

# **ANALISIS STRUTUR PASAR CABAI RAWIT MERAH**

**(Studi Kasus Pasar Perumnas Way Halim)**

**Oleh**

**Siti Tri Marinda**

## **RINGKASAN**

Analisis pasar adalah penilaian kualitatif dan kuantitatif suatu pasar, dalam cakupannya yaitu harga dan struktur pasar. Analisa pasar dilakukan untuk menemukan peluang bisnis dan potensi yang bisa dimanfaatkan, dari segi produk yang dijual atau struktur pasarnya. Struktur pasar yang diterapkan dalam suatu pasar dapat diketahui melalui jumlah penjual dan pembeli di dalam pasar dan keleluasaan memasuki pasar. Cabai rawit merah memiliki potensi karena sebagai salah satu produk yang memiliki keunikan yaitu mengikuti tren dan permintaan produk tinggi. Akan tetapi, kendala yang dihadapi produk ini yaitu harga yang fluktuatif dan persediaan produk dipengaruhi oleh cuaca.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis saluran pemasaran dan *market share* cabai rawit merah di Pasar Perumnas Way Halim; 2) mengidentifikasi struktur pasar cabai rawit merah di Pasar Perumnas Way Halim; dan 3) mengevaluasi efisiensi struktur pasar cabai rawit merah di Pasar Perumnas Way Halim. Metode penentuan lokasi penelitian ditentukan dengan sengaja (*purposive*), dengan alasan bahwa Kota Bandar Lampung merupakan kota terbesar dan menjadi ibukota Provinsi Lampung serta sebagai pusat perekonomian yang ada di Lampung. Lokasi pengambilan sampel yang dipilih adalah Pasar Perumnas Way Halim dengan pertimbangan bahwa pasar tersebut merupakan pasar ber-Standar Nasional Indonesia (SNI) yang pertama di Provinsi Lampung. Penentuan responden pedagang cabai rawit merah menggunakan pendekatan *non probability sampling* dengan pengambilan sampel melalui metode *judgemental sampling*, yaitu pengambilan sampel dari populasi dilakukan berdasarkan

pertimbangan peneliti melalui pengamatan aktivitas transaksi harian di pasar tersebut. Peneliti mengikuti program magang yang mengharuskan melakukan pengamatan secara rutinitas selama 5 bulan. Responden yang menjadi sampel adalah 8 pedagang cabai rawit merah. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis pasar yang dianalisis dengan *market share*, *concentration ratio for biggest four* (CR4), Indeks *Hirschman Herfindal* (IHH) dan koefisien gini. Efisiensi struktur pasar dianalisis menggunakan konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar dan informasi pasar.

Hasil penelitian menunjukkan pedagang berdasarkan *market share* terdapat 9 pelaku dengan 7 saluran pemasaran. Struktur pasar berdasarkan perhitungan keempat indikator antara lain: *concentration ratio for biggest four* (CR4), *Indeks Hirschman Herfindal* (IHH) dan koefisien gini menunjukkan struktur pasar oligopoli. Efisiensi pasar yang dianalisis menggunakan indikator konsentrasi pasar, diferensiasi produk, hambatan keluar masuk pasar dan informasi pasar menunjukkan struktur pasar yang efisien.