

ANALISIS STRUKTUR PASAR BUAH DI PASAR BUAH MINULYO KOTA PACITAN

Muhammad Fauzan Wahyu Hidayat

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia

Email: mhmmadfauzan12345@gmail.com

Abstract: The market is a place where sellers and buyers meet. Today the market is growing, with it being composed of various market structures. One that can be found is the fruit market which is part of the market structure. This research was conducted to find out what types of market structures exist in the Minulyo Fruit Market based on their characteristics. By taking the research place at the Minulyo Fruit Market, Pacitan Regency, this research includes field research using descriptive qualitative research methods to analyze and describe the research data obtained. The results of this study indicate that the Minulyo Fruit Market in Pacitan Regency is included in a perfectly competitive market structure because of the large number of sellers and buyers, the goods traded in the market are homogeneous and entry for new sellers is free to enter and exit.

Keywords: Market, Perfect Competition Market, Market Structure

Abstrak: Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya penjual dan pembeli. Dewasa ini pasar semakin berkembang dengan hal itu tersusunlah berbagai struktur pasar yang bermacam-macam. Salah satu yang dapat ditemui adalah pasar buah yang merupakan bagian dari struktur pasar. Penelitian ini dilakukan untuk dapat mengetahui termasuk jenis struktur pasar apakah yang terdapat pada Pasar Buah Minulyo berdasarkan ciri-cirinya. Dengan mengambil tempat penelitian di Pasar Buah Minulyo Kabupaten Pacitan penelitian ini termasuk penelitian lapangan (field research) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menganalisis dan mendiskripsikan data hasil penelitian yang didapatkan. Dengan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Pasar Buah Minulyo Kabupaten Pacitan termasuk dalam struktur pasar persaingan sempurna karena jumlah penjual dan pembelinya yang banyak, barang yang diperjual belikan di pasar tersebut bersifat homogen dan akses masuk bagi penjual baru bebas keluar masuk.

Kata Kunci: Pasar, Pasar Persaingan Sempurna, Struktur Pasar

PENDAHULUAN

Struktur pasar merupakan semua informasi tentang perilaku usaha dan kinerja pasar yang dijelaskan melalui keadaan pasar tersebut. Dalam menentukan struktur pasar dipengaruhi beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut seperti jumlah penjual atau produsen, jenis atau sifat barang yang dihasilkan, tingkat penguasaan teknologi, elastisitas permintaan terhadap suatu produk, lokasi, hambatan masuk

pasar, tingkat efisiensi, dan beberapa faktor lainnya. Jenis-jenis struktur pasar sangatlah bervariasi, namun secara global dikelompokkan menjadi dua bentuk pasar yang berbeda, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Termasuk pasar sempurna yaitu pasar buah, pasar beras, pasar sayur. Sedangkan pasar tidak sempurna mencakup pasar monopoli, pasar monopolistik, pasar oligopoli.

Struktur pasar sangatlah mempengaruhi produsen dalam menentukan harga produknya. Para produsen tidak memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga pada pasar sempurna. Akan tetapi semua kemampuan untuk mempengaruhi harga tersebut dapat dilakukan ketika struktur pasarnya tidak sempurna, bahkan produsen/pedagang dapat bertindak sebagai penentu harga, jika struktur pasarnya monopolistik.

Struktur pasar pada dasarnya dibedakan menjadi pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Sedangkan bentuk pasar yang ideal adalah struktur pasar persaingan sempurna, karena didalam kegiatan perekonomiannya sangatlah efisien. Untuk pasar persaingan tidak sempurna yang sering dijumpai adalah pasar monopolistik dan oligopol.

Dari hal itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap struktur pasar persaingan sempurna yang saat ini banyak dijumpai di daerah-daerah. Peneliti memfokuskan pada wilayah Pacitan untuk melakukan penelitian lebih mendalam dari bentuk pasar persaingan sempurna mengenai mekanisme penentuan harga, akses masuk bagi penjual baru di pasar dan kemampuan produsen dalam menentukan harga. Hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui struktur-struktur mengenai pasar yang lebih mendalam.

METODE PENELITIAN

Jenis pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Yaitu dimana penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi tentang teori yang akan diteliti. Pengumpulan data dari penelitian ini, peneliti melakukan survei langsung ke lapangan untuk memastikan keadaan suatu pasar juga melakukan wawancara langsung dengan para penjual di pasar hingga memperoleh data yang aktual untuk disusun dan dianalisa.

Sumber data

Pada penelitian ini, data yang digunakan di bagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder (Flores, 2019). Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari subjek maupun objek penelitian. Seperti melakukan penelitian/observasi langsung ke lapangan dan melakukan wawancara terhadap penjual untuk mendapatkan data tersebut. Sedangkan data sekunder adalah

sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dengan adanya hal itu dapat diartikan bahwa peneliti berperan sebagai pihak kedua, karena data yang diperoleh tidak langsung.

