

STRUKTUR PASAR DAN POSISI TAWAR PETANI KECIL DALAM PASAR JAGUNG TERKONSENTRASI: BUKTI EMPIRIS DARI WILAYAH PRODUKSI NON-SENTRA

Market Structure and Smallholder Farmers' Bargaining Power in a Concentrated Maize Market: Empirical Evidence from a Non-Central Production Area

Wulan Ramadhani^{1*}, Ivonne Ayesha¹, Widhi Netraning Pertiwi¹

*¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas
Muhammadiyah Bandung*

Jl. Soekarno-Hatta No. 752, Kec. Panyileukan, Kota Bandung, Jawa Barat 40614

**Email: ramadaniwulan23@gmail.com*

Naskah diterima: 05/03/2026, direvisi: 04/06/2026, disetujui: 08/06/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis integrasi antara struktur pasar dan posisi tawar petani pada daerah produksi jagung di wilayah non sentra, dengan studi kasus di Desa Warjabakti. Struktur pasar diukur menggunakan *Concentration Ratio* (CR4) dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI), sedangkan posisi tawar petani dianalisis menggunakan *Index Bargaining Power* (IBP). Pendekatan yang digunakan adalah analisis kuantitatif deskriptif dalam kerangka *Structure-Conduct Performance* (SCP) dan teori *bargaining*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pasar jagung di Desa Warjabakti tergolong sangat terkonsentrasi dengan nilai CR4 sebesar 0,97 dan HHI sebesar 0,32, yang mencerminkan karakter oligopsonistik dan dominasi pembeli dalam penentuan harga. Posisi tawar petani secara agregat berada pada kategori sedang dengan nilai IBP sebesar 0,665. Integrasi kedua indikator tersebut menunjukkan bahwa pengaruh konsentrasi pasar terhadap posisi tawar bersifat parsial dan multidimensional. Tekanan struktur pasar terutama terjadi pada dimensi negosiasi harga dan pilihan saluran pemasaran, sementara akses informasi dan kontrol keputusan penjualan berperan sebagai faktor penyeimbang. Temuan ini menegaskan bahwa pada wilayah produksi jagung non sentra, distribusi kekuatan tawar tidak semata ditentukan oleh tingkat konsentrasi pasar, tetapi juga oleh kapasitas informasi dan relasi transaksi lokal. Penguatan kelembagaan pemasaran dan diversifikasi saluran distribusi menjadi strategi penting untuk meningkatkan posisi tawar petani dalam pasar yang terkonsentrasi.

Kata Kunci: Posisi Tawar, CR4, Hhika, IBP, Pemasaran.

ABSTRACT

This study aims to analyze the integration between market structure and farmers' bargaining position in a non-central corn production area, using Desa Warjabakti as a case study. Market structure was measured using the Concentration Ratio (CR4) and the Herfindahl-Hirschman Index (HHI), while farmers' bargaining position was assessed through the Index of Bargaining Power (IBP). A quantitative descriptive approach was employed within the Structure-Conduct-Performance (SCP) framework and bargaining theory. The results indicate that the corn market in Desa Warjabakti is highly concentrated, with a CR4 value of 0.97 and an HHI of 0.32, reflecting an oligopsonistic structure and buyer dominance in price determination. The aggregate bargaining position of farmers remains at a moderate level, with an IBP value of 0.665. The integration of these indicators reveals that the impact of market concentration on bargaining power is partial and multidimensional. Structural pressure primarily affects price negotiation and marketing channel choices, while access to market information and control over sales decisions function as balancing factors. These findings suggest that in non-central corn production areas, the distribution of bargaining power is not solely determined by market concentration but also by local informational capacity and transactional relationships. Strengthening collective marketing institutions and diversifying marketing channels are essential strategies to enhance farmers' bargaining position in concentrated markets.

Keywords: Marketing, CR4, HHI, IBP, Bargaining Position

PENDAHULUAN

Komoditas jagung merupakan salah satu komoditas strategis dalam sistem pangan nasional. Pada tahun 2024, produksi jagung Indonesia mencapai 15,36 juta ton dan menunjukkan tren peningkatan (BPS, 2024). Produksi tersebut sebagian besar melibatkan petani kecil sebagai pelaku utama di tingkat hulu. Namun demikian, dalam sistem pemasaran, kontribusi produksi yang besar tidak selalu diikuti oleh kemampuan mempengaruhi harga dan keputusan transaksi, sehingga bagian manfaat ekonomi yang diterima petani relatif terbatas (Fauzan, 2024). Karakteristik sistem pemasaran pertanian di wilayah produksi non-sentra, khususnya pada komoditas jagung, seringkali ditandai oleh jumlah pembeli yang terbatas dan hubungan transaksi yang asimetris. Kondisi ini menciptakan pasar pertanian terkonsentrasi (*thin agricultural market*), di mana proses pembentukan harga tidak sepenuhnya berlangsung secara kompetitif, melainkan dipengaruhi oleh dominasi pelaku pemasaran di tingkat hilir. Struktur pasar yang

terkonsentrasi tersebut menempatkan petani kecil sebagai *price taker* dengan ruang negosiasi yang terbatas.

Sistem pemasaran hasil pertanian pada dasarnya menunjukkan adanya relasi yang cenderung tidak seimbang antara petani sebagai produsen dengan lembaga pemasaran sebagai pelaku distribusi. Ketimpangan tersebut umumnya dipengaruhi oleh keterbatasan akses informasi pasar, rendahnya penguasaan jaringan distribusi, serta tingginya ketergantungan petani terhadap pedagang pengepul. Selain itu panjangnya rantai pemasaran menyebabkan proses pembentukan harga lebih dominan ditentukan oleh pihak perantara dibandingkan petani. Kondisi ini mengindikasikan lemahnya posisi tawar petani dalam mekanisme pasar dan berpotensi mendorong terbentuknya struktur pasar oligopsoni, yaitu keadaan ketika jumlah pembeli relatif sedikit dibandingkan jumlah penjual. Struktur pasar tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat konsentrasi pasar dan memengaruhi distribusi keuntungan antar pelaku pemasaran pertanian (Al-hafidz, 2021).

