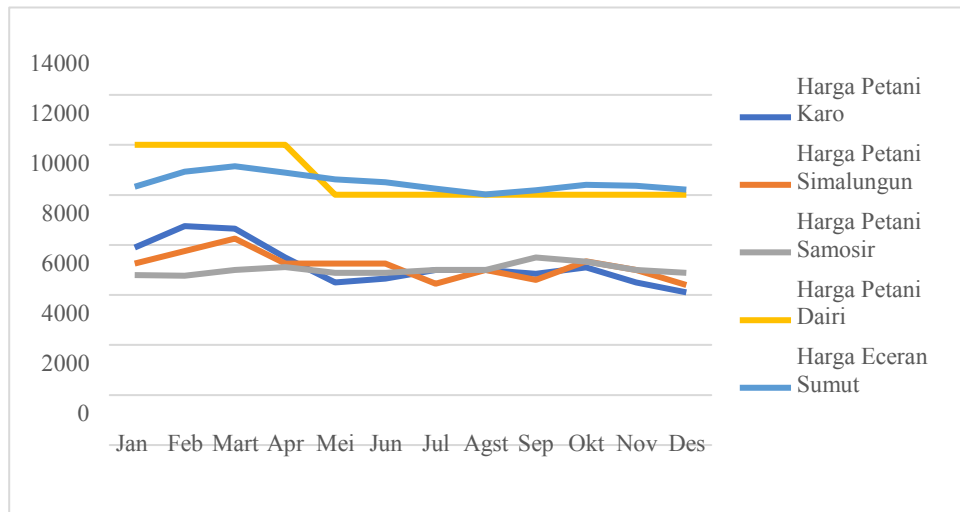
Jumlah produksi kentang dari 4 kabupaten sentra kentang yang nilainya mencapai diatas 90 % menunjukkan bahwa seharusnya 4 kabupaten sentra kentang memiliki kekuatan untuk menguasai pasar. Sehingga petani kentang memiliki kesempatan yang lebih besar untuk menikmati hasil pertaniannya. Namun kenyataannya 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 kentang di provinsi Sumatera Utara serta bagaimana konsentrasi pasarnya, karena jenis struktur pasar dan rasio konsentrasi pasar akan menunjukkan posisi petani dalam pasar.

Struktur pasar adalah sebuah kondisi yang menggambarkan kinerja pasar, pangsa pasar, perilaku pasar, hambatan keluar masuk pasar, maupun daya saing sebuah pasar. Penelitian Angreani dan Baladina (2017 : 77) “menyatakan bahwa struktur pasar kentang yang dilihat dari derajat konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar dan tingkat pengetahuan pasar, pemasaran kentang di Desa Sumberbrantas cenderung mengarah pada pasar oligopoli”. Untuk mengetahui jenis struktur pasar apa yang terbentuk dalam pasar kentang di

Sumatera Utara dapat dilihat dari nilai rasio konsentrasinya. Struktur pasar yang berbentuk persaingan tidak sempurna menandakan bahwa pasar tersebut belum efisien. Sehingga walaupun produksi kentang dari 4 kabupaten sentra kentang memiliki pangsa pasar hingga diatas 90% belum menjadi sebuah kepastian bahwa petani kentang di 4 kabupaten sentra kentang akan sejahtera.

Harga jual komoditas kentang menjadi hal yang begitu penting bagi petani. Nilai tukar rupiah dari hasil keringat petani menjadi harapan bagi petani untuk menyanggah hidup dan modal untuk memproduksi kentang kembali. Pada dasarnya harga kentang dipengaruhi oleh produksi kentang, dimana ketika produksi kentang sedang melimpah atau pada saat musim panen maka harga kentang akan menjadi murah. Sedangkan apabila produksi kentang sedang tidak banyak atau permintaan kentang sedang naik, maka harga kentang menjadi lebih mahal. Namun mahalnya harga kentang di pasar belum tentu seimbang dengan harga yang diterima oleh petani.

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. Perbedaan harga maupun selisih harga yang diterima oleh petani dan harga yang diterima oleh pedagang pengecer dari konsumen menunjukkan bahwa harga yang diterima oleh pedagang pengecer dari konsumen bukanlah harga yang diterima oleh petani seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 1.2.



**Gambar 1. 2** : Perbedaan Harga Kentang Antar Petani Dan Pedagang Eceran 2020 (Rp/Kg)

**Sumber** : BPS (data diolah) .

Rahardja (2006: 64) “mengatakan bahwa kurva penawaran produk pertanian umumnya inelastis, sebab produsen tidak mampu memberikan reaksi yang cepat terhadap perubahan harga”. Ketika harga kentang sedang naik, petani tidak dapat langsung menambah jumlah produksinya karena harus menunggu beberapa bulan sampai masa panen, dan ketika panen tiba kentang yang ditawarkan melimpah dan harganya menjadi murah. Pihak yang akan diuntungkan adalah pedagang atau pengepul, karena memiliki kapasitas yang lebih besar dalam menentukan berapa harga yang harus dibayar untuk membeli kentang dari petani dan menjualnya ke pasar.

Conforti (2004) dalam Ruslan (2016: 3) “menjelaskan bahwa disparitas harga dapat 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 disparitas harga komoditas kentang akan memberikan dampak kerugian bagi petani sehingga membuat petani kentang 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*. Sehingga, walaupun kentang adalah komoditas yang hasilnya cukup menjanjikan namun perannya dalam meningkatkan kesejahteraan petani belum signifikan.

