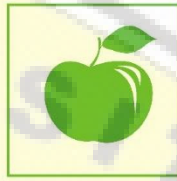
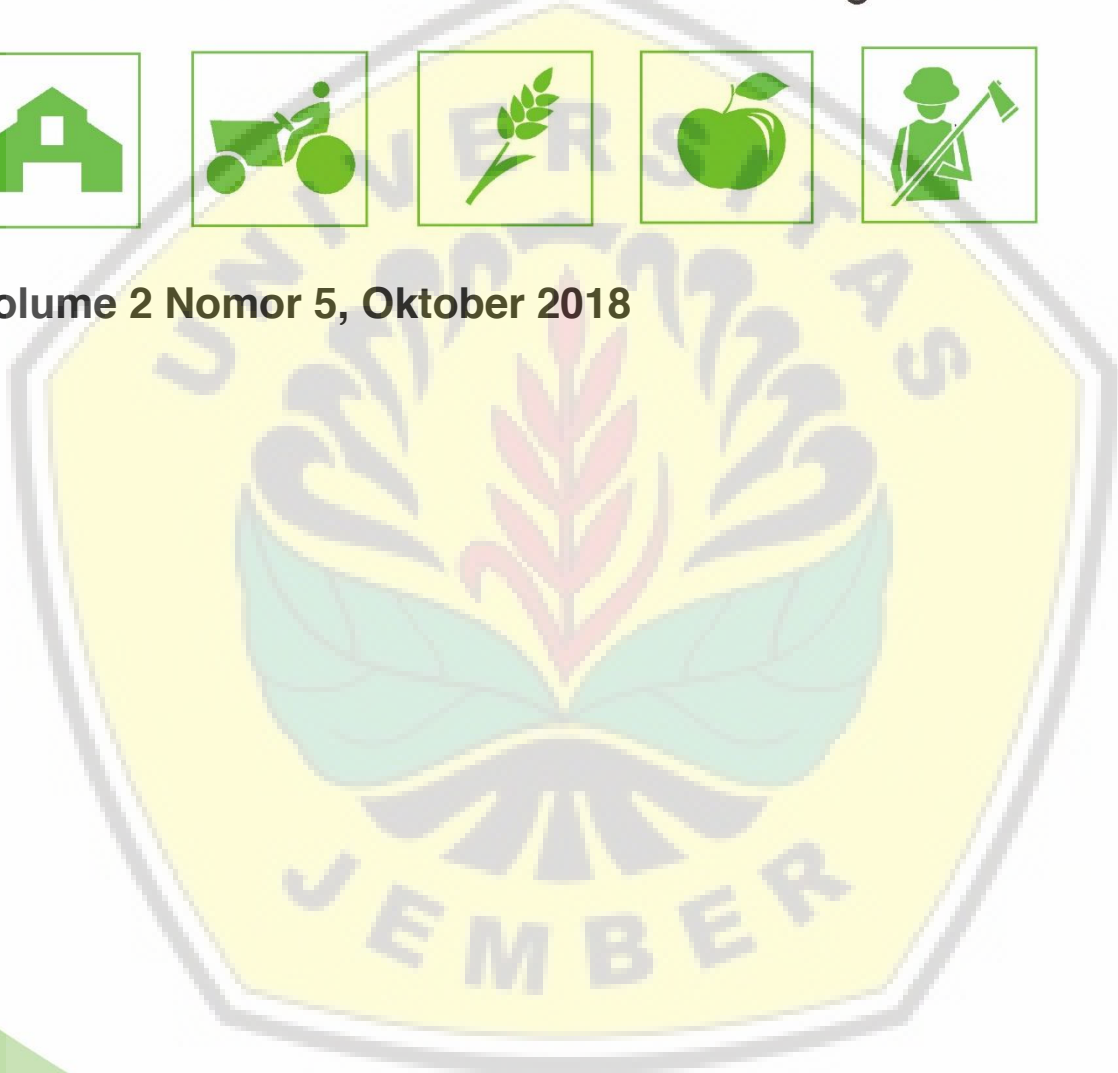


# jEPA


*Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*



Volume 2 Nomor 5, Oktober 2018



Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya  
Malang



**JEPA** adalah Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis berada di lingkungan Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya yang berisi tentang hasil penelitian, studi kepustakaan maupun tulisan ilmiah terkait. Topik keilmuan yang melingkupi adalah bidang ekonomi pertanian dan agribisnis secara luas.

