



## **Analisis Saluran dan Kinerja Sistem Pemasaran Komoditas Durian (*Durio zibethinus* Murr.) di Kecamatan Wonosalam**

### **Kabupaten Jombang Jawa Timur**

#### *Analysis of Distribution Channels and Performance of the Durian (*Durio zibethinus* Murr.) Marketing System in Wonosalam Subdistrict Jombang Regency East Java*

**Anindya Namira Lukito, Taufik Setyadi, Noor Rizkiyah**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya

\*Kontak penulis: [anindyaanamiraa@gmail.com](mailto:anindyaanamiraa@gmail.com)

### ***Abstract***

Durian is Indonesia's leading horticultural commodity with an average production growth of 19.04% per year. However, the characteristics of durian, which is perishable with a shelf life of 4-6 days, price instability, and the dominance of collectors create an uneven distribution of profits that is detrimental to farmers in Wonosalam District, Jombang Regency. This study analyzes the marketing channel structure, marketing system performance, and their relationship using the Structure-Conduct-Performance (SCP) approach. The research method is descriptive quantitative with a sample of 31 farmers (Slovin formula, 5% error), 10 middlemen, and 20 retailers (snowball sampling). The analysis covers market share, CR4, MES, marketing margin, farmer's share, and marketing efficiency. The results show an oligopsony market structure with a market share of 77.84% for collectors, 19.28% for retailers, and 2.90% for farmers. The CR4 for collectors is 5.27% and for retailers is 6.25% (weak concentration). The MES for collectors is 1% and for retailers is 0.3% (easy barriers to entry). There are two marketing channels: channel I margin is IDR 7,500/fruit, channel II margin is IDR 8,500/fruit. Farmer's share in channel I is 78.26%, channel II is 62.79% (efficient >50%). Channel I marketing efficiency is 5.9%, channel II is 11.7% (efficiency <50%). The oligopsonistic durian market makes farmers price takers with weak bargaining power, therefore government policy is needed so that margin distribution can be more equitable.

**Keywords:** Durian; Marketing Structure; SCP; Oligopsony; Farmer Share.

### ***Abstrak***

Durian merupakan komoditas hortikultura unggulan Indonesia dengan pertumbuhan produksi rata-rata 19,04% per tahun. Namun, karakteristik durian yang mudah rusak dengan umur simpan 4-6 hari, ketidakstabilan harga, dan dominasi pedagang pengumpul menciptakan distribusi keuntungan tidak merata yang merugikan petani di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Penelitian ini menganalisis struktur saluran pemasaran, kinerja sistem pemasaran, dan hubungannya menggunakan pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja (SCP). Metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan sampel 31 petani (rumus Slovin, kesalahan 5%), 10 pedagang pengumpul, dan 20 pedagang pengecer (*snowball sampling*). Analisis meliputi pangsa pasar, CR4, MES, margin pemasaran, pangsa harga petani, dan efisiensi pemasaran. Hasil menunjukkan struktur pasar oligopsoni dengan pangsa pasar pedagang pengumpul 77,84%, pedagang pengecer 19,28%, dan petani 2,90%. CR4 pedagang pengumpul 5,27% dan pedagang pengecer 6,25% (konsentrasi lemah). MES pedagang pengumpul 1% dan pedagang pengecer 0,3% (hambatan masuk mudah). Terdapat dua saluran pemasaran: margin saluran I Rp7.500/buah, saluran II Rp8.500/buah. Bagian yang diterima petani saluran I 78,26%, saluran II 62,79% (efisien >50%). Efisiensi pemasaran saluran I 5,9%, saluran II 11,7% (efisien <50%). Pasar

durian yang oligopsoni menjadikan petani sebagai *price taker* dengan daya tawar lemah, oleh karena itu perlu kebijakan pemerintah sehingga distribusi margin bisa lebih adil.

**Kata Kunci:** Durian; Struktur Pemasaran; SCP; Oligopsoni; Pangsa Harga Petani.

## 1. Pendahuluan

Indonesia memiliki kondisi geografis dan iklim tropis yang mendukung budidaya dan pengembangan tanaman hortikultura dengan keragaman yang luar biasa. Subsektor hortikultura, yang mencakup berbagai komoditas seperti sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat, memiliki nilai ekonomi tinggi dengan potensi pengembangan yang luas. Pengembangan hortikultura di Indonesia tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan konsumsi dalam negeri, tetapi juga berpotensi menghasilkan devisa negara melalui ekspor (Puspitasari et al., 2020). Salah satu komoditas hortikultura unggulan Indonesia adalah durian (*Durio zibethinus Murr.*) yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan potensi pasar sangat prospektif (Christie dan Lestari, 2019).