Yustiningsih (2012) dalam (Kusumah 2018: 295) “

menyatakan bahwa *market power* yang dimiliki oleh pedagang akan menyebabkan semakin tingginya margin distribusi dan transmisi harga yang tidak simetris dan menunjukkan bahwa pasar yang dihadapi adalah pasar yang terkonsentrasi dan menunjukkan bahwa *power* yang dimiliki oleh pedagang bisa menetapkan harga untuk memaksimalkan keuntungan”.

Analisis elastisitas transmisi harga adalah gambaran untuk melihat sejauh mana perubahan harga yang terjadi pada tingkat petani apabila terjadi perubahan harga satu satuan mata uang pada tingkat pedagang pengecer. Elastisitas transmisi harga akan menunjukkan pihak mana yang menikmati hasil komoditas kentang lebih banyak dan menunjukkan apakah transmisi harga kentang dari tingkat petani ke tingkat pedagang pada komoditas kentang di 4 kabupaten sentra kentang sudah efisien atau belum. Harga jual yang baik adalah harapan bagi petani terkhusus petani kentang untuk mengembangkan usaha pertaniannya sehingga petani lebih semangat dalam mengelola lahan pertaniannya. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas penulis merasa tertarik untuk menganalisis elastisitas transmisi harga kentang di 4 kabupaten sentra kentang dan tentang struktur pasar di Sumatera Utara, untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Struktur Pasar Dan Elastisitas Transmisi Harga Kentang Di Sumatera Utara”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah bentuk struktur pasar kentang di Sumatera Utara ?
2. Bagaimanakah elastisitas transmisi harga kentang di tingkat petani dan tingkat pedagang di sentra kentang Sumatera Utara ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bentuk struktur pasar kentang di Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis elastisitas transmisi harga kentang di tingkat petani dan pedagang di kentang Sumatera Utara.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk ilmu pengetahuan :

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan akademik dan bahan pembanding bagi penelitian selanjutnya.
- b. Sebagai salah satu sumber informasi tentang permasalahan struktur pasar dan transmisi harga pada komoditas kentang di Sumatera Utara.



## 2. Manfaat praktis

Bagi peneliti, sebagai sarana untuk berlatih dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagai tambahan untuk memperoleh gambaran mengenai struktur pasar dan elastisitas transmisi harga kentang di provinsi Sumatera Utara.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Stuktur Pasar**

Menurut UU No 5 tahun 1999 pada Bab 1, “pasar adalah lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan jasa”. Sedangkan struktur pasar adalah keadaan pasar yang memberikan petunjuk tentang aspek-aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku pelaku usaha untuk kinerja pasar, antara lain jumlah penjual dan pembeli, hambatan masuk dan keluar pasar, keragaman produk, sistem distribusi, dan penguasaan pangsa pasar. Rizkyanti (2010: 6) “menambahkan dengan mengetahui struktur pasar, maka akan dapat mengklasifikasikan suatu bentuk pasar, apakah mendekati persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik, atau persaingan oligopoli”.

##### **2.1.1 Pasar Persaingan Sempurna**

Pasar persaingan sempurna adalah sebuah keadaan pasar murni dimana di dalam pasar tersebut terdapat banyak penjual sehingga para penjual tidak memiliki kapasitas besar dalam mempengaruhi harga. Dengan begitu para penjual dalam pasar persaingan sempurna hanyalah *price taker*, karena mengikuti harga yang berlaku di pasar. Menurut Sukirno (2009: 232-233) ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah :

1. Perusahaan adalah pengambil harga, pada persaingan sempurna penjual tidak dapat mengubah atau menentukan harga yang ada di pasar.
2. Setiap perusahaan mudah keluar masuk, sama sekali tidak terdapat hambatan-hambatan, baik secara legal atau dalam bentuk lain-secara

keuangan atau secara kemampuan teknologi, untuk masuk dan keluar pasar.

3. Menghasilkan barang serupa, barang yang dihasilkan berbagai perusahaan tidak mudah untuk dibeda-bedakan. Barang yang dihasilkan sangat sama dan serupa.
4. Terdapat banyak perusahaan di pasar, sifat inilah yang menyebabkan perusahaan tidak mempunyai kekuasaan untuk mengubah harga. Sifat ini meliputi dua aspek, yaitu jumlah perusahaan sangat banyak dan masing-masing perusahaan adalah relatif kecil kalau dibandingkan dengan keseluruhan jumlah perusahaan di dalam pasar.
5. Pembeli memiliki pengetahuan sempurna mengenai pasar

## **2.1.2 Pasar Persaingan Tidak Sempurna**

### **2.1.2.1 Pasar Monopoli**

Menurut UU No 5 tahun 1999 Bab 1 pasal 1 “monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha”. Istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani yaitu *monos polein* yang artinya “menjual sendiri”. Karena sifatnya penjual tunggal, maka pasar monopoli memiliki kekuatan untuk mengatur harga pasar. (Sugiarto, et al., 2002: 345-347) mengemukakan ciri-ciri pasar monopoli adalah sebagai berikut :

1. Pasar monopoli adalah industri yang terdiri dari satu perusahaan.
2. Tidak mempunyai komoditas pengganti yang mirip. Komoditas yang tidak mempunyai komoditas pengganti yang mirip disebut dengan *close substitute*. Suatu komoditas dikatakan sebagai *close substitute* dari komoditas lainnya jika memenuhi syarat-syarat berikut : memiliki karakter yang mirip, dapat dipakai untuk kegunaan yang sama serta dijual di pasar dalam wilayah geografis yang sama. Contoh komoditas *close substitute* adalah PT Kereta Api Indoensia.
3. Tidak dimungkinkannya perusahaan-perusahaan lain masuk industri karena adanya hambatan yang bersifat legal, undang-undang, teknologi (teknologi yang digunakan sangat canggih dan tidak mudah di contoh), keuangan, dan sebagainya.
4. Perusahaan monopoli merupakan satu-satunya perusahaan di pasar yang menentukan harga.