#### **SUSUNAN PENGURUS**

##### ***Ketua Redaksi***

Dr. Rosihan Asmara, SP. MP

##### ***Dewan Penyunting***

Dr. Sujarwo, SP. MP. M.Sc.  
Condro Puspo Nugroho, SP. MP.  
Neza Fadia Reyasa, SP. MS.

##### ***Penyunting Pelaksana dan Administrasi***

Bagus Andrianto, SP.

#### **ALAMAT REDAKSI**

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya,  
Jl. Veteran Malang -65145, Jawa Timur.  
Telp/Fax. (0341) 580054.  
Website: <http://jepa.ub.ac.id>

##### **E-mail redaksi**

[jepa@ub.ac.id](mailto:jepa@ub.ac.id)

#### **JADWAL PENERBITAN**

JEPA diterbitkan empat kali setahun (bulan Januari, April, Juli, dan Oktober). Frekuensi penerbitan akan ditambah bila diperlukan.  
P-ISSN 2614-4670 | E-ISSN 2598-8174

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih dan penghargaan diberikan kepada Mitra Bestari yang diundang oleh redaksi Jurnal JEPA – Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, yaitu :

1. Prof. Dr. Ir. Moch. Muslich Mustadjab, MSc (Lab. Ekonomi Pertanian FPUB)
2. Prof. Dr. Ir. Nuhfil Hanani AR., MS (Kepala Pusat Kajian Agribisnis FPUB)
3. Prof. Dr. Ir. Jabal Tarik Ibrahim (Guru Besar FP UMM)
4. Prof. Dr. Ir. Dompok Napitupulu, MSc. (Guru Besar FP Univ. Jambi)
5. Dr. Ir. Suhirmanto, MP (STPP, Kementerian Pertanian RI)
6. Hery Toiba, SP. MP. Ph.D. (Unit Bisnis Akademik UB)



## DAFTAR ISI

<b>SUSUNAN REDAKSI</b>	i
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	iii
Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Keberhasilan Usaha Penjualan Buah-Buahan di Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka <i>Venti Juliana, Iwan Setiawan, Endang Bidayani</i> .....	341
Partisipasi Penduduk dalam Kampung Wisata dengan Menerapkan <i>Theory of Planned Behavior</i> <i>Alfianita Pramudyawardani, Rachman Hartono</i> .....	353
Dampak Fluktuasi Harga Tiga Komoditas Volatile Food Terhadap Inflasi Di Kota Pangkalpinang <i>Aqida Widya Kusmutiarani, Yudi Sapta Pranoto, Fournita Agustina</i> .....	364
Peran Ganda Perempuan Yang Bekerja Di Pembibitan Tanaman Sengon Di Desa Wonocoyo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek <i>Nurfitriani, Lenny Widjyanthi , Sofia</i> .....	378
Analisis Kinerja Daya Saing Industri Teh Indonesia <i>Nurohman, Amzul Rifin, Setiadi Djohar</i> .....	389
Analisis Kinerja Pasar Benih Padi Di Kabupaten Madiun <i>Resty Hutami Lirphandari, Rini Dwiastuti</i> .....	405
Analisis Pemasaran Beras Organik Di Kabupaten Bondowoso <i>Reinita Dwi Putri Anggraini, Rudi Wibowo, M. Rondhi</i> .....	417
Peran UD. Bersama Sejahtera terhadap Nelayan Rajungan di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan <i>Riezky Alviansyah, Sofia, Lenny Widjyanthi</i> .....	426
Pendapatan Usahatani Jambu Getas Merah di Kelompok Tani Makmur I ACC Desa Tambahrejo Kabupaten Kendal Jawa Tengah <i>Djoko Sumarjono, Sri Roso Satmoko, Siwi Gayatri</i> .....	436
Pengaruh Risiko Produksi terhadap Perilaku Rumahtangga Petani Rumput Laut di Kabupaten Wakatobi <i>Jufri Muhammad, Yusman Syaukat, Anna Fariyanti</i> .....	443

## ANALISIS PEMASARAN BERAS ORGANIK DI KABUPATEN BONDOWOSO

### *MARKET ANALYSIS OF ORGANIC RICE IN BONDOWOSO*

Reinita Dwi Putri Anggraini<sup>\*1</sup>, Rudi Wibowo<sup>2</sup>, M. Rondhi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember

<sup>2</sup>Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Jember

\*Penulis korespondensi: reinitadwi1803@gmail.com

#### ABSTRACT

*Organic rice in Bondowoso is produced by organic rice farmer in Lombok Kulon Village, Wonosari Sub-district, Bondowoso Regency and is the only pilot area of organic rice farming in Bondowoso Regency that already has certification from Certified Organic Farming Institution Seloliman (LeSOS). Organic rice is marketed in Bondowoso District and outside Bondowoso District. The aims of this research are (1) the structure of the organic rice market in Bondowoso District; (2) organic rice market behavior in Bondowoso Regency. The research location was determined purposively (Purposive Method) in Lombok Kulon Village, Wonosari Sub-district, Bondowoso District. Sampling using snowball sampling technique. The data used are primary and secondary data analyzed by using descriptive and quantitative analysis (1) market share analysis, CR4 (Concentration Ratio for the Biggest Four) calculation, HHI analysis, Minimum Efficient Scale (MES) to know market structure of rice organic; (2) descriptive analysis of pricing system, collaboration and vertical integration analysis using Ravallion Model to know the behavior of organic rice market.*

**Keywords:** *organic rice, marketing, market structure, market conduct, market performance*

#### ABSTRAK

Beras organik di Kabupaten Bondowoso diproduksi oleh petani beras organik di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso dan merupakan satu-satunya kawasan percontohan usahatani beras organik di Kabupaten Bondowoso yang sudah memiliki sertifikasi dari Lembaga Sertifikasi Pertanian Organik Seloliman (LeSOS). Beras organik dipasarkan di daerah Kabupaten Bondowoso dan luar Kabupaten Bondowoso. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) struktur pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso; (2) perilaku pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*Purposive Method*) di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Pengambilan contoh menggunakan teknik *snowball sampling*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif yaitu (1) analisis *market share*, perhitungan CR<sub>4</sub> (*Concentration Ratio for The Biggest Four*), analisis HHI, *Minimum Efficient Scale* (MES) untuk mengetahui struktur pasar beras organik; (2) analisis deskriptif sistem penentuan harga, kerjasama dan analisis integrasi vertikal menggunakan Model Ravallion untuk mengetahui perilaku pasar beras organik.

**Kata kunci:** beras organik, pemasaran, struktur pasar, perilaku pasar, kinerja pasar.



## PENDAHULUAN

Beras organik adalah beras yang dihasilkan melalui proses produksi secara organik berdasarkan standar tertentu dan telah disertifikasi oleh suatu badan independen. Definisi “organik” secara umum yaitu tidak menggunakan bahan kimia sintetis berupa pestisida kimia maupun pupuk kimia, merawat kesuburan tanah secara alami, menanam tanaman penutup tanah atau *cover crop* maupun penggunaan limbah tanaman, menggunakan sistem tanam rotasi, mengendalikan hama dengan predatornya dan menutup rumput liat dengan jerami/mulsa. Beras organik dihasilkan melalui budidaya yang alami tanpa ada campur tangan dengan bahan kimia dalam perawatannya (Safitri *et al.*, 2014).

Kabupaten Bondowoso menjalankan Program BotaniK (Bondowoso Menuju Pertanian Organik) tahun 2009-2010. Dinas Pertanian Bondowoso pada bulan April 2013 bersama Kelompok Tani Mandiri di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari mendaftar ke LeSOS (Lembaga Sertifikasi Organik Seloliman) dengan lahan seluas 25 Ha. Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari menghasilkan komoditas lokal unggulannya yaitu padi organik yang dipasarkan dalam bentuk beras organik. Beras organik memiliki daya jual tinggi, yang diproduksi oleh petani dan merupakan satu-satunya kawasan percontohan usahatani beras organik di Kabupaten Bondowoso yang sudah memiliki sertifikasi. Potensi lain yang dimiliki Desa Lombok Kulon dalam budidaya padi organik, juga mempunyai *Rice Milling Unit* (RMU) Mandiri merupakan satu-satunya unit penggilingan padi organik skala besar di Kabupaten Bondowoso.

Konsumen beras organik yang diproduksi oleh Kabupaten Bondowoso tidak hanya berasal dari dalam wilayah Kabupaten Bondowoso melainkan juga berasal dari luar wilayah Kabupaten Bondowoso yakni daerah Situbondo, Banyuwangi, Malang, Surabaya dan Jakarta. Akan tetapi selama ini masih banyak hal yang dihadapi dalam pemasaran beras organik di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Beras organik yang diproduksi diberi merek “BotaniK”. Kendala yang dihadapi dalam struktur pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso yaitu, beras organik yang beredar di pasaran saat ini tidak hanya beras organik “BotaniK”. Ada produk-produk beras organik lain yang beredar dan dipasarkan di pasar. Jumlah produsen atau penjual beras organik di pasar mengindikasikan bahwa struktur pasar cenderung mengarah pada jenis struktur pasar persaingan tidak sempurna.