Kajian ekonomi pertanian menempatkan struktur pasar sebagai determinan utama perilaku pelaku pasar dan distribusi keuntungan. Tingkat konsentrasi pasar umumnya diukur melalui pangsa pasar, rasio konsentrasi (CR4), dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI), yang mencerminkan derajat penguasaan pasar oleh sejumlah pelaku dominan (Sandro Sinaga, 2016; Suhana *et al.*, 2024). Wilayah produksi non-sentra umumnya ditandai oleh jumlah pembeli yang terbatas dan banyak penjual, kondisi yang mendorong terbentuknya struktur pasar terkonsentrasi serta mempersempit alternatif transaksi bagi petani. Fenomena tersebut tercermin pada pemasaran jagung di Desa Warjabakti, di mana sebagian besar petani menjual hasil panen kepada pedagang perantara. Hubungan pemasaran yang berbasis pinjaman input dan pembayaran pascapanen menciptakan ketergantungan transaksi yang memperkuat posisi tawar pembeli. Pola tanam yang relatif seragam juga menyebabkan pasokan terkonsentrasi pada periode panen tertentu, sehingga menekan harga di tingkat petani. Kondisi ini menunjukkan karakteristik pasar jagung yang terkonsentrasi dengan ruang negosiasi yang terbatas bagi petani kecil.

Temuan struktur pasar pertanian yang terkonsentrasi tidak bersifat lokal, melainkan muncul secara konsisten pada berbagai komoditas dan wilayah. Studi di Kabupaten Sikka Bunga *et al.* (2020) menunjukkan dominasi sejumlah kecil pedagang utama yang tercermin dari nilai CR4 dan HHI yang tinggi. Hasil kajian serupa dilaporkan oleh Husen *et al.* (2022) yang mengidentifikasi keterbatasan akses pasar dan relasi pemasaran yang asimetris di wilayah perdesaan non-sentra produksi. Selanjutnya dalam studi Rini *et al.* (2023) menemukan pola dominasi pembeli dan kecenderungan struktur oligopsonistik pada pemasaran komoditas pertanian, yang berkorelasi dengan lemahnya posisi tawar petani serta rendahnya bagian nilai tambah yang mereka terima.

Sejumlah penelitian menunjukkan adanya konsentrasi pasar serta implikasinya terhadap posisi tawar petani, namun struktur pasar dan posisi tawar umumnya dianalisis secara terpisah. Indikator konsentrasi seperti CR4 dan HHI digunakan untuk menggambarkan struktur pasar, sementara posisi tawar dinilai melalui indikator parsial yang belum terintegrasi dalam satu konstruk kuantitatif yang komprehensif. Pemisahan pendekatan tersebut menyisakan celah empiris mengenai bagaimana tingkat konsentrasi pasar yang terukur berhubungan langsung dengan kapasitas tawar petani di tingkat mikro, khususnya pada wilayah produksi non-sentra. Penelitian ini menggunakan persamaan *Indeks Bargaining Power* (IBP) sebagai konstruk multidimensional yang merepresentasikan posisi tawar secara terukur. IBP dibangun atas dimensi kemampuan negosiasi, akses informasi pasar, pilihan pembeli, dan kontrol atas keputusan penjualan, serta dianalisis integrasinya dengan struktur pasar lokal yang diukur melalui CR4 dan HHI. Pendekatan ini memungkinkan integrasi antara analisis struktur pasar dan kapasitas tawar dalam satu kerangka kuantitatif yang sistematis. Tujuan penelitian meliputi analisis struktur pasar jagung di wilayah produksi non-sentra, mengukur posisi tawar petani kecil menggunakan IBP, serta menganalisis integrasi struktur pasar dengan posisi tawar petani jagung dalam konteks pasar pertanian terkonsentrasi (*thin agricultural market*).

METODOLOGI

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Warjabakti, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung. Pengambilan data dilakukan pada bulan Januari 2026 melalui wawancara terstruktur yang berpedoman pada kuesioner penelitian. Instrumen kuesioner terdiri atas pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator posisi tawar menggunakan skala Likert 1–5, sedangkan pertanyaan terbuka digunakan untuk menggali informasi mengenai mekanisme pemasaran, pola hubungan dengan pembeli, serta dinamika transaksi di tingkat lokal. Observasi lapangan dilakukan untuk mendukung dan memverifikasi informasi yang diperoleh dari hasil wawancara.

Populasi utama penelitian adalah seluruh petani jagung aktif di Desa Warjabakti. Jumlah petani yang menanam jagung dalam satu tahun terakhir tercatat sebanyak 72 orang, sehingga seluruhnya dijadikan responden menggunakan teknik sampling jenuh. Penggunaan teknik ini dilakukan karena jumlah populasi relatif kecil dan memungkinkan untuk dijangkau secara keseluruhan, sehingga data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara lebih representatif. Penelitian ini juga melibatkan informan kunci yang dipilih secara *purposive* untuk memperoleh informasi pendukung mengenai sistem pemasaran dan kelembagaan, yaitu 1 ketua kelompok tani, 5 tengkulak aktif, dan 1 penyuluh pertanian. Ketua kelompok tani dipilih karena memiliki

peran dalam koordinasi kegiatan usahatani dan memahami kondisi produksi serta pola pemasaran petani anggota. Tengkulak dipilih berdasarkan kriteria masih aktif melakukan pembelian dan pemasaran jagung dari petani dalam satu tahun terakhir serta memiliki intensitas transaksi yang tinggi di wilayah penelitian. Sementara itu, penyuluh pertanian dipilih karena memiliki pengetahuan teknis dan kelembagaan terkait sistem budidaya, pemasaran, dan pembinaan petani jagung di daerah penelitian.