5. Promosi iklan kurang diperlukan karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan dalam industri.

#### **2.1.2.2 Pasar Oligopoli**

Pasar oligopoli termasuk salah satu pasar persaingan yang tidak sempurna. “Pasar oligopoli adalah suatu pasar yang terdiri dari hanya sedikit perusahaan yang menjual suatu barang yang homogen atau terdiferensiasi” (Sihotang, Siahaan & Tobing, 2010: 243). Contoh komoditas dalam pasar oligopoli adalah komoditas pertanian seperti apel, kentang, wortel, tomat dan lain sebagainya. (Sugiarto, at al 2002: 435-436) menjelaskan ciri-ciri pasar oligopoli sebagai berikut :

1. Menghasilkan komoditas standart atau komoditas berbeda corak. Ada kalanya perusahaan dalam pasar oligopoli menghasilkan komoditas standart (*standardized product*).
2. Kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah ada kalanya tangguh. Dari kedua kemungkinan ini, mana yang akan terealisasi tergantung kepada berbentuk kerjasama dari perusahaan-perusahaan dalam pasar oligopoli.
3. Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi iklan yang insentif terutama bila perusahaan oligopoli tersebut menghasilkan komoditas yang berbeda karakteristik.

#### **2.1.2.3 Pasar Monopolistik**

Pasar monopolistik adalah bentuk kebalikan dari pasar monopoli. Menurut (Pindyck & Rubinfeld, 2008: 119) suatu pasar bersaing secara monopolistik mempunyai 2 karakteristik utama, yaitu :

1. Perusahaan-perusahaan bersaing dengan menjual produk-produk yang terdeferensiasi, yang sangat dapat digantungkan oleh satu sama lain tetapi bukan pengganti yang sempurna. Dengan kata lain, elastisitas permintaan antar harga (*cross-price elasticity*) besar, tetapi bukan tidak terbatas.
2. Ada kemungkinan untuk masuk dan keluar secara bebas : relatif mudah bagi perusahaan-perusahaan baru untuk memasuki pasar tersebut dengan mereka sendiri dan bagi perusahaan-perusahaan yang sudah ada untuk keluar jika produknya akhirnya tidak lagi menguntungkan.

## 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 Prasetyo (2010) dalam (Kusumah 2018: 297) “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 (CR)

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 4, sehingga dikenal dengan sebagai  $CR_4$ . Jika proporsi pangsa pasarnya ada 3 maka menjadi  $CR_3$  atau proporsi pangsa pasarnya ada 8 maka menjadi  $CR_8$  dan seterusnya dengan perumusan sebagai berikut :

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

“Dimana  $i= 1,2... n$  ialah indeks perusahaan  $i$  dalam industri dan  $MS_i$  ialah pangsa pasar  $i$  untuk industri yang bersangkutan” (Setiawan, 2019: 34-35). 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 CRn ≤ 0 maka memiliki pasar yang relatif kecil. Namun apabila CRn ≥ 0 atau mendekati 1 maka tingkat konsentrasi pasarnya tinggi.

### 2.2.2 Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

Untuk mengetahui jenis struktur pasar dari sebuah komoditas, dapat dihitung menggunakan rasio konsentrasi (CR) dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI). Penelitian ini menggunakan kedua pendekatan tersebut. Penambahan HHI adalah untuk melengkapi kekurangan dari CR, dimana indeks HHI mampu mencerminkan distribusi pangsa pasar dan memberikan bobot kepada pemain terbesar. HHI merupakan ukuran dari konsentrasi pasar dimana untuk menghitungnya dilakukan dengan menjumlahkan kuadrat dari masing-masing pangsa pasar, dengan perumusan sebagai berikut:

$$HHI = \sum_{i=1}^n (MS_i)^2 \dots\dots\dots (2.2)$$

“Dimana  $i = 1, 2, \dots, n$  ialah indeks perusahaan  $i$  dalam industri dan  $MS_i$  ialah pangsa pasar  $i$  untuk industri yang bersangkutan” (Setiawan, 2019: 34-35). Apabila nilai HHI yang didapatkan = 1 maka struktur pasarnya mengarah ke pasar monopoli. Apabila HHI bernilai = 0 struktur pasarnya mengarah pada pasar persaingan sempurna dan bila HHI yang didapatkan bernilai  $0 < HHI < 1$  struktur pasarnya mengarah pada pasar oligopoli.

### 2.3 Teori Harga

Harga adalah satuan nilai tukar yang mewakili suatu barang atau manfaat yang disamakan dengan satuan mata uang. Terbentuknya harga pada suatu komoditas disebabkan oleh hasil interaksi antara penjual dan pembeli. Semakin banyak permintaan barang maka harga akan meningkat, sebaliknya apabila semakin banyak penawaran, maka harga akan menjadi turun. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan dan penawaran dalam interaksi pembentukan harga. “Namun untuk komoditas pangan/pertanian, pembentukan harga tersebut disinyalir lebih dipengaruhi oleh sisi penawaran (*supply shock*) karena sisi permintaan cenderung stabil mengikuti perkembangan trennya” (Prastowo, et al, 2008) dalam (Ruslan, 2016: 9).