Kendala dalam jumlah banyaknya stok produk beras organik yang harus diproduksi ketika terjadi fluktuasi permintaan konsumen yang tidak bisa diprediksi oleh produsen beras organik di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari. Seringkali permintaan konsumen meningkat saat stok produk beras organik sedang dalam produksi, maka perlu usaha peningkatan produksi beras organik petani sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Perilaku pasar beras organik dapat dilihat dalam praktik penentuan harga berdasarkan kualitas beras organik yang diproduksi. Struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*) beras organik di Kabupaten Bondowoso merupakan penentu dalam kinerja pasar (*market performance*) beras organik di Kabupaten Bondowoso. Efisiensi pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso dapat dilihat dari kinerja pemasaran yang akan menilai seberapa besar margin pemasaran pada tiap perantara pemasaran serta biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) struktur pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso; (2) perilaku pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso. Hipotesis peneliti dalam penelitian ini adalah: 1) Struktur pasar pada pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso mengarah pada pasar monopsoni. 2) Analisis perilaku pasar

menunjukkan bahwa terjadi integrasi vertikal yang lemah antar lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso.

## METODE PENELITIAN

Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive method*) yaitu di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso yang berpotensi sebagai penghasil beras organik dan mempunyai *Rice Milling Unit* Mandiri yang berperan sebagai unit penggilingan khusus padi organik. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode analitik dan deskriptif. Menurut Nazir (2009), metode analitik bertujuan untuk menguji hipotesis-hipotesis dan memberikan interpretasi yang lebih mendalam tentang hubungan variabel yang akan diteliti. Penentuan sampel petani dan lembaga pemasaran beras organik di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso ini menggunakan teknik *Snowball Sampling*. Teknik *Snowball Sampling* adalah suatu metode untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel dalam suatu jaringan atau rantai hubungan yang menerus (Nurdiani, 2014). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui observasi untuk mengamati kondisi pasar, wawancara menggunakan kuisioner dengan responden untuk memperoleh data mengenai harga produk beras organik, proses pemasaran, lembaga pemasaran, biaya dan keuntungan yang diterima tiap lembaga pemasaran dan pengumpulan data sekunder yang mendukung penelitian.

Pengujian hipotesis pertama mengenai struktur pasar pada pemasaran beras organik dianalisis secara deskriptif yaitu dengan mengetahui jumlah penjual dan pembeli, diferensiasi produk dan informasi. Selain itu secara kuantitatif untuk mengetahui komponen struktur pasar meliputi pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan keluar masuk pasar (Rizkyanti, 2010). Perhitungan pangsa pasar dari lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso adalah sebagai berikut (Wati *et al.*, 2015):

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

Keterangan:

$MS_i$  : pangsa pasar lembaga pemasaran ke-i (%)

$S_i$  : penjualan lembaga pemasaran ke-i (kg)

$S_{tot}$  : penjualan total seluruh lembaga pemasaran (kg).

Kriteria pengambilan keputusannya:

1. Monopoli murni, jika salah satu 100% dari pangsa pasar.
2. Oligopoli ketat, jika penggabungan seluruh lembaga pemasaran beras organik memiliki 60 - 100% pangsa pasar.
3. Oligopoli longgar, jika penggabungan seluruh lembaga pemasaran beras organik memiliki 40% atau kurang dari 60% pangsa pasar.
4. Persaingan monopolistik, jika lembaga pemasaran tidak satupun yang memiliki besar dari 0% pangsa pasar.
5. Persaingan sempurna, jika semua nilai lembaga pemasaran lebih dari 50%.

Untuk menghitung nilai konsentrasi pasar adalah sebagai berikut (Putri, 2013):

$$CR_4 = \frac{S_1 + S_2 + S_3 + S_4}{S_T}$$

$$CR_4 = w_1 + w_2 + w_3 + w_4$$

Keterangan:

$CR_4$  : *Concentration Ratio for The Biggest Four*

$S_{1/2/3/4}$  : Pangsa pasar dari perusahaan beras organik ke-1/2/3/4

$S_T$  : total pembelian beras organik

$w_i$  :  $S_i / S_T$

Kriteria pengambilan keputusannya:

- Apabila  $CR_4 < 40\%$ , pasar yang bersaing dan mengarah pada pasar persaingan sempurna.
- Apabila  $40\% \leq CR_4 \leq 60\%$ , pasar yang bersaing dan mengarah pada oligopoli longgar.
- Apabila  $CR_4 60\%-100\%$ , pasar yang sangat terkonsentrasi dan mengarah pada oligopoli ketat.