Analisis data dilakukan secara kuantitatif deskriptif untuk mengidentifikasi karakteristik struktur pasar jagung. Struktur pasar dianalisis melalui pengukuran pangsa pasar pembeli (*Market Share/MS*), rasio konsentrasi empat pembeli terbesar (*CR4*), dan *Herfindahl-Hirschman Index* (*HHI*). Ketiga indikator tersebut digunakan untuk menggambarkan tingkat konsentrasi pembeli dalam pasar jagung lokal. Pangsa pasar pembeli dinyatakan dalam persentase agar memudahkan interpretasi dan perbandingan antar pelaku pasar, dengan rumus sebagai berikut:

$$MS_i = \frac{V_i}{V_{total}} \times 100\%$$

Keterangan:

MS_i = pangsa pasar pembeli ke- i

V_i = volume jagung yang dibeli pembeli ke- i

V_{total} = total volume jagung yang dibeli seluruh pembeli

CR4 dihitung dengan menjumlahkan pangsa pasar keempat pembeli terbesar, seperti persamaan berikut ini:

$$CR4 = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4$$

Keterangan:

MS_1, MS_2, MS_3, MS_4 = pangsa pasar masing-masing dari empat pembeli. Nilai yang semakin besar menunjukkan tingkat konsentrasi yang semakin tinggi.

Herfindahl-Hirschman Index (*HHI*) dihitung sebagai jumlah kuadrat pangsa pasar seluruh pembeli dalam bentuk persentase sehingga berada pada rentang 0–10.000, sebagaimana digunakan dalam literatur kebijakan persaingan usaha (Baye, 2022). Persamaan *HHI* dituliskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

MS_i = pangsa pasar pembeli ke- i

n = jumlah pembeli aktif dalam pasar jagung lokal

Nilai HHI diinterpretasikan berdasarkan kategori umum tingkat konsentrasi pasar, yaitu konsentrasi rendah ($HHI < 1.500$), sedang ($1.500-2.500$), dan tinggi ($HHI > 2.500$). Pengukuran posisi tawar petani dilakukan menggunakan *Index Bargaining Power* (IBP) berbasis indeks komposit. Pendekatan ini digunakan karena posisi tawar merupakan konstruk multidimensi yang tidak dapat diukur hanya melalui satu indikator tunggal. Pengukuran IBP dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menentukan nilai absolut daya tawar, melainkan untuk menggambarkan tingkat posisi tawar relatif petani dalam sistem pemasaran jagung lokal. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5. Skor total responden kemudian dinormalisasi ke dalam rentang 0–1 dengan rumus:

$$IBP_i = \frac{\sum_{j=1}^m S_{ij}}{S_{max}}, \quad 0 \leq IBP_i \leq 1$$

Keterangan:

IBP_i = Indeks Bargaining Power petani ke- i ,

S_{ij} = skor indikator ke- j yang diperoleh petani ke- i ,

m = jumlah indikator,

S_{max} = skor maksimum yang mungkin diperoleh.

Nilai IBP yang mendekati 1 menunjukkan posisi tawar relatif lebih kuat, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan posisi tawar relatif lebih lemah. Integrasi antara struktur pasar dan posisi tawar dianalisis melalui tabulasi silang dan perbandingan deskriptif. Struktur pasar dikelompokkan berdasarkan tingkat konsentrasi menurut nilai CR4 dan HHI, kemudian nilai rata-rata IBP dibandingkan pada masing-masing kategori untuk mengidentifikasi pola hubungan pada tingkat lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pangsa Pasar Pembeli

Struktur pasar jagung di Desa Warjabakti dianalisis berdasarkan distribusi volume pembelian jagung per tahun dari lima pembeli aktif. Total volume transaksi tercatat sebesar 45,2 ton. Tabel 1 menunjukkan distribusi volume pembelian dan pangsa pasar masing-masing pembeli. Pembeli C menguasai pangsa pasar terbesar sebesar 44%, diikuti Pembeli B sebesar 27% dan Pembeli D sebesar 22%. Sementara itu, Pembeli A dan Pembeli E masing-masing hanya menguasai 4% dan 3% dari total transaksi. Secara lengkap disajikan pada Tabel 1.

Distribusi pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa tiga pembeli terbesar menguasai 93% dari total volume pembelian, sedangkan dua pembeli lainnya hanya menguasai 7%. Konsentrasi pangsa pasar yang terpusat pada sebagian kecil pembeli mengindikasikan adanya dominasi pembeli dalam sistem pemasaran jagung di Desa Warjabakti. Struktur semacam ini dikenal sebagai pasar oligopsoni, yaitu kondisi ketika sebagian besar transaksi pada tingkat produsen dikuasai oleh

sejumlah kecil pembeli. Berdasarkan hasil wawancara, kondisi tersebut didukung oleh pola pemasaran yang relatif terkonsentrasi, di mana sebagian petani menjual hasil panennya kepada pembeli yang sama secara berulang. Akibatnya, volume pembelian terkonsentrasi pada beberapa pelaku utama dan persaingan antar pembeli menjadi kurang efektif. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kekuatan pasar pada sisi pembeli yang selanjutnya dianalisis melalui rasio konsentrasi (CR4) dan *Indeks Herfindahl-Hirschman* (HHI). Semakin terkonsentrasinya penguasaan pangsa pasar pada sebagian kecil pelaku menunjukkan potensi meningkatnya kekuatan pasar pembeli terhadap produsen, sebagaimana dikemukakan oleh (Nahraeni *et al.* 2019).

Tabel 1. Distribusi Pangsa Pembeli Jagung

Keterangan	Jumlah (Ton)	Pangsa Pasar (%)
Pembeli A	2	4
Pembeli B	12	27
Pembeli C	20	44
Pembeli D	10	22
Pembeli E	1,2	3
Total	45,2	100

Sumber: Data primer (2026), diolah.

