

STRUKTUR PASAR BUAH PISANG DI KABUPATEN SUMENEP

(Market Structure of Banana Fruit in Sumenep Regency)

Nur Cholifatul Jannah, Purwati Ratna Wahyuni, Hopid*

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian

Universitas Wiraraja Madura

*email: hopid@wiraraja.ac.id

SUBMITTED 30 September 2022, REVISED 17 Oktober 2022, ACCEPTED 25 November 2022

ABSTRACT

The fruit that is much loved and consumed by all people is bananas with various types. Banana fruit production in Sumenep Regency is spread over several sub-districts, allowing business actors (traders) of bananas to maximize the marketing of bananas so that there is no market imbalance. Market inequality occurs because there is an imbalance between the number of sellers and only a few buyers in the market, as a result, prices are determined by those who have great market power. In this condition, it can reflect whether the market structure is running perfectly or not. This study aims to determine and analyze the market structure of bananas in Sumenep Regency. The research method used is a survey method with interviews with traders in three sub-districts (Pragaan, Batuputih, and Rubaru). Determination of the sample using a snowball sampling technique. The data analysis technique in this study used qualitative description. The results showed that the banana market structure in Sumenep Regency with the CR4 and HHI approaches led to a monopolistic market.

Keywords: Market Structure, Banana, CR4, HHI, MES

INTISARI

Buah yang banyak digemari dan dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat adalah pisang dengan berbagai macam jenisnya. Produksi buah pisang di Kabupaten Sumenep tersebar di beberapa wilayah kecamatan, memungkinkan para pelaku usaha (pedagang) buah pisang untuk memaksimalkan pemasaran buah pisang supaya tidak terjadi ketimpangan pasar. Ketimpangan pasar terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara banyaknya penjual dengan pembeli yang hanya ada beberapa di pasar, akibatnya harga ditentukan oleh pihak yang memiliki kekuatan pasar yang besar. Pada kondisi ini dapat mencerminkan apakah struktur pasar berjalan secara sempurna atau tidak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis struktur pasar buah pisang di Kabupaten Sumenep. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan wawancara terhadap para pedagang di tiga kecamatan (Pragaan, Batuputih dan Rubaru). Penentuan sampel menggunakan teknik *snowball sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar buah pisang di Kabupaten Sumenep dengan pendekatan CR4 dan HHI menuju pada pasar monopolistik.

Kata kunci: Struktur Pasar, Pisang, CR4, HHI, MES

PENDAHULUAN

Pisang merupakan tanaman hortikultura yang banyak dijumpai hampir di seluruh wilayah Indonesia, karena iklim dan kondisi tanah yang sesuai dengan kondisi yang dibutuhkan pisang untuk tumbuh. Buah pisang menjadi salah satu buah primadona bagi sebagian besar rumah tangga dan menjadi salah satu makanan penyaji utama dalam kelompok buah-buahan (Bunga *et al.*, 2020).

Pisang terdiri dari berbagai macam varietas sehingga buahnya memiliki bentuk, ukuran, rasa dan warna yang beraneka ragam (Riyanto dan Pasaribu, 2021). Varietas pisang yang banyak dikenal dan digemari masyarakat adalah pisang kepok, pisang raja, pisang ambon, pisang cavendish, pisang susu, pisang mas (Sejati, 2017).

Pengembangan komoditas pisang bertujuan memenuhi kebutuhan akan konsumsi buah-buahan seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gizi dimana buah pisang merupakan sumber vitamin, antioksidan mineral dan juga karbohidrat. Komoditas pisang mempunyai prospek cerah untuk dikembangkan karena hampir setiap orang dari segala lapisan masyarakat gemar mengkonsumsi buah pisang segar atau pun olahan (Komaryati & Suyatno, 2012). Kandungan gizi yang terdapat pada buah pisang masak adalah kalium, yaitu sebanyak 373 mg per 100g pisang, vitamin A 250-335 g per 100g pisang (R. T. Wulandari *et al.*, 2018).