HHI digunakan untuk mengukur jumlah pangkat dari ukuran perusahaan di pasar dimana ukuran di hitung dari persentase total penjualan di pasar.

$$HHI = \sum_i^n (MSi^2) \text{ atau } \sum w_i^2 \text{ (Baye, 2010)}$$

Keterangan:

HHI : *Herfindahl Hirschman Index*

$Msi$  : Persentase pangsa pasar perusahaan ke-i

$n$  : Jumlah perusahaan di pasar

$w$  : Pangsa pasar

Kriteria pengambilan keputusannya:

- Jika nilai indeks HHI = 0 mengarah pada pasar persaingan sempurna.
- Jika nilai indeks HHI mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna (terkonsentrasi).

Analisis hambatan keluar masuk pasar menggunakan *Minimum Efficient Scale* (MES) (Jaya, 2001).

$$MES = \frac{\text{Penjualan Pedagang Terbesar}}{\text{Output Pasar}} \times 100\%$$

Kriteria pengambilan keputusannya:

- Jika Nilai *Minimum Efficient Scale* (MES) > 10%, maka hambatan adalah sulit.
- Jika Nilai *Minimum Efficient Scale* (MES) < 10%, maka hambatan adalah mudah.

Pengujian permasalahan kedua mengenai perilaku pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso menggunakan pengujian secara deskriptif dengan menjelaskan sistem penentuan harga dan kerjasama antar lembaga serta secara kuantitatif untuk menghitung integrasi vertikal. Integrasi pasar dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu integrasi spasial dan integrasi vertikal (Edi dan Rahmanta, 2014). Data sekunder yang digunakan yaitu data *time series* harga beras organik mulai bulan Januari 2012 hingga Desember 2016.

Metode analisis integrasi pasar dalam penelitian ini mengacu pada model Ravallion (1986) yang secara matematis telah di turunkan dalam persamaan berikut (Putri, 2013):

$$P_t = b_1 P_{t-1} + b_2 (P_{pt} - P_{pt-1}) + b_3 P_{pt-1} + b_4 X_t + \varepsilon_t$$

Keterangan:

$P_t$  : Harga beras organik di pasar lokal (waktu t) (Rp/kg)

$P_{t-1}$  : Harga beras organik di pasar lokal (waktu t-1) (Rp/kg)

$P_{pt}$  : Harga beras organik di pasar acuan (waktu t) (Rp/kg)

$P_{pt-1}$  : Harga beras organik di pasar acuan (waktu t-1) (Rp/kg)

$X_t$  : faktor musim (variabel dummy)

Koefisien  $b_2$  menunjukkan berapa besar perubahan harga di pasar acuan ditransmisikan ke harga di pasar lokal. Koefisien  $b_1$  dan  $b_3$  mencerminkan seberapa jauh kontribusi relatif harga periode



sebelumnya dari pasar lokal dan pasar acuan terhadap tingkat harga yang berlaku sekarang di pasar lokal. Rasio antara keduanya merupakan indeks hubungan pasar (*Index Of Market Connection*) atau IMC yang dirumuskan sebagai berikut (Putri, 2013):

$$IMC = \frac{b_3}{b_1}$$

Keterangan:

IMC : *Index of Market Connection* (indeks hubungan pasar)

Kriteria pengambilan keputusannya:

1. Jika nilai IMC jauh lebih besar dari 1 maka tidak terjadi integrasi pasar atau lemah.
2. Jika nilai IMC mendekati atau sama dengan 0 maka terjadi integrasi pasar atau kuat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Struktur Pasar Beras Organik di Kabupaten Bondowoso

Berdasarkan penelitian Nafis (2011) menyatakan bahwa struktur pasar yang dihadapi dalam pemasaran beras organik ditentukan oleh adanya jumlah penjual dan pembeli, diferensiasi produk, informasi pasar dan hambatan keluar masuknya pasar. Pemahaman kondisi pasar di tingkat petani yang mencakup proses pembentukan harga, bagian harga yang diterima petani dan margin pemasaran serta faktor-faktor yang mempengaruhinya merupakan informasi penting dalam rangka peningkatan efisiensi dan kompetisi pasar yang lebih baik (Rusastra, 2004).