Rasio Konsentrasi Pembeli (CR4)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai CR4 pada pasar jagung di Desa Warjabakti sebesar 97%, yang berarti empat pembeli terbesar menguasai hampir seluruh volume pembelian jagung per tahun. Perhitungan tersebut diperoleh dari penjumlahan pangsa pasar empat pembeli terbesar (44% + 27% + 22% + 4%). Nilai CR4 yang melebihi 70% mengindikasikan tingkat konsentrasi pasar yang sangat tinggi. Tingginya konsentrasi ini menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi jagung terkonsentrasi pada sejumlah kecil pembeli, sehingga alternatif pemasaran yang tersedia bagi petani menjadi terbatas. Dalam situasi demikian, kekuatan pasar cenderung berada pada sisi pembeli sehingga pembentukan harga lebih banyak dipengaruhi oleh pembeli dominan dibandingkan petani sebagai penjual.

Fakta empiris di lapangan mendukung kondisi tersebut. Salah seorang petani responden menyatakan bahwa "harga biasanya sudah ditentukan tengkulak berdasarkan harga pasar, kami tinggal menerima karena tidak tahu harus menjual ke mana lagi." Pernyataan serupa juga disampaikan oleh petani lain yang mengungkapkan bahwa harga jual sering kali mengikuti informasi harga yang dibawa tengkulak setelah melakukan transaksi di pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa proses pembentukan harga lebih banyak dipengaruhi oleh pembeli dibandingkan petani sebagai produsen. Dengan demikian, tingginya konsentrasi pembeli tidak hanya tercermin dari distribusi volume pembelian, tetapi juga berimplikasi pada meningkatnya pengaruh pembeli dalam proses

pembentukan harga. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Ibikoule *et al.*, (2024) yang mengungkapkan bahwa konsentrasi pembeli yang tinggi pada pasar jagung di Benin menempatkan petani kecil sebagai *price taker* dan menerima harga yang relatif rendah. Ajewole (2016) menjelaskan bahwa dalam pasar tipis (*thin market*), jumlah pembeli aktif yang terbatas memungkinkan beberapa pembeli memengaruhi harga secara signifikan.

Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai HHI pasar jagung di Desa Warjabakti sebesar 0,318. Nilai ini diperoleh dari penjumlahan kuadrat pangsa pasar masing-masing pembeli sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan kategori konsentrasi pasar, nilai HHI di atas 0,25 menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang tinggi. Nilai HHI sebesar 0,318 mengindikasikan bahwa distribusi pangsa pasar antar pembeli tidak merata dan terdapat dominasi oleh pelaku tertentu dalam sistem pemasaran jagung lokal. Tingkat konsentrasi yang tinggi ini menunjukkan adanya potensi market power pada sisi pembeli sehingga posisi tawar petani relatif lebih lemah dalam proses pembentukan harga. Kondisi tersebut tercermin dari distribusi transaksi di Desa Warjabakti, di mana satu pembeli menguasai 44% volume pembelian, sedangkan dua pembeli lainnya hanya menguasai sekitar 7% dari total transaksi. Ketimpangan distribusi ini menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran jagung lebih terkonsentrasi pada beberapa pembeli utama dibandingkan tersebar secara merata antar pelaku pasar.

Tabel 2. Indeks Herfindahl-Hirschman (HHI)

No	Pangsa Pasar	HHI
1	0,04	0,001958
2	0,27	0,070483
3	0,44	0,195787
4	0,22	0,048947
5	0,03	0,000705
Total		0,317879

Sumber: Data primer (2026), diolah

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lushi *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa konsentrasi pasar yang tinggi dalam perdagangan hasil pertanian berkorelasi signifikan dengan rendahnya daya tawar produsen kecil. Ola & Menapace (2020) juga menegaskan bahwa struktur pasar yang terkonsentrasi membatasi fleksibilitas petani dalam memilih pembeli dan memengaruhi mekanisme penentuan harga.

Indeks Bargaining Power (IBP)

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai rata-rata IBP petani sebesar 3,32 pada skala 1-5. Setelah dinormalisasi, diperoleh indeks sebesar 0,665 yang

termasuk dalam kategori posisi tawar sedang. Nilai ini menunjukkan bahwa petani memiliki kapasitas tawar tertentu dalam transaksi pemasaran jagung, namun belum berada pada posisi tawar yang kuat dalam struktur pasar yang terkonsentrasi tinggi.

Tabel 3. Rata-rata Dimensi Indeks Bargaining Power

Dimensi	Nilai
Kemampuan Negosiasi	2,99
Akses Informasi Pasar	3,86
Pilihan Saluran Pemasaran	3,01
Kontrol Keputusan Penjualan	3,44

Sumber: Data primer (2026), diolah

Berdasarkan Tabel 3, dimensi akses informasi pasar memiliki nilai tertinggi, sedangkan kemampuan negosiasi harga merupakan dimensi terendah. Pola ini menunjukkan bahwa meskipun petani relatif memiliki akses terhadap informasi harga, kemampuan mereka dalam memengaruhi harga tetap terbatas. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa ketersediaan informasi belum sepenuhnya dapat dikonversi menjadi kekuatan tawar yang efektif dalam struktur pasar yang terkonsentrasi tinggi. Meskipun petani mengetahui perkembangan harga pasar, pilihan pembeli yang terbatas serta ketergantungan pada tengkulak sebagai sumber pembiayaan menyebabkan informasi tersebut tidak selalu dapat digunakan untuk memperoleh harga yang lebih baik. Dengan kata lain, informasi tersedia, tetapi alternatif transaksi yang dapat dimanfaatkan petani tetap terbatas. Akibatnya, kemampuan petani untuk menerjemahkan informasi pasar menjadi keuntungan dalam proses negosiasi masih relatif rendah.