Jawa Timur termasuk sentra produksi pisang di Indonesia. Salah satu kabupaten di Pulau Madura yang ikut andil dalam menyumbang (menyemplai) produksi buah pisang adalah Kabupaten Sumenep. Sentra produksi buah Pisang di Kabupaten Sumenep berada di Kecamatan Batuputih, Pragaan, dan Rubaru (BPS Sumenep, 2021). Menurut Badan Pusat Statistik Sumenep (2019), produksi buah pisang di Kabupaten Sumenep sebesar 21.778,5 ton. Jumlah produksi buah pisang ini tidak hanya dipasarkan di Sumenep saja namun juga dipasarkan keluar Sumenep seperti Pamekasan, Sampang, Bangkalan, Surabaya, Bali, dan lain-lain.

Pisang merupakan salah satu komoditas hortikultura yang memiliki sifat tidak tahan lama dan mudah rusak maka dari itu dibutuhkan pemasaran yang lebih cepat dan tepat agar pemasaran lebih efisien. (Susilowati, 2019). Pemasaran pisang di

Kabupaten biasanya petani menjual sendiri ke pasar atau melewati pedagang, baik pedagang besar maupun pedagang kecil. Pedagang pisang ini mencari ke desa-desa dengan mendatangi petani yang memiliki tanaman pisang yang telah berbuah, baik dalam jumlah kecil maupun besar. Biasanya pedagang membeli pisang kepada petani sebelum pisang masak secara fisik karena dikhawatirkan didahului pedagang lain dengan sistem panjar baik buah pisang yang sudah dipotong dari pohonnya maupun yang masih ada di pohonnya. Ada beberapa pedagang lebih menyukai membeli buah pisang ke petani masih dalam keadaan buah pisang ada di pohon dan masih cenderung kecil. Hal ini bukan hanya khawatir didahului pedagang lain namun harganya jauh lebih murah.

Pemasaran buah pisang di Kabupaten Sumenep relatif lancar karena buah pisang termasuk tanaman hortikultura yang tidak mengenal musim, sehingga pasar dapat disuplai terus-menerus. Penanaman pisang di Kabupaten Sumenep biasanya ditanam di kebun dan pekarangan, seperti di tepian lahan. Penanaman pisang kebanyakan tidak dibudidayakan oleh petani secara optimal karena menganggap bisa tumbuh dan berbuah walaupun tanpa adanya pemeliharaan yang intensif.

Banyaknya produksi buah pisang di Kabupaten Sumenep, memungkinkan para pelaku usaha buah pisang untuk memaksimalkan pemasaran buah pisang di pasar sehingga tidak terjadi ketimpangan pasar. Ketimpangan pasar terjadi karena adanya ketidakseimbangan antara banyaknya penjual dengan pembeli yang hanya ada beberapa di pasar, akibatnya harga ditentukan oleh pihak yang memiliki kekuatan pasar yang besar. Pada kondisi ini dapat mencerminkan apakah struktur pasar berjalan secara sempurna atau tidak.

Struktur pasar yang tidak sempurna memberikan keuntungan yang tidak adil kepada setiap pelaku usaha (Saragih dalam Kuncana & Malia, 2018). Dengan mengetahui struktur pasar akan memberikan gambaran sejauh mana peranan pelaku pasar di dalam pasar buah pisang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis struktur pasar buah pisang di Kabupaten Sumenep

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Sumenep dalam kurun waktu 3 bulan, dari bulan Februari sampai April 2022. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja atau *purposive*. Alasan pemilihan lokasi penelitian di kabupaten Sumenep dengan memilih 3 kecamatan yaitu Pragaan, Rubaru dan Batuputih karena merupakan sentra produksi pisang terbesar di Kabupaten Sumenep dan pemasarannya sudah sampai keluar Kabupaten.

Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang pisang. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk menentukan jumlah sampel sebanyak 47 orang responden yang terdiri dari Kecamatan Pragaan 22 pedagang, Kecamatan Batuputih 16 pedagang dan Kecamatan Rubaru 9 pedagang

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari survey yang dilakukan di 3 Kecamatan yang dipilih dan wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) yang telah disiapkan sebelumnya. Data sekunder merupakan data penunjang yang berasal dari instansi atau lembaga yang berhubungan dengan topik penelitian yang diteliti dan juga berasal dari internet, atau literatur dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab tujuan pada penelitian ini yaitu menggunakan analisis Struktur Pasar. Adapun perhitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. *Pangsa Pasar*

Pangsa pasar (market share) adalah persentase dari total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu pedagang (potensi pasar dibagi jumlah penjualan) dengan rumus dibawah ini.

