

ANALISIS STRUKTUR DAN PERILAKU PASAR KOMODITAS KAKAO DI KABUPATEN MANGGARAI

Analysis of the Structure and Conduct of the Cocoa Commodity Market in Manggarai Regency

Alfiani Dela Rosari^{1,a)}, D. Roy Nendissa^{2,b)}, Nikson Tameno^{3,c)}

^{1,2,3})Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} alfianidelarosari@gmail.com, ^{b)} roynendissa@staf.undana.ac.id,

^{c)} niksontameno@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis struktur dan perilaku pasar komoditas kakao di Kabupaten Manggarai serta keterkaitannya dengan posisi tawar petani. Penelitian didasarkan pada tren penurunan produksi kakao periode 2021–2025 sebesar 17,1% dari 603 ton menjadi 499,78 ton, serta kondisi pasar yang belum efisien. Data diperoleh dari 104 responden yang terdiri atas petani dan pedagang kakao di kecamatan sentra produksi seperti Ruteng, Satar Mese, dan Cibal. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis CR4 dan HHI untuk mengukur konsentrasi pasar, serta analisis perilaku pasar melalui teknik deskriptif kuantitatif dan tabulasi frekuensi terkait mekanisme harga, sistem pembayaran, dan fungsi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan struktur pasar kakao di Manggarai cenderung oligopsoni, ditandai dengan banyaknya petani kecil berhadapan dengan sedikit pedagang pengumpul. Nilai CR4 sebesar 91,06% dan HHI sebesar 2.741,55 menunjukkan konsentrasi pasar sangat tinggi, di mana empat pedagang terbesar menguasai lebih dari 90% pangsa pasar. Kondisi ini memperkuat dominasi pedagang dalam penentuan harga. Perilaku pasar yang ditemukan meliputi penetapan harga sepihak, sistem pembayaran tidak fleksibel, serta indikasi koordinasi antar pedagang. Situasi tersebut melemahkan posisi tawar petani dan menekan kesejahteraan mereka. Penelitian menegaskan perlunya intervensi kebijakan dan penguatan kelembagaan petani untuk menciptakan sistem pemasaran kakao yang lebih kompetitif dan berkeadilan.

Kata Kunci : Kakao, Manggarai, Oligopsoni, Perilaku Pasar, Struktur Pasar.

PENDAHULUAN

Sektor pertanian merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, dengan komoditas perkebunan seperti kopi, teh, dan kakao berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta menyumbang devisa negara. Kakao menempati posisi strategis sebagai komoditas ekspor dengan kontribusi 7,83% pada tahun 2023. Namun, dalam kurun waktu 2016–2025, luas areal dan produksi kakao nasional menunjukkan tren penurunan, termasuk di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi besar untuk pengembangan.

Kabupaten Manggarai dikenal sebagai salah satu sentra produksi kakao di NTT dengan kondisi agroklimat yang mendukung. Meski demikian, data BPS menunjukkan produksi kakao menurun dari 603 ton pada 2021 menjadi 499,78 ton pada 2025 (turun 17,1%). Penurunan ini diperparah oleh mutu biji yang rendah, rantai pemasaran yang kompleks, serta posisi tawar petani yang lemah akibat dominasi pedagang pengumpul. Mekanisme harga yang tidak transparan dan indikasi kolusi antar pedagang semakin menekan efisiensi pasar.

Penelitian terdahulu telah menyoroti struktur pasar komoditas perkebunan lain. Lorok & Nendissa (2023) menemukan bahwa pasar jagung di Kecamatan Taebenu, Kabupaten Kupang, memiliki konsentrasi pedagang tinggi sehingga petani tidak memiliki kebebasan dalam menentukan harga. Anam & Saifi (2025) menunjukkan bahwa pasar kopi di Indonesia didominasi eksportir besar yang menetapkan harga secara sepihak, sehingga kesejahteraan petani stagnan. Mubarok (2022) menegaskan melalui paradigma SCP bahwa struktur pasar yang terkonsentrasi akan memengaruhi perilaku pelaku pasar dan kinerja industri secara keseluruhan. Sementara itu, Hasibuan & Sipahutar (2024) menyoroti bahwa efisiensi pemasaran komoditas perkebunan sangat dipengaruhi oleh transparansi harga dan fungsi distribusi. Namun, kajian kuantitatif mengenai pasar kakao di Manggarai masih terbatas, khususnya dalam mengukur konsentrasi pasar dengan indikator CR4 dan HHI serta mengaitkannya langsung dengan perilaku pasar dan posisi tawar petani. Hal ini menjadi research gap yang ingin dijawab.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, studi ini tidak hanya mendeskripsikan kondisi pasar, tetapi juga mengukur secara empiris keterkaitan antara struktur pasar oligopsoni dan perilaku pasar (penetapan harga, sistem pembayaran, koordinasi pedagang) terhadap posisi tawar petani. Dengan demikian, penelitian ini memiliki novelty berupa penerapan paradigma *Structure–Conduct–Performance* (SCP) secara integratif pada komoditas kakao di Manggarai. Hasil penelitian diharapkan memberi kontribusi akademis sekaligus menjadi dasar kebijakan untuk memperkuat kelembagaan petani dan menciptakan sistem pemasaran yang lebih kompetitif, transparan, dan berkeadilan.