Data lokasi

Pasar Persaingan Sempurna

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Buah Pacitan. Lokasinya yaitu di Pasar Buah Minulyo, Kec. Pacitan, Kab. Pacitan, Jawa Timur dengan melakukan survei langsung ke lapangan guna mendapatkan data dari penjual di pasar buah tersebut mengenai mekanisme penentuan harga hingga kondisi pasar, dan lain sebagainya untuk memperlengkap data laporan yang dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi Pasar

Secara umum pengertian pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi mereka yang aktual atau potensial, menetapkan harga suatu produk atau sekumpulan produk (Bariyah, 2011). Dalam ilmu ekonomi pengertian pasar sangatlah luas daripada hanya sekedar tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk mengadakan transaksi jual beli barang/jasa (Toti & Indri, 2014). Pengertian pasar dapat dititikberatkan dalam arti ekonomi yaitu untuk transaksi jual beli. Sehingga, apabila penjual dan pembeli bertemu akan tercipta harga yang telah ditentukan antara penjual dan pembeli.

Sementara apabila merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pasar adalah tempat sekumpulan orang melakukan transaksi jual-beli. Sekaligus tempat untuk jual beli yang diadakan oleh sebuah organisasi atau perkumpulan dan sebagainya dengan maksud mencari derma. Lebih singkatnya, pasar adalah arena dimana penjual dan pembeli bertemu/berkumpul dan berinteraksi.

Transaksi yang terjadi di dalam pasar tidak hanya berkaitan dengan barang saja, akan tetapi dapat melibatkan pertukaran jasa, tenaga kerja, modal, surat berharga, informasi, hingga mata uang. Dimana barang-barang tersebut akan berpindah dari satu pihak ke pihak lainnya.

Adapun pengertian pasar menurut para ahli diantaranya yaitu: Menurut Kotler (2002) Pasar merupakan suatu tempat fisik dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk mempertukarkan barang dan jasa. Menurut William J. Stanton, Berpendapat bahwa pasar merupakan tempat dimana terdapat sekumpulan orang yang mempunyai keinginan untuk membelanjakan uangnya, atau dapat dikatakan bahwa pasar ialah tempat untuk kegiatan jual beli dengan alat pertukaran "uang" (Neli, 2020).

Jenis-jenis Pasar

Pada dasarnya pasar dibagi menjadi beberapa golongan. Berdasarkan strukturnya, pasar dibedakan menjadi 2 yaitu:

1. Pasar persaingan sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah struktur pasar dimana penjual dan pembeli jumlahnya banyak, dan keadaan pasar tidak bisa dipengaruhi oleh penjual dan pembeli, karena harga terbentuk melalui mekanisme pasar dan hasil interaksi antara si penjual dan pembeli (Sadono Sukirno, 2016). Adapun ciri-ciri pasar persaingan sempurna adalah banyaknya jumlah penjual dan pembeli, barang dan jasa yang diperjualbelikan sifatnya homogen, produsen bebas keluar dan masuk pasar, pembeli dan penjual mengetahui kondisi pasar.

2. Pasar persaingan tidak sempurna

Pasar persaingan tidak sempurna adalah suatu pasar dimana jumlah penjual lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pembelinya. Pada pasar ini harga barangnya ditentukan oleh penjual itu sendiri. Selain itu kelebihan dari pasar tidak sempurna yaitu kita bisa melakukan tawar menawar terhadap barang yang akan kita beli. Adapun pasar persaingan tidak sempurna terdiri dari:

a) Pasar monopoli

Yaitu dimana suatu pasar hanya dikuasai oleh satu penjual saja (Yenni, 2012). Penentuan harga dalam pasar ini yaitu monopoli (penjual). Seorang monopoli dapat menaikkan turunkan harga di pasar dengan menentukan jumlah barang yang akan diproduksi, semakin banyak barang yang diproduksi, maka akan murah harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Semakin sedikit barang yang diproduksi maka semakin mahal harga barang tersebut.

b) Pasar oligopoli

Yaitu suatu bentuk pasar dimana hanya terdiri atas beberapa penjual untuk barang tertentu. Dengan begitu, penjual yang satu dengan penjual lainnya dapat mempengaruhi harga. Berdasarkan ciri-cirinya, pasar oligopoli terletak diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, akan tetapi lebih condong ke bentuk pasar monopoli (Leni, 2017). Adapun ciri-ciri pasar oligopoli yaitu sebagai berikut: (1) Menghasilkan barang standar atau berbeda corak, (2) Kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah ada kalanya sangat Tangguh, (3) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan (Ni'matul, 2020).

c) Pasar monopolistik

Yaitu pasar dimana produsen memproduksi banyak barang yang serupa akan tetapi memiliki perbedaan dalam segi aspeknya. Pasar ini banyak kita jumpai pada sektor jasa dan perdagangan eceran.

