

RINGKASAN

Produksi pisang merupakan salah satu industri dalam sektor pertanian. Melimpahnya hasil pertanian pisang menjadi alasan terdapatnya banyak sentra industri pengolahan sale pisang di Kecamatan Kedungreja. Adapun pemasaran sale pisang di Kecamatan Kedungreja tidak dijual langsung dari produsen ke konsumen akhir, melainkan melalui lembaga pemasaran. Perlunya pengetahuan terhadap struktur pasar akan sangat membantu produsen dan lembaga pemasaran untuk menentukan strategi pemasaran yang sesuai. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui pola saluran pemasaran sale pisang dan (2) mengetahui struktur pasar sale pisang di Kecamatan Kedungreja.

Metode penelitian yang digunakan metode survai dengan teknik pengambilan sampel *snowball* sampling. Jumlah sampel penelitian ini adalah 40 responden. Metode pengambilan data berupa wawancara, observasi dan studi pustaka. Obyek penelitian ini adalah pedagang perantara atau lembaga pemasaran sale pisang di Kecamatan Kedungreja. Analisis yang digunakan yaitu analisis pangsa pasar, analisis IHH (*Herfindahl Hirschman Indeks*) dan CR₄, serta hambatan masuk pasar dengan MES (*Minimum Efficient Scale*).

Hasil temuan penelitian pertama yaitu terdapat tiga pola saluran pemasaran sale pisang di Kecamatan Kedungreja. Berdasarkan hasil analisis penelitian diperoleh pada tingkat pedagang pengumpul yaitu IHH sebesar 1790, CR₄ sebesar 74,40 persen dan MES sebesar 25,50 persen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar tingkat pedagang pengumpul termasuk dalam kategori oligopoli. Hasil analisis tingkat pedagang besar yaitu IHH sebesar 1756,12, CR₄ sebesar 68 persen dan MES sebesar 35 persen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar tingkat pedagang besar termasuk dalam kategori oligopoli. Hasil berbeda diperoleh pada tingkat pedagang pengecer termasuk dalam kategori persaingan sempurna. Adapun hasil analisis yang diperoleh yaitu IHH sebesar 537,16, CR₄ sebesar 29,20 persen dan MES sebesar 8,40 persen. Struktur pasar oligopoli menunjukkan bahwa membutuhkan modal yang besar dan pengetahuan pasar yang baik jika ingin memasuki pasar sale pisang sebagai pedagang pengumpul maupun pedangan besar. Hal berbeda jika ingin menjadi pedagang pengecer lebih mudah karena tidak terdapat hambatan masuk pasar, tidak membutuhkan modal dan strategi pasar yang besar.

SUMMARY

Banana production is one of the industries in the agricultural sector. The abundance of banana farming is the reason for the existence of many sale pisang processing industries in Kedungreja District. The sale pisang in Kedungreja Subdistrict is not sold directly from producers to end consumers, but through marketing institutions. The need for knowledge of the market structure will greatly help producers and marketing institutions to determine the appropriate marketing strategy. This study aims to (1) knowing the pattern of sale pisang marketing channels in Kedungreja District and (2) find out the market structure of sale pisang in Kedungreja District.

The research method used was the survey method with the sampling technique by snowball sampling. Sample in this study were 40 respondents. Data collection methods in the form of interviews, observation and literature. The object of this research is intermediary traders or sale pisang marketing institutions in Kedungreja District. The analysis used is analysis of market share, analysis of IHH and CR₄, and barriers to market entry with MES.

The results of the first research are that there are three patterns of sale pisang marketing distribution in Kedungreja District. Based on the results of the analysis of the research obtained at the level of the traders, namely IHH of 1790, CR₄ of 74,40 percent and MES of 25,58 percent. The results of the study indicate that the market structure of the collecting pedestrian level belongs to the category of oligopoly. the results of the level analysis of wholesalers are IHH of 1756,12, CR₄ of 68 percent and MES of 35 percent. These results indicate that the market structure of the level of large traders is included in the category of oligopoly. Different results are obtained at the level of retailers, including in the category of perfect competition. The results of the analysis obtained are IHH of 537,16, CR₄ of 29,20 percent and MES of 8.40 percent. The oligopoly market structure shows that it requires large capital and good market knowledge if it wants to enter the sale pisang market as a large trader or trader. It is different if you want to become a retailer easier because there are no barriers to entering the market, you don't need a large capital and market strategy.