KAJIAN TEORI

Paradigma *Structure–Conduct–Performance* (SCP)

Paradigma *Structure–Conduct–Performance* (SCP) yang dikembangkan oleh Mason (1949) dan disempurnakan oleh Bain (1959) merupakan salah satu pendekatan utama dalam ekonomi industri untuk menjelaskan hubungan antara struktur pasar, perilaku pelaku usaha, dan kinerja pasar. Pendekatan ini berasumsi bahwa struktur pasar, seperti tingkat konsentrasi, hambatan masuk, dan jumlah pelaku usaha, akan memengaruhi perilaku pelaku pasar dalam menentukan harga, melakukan koordinasi, maupun menjalankan strategi pemasaran. Selanjutnya perilaku tersebut akan menentukan tingkat efisiensi, keuntungan, serta kesejahteraan pelaku ekonomi.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa paradigma SCP masih relevan dalam menganalisis pasar komoditas pertanian. Lorok dan Nendissa (2023) menemukan bahwa struktur pasar jagung di Kecamatan Taebenu menunjukkan konsentrasi pembeli yang tinggi sehingga petani memiliki posisi tawar yang lemah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingginya konsentrasi pasar mendorong perilaku pedagang dalam mengendalikan harga pembelian.

Temuan serupa dikemukakan oleh Anam dan Saifi (2025) pada pemasaran kopi di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa dominasi eksportir menyebabkan mekanisme penetapan harga lebih banyak ditentukan oleh perusahaan besar daripada mekanisme pasar yang kompetitif. Dampaknya, peningkatan harga ekspor tidak sepenuhnya dinikmati oleh petani.

Sementara itu, Mubarok (2022) menegaskan bahwa paradigma SCP mampu menjelaskan hubungan sistematis antara struktur pasar, perilaku pelaku usaha, dan kinerja industri. Namun penelitian tersebut lebih banyak dilakukan pada tingkat industri manufaktur dan kluster industri sehingga belum secara spesifik mengkaji karakteristik pasar komoditas perkebunan rakyat, khususnya kakao.

Walaupun berbagai penelitian tersebut menghasilkan kesimpulan yang relatif sama, sebagian besar masih berfokus pada identifikasi struktur pasar atau perilaku pasar secara terpisah. Penelitian sebelumnya juga belum banyak menghubungkan hasil pengukuran konsentrasi pasar menggunakan *Concentration Ratio Four* (CR4) dan *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI) dengan perilaku pasar yang terjadi di tingkat petani. Selain itu, kajian mengenai pasar kakao di Kabupaten Manggarai masih sangat terbatas sehingga karakteristik struktur pasar dan perilaku pelaku pemasaran di daerah tersebut belum banyak diketahui.

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan paradigma SCP karena mampu menjelaskan hubungan kausal antara struktur pasar dan perilaku pasar secara lebih komprehensif dibandingkan pendekatan pemasaran konvensional yang hanya menilai efisiensi saluran distribusi atau margin pemasaran. Pendekatan SCP memungkinkan analisis tidak hanya berhenti pada bagaimana produk dipasarkan, tetapi juga mengidentifikasi bagaimana kekuatan pasar memengaruhi pembentukan harga, posisi tawar petani, dan efisiensi sistem pemasaran secara keseluruhan.

Teori Pemasaran Pertanian

Teori pemasaran pertanian menjelaskan bahwa tujuan utama pemasaran adalah menciptakan nilai tambah melalui fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas sehingga produk dapat berpindah dari produsen kepada konsumen secara efisien (Sudiyono, 2002). Efisiensi pemasaran ditentukan oleh transparansi harga, panjang pendeknya saluran pemasaran, biaya distribusi, serta proporsi harga yang diterima petani.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran komoditas perkebunan di Indonesia masih didominasi rantai distribusi yang panjang sehingga petani memperoleh bagian harga yang relatif kecil. Hasibuan dan Sipahutar (2024) menyatakan bahwa keterbatasan informasi pasar dan dominasi pedagang menyebabkan pembentukan harga menjadi kurang transparan. Kondisi tersebut mengurangi efisiensi pemasaran dan memperlemah posisi tawar petani.