Karakteristik dan Fungsi Pasar

Pasar adalah tempat dimana seorang penjual dan pembeli melakukan kegiatan transaksi jual beli barang dan jasa. Pengertian pasar dapat juga di perluas, yaitu terjadinya hubungan antara penjual dan pembeli baik secara langsung atau tidak dalam melakukan sebuah transaksi jual beli barang dan jasa. Suatu tempat akan di katakan pasar apabila memenuhi beberapa ciri-ciri. Adapun ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut: (1) Adanya seorang penjual dan pembeli, (2) Adanya barang dan jasa yang akan diperjualbelikan, (3) Adanya proses permintaan dan penawaran suatu barang di antara kedua belah pihak.

Pasar merupakan suatu tempat berkumpulnya semua orang yang ingin berbelanja atau bertransaksi. Pasar sangatlah penting di dalam kehidupan sehari-hari. Terutama dalam kehidupan rumah tangga. Karena ketika berumah tangga tentunya pasti memerlukan kebutuhan yang sangat banyak untuk keluarganya. Secara umum, pasar memiliki tiga fungsi utama. Adapun fungsi-fungsi tersebut adalah sebagai berikut: (1) Pasar sebagai pembentuk harga, (2) Sebagai sarana pendistribusian, (3) Sebagai promosi (Ari, 2001).

Analisis Struktur Pasar Buah Di Pasar Buah Minulyo Kota Pacitan

1. Jumlah Pembeli dan Penjual di Pasar Buah

Di pasar buah Minulyo Kabupaten Pacitan memiliki banyak sekali pembeli begitu pula dengan penjualnya. Disana merupakan tempat penjualan buah yang sangat besar di Kabupaten Pacitan. Hampir setiap pagi hingga siang banyak sekali masyarakat yang berdatangan untuk membeli buah di pasar tersebut. Buah-buah yang diperdagangkan di pasar ini pada umumnya di peroleh dari luar Kabupaten Pacitan, yaitu berasal dari Kota Yogyakarta dan sekitarnya (Rika, 2018).

Menurut hasil penelitian yang telah kami lakukan di pasar tersebut, menunjukkan bahwa dari pagi hingga siang hari para pembeli terus berdatangan untuk membeli kebutuhan rumah tangga dan juga membeli buah, selain itu letaknya yang strategi yaitu sebelah dengan terminal bus hal tersebut sangat berpengaruh positif terhadap pasar buah minulyo. Akan tetapi setelah pandemi melanda ini para pembeli mengalami penurunan yang sangat drastis.

Menurut wawancara yang telah kami lakukan dengan salah satu pedagang di pasar buah Minulyo yang bernama Ibu Tatik, beliau menyampaikan bahwasannya keramaian pembeli dipasar buah ini tidak selalu ramai dengan seterusnya. Jumlah pembeli di pasar ini tergantung tanggalnya, ketika pas tanggal muda biasanya pembelinya sangat banyak yang berdatangan, akan tetapi ketika tanggal tua para pembelinya agak sepi.

Selain itu, beliau juga menyampaikan bahwasannya ketika mendekati bulan Ramadhan dan Hari Raya Idul Fitri para pembeli dipasar tersebut mengalami

kenaikan dibandingkan hari-hari biasa. Akan tetapi ketika pandemi mulai menyerang di Indonesia, pembeli di pasar buah tersebut mengalami penurunan secara drastis.

Dengan begitu para penjual bingung mau dijual dimana buah-buah tersebut. Dan saat itulah hampir semua para penjual buah-buahan di pasar buah Minulyo mengalami penurunan keuntungan yang sangat besar. Yang sebelumnya perbulan mendapatkan keuntungan Rp 5 juta dan ketika pandemi melanda keuntungannya menjadi menurun sebesar 1,5 juta perbulannya.

Hal ini mengakibatkan para penjual di pasar tersebut mengurangi penjualan buahnya. Yang sebelumnya menyetok 50kg menjadi 25 kg. Hal tersebut bertujuan untuk menghindari buah yang busuk karena tidak terjual.

2. Barang Dan Jasa Yang Diperjualbelikan Sifatnya Homogen

Produk homogen merupakan barang atau jasa yang tidak memiliki karakteristik dan tidak dapat dibedakan dengan barang yang serupa. Produk yang homogen yang homogen pada umumnya disebabkan karena tidak adanya preferensi oleh konsumen terhadap produk yang ada di pasar persaingan sempurna (Hamira, 2019). Berdasarkan penelitian berupa wawancara kepada Ibu Zuni selaku salah satu penjual yang ada di Pasar Buah Minulyo.