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil durian terbesar di dunia, Indonesia memiliki keunggulan kompetitif dalam budidaya dan pengembangan komoditas ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2024), produksi durian nasional menunjukkan pertumbuhan signifikan dari 1.169.804 ton pada tahun 2019 menjadi 1.852.045 ton pada tahun 2023, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 19,04% per tahun. Provinsi Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi durian terbesar di Indonesia dengan berbagai varietas unggulan seperti monthong, bawor, dan durian lokal. Data menunjukkan bahwa produksi durian Jawa Timur meningkat dari 289.334 ton pada tahun 2019 menjadi 488.356 ton pada tahun 2023, dengan produktivitas mencapai 229,11 kg per pohon (Kristiana dan Iswahyudi, 2018).

Kabupaten Jombang tercatat sebagai salah satu daerah penghasil durian terbesar di Provinsi Jawa Timur, dengan Kecamatan Wonosalam sebagai sentra produksi utama. Kecamatan Wonosalam memiliki karakteristik lahan dan iklim yang sangat kondusif bagi pengembangan perkebunan durian, dengan elevasi 100-500 meter dari permukaan laut yang menciptakan lingkungan pertumbuhan ideal. Berdasarkan data Balai Penyuluhan Pertanian Wonosalam, wilayah ini memiliki luas lahan mencapai 551,574 hektar dengan total populasi pohon durian sebanyak 112.521 pohon yang menghasilkan produksi sekitar 5.014,3 ton per tahun. Durian Wonosalam dikenal memiliki cita rasa khas dengan daging buah tebal, warna kuning keemasan, dan aroma kuat sehingga memiliki nilai jual kompetitif di pasar lokal maupun regional (Rohman et al., 2023).

Meskipun memiliki potensi produksi dan permintaan pasar yang tinggi, sistem pemasaran durian di Wonosalam masih menghadapi berbagai permasalahan, terutama terkait sifat produk yang mudah rusak, keterbatasan umur simpan, serta pola distribusi yang masih didominasi oleh pedagang pengumpul (Indrajati et al., 2015). Kondisi ini mendorong petani untuk menggunakan sistem tebasan, yang dalam praktiknya seringkali melemahkan posisi tawar petani dalam penentuan harga. Selain itu, terdapat indikasi tingginya margin pemasaran, ketimpangan distribusi keuntungan, serta tingkat kehilangan hasil yang cukup besar selama proses distribusi, yang mencerminkan adanya inefisiensi dalam rantai pemasaran. Fenomena ini sejalan dengan teori pemasaran pertanian yang menyatakan bahwa dominasi pembeli dalam struktur pasar oligopsoni

dapat menyebabkan ketidakseimbangan kekuatan pasar dan distribusi keuntungan yang tidak merata (Wahono dan Atmojo, 2023).

Berdasarkan teori pemasaran produk pertanian yang dikemukakan Dahl dan Hammond (1977), permasalahan pemasaran komoditas pertanian tidak hanya terkait aspek teknis distribusi, tetapi juga melibatkan faktor struktural yang lebih luas. Dominasi segelintir pembeli (pedagang pengumpul) yang berhadapan dengan banyak penjual (petani) mengakibatkan posisi tawar petani menjadi lemah serta distribusi keuntungan yang tidak merata sepanjang rantai pemasaran. Margin pemasaran yang besar antara harga yang diterima petani dan harga yang dibayar konsumen menunjukkan ketidakseimbangan distribusi keuntungan, di mana durian kualitas premium dapat dipasarkan hingga Rp70.000 per buah sementara harga yang diterima petani jauh lebih rendah (Setiawan, 2024). Selain itu, tingkat kehilangan produk selama distribusi mencapai 15-20%, mengindikasikan adanya inefisiensi dalam rantai pemasaran. Ketidakstabilan harga juga menjadi permasalahan utama, di mana harga durian mengalami fluktuasi hingga 40-50% akibat pasokan melimpah pada puncak panen dan menurun drastis di luar musim.

Dalam kajian sistem pemasaran komoditas pertanian, pendekatan *Structure, Conduct and Performance* (SCP) merupakan salah satu kerangka analisis yang relevan untuk mengidentifikasi saluran pemasaran serta mengevaluasi kinerjanya. Pendekatan SCP pertama kali diperkenalkan oleh Bain (1951) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Scherer (1980) yang menekankan hubungan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar dalam menentukan efisiensi sistem pemasaran. Struktur pasar mencakup jumlah dan ukuran pelaku pasar, hambatan masuk, serta tingkat konsentrasi pasar (Kohls dan Uhl, 2002). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pemasaran durian kerap mengalami struktur pasar oligopsoni, dimana hanya sedikit pembeli berhadapan dengan banyak penjual yang menyebabkan tekanan harga di tingkat petani.

Kinerja pasar dapat diukur melalui tiga indikator utama yaitu efisiensi pemasaran, distribusi keuntungan, dan stabilitas harga dalam jangka Panjang (Tomek dan Robinson, 2003). Efisiensi pemasaran mengacu pada sejauh mana sistem pemasaran dapat menyalurkan produk dengan biaya rendah, waktu optimal, serta minimnya kehilangan produk selama distribusi. Distribusi keuntungan mencerminkan bagaimana pendapatan dari pemasaran dibagi di antara pelaku pasar, termasuk petani, pedagang pengumpul, dan pengecer. Jika dominasi perantara terlalu besar, maka keuntungan cenderung tidak merata dan petani sebagai produsen utama akan menerima bagian yang lebih kecil (Dahl dan Hammond, 1977).