Namun demikian, teori pemasaran pertanian pada dasarnya lebih menitikberatkan pada efisiensi distribusi dan fungsi lembaga pemasaran. Pendekatan ini belum mampu menjelaskan mengapa lembaga pemasaran tertentu memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan pelaku lainnya dalam menentukan harga. Oleh karena itu, teori pemasaran pertanian dalam penelitian ini digunakan sebagai pelengkap untuk menjelaskan fungsi distribusi, sedangkan analisis utama tetap menggunakan paradigma SCP yang mampu menjelaskan sumber kekuatan pasar tersebut. (Sudiyono, 2002; Hasibuan & Sipahutar, 2024).

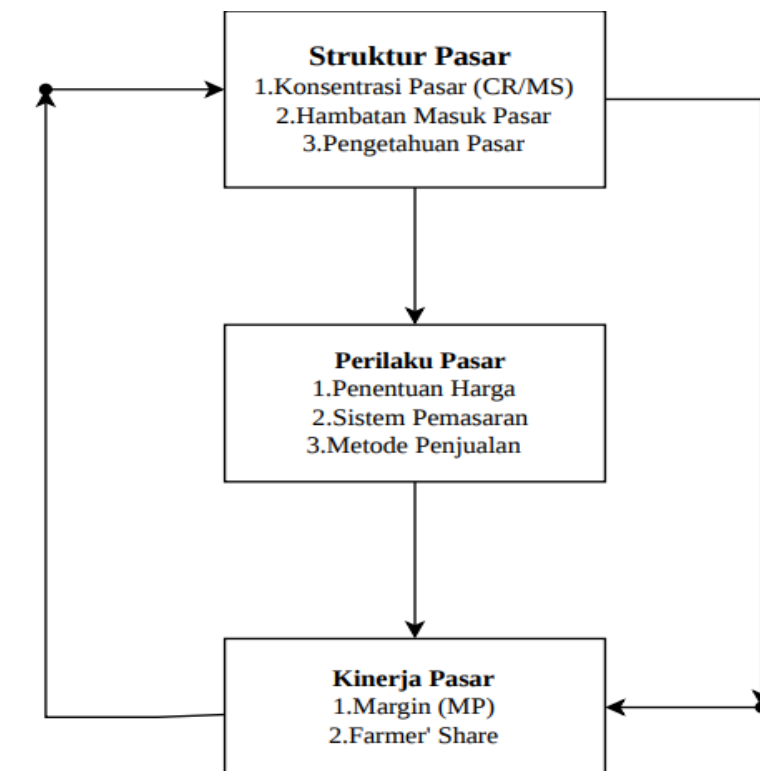
Teori Ekonomi Industri

Teori ekonomi industri menjelaskan bahwa karakteristik struktur pasar menentukan tingkat persaingan, perilaku perusahaan, dan hasil akhir berupa efisiensi maupun keuntungan (Scherer & Ross, 1990). Dalam pasar yang memiliki konsentrasi tinggi, perusahaan cenderung memiliki *market power* sehingga mampu memengaruhi harga dan mengendalikan pasar.

Penelitian Fitri dan Rohman (2023) menunjukkan bahwa konsentrasi pasar yang tinggi meningkatkan peluang perusahaan untuk memperoleh keuntungan melalui penguasaan pangsa pasar. Penelitian Hadipuro (2022) juga menjelaskan bahwa tingginya hambatan masuk menyebabkan perusahaan yang telah mapan mampu mempertahankan dominasinya sehingga persaingan menjadi kurang kompetitif. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian ekonomi industri dilakukan pada sektor manufaktur dan industri modern. Penerapannya pada komoditas pertanian rakyat masih relatif terbatas karena karakteristik petani kecil berbeda dengan perusahaan besar. Oleh sebab itu, penelitian ini mengadaptasi konsep ekonomi industri untuk menjelaskan hubungan antara konsentrasi pembeli, hambatan masuk pasar, dan posisi tawar petani kakao di Kabupaten Manggarai.

Kerangka Berpikir

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP) sebagai landasan analisis. Paradigma SCP menjelaskan bahwa struktur pasar (jumlah pelaku, tingkat konsentrasi, hambatan masuk) akan memengaruhi perilaku pasar (mekanisme harga, sistem pembayaran, koordinasi usaha), yang pada akhirnya menentukan kinerja pasar (efisiensi, keuntungan, kesejahteraan petani). Dalam konteks kakao di Kabupaten Manggarai, struktur pasar ditandai oleh banyaknya petani kecil yang terfragmentasi berhadapan dengan sedikit pedagang pengumpul. Kondisi ini menciptakan konsentrasi pasar yang tinggi dan memberikan kekuatan lebih besar kepada pedagang. Perilaku pasar yang muncul berupa penetapan harga sepihak, sistem pembayaran yang tidak menguntungkan, serta indikasi kolusi antar pedagang. Akibatnya, kinerja pasar menunjukkan inefisiensi, dengan posisi tawar petani yang lemah dan keuntungan lebih banyak dinikmati oleh lembaga pemasaran besar.