Pasar adalah media dalam pembentukan harga, karena interaksi penjual dan pembeli terjadi di pasar. Bila merujuk pada ciri-ciri pasar, harga pada pasar persaingan sempurna cenderung sama. Karena penjual pada pasar persaingan sempurna tidak memiliki kekuatan penuh dalam menentukan harga. Sementara dalam pasar persaingan tidak sempurna, seperti monopoli, oligopoli maupun monopolistik, harga yang terbentuk cenderung beragam atau bervariasi. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian dari masing-masing pengguna pasar.

Komoditas pertanian memiliki jenis pasar yang unik, karena perubahan harga yang terjadi cenderung inelastis. Perubahan harganya bergantung pada interaksi pasar yang terjadi. Apabila semakin banyak produk komoditas yang dibeli atau diminta, maka harganya akan naik. Interaksi ini dapat dirasakan ketika hari raya besar tiba seperti perayaan Natal ataupun saat hari raya Idul Fitri. Dimana

permintaan akan produk hasil pertanian seperti cabe, kentang, tomat, bawang, dan lain sebagainya meningkat dan pada saat yang sama harga dari komoditas ini juga meningkat. Walaupun harganya meningkat, tetapi konsumen tidak dapat mengurangi permintaannya, karena komoditas ini adalah kebutuhan pokok

Sebaliknya, bila semakin banyak produk komoditas pertanian yang ditawarkan di pasar, maka harga produk pertanian tersebut akan turun. Hal ini biasa terjadi saat musim panen tiba. Dimana pada saat itu, jumlah produksi produk pertanian sedang membanjiri pasar. Sehingga harga yang terbentuk adalah hasil kesepakatan petani dan pembeli. Pada beberapa keadaan hal ini sering membuat petani mengalami kerugian, di karenakan harga yang ditawarkan pada petani terlalu murah.

#### **2.4 Integrasi Pasar dan Transmisi Harga**

Keadaan pasar yang terintegrasi dengan baik akan membentuk harga keseimbangan yang berkaitan secara langsung. Untuk mengetahui efisiensi dari integrasi antar pasar yang berinteraksi dapat dilihat dari integrasi pasar dan transmisi harga. Integrasi pasar adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya perubahan harga yang terjadi di pasar acuan seperti pedagang eceran terhadap pasar pengikutnya seperti pasar di tingkat petani. Melalui analisis integrasi pasar, dapat diketahui kecepatan respon pelaku pasar terhadap perubahan harga sehingga dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan tepat dan cepat.

Berdasarkan hubungan pasar yang dianalisis, integrasi pasar dibedakan atas dua jenis yaitu integrasi horizontal *special* dan integrasi vertikal. Agustri (2018: 23) “menjelaskan integrasi horizontal special merupakan tingkat keterkaitan hubungan antara suatu pasar regional dan pasar regional lainnya, sedangkan



integrasi vertikal adalah tingkat keterkaitan hubungan suatu lembaga pemasaran dengan lembaga pemasaran lainnya dalam suatu rantai pemasaran”. Pasar yang terintegrasi oleh dua atau lebih pelaku pasar memiliki hubungan yang peka terhadap perubahan yang terjadi di pasar. Contohnya ketika harga kentang naik pada pedagang pengecer, maka harga pada tingkat petani juga ikut naik, karena hubungan tersebut. Sebaliknya apabila pasar tidak terintegrasi maka informasi tidak akan mudah diterima, dan petani tidak dapat melakukan evaluasi tentang produksi dan harga yang akan di berikan dengan tepat.

Untuk menjaga integrasi pasar, pasar perlu dijaga kedinamisannya. Transmisi harga berfungsi untuk menjaga kedinamisan tersebut. Siswadi, Asnah & Dyanasari (2020: 79) “menjelaskan transmisi harga adalah perpindahan harga dari suatu pasar ke pasar yang lain. Integrasi pasar dan transmisi harga saling berhubungan”. Apabila hubungan antara integrasi pasar dan transmisi harga berjalan dengan baik, maka hal ini akan membawa kesejahteraan bagi pelaku ekonomi di pasar.

#### **2.4.1 Elastisitas Transmisi Harga**

Produk pertanian yang termasuk dalam barang kebutuhan pokok, umumnya memiliki elastisitas transmisi harga yang inelastis. Kusumah (2018: 303) “Hal ini karena pedagang yang memiliki kekuatan monopoli atau oligopsoni dapat mengendalikan harga beli dari petani sehingga walaupun harga di tingkat konsumen relatif tetap tetapi pedagang dapat menekan harga beli dari petani untuk memaksimalkan keuntungannya”.

Irawan (2007: 366) “pada pasar dengan kekuatan monopsoni/oligopsoni pedagang kerap memberikan informasi harga yang tidak sempurna kepada petani

untuk memaksimalkan keuntungannya”. Berdasarkan teori Cobweb penyebab perubahan harga yang diterima petani dan pedagang adalah karena reaksi yang terlambat (*time lag*) dari produsen (petani) terhadap harga. Sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama dan informasi yang akurat untuk mendapatkan harga yang seimbang (*equilibrium*).