#### 1. Struktur pasar di tingkat petani

Pemasaran padi organik di tingkat petani mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu mengarah pada pasar monopsoni karena hanya terdapat satu lembaga pemasaran sebagai pembeli hasil produksi padi organik yaitu lembaga RMU Mandiri sedangkan jumlah penjual (produsen) tersedia dalam jumlah yang cukup banyak yaitu petani padi organik di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

#### 2. Struktur pasar di tingkat lembaga pemasaran

Lembaga pemasaran yang terlibat setelah produsen atau petani padi organik di Kabupaten Bondowoso yaitu RMU (*Rice Milling Unit*), dan pedagang. RMU adalah satu-satunya perusahaan yang mengelola dan menghasilkan beras organik “Botanik” sehingga pemasaran beras organik pada RMU Al-Barokah mengarah pada struktur pasar monopoli. Menurut Sudiyono (2002), struktur pasar monopoli menggambarkan struktur pasar yang terdiri hanya satu perusahaan yang menjual satu produksi yang unit, sehingga tidak terdapat perusahaan yang mampu menggantikan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut. RMU memiliki kekuatan untuk mennetukan harga, karena RMU adalah produsen satu-satunya yang memiliki keunggulan produk beras organik “Botanik” serta tidak ada produsen lain yang menggantikan keunggulan produk tersebut.

Tabel 1. Analisis Derajat Konsentrasi Pasar Pedagang Beras Organik

No.	Nama Responden	Status Lembaga	Output (kg)	Pangsa pasar Msi (%)
1.	Marta	Outlet Botanik	300	37,5
2.	Estu	Toko	250	31,25
3.	Nining	Pengecer 1	150	18,75
4.	Dodi	Pengecer 2	100	12,5
<b>Total Output</b>			<b>800</b>	<b>12,5</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Tabel 1, derajat konsentrasi pasar besar organik di tingkat lembaga pemasaran yaitu sebesar 100%. Apabila nilai CR4 yaitu sebesar 100%, maka struktur pasar merupakan pasar yang sangat terkonsentrasi dan mengarah pada oligopoli ketat. Hal ini menunjukkan bahwa struktur pasar beras organik di tingkat pedagang mengarah pada struktur pasar oligopoli yang ketat. Persaingan antar pedagang beras organik sangat ketat untuk mempertahankan pangsa pasar yang telah dimiliki. Setiap pedagang beras organik telah memiliki pangsa pasar dan kemampuan sendiri untuk mempertahankan usahanya, sehingga persaingan yang ketat tetap berjalan dengan sehat. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kerjasama antara pedagang satu dengan lainnya dalam memasarkan beras organik di Kabupaten Bondowoso sehingga kebutuhan tercukupi.

Tabel 2. Analisis Indeks *Herfindahl Hirschman* Lembaga Pemasaran Beras Organik

No	Nama Responden	Status Lembaga	Output (kg)	HHI (%)
1.	Marta	Outlet Botanik	300	1406,25
2.	Estu	Toko	250	976,56
3.	Nining	Pedagang Pengecer	150	351,56
4.	Dodi	Pedagang Pengecer	100	156,25
<b>Total Output</b>			<b>800</b>	<b>2890,62</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 2, analisis Indeks *Herfindahl Hirschman* lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso menunjukkan nilai 2890,62%. Jika nilai indeks HHI mendekati 10.000 maka konsentrasi pasar mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna, maka struktur pasar beras organik di tingkat lembaga pemasaran mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan sempurna pada pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso ini mengarah pada pasar oligopoli yakni struktur pasar yang industrinya didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan yang saling bersaing. Setiap perusahaan memiliki kekuatan yang cukup besar untuk mempengaruhi harga pasar.

### 3. Hambatan masuk pasar

Perhitungan *Minimum Efficient Scale* (MES) untuk mengetahui hambatan masuk pasar yang dihadapi lembaga pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso. Hasil analisis MES (*Minimum Efficient Scale*) di tingkat RMU adalah sebesar 98,19% berarti menunjukkan bahwa hambatan masuk keluar pasar beras organik adalah sulit. Terbukti karena RMU Al-Barokah adalah satu-satunya perusahaan yang mengolah padi organik menjadi beras organik di Desa Lombok Kulon. RMU memiliki keleluasaan dalam menjual produk beras organik yang memiliki keunggulan produk beras organik di Kabupaten Bondowoso.