$$\text{market share} = \frac{\text{nilai output}}{\text{total nilai output}}$$

b. *Konsentrasi Pasar*

Alat yang digunakan untuk mengukur konsentrasi pasar adalah *Concentration Ratio For Biggest Four* (CR₄). CR₄ digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli (pedagang) terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga

bisa diketahui secara umum gambaran imbalan kekuatan posisi tawar-menawar penjual terhadap pembeli, CR₄ diformulasikan sebagai berikut:

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 S_i$$

$$S_i = \sum_{i=1}^4 \frac{ni}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

S_i = pangsa pasar perusahaan ke-i

ni = volume penjualan pedagang ke-i

N = keseluruhan volume penjualan di pasar

Untuk mendukung metode penghitungan Cr₄ digunakan pengukuran HHI atau dikenal dengan *Hirschman Herfindahl Indeks* dengan rumus:

$$HHI : \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Keterangan:

S_i = Pangsa pasar (market share) ke i

n = Jumlah pedagang yang ada pada suatu wilayah pasar produk. Pedagang ke-i (i=1,2,3,...,n)

Kriteria HHI

- 1.800–10.000, pasar monopoli (konsentrasi tinggi-sangat tinggi)
- 1000–1.800, pasar oligopoli (konsentrasi sedang)
- 0–1000, pasar persaingan sempurna (konsentrasi sangat rendah). (Anindita dan Baladina, 2017)

Menurut Hasibuan (dalam Arini 2013) untuk nilai HHI berkisar antara 0-1000 dipetakan menjadi dua. Jika nilai HHI lebih dari 100 dan kurang dari 1000 maka termasuk pada pasar monopolistik dan jika nilai HHI kurang dari 100 maka termasuk pada pasar persaingan sempurna.

c. Hambatan Masuk

Perilaku pasar dan produsen lama yang ada di pasar dipengaruhi oleh sejumlah produsen baru yang keluar masuk pasar. Pengaruh ini dapat bersifat negatif jika produsen lama tidak dapat bertahan, sehingga akan menurunkan tingkat keuntungan yang didapat, salah satu cara yang digunakan agar dapat bersaing maka

para pesaing harus memiliki Minimum Efficiency Scale (MES), dengan mengukur skala ekonomis melalui pendekatan nilai output perusahaan terbesar dibagi dengan total output.

$$MES = \frac{\text{output perusahaan terbesar}}{\text{output total}} \times 100\%$$

Menurut Jaya dalam Nahraeni *dkk* (2018), Kriteria pengambilan keputusannya:

(MES) > 10%, hambatan masuk sulit.

(MES) < 10%, hambatan masuk mudah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Struktur Pasar

a. Pangsa Pasar

Menurut George (dalam Zuher 2021) Pangsa pasar merupakan presentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun revenue dan dihitung berdasarkan *specific entry*.

Tabel 1. Pangsa Pasar Pedagang Besar

Nama	Kecamatan	Jumlah Penjualan Pisang (tandan/Minggu)	Pangsa Pasar (Si)
Sinal	Pragaan	1500	9,93
Salamet	Pragaan	1300	8,61
Suwito	Pragaan	1200	7,95
Hasnawi	Pragaan	1100	7,28
Ridwan	Pragaan	1000	6,62
Adi	Pragaan	1000	6,62
Safed	Pragaan	1000	6,62
Fauzi	Pragaan	1000	6,62
Hosnan	Pragaan	900	5,96
Safiuddin	Pragaan	900	5,96
Tomo	Pragaan	850	5,63
Hani	Batuputih	800	5,30
Hairi	Batuputih	100	0,66
waris	Batuputih	600	3,97
Erdi	Batuputih	500	3,31
Misnal	Batuputih	300	1,99
Sadik	Batuputih	300	1,99
Pa'ong	Batuputih	100	0,66
Subairi	Rubaru	650	4,30

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Tabel 2. Pangsa Pasar Pedagang Kecil