Analisis elastisitas transmisi harga adalah sebuah gambaran yang nilainya dapat digunakan untuk melihat sejauh mana dampak perubahan harga dari petani bila harga di tingkat pengecer mengalami perubahan. Menurut Hasyim (2003) dalam Paryitno, Hasyim & Situmorang (2013: 21-22) elastisitas transmisi harga dapat diukur dengan menggunakan rumus matematis sebagai berikut :

$$Et = \{ (Pr / Pr) / ( Pf / Pf) \} \dots\dots\dots (2.3)$$

Kemudian disederhanakan menjadi :

$$Et = \{ ( Pr x Pr) / ( Pf xPf) \} \dots\dots\dots (2.4)$$

Karena Pf dan Pr berhubungan linear maka dapat ditulis, sebagai berikut :

$$Pf = a + b Pr \dots\dots\dots (2.5)$$

Untuk memperoleh elastisitas transmisi harga dari regresi linear sederhana diatas, persamaan tersebut ditransformasikan menggunakan logaritma natural, sebagai berikut.

$$\ln Pf = \ln a + b \ln Pr \dots\dots\dots (2.6)$$

Menurut Sugiarto, et al., (2002: 142) Jadi, jika pasangan data dilogaritmakan terlebih dahulu maka regresi linear akan menghasilkan koefisien b yang menunjukkan elastisitas; sedangkan jika yang diregresikan adalah data aslinya maka koefisien b menunjukan *slope*.

Dimana :

$P_f$  : Harga di tingkat petani

$P_r$  : Harga di tingkat pedagang pengecer

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 pasar yang dihadapi belum efisien dan terdapat kekuatan monopoli maupun oligopoli.

## **2.5 Penelitian Terdahulu**

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

**Tabel 2. 1 : Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ayomi, N. M. S., Bambang, M. S., & Wiludjeng, R (2020: 159-166) Analisis Fluktuasi dan Elastisitas Transmisi Harga Kentang Di Kabupaten Magelang.	Untuk menganalisis fluktuasi harga dan elastisitas transmisi harga kentang di Kabupaten Magelang.	Untuk mengetahui fluktuasi harga dengan koefisien keragaman dan untuk mengetahui elastisitas tranmisi harga adalah regresi linear sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai koefisien keragaman sebesar 15,70% sehingga fluktuasi harga kentang di tingkat pedagang pengecer cukup tinggi, dan nilai elastisitas transmisi harga kentang di Kabupaten Magelang inelastis.
2	Anggraeni, M. D., & Baladina, N. (2018: 69-79) Analisis struktur, perilaku dan penampilan pasar kentang di Desa Sumberbrantas, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis.	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran kentang di Desa Sumberbrantas secara lebih lengkap dengan menggunakan pendekatan struktur, perilaku, dan penampilan pasar kentang.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar, Indeks Hirschmsn Herfindal (IHH), CR4, Indeks Rosentbluth, dan Koefisien Gini</li> <li>2. Pendektan perilaku pasar menggunakan analisis deskriptif kualitatif.</li> <li>3. Pendekatan penampilan</li> </ol>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. struktur pasar kentang di Sumberbrantas adalah oligopoli.</li> <li>2. Perilaku pasar menunjukkan cukup banyak kolusi dan strategi yang dilakukan lembaga pemasaran untuk melemahkan posisi pedagang yang berada di level bawahnya, sedangkan</li> </ol>

			<p>petani hanya sebagai pihak price taker</p> <p>3. Analisis penampilan pasar menghasilkan marjin pemasaran dan nilai R/C ratio yang bervariasi antar lembaga pemasaran, dengan <i>share</i> harga yang diterima petani dari harga yang dibayarkan konsumen relatif kecil, sedangkan saluran pemasaran kentang yang paling efisien terdapat pada saluran III dengan total marjin rendah.</p>	
3	<p>Kusumah, T.A(2018: 294-304) Elastistas Transmisi Harga Komoditas Cabai Merah di Jawa Tengah</p>	<p>Untuk :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui struktur pasar produksi cabai merah di Jawa Tengah.</li> <li>2. Menganalisis elastisitas transmisi harga cabai merah ditingkat</li> </ol>	<p>pasar menggunakan analisis margin pemasaran berdasarkan konsep produk referensi dan analisis MEI (<i>Market Efficiency Indeks</i>).</p> <p>Alat analisis yang digunakan adalah analisis rasio konsentrasi (CRn) dan analisis elastisitas transmisi harga (Et) digunakan regresi linear sederhana.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Struktur pasar produksi yang terbentuk di Jawa Tengah secara umum bersifat oligopsoni ketat.</li> <li>2. Hasil elastisitas harga disimpulkan bahwa di</li> </ol>

		petani dan tingkat pedagang di Kabupaten Magelang, Temanggung dan Brebes.		Kabupaten Magelang, Temanggung bersifat elastis ( $E > 1$ ). Sedangkan Brebes bersifat inelastis ( $E < 1$ ) yang artinya kepekaan perubahan harga di tingkat petani lebih kecil dari pada perubahan harga di tingkat pedagang.
4	Masyithoh, S. R., Relawati, R., & Nigsih, G. M. (2021: 114-120) Struktur Pasar Komoditas Kentang Asal Batu di Malang Raya	Untuk menganalisis struktur pasar kentang dari Batu di Malang Raya (meliputi Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu).	Alat analisis yang digunakan untuk analisis struktur pasar meliputi pangsa pasar, Rasio Konsentrasi (CR4) dan Indeks Herfindahl Hirschman (IHH).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar komoditas kentang asal Batu di Malang Raya diukur dari konsentrasi (CR4) adalah oligopoli, dengan CR4 pada berbagai pelaku pasar berkisar antara 61,9% hingga 76,9% atau berada pada kisaran 40% hingga 80%. Secara konsisten struktur pasar kentang diukur dengan IHH juga menunjukkan kategori oligopoli, yakni dengan kisaran 0,1258 hingga 0,3757 pada berbagai level pelaku pasar.