Gambar 1.
Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis struktur dan perilaku pasar komoditas kakao di Kabupaten Manggarai menggunakan paradigma *Structure–Conduct–Performance* (SCP). Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Manggarai, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang dipilih secara *purposive* karena merupakan salah satu daerah penghasil kakao yang memiliki aktivitas pemasaran cukup tinggi serta diduga memiliki struktur pasar yang memengaruhi posisi tawar petani. Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai 2026. Populasi penelitian terdiri atas seluruh petani kakao dan pedagang pengumpul yang terlibat dalam pemasaran kakao di Kabupaten Manggarai. Jumlah sampel petani ditentukan menggunakan rumus Krejcie dan Morgan (1970), yaitu $s = \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2 (N - 1) + X^2 P (1-P)}$ dengan S adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, P adalah proporsi populasi sebesar 0,50, d adalah tingkat kesalahan sebesar 0,05, dan χ^2 adalah nilai *Chi-square* pada tingkat kepercayaan 95% sebesar 3,841, sedangkan seluruh pedagang pengumpul dijadikan responden dengan metode sensus karena jumlahnya relatif sedikit. Data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada petani dan pedagang, serta data sekunder yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian Kabupaten Manggarai, Direktorat Jenderal Perkebunan, dan berbagai sumber pustaka yang relevan. Variabel penelitian terdiri atas struktur pasar yang diukur melalui tingkat konsentrasi pasar, hambatan masuk pasar, pengetahuan pasar, koordinasi usaha, dan diferensiasi produk, sedangkan perilaku pasar dianalisis melalui mekanisme penentuan harga, sistem pembayaran, saluran

dan fungsi pemasaran, hubungan kerja sama antara petani dan pedagang, serta akses informasi pasar. Analisis struktur pasar dilakukan menggunakan *Concentration Ratio Four* (CR4) untuk mengukur tingkat konsentrasi empat pedagang terbesar dengan rumus ($CR4 = (S1+S2+S3+S4)/Sn$), di mana (MES) merupakan pangsa pasar masing-masing pedagang terbesar. Apabila nilai CR4 kurang dari 40%, struktur pasar tergolong persaingan sempurna atau monopolistik, nilai 40–60% menunjukkan oligopsoni longgar, nilai 60–80% menunjukkan oligopsoni ketat, sedangkan nilai di atas 80% menunjukkan struktur pasar monopsoni atau oligopsoni dengan tingkat konsentrasi yang sangat tinggi. Untuk memperkuat hasil analisis digunakan *Herfindahl–Hirschman Index* (HHI) yang dihitung menggunakan rumus ($HHI = S1^2 + S2^2 + S3^2 + \dots S_n^2$), dengan (CR4) merupakan pangsa pembelian masing-masing pedagang dan n adalah jumlah pedagang. Nilai HHI berada pada rentang 0–10.000, di mana nilai yang semakin mendekati 10.000 menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang semakin tinggi, sedangkan nilai yang mendekati nol menunjukkan pasar semakin kompetitif. Analisis perilaku pasar dilakukan secara deskriptif dengan mengkaji mekanisme pembentukan harga, sistem pembayaran, fungsi-fungsi pemasaran yang dijalankan setiap lembaga pemasaran, hubungan kerja sama antara petani dan pedagang, serta keterbukaan informasi pasar untuk mengetahui bagaimana struktur pasar memengaruhi perilaku pelaku pemasaran komoditas kakao di Kabupaten Manggarai.

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan kerangka *Structure–Conduct–Performance* (SCP) sebagai dasar analisis untuk memahami struktur dan perilaku pasar kakao di Kabupaten Manggarai. Penelitian ini berfokus pada penggambaran kondisi faktual melalui data lapangan yang diperoleh dari petani dan pedagang sebagai populasi utama, dengan pemilihan sampel menggunakan teknik *snowball sampling* agar dapat menjangkau jaringan pemasaran yang kompleks. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara mendalam, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi resmi seperti BPS, Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan dan Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Analisis dilakukan dengan mengukur struktur pasar menggunakan indikator konsentrasi seperti CR4 (*Concentration Ratio of Four*) dan HHI (*Herfindahl–Hirschman Index*) untuk menilai tingkat dominasi pembeli, serta mengkaji perilaku pasar melalui mekanisme penetapan harga, sistem pembayaran, fungsi pemasaran, dan pola koordinasi antar lembaga. Dengan pendekatan ini, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana struktur pasar memengaruhi perilaku pelaku usaha dan implikasinya terhadap posisi tawar serta kesejahteraan petani kakao di Manggarai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar Kakao di Kabupaten Manggarai

Analisis struktur pasar dilakukan menggunakan indikator *Concentration Ratio Four* (CR4) dan *Herfindahl–Hirschman Index* (HHI) untuk mengetahui tingkat konsentrasi pembeli dalam pemasaran kakao di Kabupaten Manggarai. Sebelum menghitung kedua indikator tersebut, terlebih dahulu dihitung pangsa pasar masing-masing pedagang berdasarkan volume pembelian biji kakao.