Dimensi Kemampuan Negosiasi (2,99)

Nilai rata-rata dimensi kemampuan negosiasi sebesar 2,99 merupakan skor terendah dibandingkan dimensi IBP lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan petani dalam memengaruhi harga masih relatif terbatas. Meskipun terdapat ruang untuk melakukan penawaran harga, khususnya bagi petani yang menggunakan modal pribadi, kenaikan harga yang terjadi umumnya sangat kecil, berkisar Rp100-200/kg. Proses negosiasi harga dilakukan secara langsung ketika tengkulak datang ke petani. Harga jual di tingkat petani umumnya ditentukan berdasarkan harga pasar yang diperoleh tengkulak, kemudian disampaikan ke petani sebagai acuan transaksi. Beberapa petani berupaya melakukan penawaran harga yang lebih tinggi dengan mempertimbangkan kualitas jagung dan informasi harga yang dimiliki. Namun, keputusan akhir harga tetap cenderung berada pada pihak pembeli karena penguasaan jaringan pemasaran, hubungan modal dengan petani, serta kendali terhadap distribusi hasil panen. Dengan demikian, meskipun proses negosiasi tetap berlangsung, mekanisme penentuan harga secara dominan masih berada di pihak tengkulak. Kondisi ini mengindikasikan bahwa harga jual

jagung lebih banyak ditentukan oleh pembeli, sementara petani cenderung menerima harga yang ditawarkan. Situasi tersebut sejalan dengan temuan Ibikoule *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa dalam pasar jagung dengan tingkat konsentrasi pembeli yang tinggi, petani kecil cenderung menjadi *price taker* akibat lemahnya posisi tawar dalam negosiasi harga.

Dimensi Akses Informasi Pasar (3,86)

Dimensi akses informasi pasar memperoleh nilai tertinggi, yaitu 3,86. Nilai ini menunjukkan bahwa petani relatif memiliki pengetahuan mengenai perkembangan harga jagung sebelum melakukan penjualan. Informasi harga umumnya diperoleh melalui jaringan sosial antar petani, kelompok tani, serta media sosial pedagang yang menyebarkan harga pasar secara langsung. Namun demikian, ketersediaan informasi tersebut belum sepenuhnya meningkatkan posisi tawar petani. Pemasaran di desa masih bergantung pada tengkulak sebagai saluran pemasaran utama hasil panen. Meskipun petani mengetahui harga jagung di pasar, faktor kedekatan hubungan, lokasi pemasaran yang relatif jauh, dan keterbatasan sarana transportasi menyebabkan petani lebih memilih menjual hasil panen kepada tengkulak. Kondisi tersebut menyebabkan informasi harga yang dimiliki petani belum dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk memperkuat posisi tawar petani dalam penentuan harga. Temuan ini konsisten dengan Ola & Menapace (2020) yang menyatakan meskipun petani memiliki informasi pasar, posisi tawar mereka tetap dibatasi oleh struktur pasar dan hubungan kontraktual dengan pembeli.

Dimensi Pilihan Saluran Pemasaran (3,01)

Nilai dimensi pilihan saluran pemasaran sebesar 3,01 menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa pembeli aktif, fleksibilitas petani untuk berpindah saluran pemasaran masih relatif terbatas. Sebagian besar petani menjual hasil panen kepada pembeli yang sama secara berulang. Hasil wawancara menunjukkan bahwa petani cenderung mempertahankan hubungan penjualan dengan tengkulak yang sama karena sebelumnya telah memperoleh bantuan modal atau sudah memiliki hubungan transaksi yang berlangsung lama. Salah satu petani menyatakan: "biasanya jual ke pembeli yang sama karena pernah dibantu modal dan sudah langganan, jadi tidak enak kalau menjual ke pembeli lain tanpa izin". Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan sosial dan ekonomi turut memengaruhi pola pemasaran jagung di Desa Warjabakti.

Selain itu, petani beranggapan bahwa harga yang ditawarkan antar tengkulak relatif tidak berbeda jauh, sehingga perpindahan pembeli dinilai tidak memberikan tambahan keuntungan yang signifikan. Akibatnya, keberadaan beberapa pembeli secara nominal belum mampu menciptakan persaingan yang efektif. Situasi tersebut meningkatkan *switching cost* petani untuk berpindah pembeli dan pada akhirnya membatasi pilihan saluran pemasaran yang tersedia.

Temuan ini sejalan dengan Agustina *et al.*, (2024) yang menyatakan bahwa ketergantungan petani terhadap tengkulak dalam sistem pemasaran dapat memperlemah daya tawar petani melalui pembatasan akses pasar dan dominasi dalam hubungan transaksi.

Dimensi Kontrol Keputusan Penjualan (3,44)

Dimensi kontrol keputusan penjualan memperoleh nilai sebesar 3,44, yang menunjukkan bahwa petani secara formal memiliki kewenangan dalam menentukan waktu penjualan, namun dalam praktiknya kontrol tersebut belum sepenuhnya independen. Keterangan responden mengungkapkan bahwa keputusan penjualan memang ditetapkan oleh petani, tetapi waktu penjualan seringkali dipengaruhi oleh informasi dan dorongan yang disampaikan pembeli.. Dalam kondisi tersebut, petani cenderung menyetujui penjualan karena menganggap momentum harga tinggi sebagai peluang yang menguntungkan.

Temuan ini menunjukkan bahwa kontrol keputusan penjualan yang dimiliki petani masih dipengaruhi oleh informasi dan sinyal pasar yang disampaikan oleh pembeli. Akibatnya, keputusan waktu penjualan tidak sepenuhnya didasarkan pada pertimbangan teknis usahatani, seperti tingkat kematangan panen atau strategi penyimpanan hasil, tetapi juga dipengaruhi oleh pertimbangan pasar yang dibawa oleh pembeli. Meskipun demikian, dibandingkan dimensi negosiasi harga dan pilihan saluran pemasaran, petani masih memiliki ruang yang lebih besar untuk menentukan kapan hasil panen akan dijual. Temuan ini sejalan dengan Cavicchioli *et al.*, (2022), yang menyatakan bahwa dalam rantai pasok dengan tingkat konsentrasi tinggi, otonomi produsen cenderung menurun akibat ketergantungan struktural terhadap pembeli.

