

ANALISIS STRUKTUR PASAR TANAMAN HIAS DI KECAMATAN AMPENAN DAN SELAPARANG KOTA MATARAM

Analysis of the Market Structure of Ornamental Plants in Ampenan and Selaparang Districts, Mataram City

Whindy Puspita Lestary^{1,*}, Tajidan, Pande Komang Suparyana¹

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Jalan Majapahit no. 62 Kota Mataram, NTB, (0370) 633007

* E-mail: whindypuspitalestary30@gmail.com

Diterima: xxxxxx | Direvisi: xxxxxx | Disetujui: xxxxxx

ABSTRACT

The city of Mataram has quite large business opportunities in the ornamental plant business because it is located very close to housing and offices and even tourist attractions which generally require ornamental plants as an attraction for that location. This research aims to analyze the market share and market structure of ornamental plants in Ampenan and Selaparang Districts, Mataram City. The respondents to this research are the same as the total population or what is called a census of 15 ornamental plant entrepreneurs. Data analysis uses market share analysis and market structure (Concentration Ratio, Herfindahl Hirschman Index, and Gini Coefficient). The research results show that the market share for ornamental plants in Ampenan and Selaparang Districts, Mataram City, for the types of ornamental plants with red shoots, broccoli and croton, has a low level of market power with each market share being less than 30%. The concentration ratio for biggest four (CR4) and the Hirschman Herfindahl Index show that the market structure for ornamental plants such as red shoots, broccoli and croton leads to a perfectly competitive market. Market structure analysis using the Gini coefficient for ornamental plants with red tops, broccoli and croton leads to oligopoly competition. So it is hoped that ornamental plant entrepreneurs can further improve the quality and beauty of ornamental plants in order to get high selling prices and promote them effectively in marketing them to attract the attention of consumers in order to increase existing business income so they can compete in the market.

Kata kunci: Market share, Market structure, Ornamental Plants

ABSTRAK

Kota Mataram memiliki peluang bisnis yang cukup besar dalam usaha tanaman hias karena berlokasi sangat dekat dengan perumahan dan perkantoran bahkan tempat wisata yang rata-rata membutuhkan tanaman hias sebagai daya tarik bagi lokasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pangsa pasar dan struktur pasar tanaman hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram. Responden penelitian ini sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus sebanyak 15 pengusaha tanaman hias. Analisis data menggunakan analisis pangsa pasar dan struktur pasar (Concentration Ratio, Herfindahl Hirschman Indeks, dan Koefisien Gini). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pangsa pasar tanaman hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram pada jenis tanaman hias pucuk merah, brokoli dan puring memiliki tingkat kekuatan pasar rendah dengan masing-masing pangsa pasar kurang dari 30%. Nilai concentratio ratio for biggest four (CR4) dan Indeks Hirschman Herfindahl menunjukkan bahwa struktur pasar tanaman hias jenis pucuk

merah, brokoli dan puring mengarah pada pasar persaingan sempurna. Analisis struktur pasar dengan menggunakan Koefisien Gini untuk tanaman hias pucuk merah, brokoli dan puring mengarah pada pesaing oligopoli. Sehingga diharapkan pengusaha tanaman hias dapat lebih meningkatkan lagi kualitas dan keindahan tanaman hias agar mendapatkan harga jual tinggi serta promosi secara efektif dalam memasarkannya untuk menarik perhatian konsumen guna meningkatkan pendapatan usaha yang ada agar dapat bersaing dalam pasar.

Kata kunci: Pangsa pasar, Struktur pasar, Tanaman Hias

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan komoditas yang mempunyai kapasitas besar untuk dikembangkan. Hortikultura membawa manfaat ganda, yaitu untuk memenuhi kebutuhan pangan, kesehatan dan estetika serta menjaga lingkungan hidup. (Tumangkeng, 2018). Ketersediaan beragam jenis tanaman hortikultura, yang meliputi tanaman buah-buahan, sayur-sayuran, bunga atau tanaman hias dan tanaman obat-obatan yang dimiliki di Nusa Tenggara Barat dapat menjadi kegiatan usaha ekonomi yang sangat menguntungkan apabila dapat dilaksanakan secara optimal (Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2022).