Nama	Kecamatan	Jumlah Penjualan Pisang (tandan/minggu)	Pangsa Pasar (Si)
Samsul	Pragaan	40	5,15
Abdurrahman	Batuputih	45	5,79
Dullah	Batuputih	40	5,15
Zaini	Batuputih	40	5,15
Adnia	Batuputih	65	8,36
Alwi	Batuputih	30	3,86
Imam	Batuputih	25	3,22
Marsu'din	Batuputih	25	3,22
Ershad	Batuputih	25	3,22
Ridha'i	Batuputih	25	3,22
Asmawi	Batuputih	25	3,22
Adnan	Batuputih	20	2,57
Edi	Batuputih	20	2,57
Hasan	Batuputih	22	2,83
Sumamba	Batuputih	22	2,83
Ros	Batuputih	22	2,83
Ismail	Batuputih	22	2,83
Safi'i	Batuputih	22	2,83
Rabi'a	Batuputih	22	2,83
Sumo	Batuputih	22	2,83
Rasit	Batuputih	22	2,83
Nabhi	Batuputih	22	2,83
Asmoni	Batuputih	22	2,83
Syiri	Batuputih	22	2,83
Tola'	Rubaru	25	3,22
Maddewi	Rubaru	25	3,22
Halili	Rubaru	25	3,22
Holel	Rubaru	35	4,50

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Hasil perhitungan diatas menunjukkan tidak satupun pedagang yang memiliki pangsa pasar yang melebihi 10% namun beberapa pedagang memiliki pangsa pasar yang mendekati angka 10% artinya beberapa pedagang ini memiliki kemungkinan untuk mempengaruhi harga di pasar. Kategori pedagang besar, pangsa pasar terbesar dimiliki oleh Bapak Sinal 9,93% dan untuk pangsa pasar terkecil dimiliki oleh Bapak Hairi dan Bapak Pa'ong masing-masing sebesar 0,66%. Sedangkan untuk kategori pedagang kecil, pangsa pasar terbesar dimiliki Ibu Adnia sebesar 8,36% dan untuk pasar terendah dimiliki Bapak Adnan dan Bapak Edi masing-masing sebesar 2,57%

b. Konsentrasi Pasar

1. *Concentration Ratio For Biggest Four (CR₄)*

CR₄ merupakan penggabungan rasio konsentrasi empat pedagang terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga bisa diketahui secara umum gambaran imbalan kekuatan posisi tawar-menawar penjual terhadap pembeli.

Tabel 3. Analisis CR₄

Nama	Jumlah penjualan PB	Pangsa Pasar (Si%)	CR ₄	Nama	Jumlah penjualan PK	Pangsa Pasar (Si%)	CR ₄
Sinal	1500	9,93	33,77	Adnia	65	8,36	24,45
Salamat	1300	8,61		Abdurrahman	45	5,79	
Suwito	1200	7,95		Zaini	40	5,15	
Hasnawi	1100	7,28		Dullah	40	5,15	

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4 rata-rata rasio konsentrasi empat pedagang terbesar (CR₄) yakni pada pedagang besar dan pedagang kecil buah pisang adalah sebesar 33,77% dan 24,45%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar termasuk dalam pasar persaingan monopolistik. Sesuai dengan penelitian Zuher *dkk* (2021), jika nilai ratio konsentrasinya lebih dari 20 persen dan kurang dari 40 persen maka konsentrasi pasar berada di persaingan pasar monopolistik. Pasar persaingan monopolistik berarti memiliki banyak pesaing, tidak kuat dalam menentukan harga dan jenis buah yang diperjualbelikan beragam. Jenis buah pisang yang biasa diperdagangkan adalah pisang kepok, pisang raja, pisang mas dan lain-lain.

Tabel 4. Kriteria struktur pasar pada nilai CR₄

Rasio	Struktur Pasar
CR ₄ < 20%	Pasar persaingan sempurna
20% < CR ₄ < 40%	Pasar monopolistik
40% < CR ₄ < 80%	Pasar oligopoli
CR ₄ > 80%	Pasar monopoli.

Sumber : Cammer (dalam Aminursita & Abdullah, 2018)

Hasil dari perhitungan CR₄ selaras dengan data yang didapat di lapangan bahwa di pasar terdapat banyak pedagang, harga ditentukan dari persetujuan antar pedagang baik pedagang besar maupun pedagang kecil.

2. *Herfindahl Hirschman Index (HHI)*

HHI adalah ukuran konsentrasi pasar dengan menjumlahkan kuadrat dari pangsa pasar masing-masing perusahaan di industri. HHI digunakan untuk menghitung tingkat konsentrasi pasar suatu pasar untuk mendukung perhitungan CR₄.