Analisis Integrasi Struktur Pasar dan Posisi Tawar Petani

Analisis integrasi antara struktur pasar jagung dan posisi tawar petani di Desa Warjabakti dilakukan dengan mengukur struktur pasar melalui indikator konsentrasi pembeli, yakni CR4 dan HHI, sedangkan posisi tawar dianalisis menggunakan *Indeks Bargaining Power* (IBP) yang dibangun dari beberapa dimensi. Dalam kerangka *Structure-Conduct-Performance* (SCP), struktur pasar dipandang mempengaruhi perilaku pelaku pasar (*conduct*) yang selanjutnya menentukan kinerja pasar (*performance*). Pendekatan ini relevan digunakan pada pasar jagung di tingkat petani karena memungkinkan analisis mengenai bagaimana konsentrasi pembeli mempengaruhi perilaku pemasaran, seperti mekanisme penentuan harga, hubungan transaksi antara petani dan tengkulak, serta distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran. Dengan demikian, SCP dapat digunakan untuk menjelaskan keterkaitan antara struktur pasar yang terkonsentrasi dan posisi tawar petani dalam transaksi pemasaran jagung (Asri, 2023; Rizky *et al.*, 2026).

Hasil perhitungan menunjukkan nilai CR4 sebesar 0,97 dan HHI sebesar 0,32 yang termasuk kategori tinggi. Nilai CR4 yang mendekati satu menunjukkan bahwa hampir seluruh volume pembelian jagung dikuasai oleh empat pembeli utama, sehingga alternatif mitra transaksi menjadi terbatas. HHI yang tinggi memperkuat indikasi dominasi pembeli dalam penentuan harga dan syarat transaksi. Temuan ini sejalan dengan Ibikoule *et al.*, (2024) dan Lushi *et al.*, (2023) yang menunjukkan bahwa konsentrasi pembeli dalam pasar jagung berkorelasi dengan meningkatnya ketimpangan kekuatan tawar antara produsen kecil dan pelaku pasar dominan.

Dalam perspektif teori market power, konsentrasi tinggi memperbesar kemampuan pembeli bertindak sebagai *price maker*. Dalam kerangka *Nash bargaining*, terbatasnya jumlah pembeli mengurangi *outside option* petani, sehingga distribusi surplus cenderung lebih besar dinikmati oleh pihak yang memiliki alternatif transaksi lebih luas dan kapasitas modal lebih kuat Hafids (2025). Dengan demikian, struktur pasar tidak hanya memengaruhi harga, tetapi juga mempersempit ruang negosiasi dan pilihan saluran pemasaran bagi petani.

Temuan empiris dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan struktur pasar terutama terlihat pada dimensi negosiasi harga (2,99) dan pilihan saluran pemasaran (3,01), yang masing-masing berada pada skor relatif lebih rendah dibandingkan dimensi lainnya. Dominasi tengkulak dengan kapasitas modal besar memperkuat mekanisme oligopsonistik di tingkat lokal, di mana pembeli berperan sebagai penentu harga dan pengendali akses transaksi. Ketergantungan petani terhadap pembiayaan dan jaringan distribusi tengkulak meningkatkan *switching cost*, sehingga fleksibilitas tawar menjadi terbatas.

Meskipun struktur pasar menunjukkan konsentrasi tinggi, rata-rata IBP petani mencapai 0,665 dan berada dalam kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengaruh struktur pasar tidak bersifat seragam terhadap seluruh dimensi posisi tawar. Akses informasi pasar yang relatif tinggi (3,86) serta kontrol keputusan penjualan (3,44) berperan sebagai faktor penyeimbang yang menjaga kapasitas tawar petani. Informasi harga yang diperoleh melalui media sosial dan jaringan komunikasi lokal membantu mengurangi asimetri informasi dalam transaksi. Temuan ini sejalan dengan Ola & Menapace (2020) serta Malakrawlikowska *et al.*, (2019) yang menunjukkan bahwa akses informasi dan relasi dalam rantai pasok dapat mempengaruhi bargaining power serta hasil ekonomi yang diterima petani.

Secara agregat, interaksi antara tekanan struktur pasar dan faktor penyeimbang tersebut menghasilkan nilai IBP sebesar 0,665 yang berada dalam kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh konsentrasi pasar terhadap posisi tawar bekerja secara parsial dan multidimensional, bukan absolut. Struktur pasar yang terkonsentrasi lebih kuat menekan dimensi negosiasi harga dan saluran pemasaran, tetapi tidak sepenuhnya menghilangkan akses informasi dan kontrol keputusan petani.

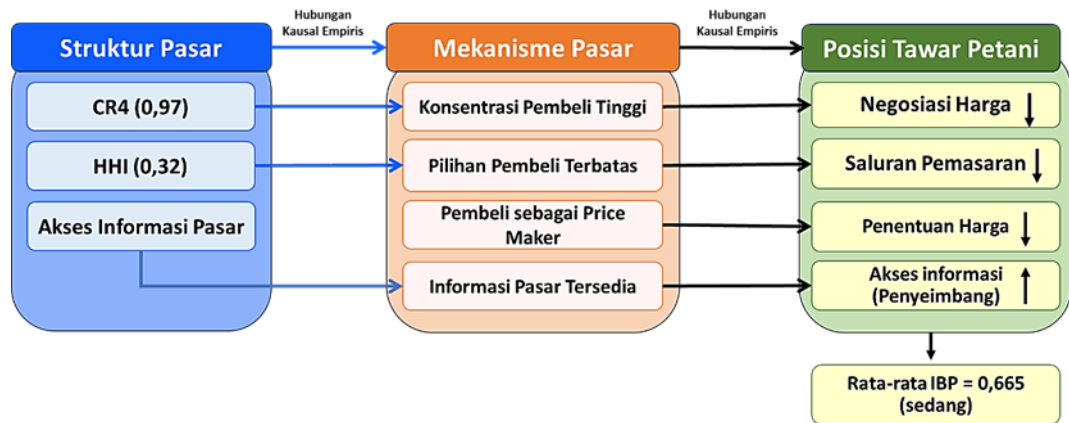
Ringkasan hubungan antara indikator struktur pasar dan dimensi posisi tawar disajikan pada Tabel 4. Untuk memperjelas alur kausal antara struktur pasar, mekanisme pasar, dan dampaknya terhadap dimensi IBP, integrasi hasil tersebut divisualisasikan dalam Gambar 1.