Tabel 1.
Pangsa Pasar Pedagang Kakao di Kabupaten Manggarai

Pedagang	Volume Pembelian (Kg/tahun)	Pangsa Pasar	Pangsa Pasar 2
Cv Maju Utama	5.000 kg	31,42	987,22
Manggarai Monas Jaya Sejahtera	3.000 kg	24,57	603,68
Yovan	2.000 kg	18,94	358,72
Aneka	1.000 kg	16,13	260,18
Toko Sinar Matahari	1.000 kg	5,61	31,47
Nugi Indah	80 kg	3,33	11,09
Total	12.080 kg	100,00	2.741,55

Sumber: Data Primer Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1, empat pedagang terbesar menguasai pangsa pasar sebesar 91,06%, sehingga nilai CR4 sebesar 91,06%. Nilai tersebut diperoleh dari penjumlahan pangsa pasar empat pedagang terbesar, yaitu $31,42\% + 24,57\% + 18,94\% + 16,13\% = 91,06\%$. Sementara itu, hasil perhitungan HHI sebesar 2.741,55 diperoleh dari penjumlahan kuadrat pangsa pasar seluruh pedagang. Nilai tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar kakao di Kabupaten Manggarai memiliki tingkat konsentrasi yang tinggi sehingga mengarah pada pasar oligopsoni yang sangat terkonsentrasi.

Tingginya nilai CR4 (91,06%) dan HHI (2.741,55) menunjukkan bahwa sebagian besar pembelian kakao hanya dikuasai oleh empat pedagang utama. Kondisi ini terjadi karena jumlah pedagang besar yang mampu membeli kakao dalam jumlah besar relatif sedikit dibandingkan jumlah petani sebagai produsen. Selain memiliki modal yang lebih besar, pedagang utama juga mempunyai jaringan pemasaran yang lebih luas, akses terhadap perusahaan pengolah maupun eksportir, serta fasilitas penyimpanan dan transportasi yang lebih memadai. Kondisi tersebut menyebabkan pedagang kecil sulit bersaing sehingga tingkat konsentrasi pasar menjadi tinggi.

Tingginya konsentrasi pasar juga dipengaruhi oleh adanya hambatan masuk pasar (*barrier to entry*). Untuk menjadi pedagang besar diperlukan modal yang cukup besar guna membeli kakao dalam jumlah banyak, menyediakan gudang penyimpanan, serta menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan pengolahan maupun eksportir. Selain faktor modal, akses terhadap informasi pasar dan jaringan distribusi juga menjadi kendala bagi pedagang baru. Akibatnya, hanya sedikit pedagang yang mampu bertahan dan menguasai pasar kakao di Kabupaten Manggarai.

Struktur pasar yang sangat terkonsentrasi tersebut berdampak langsung terhadap posisi tawar petani. Dalam kondisi oligopsoni, jumlah pembeli lebih sedikit dibandingkan jumlah penjual sehingga pedagang memiliki kekuatan yang lebih besar dalam menentukan harga. Sebagian besar petani hanya berperan sebagai *price taker*, yaitu menerima harga yang telah ditetapkan oleh pedagang karena keterbatasan informasi pasar, kebutuhan dana yang mendesak, dan minimnya alternatif saluran pemasaran.

Kondisi ini juga berpengaruh terhadap margin pemasaran. Semakin besar kekuatan pasar yang dimiliki pedagang, semakin besar pula peluang mereka memperoleh margin pemasaran

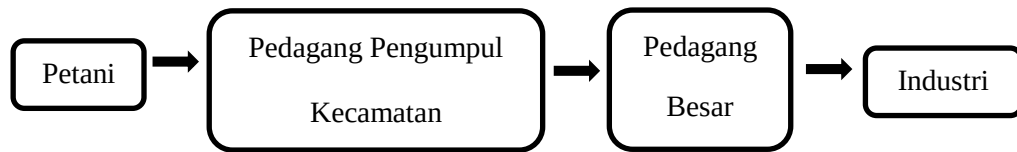
yang lebih tinggi dibandingkan petani. Akibatnya, distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran menjadi kurang merata sehingga bagian harga (*farmer's share*) yang diterima petani cenderung lebih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sistem pemasaran kakao di Kabupaten Manggarai belum sepenuhnya efisien dari perspektif kesejahteraan petani.

Apabila dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang lebih tinggi dibandingkan pasar bawang merah di Kecamatan Sambi Rampas yang memiliki nilai CR4 sebesar 72,95%, sehingga masih tergolong oligopsoni ketat tetapi belum mencapai tingkat dominasi seperti di Kabupaten Manggarai. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian pada pemasaran biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong yang menemukan bahwa struktur pasar bersifat oligopsoni dengan posisi tawar petani yang rendah akibat dominasi pedagang besar. Selain itu, penelitian Lorok dan Nendissa mengenai pasar jagung di Kecamatan Taebenu juga menunjukkan bahwa tingginya konsentrasi pembeli menyebabkan petani memiliki posisi tawar yang lemah dalam proses pembentukan harga. Kesamaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa karakteristik pasar komoditas perkebunan di Indonesia umumnya masih didominasi oleh sedikit pembeli yang memiliki kekuatan pasar lebih besar dibandingkan produsen.