Hasil analisis MES (*Minimum Efficient Scale*) di tingkat pedagang adalah sebesar 1,81% dengan output sejumlah 800 kg Nilai MES di tingkat pedagang lebih kecil dari 10% berarti menunjukkan bahwa hambatan masuk keluar pasar beras organik adalah tidak sulit.

Tabel 3. Karakteristik dan Struktur Pasar Besar Organik di Kabupaten Bondowoso.

Karakteristik	Pemasaran di tingkat		
	Petani	RMU	Pedagang
Penjual	Petani (banyak)	Satu (RMU Mandiri)	Lebih dari satu
Pembeli	Satu (RMU Mandiri)	Banyak	Banyak
Produk	Homogen	Diferensiasi	Diferensiasi
Hambatan masuk pasar	Mudah	Sulit	Mudah
Struktur pasar	Monopsoni	Monopoli	Oligopoli

Sumber: Data Primer diolah, 2017.

Berdasarkan Tabel 3, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso mengarah pada struktur pasar persaingan tidak sempurna. Pemasaran di tingkat RMU Mandiri mengarah pada struktur pasar monopoli karena jumlah penjual hanyalah RMU Mandiri Al- Barokah dan hambatan untuk masuk pasar adalah sulit karena kapasitas giling RMU Mandiri sudah terpenuhi. Pemasaran di tingkat pedagang beras organik di Kabupaten Bondowoso yaitu mengarah pada struktur pasar oligopoli, dimana terdapat jumlah penjual yang lebih dari satu sedangkan pembelinya banyak. Hal ini mengakibatkan tidak adanya hambatan untuk masuk dalam pasar beras organik di Kabupaten Bondowoso pada tingkat pedagang.

#### Perilaku Pasar Beras Organik di Kabupaten Bondowoso

Perilaku pasar adalah suatu pola tingkah laku dari lembaga-lembaga pemasaran yang menyesuaikan dengan struktur pasar dalam melakukan kegiatan pembelian dan penjualan pada suatu pasar barang tertentu. Perilaku pasar juga merupakan suatu bentuk-bentuk pengambilan keputusan dalam menghadapi persaingan harga, kerjasama, dan lainnya di pasar antar pelaku-pelaku pemasaran tersebut.

##### 1. Praktik Penentuan Harga

Penentuan harga beras organik di tingkat petani dengan RMU Mandiri melalui tawar-menawar dan diatur dengan kebijakan dari pemerintah Dinas Pertanian Bondowoso. Praktik penentuan harga di tingkat RMU yaitu berdasarkan penentuan dari pihak RMU sendiri dengan melihat biaya pengolahan mulai dari penjemuran hingga mengemas beras organik sehingga tercipta suatu harga beras organik yang diproduksi oleh Gapoktan Al-Barokah. Informasi harga di tingkat RMU ini akan disebarakan kepada lembaga pemasaran lainnya dengan terbuka sesuai dengan jenis beras organik dan berat beras organik yang dikemas. Selanjutnya penentuan harga di tingkat pedagang yaitu dengan pertimbangan harga pembelian ditambah dengan biaya transportasi sehingga memperoleh keuntungan dari penjualan beras organik di tingkat pedagang.

Dinas Pertanian Kabupaten Bondowoso merupakan pendukung atau penyokong dalam pemasaran beras organik di Desa Lombok Kulon. Pihak Dinas Pertanian juga memiliki peran dalam mempromosikan produk beras organik “Botanik” karena beras organik merupakan produk unggulan Kabupaten Bondowoso. Promosi yang dilakukan berupa promosi *online* dan promosi langsung kepada sasaran konsumen beras organik “Botanik”.

##### 2. Kerjasama antar lembaga pemasaran

Kerjasama yang terbentuk dalam sistem pemasaran beras organik di pasar berupa kerjasama dalam penyaluran beras organik dan kerjasama dalam penentuan harga serta kerjasama dalam pertukaran informasi dan pengembangan usahatani padi organik. Adanya kerjasama dalam permodalan adalah peminjaman atau pemberian pinjaman modal oleh pihak

Gapoktan Al-Barokah kepada petani yang membutuhkan pinjaman modal usahatani dalam mengembangkan usahatani padi organiknya.