Dapat diketahui bahwasannya barang yang dijual di pasar buah sifatnya homogen, artinya beliau hanya menjual salah satu produk saja, tanpa menjual barang lainnya. Alasan Ibu Zuni hanya menjual satu produk saja yaitu beliau tidak mau memiliki banyak karyawan. Karena hal tersebut dapat mengurangi keuntungan beliau.

Hal itu mendasari bahwa pasar buah tersebut masuk kedalam ciri-ciri pasar persaingan sempurna karena barang yang diperjualbelikan di pasar tersebut bersifat homogen yang berarti sama. Sifat homogen barang dan jasa pasar persaingan sempurna dengan pembeli dan penjual mengetahui keadaan pasar dengan sempurna.

Gambar 1. Pasar Buah Pacitan



Sumber: Dokumen Pribadi

3. Akses Masuk Bagi Penjual Baru di Pasar

Pasar buah minulyo Kabupaten Pacitan merupakan pasar buah yang paling ramai didatangi oleh para pembeli. Baik dari dalam kota maupun luar kota Pacitan. Selain itu pasar ini termasuk kedalam pasar sempurna, karena hanya menjual salah satu produk saja, yaitu buah.

Selain para pembeli yang ramai, penjual buah di pasar tersebut pun sangat ramai juga. Penjual di pasar tersebut di dominasi oleh para ibu-ibu dan bapak-bapak. Di pasar buah minulyo ini sistem masuknya penjual bebas keluar masuk. Dalam wawancara yang telah saya lakukan kepada salah satu pedagang buah di pasar tersebut, bahwasannya bagi para penjual baru yang ingin berjualan di pasar tersebut tentunya harus meminta izin dahulu kepada penanggung jawab pasar tersebut. Karena jika tidak meminta izin kepada penanggung jawab, maka penjual tersebut tidak akan boleh berjualan di pasar tersebut.

KESIMPULAN

Di lihat dari data yang di jelaskan oleh penulis artikel di atas, bahwasannya jumlah penjual dan pembeli di Pasar Buah Minulyo Kabupaten Pacitan sangat ramai sekali. Di tambah lagi letaknya yang sangat strategis menambah dampak positif terhadap pasar buah tersebut. Barang yang diperjualbelikan di pasar tersebut sifatnya homogen. Karena hanya menjual produk buah saja tanpa menjual produk lainnya. Selain itu untuk akses masuk bagi para penjual baru yang ingin berjualan di pasar tersebut bebas keluar masuk, akan tetapi harus meminta izin kepada penanggung jawab pasar tersebut. Dengan begitu Pasar Buah Minulyo Kabupaten Pacitan masuk kedalam Pasar Persaingan Sempurna.

REFERENSI

- Bariyah, Oneng Nurul. (2011). Meneropong Pasar Keuangan Dan Industri Di Indonesia. *Jurnal GIGI*, 1(2), 60.
- Bernadette, R., Hamira, & Mukhlis. (2019). Analisis strategi harga, strategi produk, dan keuntungan pada industry kerupuk kemplang di Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 17(1), 9.
- Indrawati, Toti dan Indri Yovita. (2014). Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 1.
- Isdiantoni, Rika Diananing Putri. (2018). Penetapan Harga Jual Buah Jeruk Oleh Pedagang Pengecer. *Jurnal Cemara*, 15(1), 3.
- Kusuma. *Struktur Pasar*. (2021). *Pasar: pengertian, fungsi, jenis, dan contoh*. <https://amp.kompas.com/money/read/2021/10/15/135129526/pasar-pengertian-fungsi-jenis-dan-contohnya>
- Marliani, Leni Evangelista. (2017). Analisis Struktur Pasar Industri Perbankan Syariah Di Indonesia Tahun 2015. *Jurnal Semnas lib Darmajaya*, 525.

- Mukaromah, Ni'matul Fitria dan Temmy Wijaya. (2020). Pasar Persaingan Sempurna Dan Pasar Persaingan Tidak Sempurna Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*. 4(2), 11.
- Nasution, Yenni Samri Juliati. (2012). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Media Syariah*, 14(1), 251.
- Nikmah, Neli Mafatikun. Analisis Pasar Sempurna Dan Tidak Sempurna Pt.Pln Medan, Jambi 1991. *Jurnal Lentera Bisnis*. 9(2), 99.
- Sudarman, Ari. Teori Ekonomi Mikro. Universitas Terbuka. (2001), 5
- Sukirno, Sadono. (2016). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada.
- Timoer, Flores Cantika, dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. (2019). Analisis Perbandingan Karakteristik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Ditinjau Dari Strategi Bauran Pemasaran Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea*.3(3), 91.