Hambatan masuk pasar kakao di Kabupaten Manggarai tergolong tinggi, ditandai oleh kebutuhan modal besar, dominasi jaringan pemasaran oleh pedagang lama, keterbatasan informasi pasar, serta persyaratan legalitas dan mutu. Modal diperlukan untuk pembelian tunai dalam jumlah besar, penyediaan gudang, transportasi, dan biaya operasional, sehingga menjadi kendala utama bagi pedagang baru. Selain itu, jaringan bisnis yang telah lama terbangun antara pedagang besar dengan pengumpul desa maupun eksportir memperkuat posisi mereka dan menyulitkan pendatang baru. Informasi harga, permintaan, dan standar mutu juga lebih banyak dikuasai pedagang besar, melemahkan posisi tawar petani dan pedagang baru. Walaupun perizinan administratif relatif sederhana, tuntutan kapasitas pasokan besar dan standar mutu tetap menjadi hambatan. Kondisi ini menghasilkan struktur pasar oligopsoni dengan CR4 sebesar 91,06% dan HHI 2.741,55, di mana pedagang besar memiliki kekuatan pasar lebih dominan dibandingkan petani.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fadli Husen dkk. (2022) pada komoditas bawang merah di Kecamatan Sambi Rampas yang menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar dipengaruhi oleh keterbatasan modal dan akses informasi. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Abubakar dkk. (2022) pada pemasaran kakao di Kabupaten Parigi Moutong yang menyatakan bahwa penguasaan jaringan pemasaran oleh pedagang besar menyebabkan pelaku baru sulit memasuki pasar. Dengan demikian, hambatan masuk pasar merupakan salah satu faktor yang memperkuat konsentrasi pasar dan memperlemah posisi tawar petani kakao di Kabupaten Manggarai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran kakao di Kabupaten Manggarai melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yaitu petani, pedagang pengumpul kecamatan, pedagang besar, dan industri. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, saluran pemasaran yang paling dominan adalah sebagai berikut.



Gambar 2.
Saluran Pemasaran kakao

Hal ini menunjukkan bahwa petani belum menjual kakao secara langsung kepada koperasi, industri pengolahan, atau pembeli besar. Petani masih bergantung pada pedagang pengumpul kecamatan karena pedagang tersebut lebih mudah dijangkau, bersedia membeli dalam jumlah kecil, dan biasanya sudah memiliki hubungan langganan dengan petani.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abubakar, Hakim, dan Asmarantaka pada pemasaran biji kakao di Parigi Moutong yang menemukan bahwa masalah mendasar dalam pemasaran kakao adalah lemahnya posisi tawar petani dalam penentuan harga. Dalam penelitian tersebut, struktur dan saluran pemasaran memengaruhi besar kecilnya harga yang diterima petani.

Saluran pemasaran di Kabupaten Manggarai masih belum efisien dari sisi posisi petani karena tidak ada alternatif saluran yang kuat. Ketiadaan koperasi aktif atau pembeli langsung dari industri menyebabkan petani tidak memiliki pembanding harga yang cukup. Akibatnya, meskipun petani adalah produsen utama, mereka hanya berperan sebagai pemasok bahan baku.

Perilaku Pasar Kakao di Kabupaten Manggarai

Perilaku pasar kakao di Kabupaten Manggarai ditandai oleh dominasi pedagang dalam hampir seluruh aspek transaksi. Pedagang memiliki peran utama dalam penentuan harga, sementara petani umumnya tidak memiliki kemampuan untuk menentukan harga jual. Harga kakao ditetapkan secara sepihak oleh pedagang, dengan dasar pertimbangan kualitas biji, kadar air, kebersihan, serta kondisi pasar harian. Petani hanya menerima harga yang ditawarkan tanpa memiliki ruang negosiasi yang berarti, sehingga mereka berperan sebagai *price taker*.

Selain itu, proses tawar-menawar antara petani dan pedagang sangat terbatas. Data menunjukkan bahwa sebagian besar petani menyatakan tidak pernah melakukan tawar-menawar, sementara sebagian kecil hanya kadang-kadang mencoba bernegosiasi. Namun, hasil negosiasi tetap bergantung pada keputusan pedagang. Hal ini memperlihatkan bahwa mekanisme pasar tidak berjalan secara kompetitif, melainkan lebih bersifat unilateral dengan pedagang sebagai pihak yang dominan.