Meskipun berbagai studi telah mengkaji pemasaran hortikultura dan komoditas durian, penelitian yang mengintegrasikan secara komprehensif hubungan antara struktur pasar, perilaku pelaku, dan kinerja pasar dalam kerangka *Structure, Conduct, and Performance* (SCP) masih terbatas. Secara khusus, kajian yang mengaitkan struktur pasar oligopsoni dengan distribusi margin pemasaran, efisiensi pemasaran, serta tingkat kehilangan hasil pada sistem tebasan di tingkat lokal seperti Kecamatan Wonosalam belum banyak dilakukan. Selain itu, penelitian empiris yang menjelaskan bagaimana struktur pasar memengaruhi mekanisme penentuan harga, posisi tawar petani, serta dinamika fluktuasi harga dalam pemasaran durian juga masih minim, sehingga belum memberikan gambaran utuh mengenai sumber inefisiensi dan ketimpangan distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran durian.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif sistem pemasaran durian di Kecamatan Wonosalam menggunakan pendekatan SCP, dengan mengkaji struktur pasar melalui tingkat konsentrasi dan karakteristik pelaku pasar, menganalisis perilaku pelaku dalam mekanisme penentuan harga serta praktik sistem tebasan, serta mengevaluasi kinerja pasar melalui indikator margin pemasaran, *farmer's share*, efisiensi pemasaran, dan tingkat kehilangan hasil. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara struktur pasar, perilaku pelaku, dan kinerja pasar dalam menentukan tingkat efisiensi dan distribusi keuntungan, sehingga dapat dirumuskan rekomendasi strategis yang berbasis empiris untuk meningkatkan efisiensi pemasaran dan memperkuat posisi tawar petani durian di Kecamatan Wonosalam.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang Provinsi Jawa Timur pada bulan Agustus 2025. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) karena Kecamatan Wonosalam merupakan sentra produksi durian terbesar di Kabupaten Jombang. Populasi penelitian adalah seluruh petani durian, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer di Kecamatan Wonosalam. Penentuan sampel petani menggunakan metode *stratified random sampling* berdasarkan luas kepemilikan lahan, dengan pertimbangan bahwa terdapat heterogenitas karakteristik petani yang berpotensi memengaruhi pola produksi dan pemasaran, sehingga diperlukan pengelompokan agar setiap strata terwakili secara proporsional dan hasil penelitian menjadi lebih representatif. Jumlah sampel petani ditentukan sebanyak 31 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Sementara itu, penentuan sampel lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dimulai dari jumlah kecil kemudian berkembang mengikuti alur pemasaran (Sugiyono, 2019) dengan alasan bahwa pelaku dalam rantai pemasaran durian bersifat terbatas, tidak terdaftar secara pasti, dan memiliki keterkaitan jaringan antarpelaku, sehingga proses penelusuran sampel dilakukan secara bertahap berdasarkan rekomendasi dari responden sebelumnya hingga diperoleh informasi yang memadai. Sehingga diperoleh 10 pedagang pengumpul dan 20 pedagang pengecer. Data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara terstruktur dengan instrumen kuesioner, sementara data sekunder bersumber dari BPS, Balai Penyuluhan Pertanian Wonosalam, dan literatur terkait.

### 1) Analisis Struktur Pasar

#### Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan besaran persentase pasar yang dikuasai oleh lembaga pemasaran tertentu. Perhitungan pangsa pasar dilakukan untuk mengetahui seberapa besar penguasaan pasar oleh lembaga pemasaran tertentu. Rumus perhitungan pangsa pasar suatu lembaga adalah sebagai berikut:

$$M_{si} = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100$$

Keterangan:

$M_{si}$  : Pangsa Pasar suatu forum pemasaran (%)

$S_i$  : Jumlah penjualan lembaga pemasaran Ke-i (Rp)

Stot : Total Penjualan seluruh lembaga pemasaran (Rp)

### Konsentrasi Pasar

Pengukuran konsentrasi pasar dapat dilakukan melalui indeks konsentrasi dan rasio konsentrasi. Sumarni (2022) menunjukkan persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Konsentrasi pasar bisa dihitung menggunakan memakai analisis *Concentration Ratio of the Biggest four (CR4)*. menjelaskan nilai  $CR\ 4 \geq 0,8$  mengindikasikan konsentrasi pasar yang kuat.

$$CR4 = \frac{S1+S2+S3+S4}{SN}$$

Keterangan:

CR 4 : Konsentrasi Rasio

Si : Volume penjualan durian oleh pedagang 1,2,3,4 (ton/tahun)

SN : Total penjualan seluruh durian oleh pedagang di Kecamatan Wonosalam (ton/tahun)

### Hambatan Masuk Pasar (MES)

Hambatan keluar masuk pasar dapat dihitung dengan *Minimum Efficiency Scale (MES)*, yaitu perhitungan penjualan durian yang dilakukan oleh pedagang terhadap total durian di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Hambatan masuk dapat dihitung dengan rumus:

$$MES = \frac{\text{Penjualan durian oleh pedagang terbesar}}{\text{Total penjualan durian di Kecamatan Wonosalam}}$$

Kriteria nilai MES:

Jika perhitungan menunjukkan nilai lebih dari 10 persen maka di indikasikan bahwa pemasaran durian terdapat hambatan sulit, dan jika nilai MES kurang dari 10 persen maka hambatan mudah.