Tabel 5. Analisis HHI

Nama PB	Market Share (Si)	HHI (Si ²)	Nama PK	Market Share (Si)	HHI (Si ²)
Sinal	0,0993	0,00986	Adnia	0,0836	0,006989
Salamat	0,0861	0,00741	Abdurrahman	0,0579	0,003352
Suwito	0,0795	0,00632	Zaini	0,0515	0,002652
Hasnawi	0,0728	0,0053	Dullah	0,0515	0,002652
Total (x10.000)		0,028894 288,94	Total (x10.000)		0,015646 156,46

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil analisis nilai *Herfindahl Hirschman Index (HHI)* pedagang besar dan pedagang kecil buah pisang masing-masing bernilai lebih besar dari 0 yaitu sebesar 288.94 dan 156,6. Menurut pendapat Baye dalam Nahraeni *dkk* (2018), jika nilai HHI 0, maka terdapat perusahaan-perusahaan dalam industri yang sangat kecil. Namun, jika nilai di atas 0 hingga 10 000 ($> 0-10.000$) mengindikasikan bahwa pangsa pasarnya bernilai 1, artinya CR berada pada sedikit persaingan untuk menjual ke konsumen (pasar terkonsentrasi) atau konsentrasi pasarnya rendah.

Dilihat dari kriteria konsentrasi HHI jika konsentrasi HHI berada di antara 100 dan 1000 maka tingkat konsentrasinya rendah Artinya, terdapat sejumlah besar perusahaan dengan ukuran usaha yang hampir sama dalam pasar dan termasuk pada pasar monopolistik.

Berdasarkan hasil analisis HHI sebesar 288,94 dan 156,45 menunjukkan bahwa struktur pasar pisang dikategorikan sebagai pasar monopolistik didasarkan pada kriteria HHI, jika nilai HHI lebih dari 100 dan kurang dari 1000 maka termasuk pada pasar monopolistik. Diperkuat dengan nilai CR₄ yang juga masuk kedalam pasar monopolistik.

c. *Hambatan Masuk Pasar*

Masuknya perusahaan pendatang baru akan menimbulkan sejumlah implikasi bagi perusahaan yang sudah ada, misalnya kapasitas bertambah, terjadinya

perebutan pasar (*market share*) serta perebutan sumber daya produksi yang terbatas. Kondisi ini menimbulkan ancaman bagi perusahaan yang sudah ada. Salah satu yang dapat menjadi hambatan masuk pasar adalah keberadaan perusahaan terbesar yang telah ada sebelumnya dalam dunia industri. Hal ini dapat dilihat dari *Minimum Efficiency Scale*.

Minimum Efficiency Scale (MES) adalah persentase dari output perusahaan terbesar terhadap total output industri. Tinggi rendahnya nilai MES dapat memengaruhi pesaing baru untuk memasuki pasar suatu industri. Nilai MES pada masing-masing kecamatan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 6. Perhitungan Minimum Efficiency Scale (MES)

Nama Kecamatan	Nama Pedagang	Jumlah penjualan (tandan)	Total penjualan perkecamatan	Nilai MES (%)
Pragaan				
Pedagang Besar	Sinal	1500	11790	12,72
Pedagang Kecil	Samsul	40		0,34
Rubaru				
Pedagang Besar	Subairi	650	760	85,53
Pedagang Kecil	Holel	35		8,55
Batuputih				
Pedagang Besar	Hani	800	3327	24,04
Pedagang Kecil	Adnia	65		1,05

Sumber : Data primer diolah tahun 2022

Berdasarkan perhitungan diatas nilai MES pada pedagang besar buah pisang di Kecamatan Pragaan sebesar 12,72% dan pedagang kecil sebesar 0,34%, kecamatan Rubaru nilai MES pada pedagang besar sebesar 85,53%, pedagang kecil sebesar 8,55% dan di Kecamatan Batuputih nilai MES pada pedagang besar sebesar 24,04% dan pedagang kecil sebesar 1,05%. Menurut pendapat Jaya dalam Nahraeni *dkk* (2018) jika nilai MES lebih dari 10 persen maka hambatan masuk pasarnya dikatakan sulit dan jika nilainya kurang dari 10% maka hambatan masuknya mudah.