Perilaku pasar juga dipengaruhi oleh adanya hubungan utang antara petani dan pedagang. Sebanyak 57 petani memiliki pinjaman modal dari pedagang, yang secara tidak langsung mengikat mereka untuk menjual hasil panen kepada pedagang yang sama. Hubungan patron-klien ini memperkuat dominasi pedagang, karena petani tidak memiliki kebebasan penuh dalam memilih pembeli. Akibatnya, transaksi kakao tidak hanya didasarkan pada harga pasar, tetapi juga pada kewajiban melunasi utang dan mempertahankan hubungan langganan.

Perilaku pasar yang demikian muncul sebagai akibat dari struktur pasar yang tidak seimbang. Banyaknya jumlah petani yang tersebar di berbagai desa berhadapan dengan

jumlah pedagang yang relatif terbatas (umumnya hanya 2–3 orang di tingkat kecamatan). Kondisi ini menciptakan oligopsoni ketat, di mana pedagang memiliki kekuatan lebih besar dalam transaksi. Konsentrasi pasar yang tinggi, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai CR4 sebesar 91,06% dan HHI sebesar 2.741,55, memperlihatkan bahwa pedagang besar menguasai sebagian besar pembelian kakao, sehingga perilaku pasar cenderung mengikuti keputusan mereka.

Dengan demikian, perilaku pasar kakao di Kabupaten Manggarai memperlihatkan ketimpangan kekuatan antara petani dan pedagang. Petani sebagai produsen utama tidak memiliki kendali atas harga maupun saluran pemasaran, sementara pedagang memanfaatkan posisi dominannya untuk mengatur harga, menentukan standar mutu, dan mengikat petani melalui hubungan utang. Perilaku ini tidak hanya melemahkan posisi tawar petani, tetapi juga mencerminkan karakteristik pasar yang tidak kompetitif dan cenderung merugikan produsen kecil.

Penelitian ini relevan dengan temuan Anam & Saifi (2025) tentang pasar kopi di Indonesia yang menemukan bahwa struktur pasar yang terkonsentrasi pada segelintir eksportir melahirkan perilaku pasar berupa penetapan harga sepihak. Dampaknya adalah stagnasi kesejahteraan petani kopi karena mereka tidak memiliki ruang negosiasi. Temuan ini relevan dengan kondisi kakao di Manggarai, di mana pedagang besar menentukan harga tanpa melibatkan petani, sehingga keuntungan lebih banyak dinikmati oleh lembaga pemasaran besar.

Analisis Keterkaitan Struktur Pasar Dan Perilaku Pasar Terhadap Posisi Tawar Petani Di Kabupaten Manggarai

Posisi tawar petani merupakan kemampuan petani dalam memengaruhi proses transaksi pemasaran, khususnya dalam menentukan harga, memilih pembeli, memperoleh informasi pasar, dan melakukan negosiasi dalam kegiatan pemasaran. Dalam pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP), posisi tawar petani tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh struktur pasar yang terbentuk dan perilaku pasar yang dilakukan oleh pelaku pemasaran (Mason, 1946; Bain, 1956).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi tawar petani kakao di Kabupaten Manggarai masih tergolong rendah. Kondisi tersebut merupakan konsekuensi dari struktur pasar yang cenderung oligopsoni serta perilaku pasar yang lebih menguntungkan pedagang dibandingkan petani.

Penelitian ini relevan dengan hasil penelitian Lorok & Nendissa (2023) mengenai pasar jagung di Kecamatan Taebenu, Kabupaten Kupang, menunjukkan bahwa tingginya konsentrasi pedagang menyebabkan petani tidak memiliki kebebasan dalam menentukan harga. Hasil analisis CR4 dan HHI memperlihatkan dominasi segelintir pedagang terhadap mekanisme pasar. Kondisi ini relevan dengan kakao di Manggarai, di mana petani hanya menjadi price taker dan tidak memiliki ruang negosiasi.

Keterkaitan Struktur dan Perilaku Pasar

Hasil penelitian menunjukkan adanya keterkaitan erat antara struktur pasar yang terkonsentrasi dan perilaku pasar yang tidak transparan. Struktur oligopsoni dengan dominasi pedagang besar menciptakan perilaku pasar berupa penetapan harga sepihak, sistem

pembayaran yang merugikan petani, serta indikasi kolusi antar pedagang. Keterkaitan ini menghasilkan mekanisme distribusi yang tidak efisien, di mana keuntungan lebih banyak dinikmati oleh lembaga pemasaran besar, sementara petani tetap berada dalam posisi yang lemah. Dengan demikian, struktur dan perilaku pasar bersama-sama membentuk dinamika yang merugikan produsen utama, serta menghambat terciptanya pasar kakao yang kompetitif dan berkeadilan.