Tabel 4. Integrasi Struktur Pasar dan Dimensi Posisi Tawar

Indikator Struktur Pasar	Nilai	Dimensi IBP yang Terdampak	Arah Pengaruh	Mekanisme Ekonomi	Implikasi terhadap IBP
CR4 (4 pembeli terbesar)	0,97 (Tinggi)	Negosiasi Harga	Negatif	Konsentrasi pembeli tinggi → alternatif transaksi terbatas	Fleksibilitas tawar petani menurun
CR4 (4 pembeli terbesar)	0,97 (Tinggi)	Saluran Pemasaran	Negatif	Struktur oligopsoni meningkatkan <i>switching cost</i>	Pilihan saluran pemasaran terbatas
HHI (Herfindahl-Hirschman Index)	0,32 (Tinggi)	Penentuan Harga	Negatif (Dominasi Pembeli)	Konsentrasi memperkuat posisi pembeli sebagai price maker	Harga jual relatif ditentukan pembeli
Akses Informasi Pasar	-	Akses Informasi	Positif (Penyeimbang)	Ketersediaan informasi mengurangi asimetri informasi	Menahan pelemahan posisi tawar
Indeks Bargaining Position (IBP)	0,665 (Sedang)	Agregat seluruh dimensi	-	Hasil integrasi seluruh dimensi	Posisi tawar keseluruhan berada pada kategori sedang

Sumber: Data primer (2026), diolah.

Diagram pada Gambar 1 menunjukkan bahwa konsentrasi pembeli (CR4 dan HHI) membentuk mekanisme pasar melalui dominasi price maker dan keterbatasan pilihan pembeli yang kemudian menekan dimensi negosiasi harga, saluran pemasaran, dan penentuan harga. Di sisi lain, akses informasi pasar berperan sebagai faktor penyeimbang yang mengurangi asimetri informasi antara petani dan pembeli. Informasi mengenai harga pasar memungkinkan petani mengetahui kisaran harga yang berlaku sehingga mengurangi ketidakpastian dalam transaksi dan meningkatkan kemampuan mereka untuk mengevaluasi kewajaran harga yang ditawarkan pembeli. Meskipun informasi tersebut belum sepenuhnya mampu menghilangkan ketergantungan petani terhadap tengkulak akibat keterbatasan alternatif pemasaran dan hubungan permodalan, keberadaannya membantu menahan penurunan posisi tawar agar tidak berada pada kategori rendah. Dengan demikian, akses informasi berfungsi sebagai mekanisme kompensasi yang memperkuat kapasitas pengambilan keputusan petani dalam struktur pasar yang terkonsentrasi.



Gambar 1. Model Integrasi Struktur Pasar terhadap Posisi Tawar Petani
Sumber: Data primer (2026), diolah.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pasar jagung yang berstruktur oligopsonistik, pengaruh konsentrasi pasar terhadap posisi tawar petani tidak terjadi secara merata pada seluruh dimensi *bargaining power*. Konsentrasi pembeli terbukti lebih kuat menekan kemampuan negosiasi harga dan pilihan saluran pemasaran, namun tidak sepenuhnya menghilangkan akses informasi pasar dan kontrol keputusan penjualan yang dimiliki petani. Temuan ini memperkaya literatur mengenai kekuatan pasar dalam sektor pertanian dan sejalan dengan pandangan bahwa distribusi kekuatan tawar tidak hanya ditentukan oleh tingkat konsentrasi pasar, tetapi juga oleh kapasitas informasi serta strategi ekonomi pelaku usaha (Bulte *et al.*, 2024; Lushi *et al.*, 2023). Dengan demikian, studi ini menegaskan bahwa hubungan antara struktur pasar dan posisi tawar petani bersifat multidimensional dan parsial, sehingga intervensi kebijakan tidak cukup hanya berfokus pada pengurangan konsentrasi pasar, tetapi juga pada penguatan kapasitas informasi dan perluasan alternatif saluran pemasaran bagi petani.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KEBIJAKAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar jagung di Desa Warjabakti sebagai daerah produksi jagung non sentra tergolong sangat terkonsentrasi, sebagaimana tercermin dari nilai CR4 sebesar 0,97 dan HHI sebesar 0,32 yang mengindikasikan karakter oligopsonistik. Struktur tersebut memperkuat dominasi pembeli dalam penentuan harga serta membatasi alternatif transaksi petani, sehingga ruang negosiasi dan fleksibilitas pemasaran menjadi relatif sempit. Meskipun demikian, posisi tawar petani di Desa Warjabakti secara agregat masih berada pada kategori sedang (IBP = 0,665). Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks wilayah produksi non sentra, pengaruh konsentrasi pasar terhadap posisi tawar tidak bersifat absolut, melainkan bekerja

secara parsial pada dimensi tertentu, terutama negosiasi harga dan pilihan saluran pemasaran. Akses informasi dan kontrol keputusan penjualan berperan sebagai faktor penyeimbang yang menjaga kapasitas tawar petani dalam batas moderat.

Secara teoretis, studi ini menegaskan bahwa pada daerah produksi jagung non sentra seperti Desa Warjabakti, distribusi kekuatan tawar tidak semata ditentukan oleh tingkat konsentrasi pasar, tetapi juga oleh kapasitas informasi dan pola relasi transaksi lokal. Secara kebijakan, penguatan kelembagaan pemasaran, perluasan akses informasi harga, serta pengembangan alternatif saluran distribusi menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan posisi tawar petani di wilayah non sentra.