### 3. Integrasi vertikal

Integrasi pasar merupakan suatu analisis untuk mengetahui seberapa jauh pembentukan harga suatu produk pada satu tingkat lembaga dipengaruhi oleh harga di tingkat lembaga lainnya. Analisis integrasi pasar dilakukan pada harga di tingkat petani dan harga di tingkat RMU Mandiri. Data yang digunakan yaitu data harga beras organik mulai bulan Januari 2012 hingga Desember 2016. Berikut adalah perhitungan IMC pada pemasaran beras organik di Kabupaten Bondowoso:

$$\begin{aligned} \text{IMC} &= \frac{b_3}{b_1} \\ &= \frac{0,061}{2172,853} \\ &= 0,000028 \end{aligned}$$

Nilai IMC mengartikan bahwa perubahan harga beras organik di tingkat RMU Mandiri pada 8 bulan sebelumnya mempengaruhi harga beras organik di tingkat petani pada saat ini. Berdasarkan data harga, perubahan harga tiap bulan di tingkat RMU Mandiri tidak terlalu signifikan, perubahan terjadi rata-rata setiap 8 bulan. Integrasi vertikal kuat menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara perubahan harga di tingkat RMU Mandiri dengan perubahan harga di tingkat petani.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur pasar di tingkat petani padi organik menghadapi struktur pasar persaingan tidak sempurna mengarah pada pasar monopsoni, struktur pasar beras organik di tingkat RMU (penggilingan) adalah pasar monopoli, dan struktur pada di tingkat pedagang adalah mengarah pada struktur pasar oligopoli.
2. Penentuan harga di tingkat petani dan lembaga pemasaran berdasarkan kesepakatan tawar menawar antar lembaga dan kebijakan dari pemerintah. Terdapat kerjasama dalam penyaluran beras organik. Sistem pemasaran beras organik memiliki integrasi vertikal yang kuat antara perubahan harga di tingkat RMU dan perubahan harga di tingkat petani.

### Saran

1. RMU (lembaga penggilingan) merupakan satu-satunya produsen beras organik di Kabupaten Bondowoso sebagai *price maker* yang dapat menjembatani pedagang dalam menyalurkan produk beras organik hingga sampai di tangan konsumen untuk lebih meningkatkan informasi produk baru dan harga dengan cara memberikan informasi melalui media online (*social media*) maupun media cetak yang dapat dilakukan oleh Pemerintah Dinas Pertanian dan RMU Gapoktan Al-Barokah Kabupaten Bondowoso.
2. Lembaga pemasaran dan Pemerintah Dinas Pertanian sebaiknya meningkatkan promosi secara *online* atau langsung untuk lebih menjangkau konsumen terutama di Kabupaten Bondowoso serta dapat meningkatkan pangsa pasar pada pemasaran beras organik didalam maupun diluar Kabupaten Bondowoso.



## DAFTAR PUSTAKA

- Baye, Michael R. 2010. *Managerial Economics and Business Strategy (Seventh Edition)*. New York: McGraw-Hill Irwin.
- Edi, S. dan Rahmanta. 2014. Analisis Integrasi dan Volatilitas Harga Beras Regional ASEAN Terhadap Pasar Beras Indonesia. *Ekonomi*, 17(2): 77-92.
- Jaya, Wihana K. 2008. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta : BPPE.
- Nafis, F. 2011. Analisis Usahatani Padi Organik dan Sistem Tataniaga Beras Organik di Kabupaten Tasikmalaya Provinsi Jawa Barat. Skripsi. Bogor: Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurdiani, Nani. 2014. Teknik Sampling Snowball dalam Penelitian Lapangan. *ComTech*. 5(2): 1110-1118.
- Putri, Mega Amelia, A, Fariyanti dan N. Kusnadi. 2013. Struktur dan Integrasi Pasar KopiArabika Gayo di Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah. *Buletin RISTR*, 4(1):47-54.
- Rizkyanti, A. 2010. Analisis Struktur Pasar Industri Karet dan Barang Karet Periode Tahun 2009. *Media Ekonomi*, 18(2): 1-19.
- Safitri, S. A., D. Chalil dan Emalisa. 2014. Strategi Pengembangan Sistem Agribisnis Beras Organik (Studi Kasus : Desa Lubuk Bayas Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai). *JurnalUSU*, 5(1):1-10.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. Malang: UMM Press.
- Wati, Widia. 2015. Analisis SCP (*Structure, Conduct and Performance*) Pasar Ojol di Kecamatan Kampar Kiri Kabupaten Kampar. *Jom Faperta*, 2(2): 1-13.