### Perilaku Pasar

Analisis ini difokuskan pada dua aspek utama perilaku pasar, yaitu mekanisme penetapan harga dan pola kerjasama antar lembaga pemasaran (Zuher et al., 2022) yang terlibat dalam distribusi durian di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Untuk memahami saluran pemasaran secara komprehensif, penelitian ini melakukan penelusuran alur distribusi durian mulai dari tingkat petani hingga pedagang pengecer (Rahman et al., 2023). Metode penelusuran ini memungkinkan identifikasi setiap pelaku dalam rantai pemasaran serta pemahaman mendalam tentang peran dan fungsi masing-masing lembaga pemasaran dalam sistem distribusi durian.

## 2) Analisis Kinerja Pasar

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga di tingkat petani dan konsumen (Dayu et al., 2023). Adapun rumus dari margin pemasaran dapat dilihat sebagai berikut:

$$MT = \sum mi = Pr - Pf$$

Keterangan:

MT : marjin total  
Pr : harga durian di tingkat konsumen (Rp/buah)  
Pf : harga durian di tingkat petani (Rp/buah)  
mi : margin pemasaran pada lembaga pemasaran durian ke -i

### **Farmer's Share**

*Farmer's share* adalah persentase bagian harga yang diterima petani dari total harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir, dengan kriteria *farmer's share* lebih dari 70% yaitu efisien dan *farmer's share* kurang dari 70% tidak efisien (Rahayu, 2013). *Farmer's share* dapat dihitung dengan rumus:

$$FS = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

FS : bagian yang diterima oleh petani  
Pf : Harga durian di tingkat petani (Rp/buah)  
Pr : Harga durian di tingkat konsumen (Rp/buah)

### **Efisiensi Pemasaran**

Sofiyatur *et al* (2023) mengemukakan bahwa perhitungan efisiensi pemasaran dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$EP = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP : Efisiensi pemasaran  
BP : Total biaya pemasaran (Rp/buah)  
NP : Total nilai produk yang dipasarkan (Rp/buah)

Saluran distribusi dikategorikan tidak efisien apabila nilai efisiensi pemasarannya lebih dari 50 persen. Sebaliknya, saluran pemasaran dianggap efisien jika nilai efisiensi pemasarannya kurang dari 50 persen.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

Berikut merupakan hasil dan pembahasan penelitian:

### **1) Struktur Pasar Durian Wonosalam**

#### **Pangsa Pasar**

Pangsa pasar diukur berdasarkan kontribusi penjualan suatu Lembaga terhadap keseluruhan transaksi pasar, yang nilainya dapat berada pada kisaran 0 hingga 100 persen (Adha *et al.*, 2019). Semakin besar pangsa pasar yang dikuasai, semakin kuat posisi pelaku usaha tersebut dalam struktur pasar. Berikut disajikan gambaran mengenai pangsa pasar (*market share*) pada pemasaran durian di lokasi penelitian tersebut.

Tabel 1  
Hasil Perhitungan Pangsa Pasar Pemasaran Durian di Kecamatan Wonosalam  
Kabupaten Jombang

| No. | lembaga            | Penjualan (Kg/musim) | Pangsa Pasar (%) |
|-----|--------------------|----------------------|------------------|
|     |                    | Jumlah               |                  |
| 1   | Petani             | 1.396                | 2,90%            |
| 2   | Pedagang Pengumpul | 37.470               | 77,84%           |
| 3   | Pedagang Pengecer  | 9.277                | 19,26%           |
|     | <b>Jumlah</b>      | <b>48.123</b>        | <b>100%</b>      |

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Hasil analisis pangsa pasar menunjukkan bahwa pedagang pengumpul menguasai pangsa pasar terbesar dengan nilai 77,84%, diikuti pedagang pengecer sebesar 19,28%, dan petani sebesar 2,90%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa struktur pasar cenderung oligopsoni, dimana jumlah pembeli (pedagang pengumpul) relatif sedikit dibandingkan dengan jumlah penjual (petani). Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahono dan Atmojo (2023) yang menyatakan bahwa pemasaran durian di daerah sentra produksi umumnya didominasi oleh pedagang pengumpul akibat keterbatasan akses pasar oleh petani. Secara ekonomi, tingginya pangsa pasar pedagang pengumpul menunjukkan adanya kekuatan pasar (market power) dalam mengendalikan aliran produk dan informasi harga. Petani yang hanya menguasai sebagian kecil pangsa pasar tidak memiliki kapasitas untuk menentukan harga maupun memilih saluran pemasaran yang lebih menguntungkan. Kondisi ini memperkuat indikasi struktur pasar yang cenderung oligopsoni, dimana banyak penjual berhadapan dengan pembeli yang memiliki kontrol distribusi.

### Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar dihitung dengan *Concentration ratio for Biggest Four* (CR4) dengan menghitung penjualan durian yang dilakukan oleh Lembaga pedagang pengumpul di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$CR4 = \frac{54+48+43,2+39,9}{3.510} = \frac{185,1}{3.510} = 5,27\%$$

Konsentrasi pasar dihitung dengan *Concentration Ratio for Biggest Four* (CR4) dengan menghitung penjualan durian yang dilakukan oleh lembaga pedagang pengecer di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang sebagai berikut:

$$CR4 = \frac{16,5+16,2+16+14}{1.002,9} = \frac{62,7}{1.002,9} = 6,25\%$$

Hasil perhitungan nilai CR4 untuk pedagang pengumpul sebesar 5,27% dan pedagang pengecer sebesar 6,25%. Berdasarkan kriteria Kohls dan Uhl (2002), nilai CR4 di bawah 40% menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang lemah, yang mengindikasikan bahwa tidak ada penguasaan pasar yang dominan oleh empat pelaku terbesar. Namun demikian, temuan ini berbeda dengan kondisi empiris di lapangan.

Perbedaan ini dapat dijelaskan secara ekonomi bahwa meskipun konsentrasi rendah secara numerik, kontrol pasar tidak hanya ditentukan oleh jumlah pelaku, tetapi juga oleh akses terhadap jaringan distribusi, modal, dan informasi. Pedagang pengumpul tetap memiliki posisi dominan karena mereka berperan sebagai penghubung utama antara petani dan pasar akhir. Hal ini sejalan dengan penelitian Kohls dan Uhl (2002) yang menyatakan bahwa struktur pasar pertanian seringkali bersifat tidak sempurna meskipun indikator konsentrasi terlihat rendah.

### Hambatan Keluar Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar menggambarkan tingkat kemudahan atau kesulitan bagi pelaku usaha baru untuk memasuki pasar. Berdasarkan hasil penelitian, rata-rata nilai MES untuk pedagang pengumpul dihitung menggunakan rumus berikut:

$$MES = \frac{\text{Penjualan Durian oleh Pedagang Pengumpul terbesar}}{\text{Jumlah Penjualan Durian di Kecamatan Wonosalam}} \times 100\%$$

$$MES = \frac{54}{5.014,3} \times 100\% = 0,01 = 1\%$$

Nilai MES pedagang pengumpul sebesar 1% dan pedagang pengecer sebesar 0,3%. Kedua nilai tersebut kurang dari 10%, yang menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar relatif mudah bagi pelaku baru (Sumarni, 2022). Selanjutnya, nilai rata-rata MES untuk pedagang pengecer sebagai berikut:

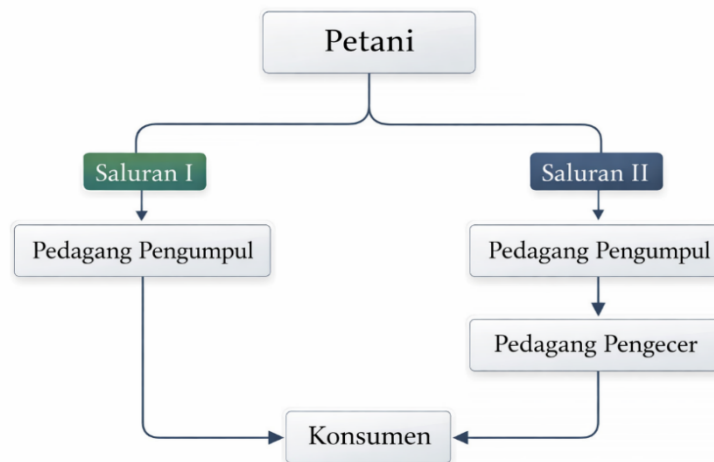
$$MES = \frac{\text{Penjualan Durian oleh Pedagang Pengecer terbesar}}{\text{Jumlah Penjualan Durian di Kecamatan Wonosalam}} \times 100\%$$

$$MES = \frac{16,5}{5.014,3} \times 100\% = 0,003 = 0,3\%$$

Hasil perhitungan nilai MES pedagang pengecer sebesar 0,3 persen menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar pada tingkat pedagang pengecer relatif mudah, sehingga pelaku baru lebih mudah masuk ke pasar (Sumarni, 2022). Namun, secara empiris, rendahnya hambatan masuk tidak serta-merta meningkatkan daya saing pasar. Hal ini disebabkan oleh hambatan nonstruktural seperti keterbatasan modal, jaringan kepercayaan (trust), dan akses informasi yang tetap menjadi faktor penghambat utama. Pedagang baru sulit bersaing karena tidak memiliki hubungan jangka panjang dengan petani maupun akses pasar yang stabil. Temuan ini sejalan dengan Sumarni (2022). yang menyatakan bahwa dalam pemasaran komoditas pertanian, hambatan sosial dan relasional sering kali lebih dominan dibandingkan dengan hambatan ekonomi formal.