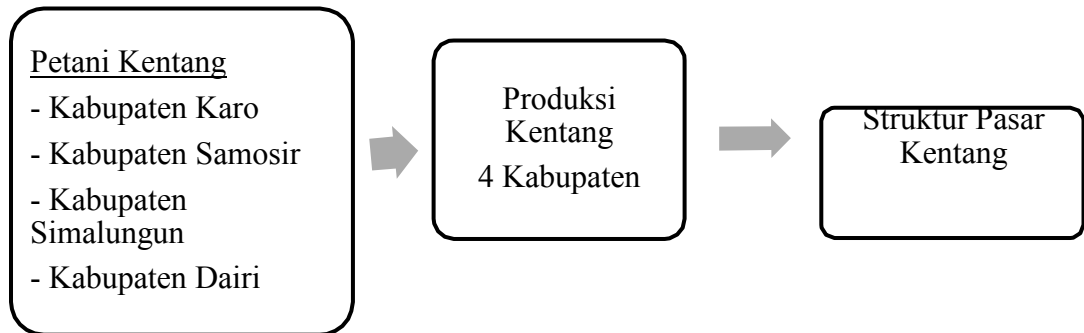
				Artinya di dalam struktur pasar oligopoli, petani sebagai penerima harga.
--	--	--	--	---

## 2.6 Kerangka Pemikiran

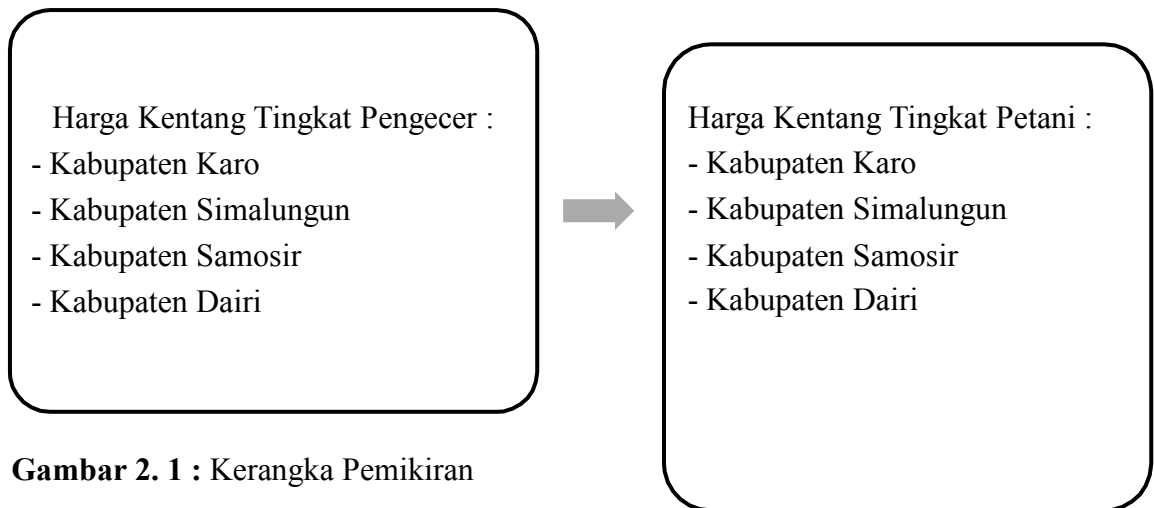
Keadaan yang sering dihadapi oleh petani dalam memasarkan hasil pertaniannya adalah harga yang sering mengalami fluktuasi. Keadaan ini memberikan kesempatan bagi pedagang dalam mempermainkan harga. Sehingga yang terjadi adalah harga yang diterima oleh pedagang bukanlah harga yang diterima oleh petani. Besarnya perubahan harga di tingkat pedagang yang mempengaruhi harga di tingkat petani, dapat dilihat melalui elastisitas transmisi harga. Adapun konsentrasi pasar adalah untuk mengetahui struktur pasar yang terbentuk. Hal ini akan menunjukkan seberapa terkonsentrasinya pasar tersebut.

Untuk melihat bentuk struktur pasar dari struktur pasar kentang di Sumatera Utara digunakan data produksi kentang yang diambil dari 4 kabupaten sentra kentang yaitu kabupaten Karo, kabupaten Samosir, kabupaten Simalungun dan kabupaten Dairi. Dari Elastisitas transmisi harga akan dilihat seberapa besar perubahan harga kentang pada tingkat petani di 4 kabupaten sentra kentang di Sumatera Utara bila terjadi perubahan harga kentang pada tingkat pedagang pengecer di 4 kabupaten sentra Sumatera Utara.

### A. Kerangka Pemikiran Struktur Pasar Produksi



### B. Kerangka Pemikiran Elastisitas Transmisi Harga



**Gambar 2. 1 : Kerangka Pemikiran**

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang ada dimana kebenarannya masih perlu dikaji dan diteliti melalui data yang ada. Suatu hipotesis dianggap baik apabila memenuhi kriteria berikut : “hipotesis harus menyatakan hubungan, harus sesuai dengan fakta, harus sesuai dengan ilmu, harus dapat diuji, harus sederhana, dan harus dapat menerangkan data” (Hasan, 2004: 31). Berdasarkan latar belakang dan kajian Pustaka yang sudah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini adalah :



1. Bentuk struktur pasar komoditas kentang di 4 Sumatera Utara adalah pasar persaingan tidak sempurna oligopoli.
2. Elastisitas transmisi harga antara petani dan pedagang pada 4 sentra kentang di Sumatera Utara tidak terjadi dengan sempurna ( $E < 1$ ).