Nilai MES keseluruhan pada pedagang besar menunjukkan nilai lebih besar dari 10%, hal ini menunjukkan bahwa terdapat hambatan masuk pasar bagi pedagang baru (*new competitor*) di tiap kecamatan baik Kecamatan Pragaan, Kecamatan Rubaru dan Kecamatan Batuputih sehingga tidak mudah bagi pedagang baru untuk masuk ke dalam pasar.

Sulitnya masuk pasar ini disebabkan oleh kuatnya ikatan atau kemitraan dengan petani dan konsumen dan modal yang dikeluarkan cukup besar. Modal ini digunakan untuk membeli ke petani atau ke pedagang kecil dan operasional dalam pemasaran, karena jumlah jumlah penjualan pedagang besar lebih besar dibanding pedagang kecil. Hal ini akan memengaruhi kemampuan pesaing baru untuk memasuki pasar.

Nilai MES pedagang besar terbesar diperoleh oleh Kecamatan Rubaru, sebab menjadi pedagang besar selain hambatan yang telah disebutkan, di Kecamatan Rubaru hanya terdapat 1 pedagang besar yang menguasai pasar sehingga pesaing baru sangat sulit untuk memasuki pasar.

Nilai MES keseluruhan pada pedagang kecil menunjukkan nilai kurang dari 10%, hal ini menunjukkan bahwa hambatan masuk pasarnya mudah karena ikatan antar pedagang dan konsumen relatif lebih renggang. Namun nilai MES di Kecamatan Rubaru memiliki angka yang mendekati 10% yang artinya hambatannya cukup sulit.

Sesuai dengan data dari lapangan di tingkat pedagang kecil terdapat hambatan untuk memasuki pasar bagi pedagang baru yaitu modal yang cukup besar walaupun tidak sebesar pedagang besar. Terkhusus di Batuputih, pesaing di dalam pasar lebih banyak di banding dengan kecamatan yang lain. Terlebih pasar yang ada di Kecamatan Batuputih merupakan pasar buah pisang terbesar di Kabupaten Sumenep.

Hambatan masuk pasar lainnya pada tiap kecamatan adalah berlakunya sistem pembayaran tunda bayar atau bayar kemudian. Pembayaran dengan sistem ini akan menunda perputaran modal yang digunakan untuk usaha terkecuali bagi pedagang yang memiliki modal yang besar yang dapat menggulirkan modalnya tiap saat. Tertundanya perguliran modal usaha baik pedagang besar maupun pedagang kecil akan memengaruhi kinerja setiap kegiatan pemasaran yang ada.

Sebagai contoh modal dalam pembelian buah pisang, ketika pembayaran di tunda, maka pedagang akan menggadaikan barang yang dimiliki atau meminjam modal ke pihak lain seperti bank, koperasi ataupun ke tetangga. Biasanya hal ini terjadi di tingkat pedagang besar, hanya sedikit terjadi di tingkat pedagang kecil.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian yang dilakukan pada struktur pasar buah pisang di Kabupaten Sumenep dapat disimpulkan bahwa struktur pasar buah pisang di Kabupaten Sumenep dengan pendekatan CR4 dan HHI menunjukkan pasar monopolistik. Hambatan masuk pasar dengan pendekatan MES pada tingkat pedagang besar dan kecil berada pada tingkatan sulit karena lebih dari 10%, hal ini didukung pula kuatnya ikatan antara pedagang dan pembeli sehingga pedagang baru mempunyai peluang kecil

Saran

Perlu adanya penyesuaian dalam menghadapi pasar monopolistik dan beberapa hambatan dalam masuk pasar, misalnya dalam regulasi pemerintah atau modal dan bantuan untuk para petani daerah ataupun komunikasi sesama pedagang pisang di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminursita, O., dan Abdullah, M. F. 2018. *Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Keramik Di Kota Malang*. 3(2), 82–93.
- Apandi, D. M. 2017. *Dampak Keberadaan Pasar Ritel Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Limbangan Garut*. Skripsi(S1) thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep. 2021. *Kabupaten Sumenep Dalam Angka*. Sumenep : Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumenep
- Badan Pusat Statistik Indonesia. 2020. *Indonesia Dalam Angka*. Indonesia : Badan Pusat Statistik Indonesia
- Baladina, N. 2012. *Analisis Struktur, Perilaku, Dan Penampilan Pasar Wortel Di Sub Terminal Agrobisnis (Sta) Mantung (Kasus pada Sentra Produksi Wortel di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang)*. XII(2), 1412–1425.
- Bunga, J. Y., Oliviana, T., dan Nendissa, D. R. 2020. *Struktur pasar pisang "kepok"*. Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE), 1(1), 34. <https://doi.org/10.33474/jase.v1i1.7243>
- Fakhriani, D. K. 2015. *Kajian Etnobotani Tanaman Pisang (Musa sp) Di Desa Bulucenrana Kecamatan Pitu Riawa Kabupaten Sidrap*. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id>