Menurut Junaedy (2004), bahwa tanaman hortikultura tidak hanya meliputi tanaman sayuran-sayuran, buah-buahan, dan obat-obatan saja tetapi juga florikultura atau tanaman hias yang berkembang sesuai dengan perkembangan urbanisasi dan perkembangan industri. Budidaya tanaman hias sangat meningkat dalam perkembangannya, hal ini tampak kelihatan dari tahun ke tahun mengingat trend tanaman florikultura pada masyarakat perkotaan cukup ada peningkatannya. Sama halnya dengan tanaman langka yang identik dengan penurunan harga yang drastis namun tidak membuat tanaman tersebut dilupakan oleh masyarakat.

Salah satu kelompok komoditas hortikultura yang mempunyai prospek

cerah bila dikembangkan secara intensif dan komersial adalah tanaman hias. Tanaman hias adalah tanaman yang mempunyai nilai keindahan dan estetika, baik itu karena bentuk tanamannya, warna, dan bentuk daun, maupun pohon (batang). Bentuk tanaman dan warna serta keharuman bunganya sering digunakan sebagai penghias pekarangan, taman atau ruangan dirumah-rumah, gedung perkantoran, hotel, restoran, maupun untuk kelengkapan upacara adat keagamaan (Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat, 2022).

Tanaman hias di Indonesia saat ini sedang mengalami pertumbuhan yang ditandai dengan berkembangnya daerah sentra produksi tanaman hias di wilayah perkotaan, serta makin tumbuh dan berkembangnya unit usaha yang melibatkan baik petani maupun pengusaha. Tujuan utama pengembangan usaha florikultura di Indonesia yaitu untuk memenuhi permintaan Pasar Nasional dan Internasional. Oleh karena itu, pengembangan usaha florikultura harus dilaksanakan secara komersial, berorientasi pasar dan dikelola secara profesional, dengan skala ekonomi yang menguntungkan (Tiasmalomo, Rukmana, & Mahyuddin, 2020).

Tanaman hias merupakan salah satu produk pertanian yang memiliki nilai ekonomi yang cukup tinggi dan merupakan komoditas yang dapat dikembangkan baik dalam skalakecil maupun skala besar. Beberapa manfaat yang bisa didapatkan

dari budidaya tanaman hias yaitu sebagai sumber pendapatan petani, memperluas lapangan pekerjaan, menciptakan kesegaran, keindahan dan kesejukan lingkungan (Miracahyanti, 2020).

Menurut Rahmat (2016) di Kota Mataram, Tanaman hias telah menjadi peluang bisnis yang cukup besar bila dilihat dari tempat usaha yang sangat dekat dengan perumahan dan perkantoran bahkan tempat wisata yang rata-rata membutuhkan tanaman hias sebagai daya tarik bagi lokasi tersebut. Kota Mataram merupakan daerah perlintasan dan jalur kegiatan perekonomian. Kota Mataram, berdasarkan observasi awal diketahui bahwa perkembangan usaha tanaman hias saat ini cukup pesat. Berbagai strategi dilakukan oleh pengusaha tanaman hias agar usahanya dilirik oleh konsumen dan memperoleh pelanggan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa terdapat 3 jenis tanaman hias yang sedang trend terdata memiliki penerimaan produksi terjual terbanyak di Kota Mataram. Produksi terjual tanaman hias tertinggi di Kota Mataram pada tahun 2022 adalah tanaman brokoli dengan total produksi terjual mencapai 2.614 pohon. Besarnya produksi tanaman hias di Kota Mataram dikarenakan kota Mataram merupakan sentra produksi tanaman hias yang akan mendorong pemanfaatan tanaman hias lebih luas lagi.