## **BAB III METODE**

### **PENELITIAN**

#### **3.1 Sumber dan Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder, yaitu adalah 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 digunakan data harga petani dan pengecer di 4 kabupaten Sentra pada bulan Januari 2019 - Desember 2020. Sedangkan untuk mengetahui struktur pasar kentang data yang digunakan adalah data produksi kentang di 4 kabupaten sentra tahun 2013-2020.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui struktur pasar, komoditas pasar dan elastisitas transmisi harga antara petani dan pedagang kentang di 4 kabupaten sentra kentang Sumatera Utara.

#### **3.3 Model Analisis**

##### **3.3.1 Rasio Konsentrasi (CR)**

“Rasio konsentrasi (*concentration ratio, CR*) secara luas dipergunakan untuk mengukur pangsa pasar dari *output, value added*, jumlah pegawai dan nilai tambah dari total industri” (Miar & Batubara, 2019: 125). Indeks perhitungan CR adalah untuk melihat seberapa terkonsentrasi pasar komoditas kentang 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 kentang, dilakukan pengukuran konsentrasi pangsa pasar, yaitu dengan menjumlahkan total output dari 4 produsen kentang terbesar yaitu kabupaten Karo, kabupaten Simalungun, kabupaten Samosir, dan kabupaten Dairi, kemudian membagikannya dengan total output produksi kentang 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 :

$$CR_4 = \frac{MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4}{MS_i} \times 100\% \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

MS1 : Produksi kabupaten Karo

MS2 : Produksi kabupaten Simalungun

MS3 : Produksi kabupaten Samosir

MS4 : Produksi kabupaten Dairi

MSi : Produksi kentang Sumatera Utara

Nilai dari CR<sub>4</sub> menunjukkan peresentasi dari output oleh empat 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**

<b>Level Konsentrasi</b>	<b>CR4</b>	<b>Indikasi Struktur Pasar</b>
Sangat tinggi	100,00	Monopoli
Tinggi	100>CR4>80	Highly concentrated oligopoly
Medium	80>CR4>50	Oligopoly
Rendah	50>CR4>0	Monopolistic competition oligopoly
Sangat rendah	0	Pasar persaingan sempurna

*Sumber : Miar & Batubara (2019)*

### 3.3.2 HHI (*Herfindahl-Hirschman Index*)

*Herfindahl Hirschman Index* (HHI) adalah metode selanjutnya yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi pasar. Dalam penelitian ini perhitungan HHI dilakukan dengan mengkuadratkan 4 pangsa pasar terbesar di Sumatera Utara, kemudian menjumlahkan seluruh hasil kuadrat tersebut dan dikali dengan 10.000. Kabupaten yang menjadi pangsa pasar terbesar di Sumatera Utara meliputi kabupaten Karo, kabupaten Simalungun, kabupaten Samosir, kabupaten Dairi, kabupaten ini telah mendominasi lebih dari 90% produksi kentang di Sumatera Utara. Untuk menentukan nilai HHI dari tahun 2013-2020, nilai HHI tiap tahun dirata-ratakan. HHI dihitung dengan menggunakan *software* MS Excel. Adapun rumus yang digunakan untuk mengetahui konsentrasi rasio adalah sebagai berikut.

$$HHI= (MS1)^2 + (MS2)^2 + (MS3)^2+(MS4)^2 \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

MS1 : Pangsa Pasar Terbesar Pertama

MS2 : Pangsa Pasar Terbesar Kedua

MS3 : Pangsa Pasar Terbesar Ketiga

MS4 : Pangsa Pasar Terbesar Empat

Aziz dan Adrison (2020: 93) menyatakan “rentang HHI dan indikasinya adalah sebagaimana berikut :

1. Nilai HHI di bawah 0,01 (atau 100) menunjukkan industri dengan pasar yang sangat kompetitif.
2. H dibawah 0,15 (atau 1.500) menunjukkan industri dengan pasar yang tidak terkonsentrasi
3. H antara 0,15 hingga 0,25 (atau 1.500 hingga 2.500) menunjukkan industri dengan tingkat konsentrasi sedang.
4. H diatas 0,25 (diatas 2.500) menunjukkan konsentrasi tinggi.”

### 3.3.3 Elastisitas Transmisi Harga

Untuk menganalisis transmisi harga antara petani dan pedagang digunakan analisis transmisi harga. Analisis transmisi harga merupakan analisis yang memberikan gambaran sejauhmana dampak perubahan harga dari suatu barang disuatu tempat (dalam hal ini hasil pertanian, yaitu kentang) atau tingkatan terhadap perubahan harga barang itu di tempat atau pada tingkatan lain. Untuk mengetahui elastisitas transmisi harga yang terjadi di 4 kabupaten sentra kentang Sumatera Utara dapat menggunakan persamaan yang menghubungkan antara harga di tingkat produsen kentang di Karo, Simalungun, Samosir dan Dairi dengan harga yang ada di tingkat pengecer Karo, Simalungun, Samosir dan Dairi. Transmisi harga dapat diukur dengan regresi linear sederhana. Secara sistem elastisitas transmisi harga (Et) dapat dituliskan dengan rumusan sebagai berikut :

#### a. Elastisitas Transmisi Harga Kentang Kabupaten Karo

$$P_{fk} = a_0 + a_1 P_{rk} \dots\dots\dots (3.3)$$

Ditransformasikan dalam bentuk linear menjadi :

$$\ln P_{fk} = \ln a_0 + a_{11} \ln P_{rk} \dots\dots\dots (3.4)$$

Dimana :

$a_0$  : Intersep

$a_{11}$  : Koefisien elastisitas transmisi harga pada tingkat petani kabupaten Karo

$P_{fk}$  : Harga kentang pada tingkat petani di kabupaten Karo

$P_{rk}$  : Harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Karo

**Hipotesis yang digunakan :**

$H_0$  :  $a_1 = 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Karo tidak berpengaruh terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Karo.