- Komaryati, dan Suyatno, A. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Teknologi Budidaya Pisang Kepok (Musa Paradisiaca) di Desa Sungai Kunyit Laut Kecamatan Sungai Kunyit Kabupaten Pontianak*. Ilmu Pengetahuan Dan Rekayasa, 53–61.
- Kuncana, F., dan Malia, R. 2018. *Analisis Struktur Pasar Malai Pandanwangi Di Desa Tegallega Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur*. Agrosience (Agsci), 8(2), 189. <https://doi.org/10.35194/agsci.v8i2.524>
- Mukaromah, N. F., dan Wijaya, T. 2020. *Pasar Persaingan Sempurna dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna dalam Pesrpektif Islam*. Profit: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan, 4(2), 24–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/profit.v4i2.1621>
- Nahraeni, W., Rahayu, A., Yusdiarti, A., & Kulsum, I. A. (2018). *Struktur pasar sayuran kemangi di pasar tradisional*. Jurnal AgribiSains, 4(2).
- Nendissa, D.R.; Anindita R; Hanani N., dan Muhaimin A.W. 2018. *Dynamics Of Degree Of Beef Cattle Market Concen-tration In Kupang Of East Nusa Tenggara, Indonesia*; Russian Journal of Agricultural and Spcial-Economic Sciences; RJOAS, 6(78), June 2018. DOI <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-06.44>,
- Novitasari, R. 2013. *Studi Pembuatan Dodol Pisang*. Jurnal Teknologi Pertanian, 2(1), 48–56. <https://doi.org/10.32520/jtp.v2i1.50>
- Nufus, H. 2014. *Analisis Struktur Pasar dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan (Studi Kasus pada Bank Komersial ASEAN 5 Tahun 2005-2012)*. Skripsi, Semarang:
- Riyanto, dan Pasaribu, D. A. 2021. *Analisa Fisikokimia Pati Pada 5 Jenis Pisang*. Jurnal Penelitian Dan Pembelajaran, 6(1), 107–113.
- Sastrahidayat, I. R. 2015. *Penyakit dan Hama Penting Pada Tanaman Pisang*. UB Press.
- Simamora, F. N., dan Situmeang, E. Y. 2018. *Analisa Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Showroom Garuda Sibolga*. Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan, 1(1), 68–79.
- Susilowati. 2019. *PISANG Budi Daya, Manfaat, dan Aneka Olahan* (Tim Editor Umum (ed.)). LOKA ASWARA.
- Tim Mitra Agro Sejati. 2017. *Budi Daya PISANG*. CV PUSTAKA BENGAWAN.
- Wulandari, E., dan Murniawaty, I. (2019). *Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk Dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Ikm Kopi Di Kabupaten Temanggung*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 13(2), 69–77. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.2.69-77>
- Wulandari, R. T., Widyastuti, N., dan Ardiaria, M. 2018. *Perbedaan Pemberian Pisang Raja dan Pisang Ambon Terhadap VO2 Pada Remaja Di Sekolah*

Sepak Bola. Journal of Nutrition College, 7(1), 8.
<https://doi.org/10.14710/jnc.v7i1.20773>

Yulianti. 2020. *Pisang Si Pohon Serbaguna* (R. Kartika (ed.)). CV. Media Karya Putra.

Zuher, V. M., Yoesdiarti, A., & Miftah, H. (2021). *Analisis Structure, Conduct, Performance (Scp) Buah Pepaya California (Carica Papaya L.) DI PASAR TRADISIONAL Kota Bogor*. *Jurnal Agribisains*, 7(2), 51-58.