Penelitian ini relevan dengan hasil penelitian Mubarok (2022) melalui paradigma *Structure-Conduct-Performance (SCP)* menegaskan bahwa struktur pasar yang terkonsentrasi akan memengaruhi perilaku pelaku pasar dan pada akhirnya menentukan kinerja industri. Dalam konteks Manggarai, struktur oligopsoni menghasilkan perilaku pasar berupa penetapan harga sepihak dan sistem pembayaran yang merugikan petani, sehingga kinerja pasar kakao menjadi tidak efisien dan tidak berkeadilan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar kakao di Kabupaten Manggarai cenderung oligopsoni dengan tingkat konsentrasi sangat tinggi ($CR_4 = 91,06\%$ dan $HHI = 2.741,55$). Kondisi ini memperlihatkan dominasi segelintir pedagang besar dalam menentukan harga dan mekanisme pemasaran. Perilaku pasar yang muncul berupa penetapan harga sepihak, sistem pembayaran yang tidak fleksibel, serta hubungan patron-klien melalui utang, sehingga melemahkan posisi tawar petani. Akibatnya, petani hanya berperan sebagai *price taker* dan memperoleh bagian harga yang relatif kecil. Temuan ini menegaskan bahwa sistem pemasaran kakao di Manggarai belum efisien dan belum berkeadilan bagi produsen kecil.

Saran

Bagi pemerintah Kabupaten Manggarai Pemerintah daerah perlu memperkuat regulasi dan intervensi kebijakan yang mendorong transparansi mekanisme harga serta memperbaiki sistem distribusi agar lebih efisien dan berkeadilan. Selain itu, dukungan berupa akses permodalan, pelatihan manajemen usaha tani, penerapan standar mutu (sortasi dan fermentasi), serta penyediaan informasi pasar yang akurat sangat penting untuk mengurangi ketergantungan petani pada pedagang pengumpul.

Penelitian berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan membandingkan kondisi pasar kakao Manggarai dengan daerah lain atau komoditas perkebunan lain, sehingga dapat memberikan gambaran lebih komprehensif mengenai dinamika pasar. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih mendalam, misalnya analisis regresi atau model ekonometrika, untuk mengukur pengaruh struktur dan perilaku pasar terhadap kesejahteraan petani secara lebih terukur.

DAFTAR RUJUKAN

Abubakar, I., Hakim, D. B., & Asmarantaka, R. W. (2016). Struktur, perilaku dan kinerja pemasaran biji kakao di Kabupaten Parigi Moutong Provinsi Sulawesi Tengah. In *Forum Agribisnis: Agribusiness Forum* (Vol. 6, No. 1, pp. 1-20).

- Anam, I. J., & Saifi, M. (2025). Analisis Dominasi Pembeli Dalam Penetapan Harga Kopi di Sidorenggo Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 3(4), 3590-3599.
- Bain, J. S. (1959). *Industrial organization*. New York, NY: Wiley.
- Fadli Husen, M., et al. (2022). Hambatan masuk pasar bawang merah di Kecamatan Sambu Rampas. *Jurnal Agribisnis*, 9(3), 201–215.
- Fitri, A., & Rohman, M. (2023). Konsentrasi pasar dan keuntungan perusahaan. *Jurnal Ekonomi Industri*, 15(2), 77–89.
- Hadipuro, S. (2022). Hambatan masuk dan persaingan industri. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 55–70.
- Hasibuan, R., & Sipahutar, J. (2024). Efisiensi pemasaran komoditas perkebunan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 19(3), 112–126.
- Lorok, D. L. D., Nendissa, D. R., & Pudjiastuti, S. S. (2023, January). Struktur dan Kinerja Pasar Jagung (Studi Kasus Lokasi Program TJPS Kecamatan Taebenu Kabupaten Kupang). In *Prosiding Seminar Nasional Pertanian* (Vol. 1, No. 1, pp. 119-125).
- Mardiana, M., Agustina, N. C., & Syofyanita, M. (2025). Analisis Scp (Structure-Conduct-Performance) Pada Industri Minuman Kekinian Di Kecamatan Tampan. *Jurnal Transformasi Ekonomi dan Inovasi Keuangan*, 9(4).
- Mason, E. S. (1949). *Economic concentration and monopoly problem*. New York, NY: Columbia University Press.
- Mubarok, M. K. R., Susanto, J., & Bhinadi, A. (2022). Analisis Kinerja Industri Minyak Kelapa Sawit di Indonesia Menggunakan Paradigma Structure Conduct Performance: Studi Kasus Pada 10 Perusahaan Minyak Kelapa Sawit. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 951-964.
- Naninuna, P. H., Nendissa, D. R., Kiak, N. T., Pellokila, M. R., & Tshilowa, P. F. (2025). Structure, conduct, and performance analysis of the seaweed market in eastern Indonesia: a case study from Rote Ndao. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 6(1), 11-19.
- Scherer, F. M., & Ross, D. (1990). Industrial market structure and economic performance. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for entrepreneurial leadership historical research reference in entrepreneurship*.
- Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran pertanian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.