Rekomendasi Kebijakan

Berdasarkan temuan penelitian di Desa Warjabakti sebagai daerah produksi jagung non sentra, terdapat tiga rekomendasi kebijakan strategis yang dapat dipertimbangkan:

1. Penguatan Kelembagaan Pemasaran Kolektif. Tingkat konsentrasi pasar yang tinggi (CR4 dan HHI) menunjukkan dominasi pembeli dalam transaksi. Oleh karena itu, pembentukan atau penguatan kelembagaan pemasaran kolektif seperti koperasi atau kelompok tani pemasaran menjadi penting untuk meningkatkan skala ekonomi dan daya tawar agregatif. Melalui mekanisme kolektif, petani dapat memperluas alternatif mitra dagang, menurunkan ketergantungan terhadap tengkulak dominan, serta meningkatkan posisi negosiasi harga.
2. Pengembangan Sistem Informasi Harga Berbasis Digital dan Lokal. Meskipun IBP berada pada kategori sedang, dimensi akses informasi terbukti menjadi faktor penyeimbang dalam kondisi pasar terkonsentrasi. Oleh karena itu, intervensi kebijakan perlu diarahkan pada penguatan sistem informasi harga berbasis digital maupun papan informasi harga di tingkat desa. Transparansi harga lintas wilayah dapat memperkecil asimetri informasi dan memperluas outside option petani dalam proses negosiasi.
3. Diversifikasi Saluran Pemasaran dan Kemitraan Formal. Tekanan struktur pasar terutama terjadi pada dimensi negosiasi harga dan pilihan saluran pemasaran. Pemerintah daerah dapat memfasilitasi akses petani non sentra ke saluran pemasaran alternatif, seperti kemitraan dengan industri pakan, BUMDes, atau agregator berbasis kontrak. Diversifikasi saluran distribusi akan mengurangi konsentrasi pembeli di tingkat lokal dan memperbaiki struktur insentif dalam transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Lisanty, N., Sidhi, E. Y., & Artini, W. (2024). Analisis Ketergantungan Petani Padi terhadap Tengkulak dalam Sistem Pemasaran di Sentra Produksi Padi Kecamatan Pace. 5431, 131-140.

- Ajewole, K. (2016). *Price reporting in a thin market*. i, 345–365. <https://doi.org/10.1017/aae.2016.19>
- Al-hafidz, Z. (2021). *A value chain analysis of sweet potato commodity marketing*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 99–116.
- Asri, L. Y. (2023). *Analysis Structure, Conduct and Perfomance (SCP) pada Pemasaran Daging Sapi di Kabupaten Kubu Raya*. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 7, 915–928.
- BPS. (2024). *Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Jagung Menurut Provinsi*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjJwNCMy/luas-panen-produksi-dan-produktivitas-jagung-menurut-provinsi.html>
- Bulte, E., Do Nascimento Miguel, J., & Anissa, B. P. (2024). *Competition on Agricultural Markets and Quality of Smallholder Supply: The Role of Relational Contracting and Input Provision by Traders*. *Economic Development and Cultural Change*, 72(2), 603–632. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/721024>
- Bunga, J. Y., Olviana, T., & Nendissa, D. R. (2020). *Struktur pasar pisang " kepok "*. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 1(1), 41–47.
- Cavicchioli, D., Cacchiarelli, L., Sorrentino, A., & Pretolani, R. (2022). *Should We Cry over the Spilt Milk ? Market Power and Structural Change along Dairy Supply Chains in EU Countries*. 1–18.
- Dafa, M., Dan, A., & Wulandari, E. (2025). *Saluran Pemasaran dan Metode Pembayaran pada Petani Sayuran di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat*. *Agroinfo Galuh*, 12, 835–844.
- Fauzan, M. (2024). *Beyond the Village Gate : Commercializing Smallholder Agriculture in Indonesia*. 3(3), 10–21.
- Husen, F., Nendissa, D. R., Levis, L. R., Pellokila, M. R., & Khoiriyah, N. (2022). *Struktur dan Perilaku Pasar Komoditi Bawang Merah*. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 3(1), 30–38.
- Ibikoule, G. E., Lee, J., & Godonou, L. A. (2024). *Smallholders' vulnerability in the maize market: An analysis of marketing channels to improve the role of cooperatives in Benin*. *Heliyon*, 10. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:268477682>
- Lushi, I., Murrja, A., & Ujkani, S. (2023). *Linking Farmers ' Bargaining Power In Trade*. 18(2), 173–185. <https://doi.org/10.2478/jeb-2023-0026>
- Malak-rawlikowska, A., Milczarek-andrzejewska, D., & Fałkowski, J. (2019). *Farmers ' Bargaining Power and Input Prices : What Can We Learn from Self-Reported Assessments ? †*. 1–13. <https://doi.org/10.3390/socsci8020063>
- Michael R. Baye, J. T. P. (2022). *Managerial economics and Strategy Business*.
- Nahraeni, W., Rahayu, A., Yoesdiarti, A., & Kulsum, I. (2019). *Struktur Pasar Sayuran Kemangi Di Pasar Tradisional*. *Jurnal Agribisains*, 4. <https://doi.org/10.30997/jagi.v4i2.1564>
- Ola, O., & Menapace, L. (2020). *Smallholders' perceptions and preferences for market attributes promoting sustained participation in modern agricultural value chains*. *Food Policy*, 97, 101962. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2020.101962>
- Rini, A. Z., Hadi, S., & Aulia, A. N. (2023). *Pola Saluran Pemasaran dan Struktur Pasar Padi Sawah di Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo*. *Agri Analytics Journal*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:275284974>

- Rizky, M. F., Luthfi, A., & Indrawati, Y. (2026). *Market Structure and Conduct in Traditional Markets versus Modern Retail Stores in Situbondo Regency , Indonesia : Evidence from the Structure Conduct Performance (SCP) Framework*. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*.
- Sahrial Hafids, Dina Nurul Fitria, Andi Azrarul Amri, Mirawati Yanita, F. A. (2025). *Manajemen Risiko Agribisnis*. CV Hei Publishing Indonesia.
- Sandro Sinaga, N. D. (2016). *Pemasaran Buah Nenas (Kajian Struktur, Perilaku, Dan Penampilan Pasar) di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar*. 13(1), 38-50.
- Suhana, M., Hendra, J., Tinggi, S., Islam, A., Bengkalis, N., Bengkalis, K., & Riau, P. (2024). *Struktur Pasar dan Penentuan dan Persaingan Harga*. 1(2), 682-692.