### Perilaku Pasar Durian Wonosalam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penentuan harga durian di Kecamatan Wonosalam pada tingkat petani umumnya ditetapkan oleh pedagang pengumpul sebagai pembeli utama akibat struktur pasar yang terkonsentrasi, sehingga petani berperan sebagai *price taker* dengan daya tawar rendah. Kerja sama antar lembaga pemasaran bersifat informal dan berbasis hubungan jangka panjang yang mendukung kelancaran distribusi (Kusumawardhani dan Setyadi, 2024). Berdasarkan penelitian di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang, diketahui saluran pemasaran sebagai berikut:



Gambar 1 Saluran Pemasaran Durian Wonosalam

Aktivitas pemasaran durian pada kedua saluran pemasaran melibatkan lembaga pemasaran. Saluran I hanya melibatkan pedagang pengumpul, sedangkan Saluran II melibatkan pedagang pengumpul dan pedagang pengecer. Secara ekonomi, sistem tebasan memberikan jaminan pasar dan mengurangi risiko bagi petani, terutama terkait ketidakpastian harga dan kerusakan produk. Namun di sisi lain, sistem ini menyebabkan petani kehilangan peluang memperoleh harga lebih tinggi saat kondisi pasar menguntungkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Indrajati et al. (2015) yang menyatakan bahwa komoditas dengan sifat mudah rusak cenderung mendorong petani memilih sistem pemasaran yang cepat meskipun dengan harga lebih rendah. Kerja sama antar pelaku yang bersifat informal menunjukkan adanya relasi berbasis kepercayaan (*trust-based relationship*). Meskipun meningkatkan efisiensi distribusi, kondisi ini juga berpotensi menciptakan ketergantungan petani terhadap pedagang tertentu sehingga memperlemah posisi tawar petani dalam jangka panjang.

## 2) Kinerja Pasar Durian Wonosalam

### Margin Pemasaran

Margin pemasaran saluran I mencakup petani, pedagang pengumpul, dan konsumen. Hasil analisis margin pemasaran durian Wonosalam dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2

## Biaya dan Margin Pemasaran Durian pada Saluran Pemasaran I di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

| No | Uraian    | Harga dan Biaya (Rp/Buah) | Margin |
|----|-----------|---------------------------|--------|
| 1  | Petani    | Harga Jual                | 27.000 |
| 2  | Pedagang  | Harga Beli                | 27.000 |
|    | Pengumpul | Harga Jual                | 34.500 |
|    |           | Biaya Pemasaran           | 2.060  |
|    |           | Keuntungan Bersih         | 5.440  |
| 3  | Konsumen  | Harga Beli                | 34.500 |

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Bentuk rantai pemasaran durian saluran II melibatkan petani, pedagang pengumpul, pedagang pengecer, dan konsumen. Hasil analisis margin pemasaran durian Wonosalam dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3

## Biaya dan Margin Pemasaran Durian pada Saluran Pemasaran II di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

| No | Uraian            | Harga dan Biaya (Rp/Buah) | Margin |
|----|-------------------|---------------------------|--------|
| 1  | Petani            | Harga Jual                | 27.000 |
| 2  | Pedagang          | Harga Beli                | 27.000 |
|    | Pengumpul         | Harga Jual                | 34.500 |
|    |                   | Biaya Pemasaran           | 2.060  |
|    |                   | Keuntungan Bersih         | 5.440  |
| 3  | Pedagang Pengecer | Harga Beli                | 34.500 |
|    |                   | Harga Jual                | 43.000 |
|    |                   | Biaya Pemasaran           | 2.983  |
|    |                   | Keuntungan Bersih         | 5.517  |
| 4  | Konsumen          | Harga Beli                | 43.000 |

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Margin pemasaran saluran I sebesar Rp7.500/buah, sedangkan saluran II sebesar Rp8.500/buah. Saluran II memiliki margin lebih tinggi karena merupakan saluran terpanjang yang melibatkan lebih banyak lembaga pemasaran. Namun demikian, tingginya margin tidak semata-mata disebabkan oleh panjangnya saluran pemasaran. Secara ekonomi, margin yang tinggi juga mencerminkan biaya risiko kerusakan produk (durian mudah rusak), biaya distribusi dan logistik, asimetri informasi harga, serta kekuatan tawar pedagang pengumpul dan pengecer. Hal ini sejalan dengan penelitian Dahl dan Hammond (1977) yang menyatakan bahwa margin tinggi dalam pemasaran pertanian seringkali mencerminkan kombinasi antara biaya distribusi dan kekuatan pasar perantara. Dengan kata lain, margin tinggi di Wonosalam tidak hanya mencerminkan biaya, tetapi juga adanya potensi distorsi pasar.