$H_1$  :  $a_1 > 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Karo berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Karo.

**b. Elastisitas Transmisi Harga Kentang Kabupaten Simalungun**

$$P_{fsi} = b_0 + b_1 P_{rsi} \dots \dots \dots (3.7)$$

Ditransformasikan menjadi :

$$\ln P_{si} = \ln b_0 + b_1 \ln P_{rsi} \dots \dots \dots (3.8)$$

Dimana :

$b_0$  : intersep

$b_1$  : Koefisien elastisitas transmisi harga pada tingkat petani kabupaten Simalungun

$P_{fsi}$  : Harga kentang tingkat petani di kabupaten Simalungun

$P_{rsi}$  : Harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Simalungun

**Hipotesis yang digunakan :**

H0 :  $b_1 = 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Simalungun tidak berpengaruh terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Simalungun.

H1 :  $b_1 > 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Simalungun berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Simalungun.

**c. Elastisitas Transmisi Harga Kentang Kabupaten Samosir**

$$P_{fsa} = c_0 + c_1 P_{rsa} \dots\dots\dots (3.11)$$

Ditransformasikan menjadi :

$$\ln P_{fsa} = \ln c_0 + c_1 \ln P_{rsa} \dots\dots\dots (3.12)$$

Dimana :

$c_0$  : intersep

$c_1$  : Koefisien elastisitas transmisi harga pada tingkat petani di kabupaten Samosir

$P_{rhh}$  : Harga kentang pada tingkat petani di kabupaten Samosir

$P_{rm}$  : Harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Samosir

**Hipotesis yang digunakan :**

H0 :  $c_1 = 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Samosir tidak berpengaruh terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Samosir.

H1 :  $c_1 > 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Samosir berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Samosir.

**d. Elastisitas Transmisi Harga Kentang Kabupaten Dairi**

$$P_{fd} = d_0 + d_1 P_{rd} \dots \dots \dots (3.15)$$

Ditransformasikan menjadi :

$$\ln P_{fd} = \ln d_0 + d_1 \ln P_{rd} \dots \dots \dots (3.16)$$

Dimana :

$d_0$  : intersep

$d_1$  : Koefisien elastisitas transmisi harga pada tingkat petani kabupaten Dairi

$P_{fd}$  : Harga kentang pada tingkat petani di kabupaten Dairi

$P_{rd}$  : Harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Dairi

**Hipotesis yang digunakan :**

H0 :  $d_1 = 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Dairi tidak berpengaruh terhadap harga kentang tingkat petani di Dairi.

H1 :  $d_1 > 0$ , artinya harga kentang tingkat pedagang pengecer di kabupaten Dairi berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga kentang tingkat petani di kabupaten Dairi.

Kriteria elastisitas transmisi harga :

$E_t = 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen sama dengan laju perubahan harga di tingkat petani, pasar yang dihadapi oleh seluruh pelaku pasar adalah bersaing sempurna, dan sistem tataniaga yang terjadi sudah efisien.



$E_t > 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih kecil dari pada laju perubahan harga di tingkat petani, terdapat kekuatan monopoli atau oligopoli dalam sistem tataniaga tersebut sehingga sistem tataniaga yang berlaku belum efisien.

$E_t < 1$ , berarti laju perubahan harga di tingkat konsumen lebih besar dari pada laju perubahan harga di tingkat petani, terdapat kekuatan monopsoni atau oligopsoni dalam sistem tataniaga tersebut sehingga sistem tataniaga yang berlaku belum efisien.

### **3.4 Definisi Operasional**

“Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati” (Syahrudin & Salim, 2007: 108). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Struktur pasar kentang adalah pengolahan bentuk pasar produksi kentang berdasarkan tingkat konsentrasi pasar yang diukur menggunakan alat analisis  $CR_4$ .
2. Elastisitas transmisi harga kentang adalah gambaran sejauh mana dampak perubahan harga kentang pada pengecer di kabupaten Karo, Simalungun, Samosir, Dairi, terhadap perubahan harga kentang pada petani di kabupaten Karo, Simalungun, Samosir, dan Dairi.
3. Petani produsen kentang adalah pihak yang melakukan kegiatan produksi kentang di Sumatera Utara dalam hal ini adalah petani Karo, Simalungun, Samosir, dan Dairi.

4. Produksi kentang adalah banyaknya hasil dari tanaman kentang menurut bentuk produksi (hasil) yang diambil berdasarkan luas lahan yang dipanen pada bulan/triwulan laporan, diukur dengan satuan ton. Dalam hal ini adalah produksi kentang di Karo, Simalungun, Samosir, dan Dairi.
5. Harga kentang petani produsen adalah harga yang diterima petani kentang di Karo, Simalungun, Samosir, dan Dairi dari kentang yang sebelum memasukkan biaya transportasi dan pengepakan kedalam harga penjualan, diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/Kg)
6. Harga kentang tingkat pedagang pengecer pada tingkat kabupaten adalah harga transaksi antara penjual dan pembeli kentang di pasar Karo, pasar Simalungun, pasar Samosir, dan pasar Dairi 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).