### Farmer's Share

Hasil penelitian nilai *farmer's share* durian Wonosalam disajikan pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4

*Farmer Share* Saluran Pemasaran I di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

| No | Uraian    | Harga dan Biaya<br>(Rp/Buah) | Farmer Share (%) |
|----|-----------|------------------------------|------------------|
| 1  | Petani    | Harga Jual                   | 27.000           |
| 2  | Pedagang  | Harga Beli                   | 27.000           |
|    | Pengumpul | Harga Jual                   | 34.500           |
|    |           | Biaya Pemasaran              | 2.060            |
|    |           | Keuntungan Bersih            | 5.440            |
| 3  | Konsumen  | Harga Beli                   | 34.500           |

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa bagian yang diterima petani (*Farmer Share*) adalah sebesar 78,26%. Untuk *farmer share* saluran pemasaran II dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5

*Farmer Share* Saluran Pemasaran II di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang

| No | Uraian    | Harga dan Biaya<br>(Rp/Buah) | Farmer Share (%) |
|----|-----------|------------------------------|------------------|
| 1  | Petani    | Harga Jual                   | 27.000           |
| 2  | Pedagang  | Harga Beli                   | 27.000           |
|    | Pengumpul | Harga Jual                   | 34.500           |
|    |           | Biaya Pemasaran              | 2.060            |
|    |           | Keuntungan Bersih            | 5.440            |
| 3  | Pedagang  | Harga Beli                   | 34.500           |
|    | Pengecer  | Harga Jual                   | 43.000           |
|    |           | Biaya Pemasaran              | 2.983            |
|    |           | Keuntungan Bersih            | 5517             |
| 4  | Konsumen  | Harga Beli                   | 43.000           |

Sumber: Data Primer, 2025 (Diolah)

Nilai *farmer's share* saluran I sebesar 78,26% dan saluran II sebesar 62,79%. Kedua saluran tergolong efisien karena nilai *farmer's share* lebih dari 50% (Rahayu, 2013). Namun, tingginya *farmer's share* tidak serta-merta menunjukkan bahwa petani sejahtera. Secara ekonomi, terdapat beberapa alasan mengapa *farmer's share* tinggi tetapi petani tetap lemah, yaitu karena harga dasar yang rendah meskipun proporsi yang diterima tinggi, nilai absolut pendapatan petani tetap rendah. Kemudian, sistem tebasan petani tidak mendapatkan keuntungan dari kenaikan harga di tingkat konsumen. Serta ketergantungan pada pedagang dengan adanya pembatasan pilihan saluran pemasaran dan tidak adanya nilai tambah di tingkat petani seperti grading dan sortasi. Temuan ini

sejalan dengan Tomek dan Robinson (2003) yang menyatakan bahwa *farmer's share* tinggi tidak selalu mencerminkan distribusi kesejahteraan yang adil, terutama jika struktur pasar tidak kompetitif.

### Efisiensi Pemasaran

Adapun efisiensi saluran pemasaran durian di Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang adalah sebagai berikut.

#### 1) Saluran Pemasaran I

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\% \\ &= \frac{2.060}{34.500} \\ &= 0,059 \\ &= 5,9\%\end{aligned}$$

#### 2) Saluran Pemasaran II

$$\begin{aligned}\text{Efisiensi} &= \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Akhir Produk}} \times 100\% \\ &= \frac{2.060+2.983}{43.000} \\ &= 0,117 \\ &= 11,7\%\end{aligned}$$

Tingkat efisiensi pemasaran saluran I sebesar 5,9% dan saluran II sebesar 11,7%. Kedua saluran dikategorikan efisien karena nilai efisiensi kurang dari 50% (Sofiyatur *et al.*, 2023). Namun, efisiensi ini lebih bersifat efisiensi operasional, bukan efisiensi ekonomi secara keseluruhan. Hal ini karena efisiensi tidak mempertimbangkan aspek distribusi keuntungan. Dengan kata lain, meskipun biaya rendah, sistem belum tentu memberikan kesejahteraan yang optimal bagi petani.

### 3) Hubungan Struktur dan Kinerja Pasar

Struktur pasar oligopsoni yang terkonsentrasi pada pedagang pengumpul memberikan dampak signifikan terhadap kinerja pasar. Meskipun hasil perhitungan CR4 menunjukkan tingkat konsentrasi pasar yang rendah, kondisi di lapangan mengindikasikan adanya kecenderungan struktur pasar yang mengarah pada oligopsoni. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya konsentrasi pasar secara kuantitatif tidak sepenuhnya mencerminkan distribusi kekuatan pasar yang sebenarnya. Pedagang pengumpul tetap memiliki peran dominan dalam menentukan harga dan mengendalikan aliran distribusi, sehingga petani berada pada posisi sebagai *price taker*. Kondisi ini diperkuat oleh praktik sistem tebasan serta keterbatasan akses petani terhadap informasi dan pasar alternatif. Dengan demikian, struktur pasar durian di Kecamatan Wonosalam dapat dikategorikan sebagai oligopsoni secara fungsional, meskipun indikator konsentrasi pasar menunjukkan nilai yang rendah. Pelaku pasar durian di Kecamatan Wonosalam cenderung memprioritaskan peningkatan volume penjualan dibandingkan dengan penetapan harga yang lebih tinggi. Strategi ini mencerminkan orientasi pasar pada efisiensi operasional dengan distribusi cepat dan pengurangan risiko, namun belum memberikan nilai tambah yang adil bagi petani.

## 4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pemasaran durian melibatkan tiga pelaku utama, yaitu petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer, yang membentuk dua pola saluran distribusi. Saluran I menghubungkan petani langsung ke

konsumen melalui pedagang pengumpul, sedangkan Saluran II melibatkan pedagang pengecer sebagai perantara tambahan. Struktur pasar menunjukkan karakteristik oligopsoni dimana pedagang pengumpul mendominasi, meskipun tidak menguasai sepenuhnya pasar sehingga hambatan masuk relatif rendah. Namun, analisis SCP mengungkapkan ketimpangan struktural dimana petani berada pada posisi *price taker* dengan daya tawar rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun sistem pemasaran efisien secara operasional, distribusi nilai tambah belum adil bagi petani sebagai produsen utama.

### **Daftar Pustaka**

- Adha, C., Pranoto, Y. S., dan Purwasih, R. (2019). Analisis Structure, Conduct, and Performance (SCP) pada Pemasaran Lada Putih (Muntok White Pepper) di Kabupaten Bangka Barat. *Journal of Integrated Agribusiness*, 1(2), 82–91.
- Christie, C. D. yulia, dan Lestari, N. A. (2019). Pengembangan Media Ajar Berdasarkan Penelitian Analisis Morfologi Durian di Jawa Timur. *Jurnal Koulutus*, 2(September 2019), 21.
- Dahl, D. C., dan Hammond, J. W. (1977). *Market and Price Analysis*.
- Dayu, W., Anggara, W., dan Harahap, I. (2023). Dimensi Pasar Domestik Komoditas Padi dan Beras (Telaah Struktur Pasar di Kecamatan Sunggal, Deli Serdang) Wulan. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(I), 78–100.
- Indrajati, S. B., Rosita, D., dan Saputra, L. D. (2015). *Buku Lapang budidaya Durian* (p. 6).
- Kohls, R. L., dan Uhl, J. N. (2002). *Marketing of Agricultural Product* (pp. 149–245).
- Kristiana, L., dan Iswahyudi. (2018). Strategi Pengembangan Agribisnis Durian Sebagai Komoditas Unggulan Madura. *Agrosains*, 5, 71–81.
- Kusumawardhani, L. O., Setyadi, T., dan Setiawan, R. F. (2024). Supply Chain Analysis of Tofu Products in the FR Tofu Agroindustry. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa dan Pertanian (JIMDP)*, 2748(105), 304–311.
- Marfuah Zuher, V., Yoesdiarti, A., dan Miftah, H. (2022). Analisis Structure, Conduct, Performance (SCP) Buah Pepaya California (*Carica papaya* L.) di Pasar Tradisional Kota Bogor. *Jurnal Agribisains*, 7(2), 51–58.
- Puspitasari, A., Priyadi, R., dan Sufyadi, D. (2020). Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pemasaran Cabai Rawit Merah Di Kecamatan Cigalontang. *Agibussines System Scientific Journal*, 1(1), 43–55.
- Rahayu, S. E. (2013). Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung di Kabupaten Gorobogan. *Journal of Rural and Development*, IV(1), 1–17.
- Rahman, S. A., Hopid, H., dan Wahyuni, P. R. (2023). Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Bawang Merah Varietas Lokal di Kabupaten Sumenep. *Agrimor*, 8(3), 108–116.
- Risqi Firdaus Setiawan. (2024). *Strategi Pengembangan Komoditas Unggulan Durian Di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang*. 21(1), 56.
- Rohman, H. F., Dinata, G. F., Pertami, R. R. D., Rohman, F., dan Suprayitno, E. (2023).

Studi Karakteristik Morfologi Durian (*Durio zibethinus* Murr.) Lokal di Kecamatan Sukorambi, Kabupaten Jember. *Agropross: National Conference Proceedings of Agriculture*, 267-273.

Scherer, F. M. (1980). *Industrial Market Structure and Economic Performance*.

Sofiyatur, R., Nur, C., dan Sat, R. (2023). Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Marning Jagung Pada UD Tamama di Kabupaten Blitar. *Agriscience*, 2(2), 2-3.

Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Alfabeta Bandung*.

Sumarni, B. (2022). Analisis Struktur Pasar Komoditas Bawang Merah. *Tarjih: Agribusiness Development Journal*, 2(01), 93-99

Tomek, W. G., dan Robinson, K. L. (2003). Agricultural Product Prices. In *European Review of Agricultural Economics* (Vol. 42, Issue 1).

Wahono, H. T. T., dan Atmojo, C. T. (2023). Analisis Peranan Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Petani Durian di Kabupaten Jombang. *Jurnal Filsafat, Sains, Teknologi, Dan Sosial Budaya*, 29(4), 221-229.