Dengan adanya hasil budidaya tanaman hias diharapkan dapat meningkatkan keuntungan serta kesejahteraan masyarakat khususnya pengusaha tanaman hias. Namun yang menjadi permasalahan adalah seberapa besar pangsa pasar yang diterima oleh pengusaha tanaman hias tersebut, apabila dilihat dari sisi penjualan apakah

dengan harga jual yang tinggi dapat meningkatkan keuntungan pengusaha tanaman hias. Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri yang besarnya berkisar antara 0 persen hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar dalam pelaksanaan usaha merupakan tujuan atau motivasi perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih baik akan menikmati keuntungan dari penjualan produk dan kenaikan harga. Peranan pangsa pasar seperti halnya bagian struktur pasar yang lain adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan (Jaya, 2001).

Struktur pasar secara sederhana merupakan setiap kumpulan berbagai faktor yang mempengaruhi tingkat kompetensi di pasar. Struktur pasar ditentukan oleh berbagai faktor seperti jumlah penjual dan pembeli, pangsa pasar, tingkat penguasaan teknologi serta beberapa faktor lainnya. Jenis struktur pasar bervariasi, namun pada dasarnya bisa dikelompokkan ke dalam dua bentuk pasar yang berbeda secara ekstrim, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Termasuk dalam pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar monopoli, pasar oligopoli, dan pasar persaingan monopolistik (Rahayu, 2013).

Struktur pasar mempengaruhi kemampuan produsen atau pedagang dalam pembentukan harga. Produsen/pedagang tidak mempunyai kekuatan untuk membentuk/mempengaruhi harga pada pasar persaingan sempurna (kompetitif), semua pelaku pasar bertindak sebagai price taker. Namun kemampuan untuk mempengaruhi harga tersebut muncul ketika struktur pasarnya tidak sempurna, bahkan produsen/pedagang dapat bertindak sebagai pembentuk harga (price maker) jika struktur pasarnya monopoli. Berbagai studi empiris

menunjukkan bahwa struktur pasar komoditas pertanian tidak sempurna sehingga pedagang mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi harga pasar (Firmansyah, Hoesni, Pahantus, & H, 2021). Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, maka perlu adanya informasi tentang struktur pasar tanaman hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram. Tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk menganalisis pangsa pasar dan struktur pasar tanaman hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini berada di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram yang dilakukan pada pengusaha tanaman hias yang ada di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram. Pemilihan pengusaha ini dilakukan secara sengaja (*purposive*), peneliti memilih pengusaha ini dengan pertimbangan pengusaha tersebut merupakan usaha tanaman hias yang menjual jenis tanaman hias pucuk merah, brokoli dan puring dan melakukan usahanya di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juli tahun 2023.

Metode Penentuan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai jumlah total objek atau orang dengan sifat dan fitur tertentu yang dipilih oleh peneliti selama penelitian mereka untuk menarik kesimpulan dari pekerjaan yang dilakukan (Sujarweni, 2015). Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha tanaman hias di dua kecamatan yaitu Kecamatan Ampenan dan Selaparang. Penentuan jumlah responden menggunakan metode sensus, dimana responden yang digunakan

merupakan seluruh jumlah populasi sebanyak 15 pengusaha tanaman hias.

Metode Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik survey yaitu dengan wawancara langsung dengan pengusaha dan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya (Nazir, 2017). Adapun variabel-variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

1. Struktur pasar meliputi Sumber dan cara memperoleh informasi pasar dengan metode atau cara penjual mendapatkan informasi mengenai pemasaran tanaman hias yang meliputi harga jual di pasar.
2. Jumlah produksi adalah besarnya hasil produksi tanaman hias yang dihasilkan oleh pengusaha. Dinyatakan dalam satuan pohon.
3. Harga jual produk adalah harga yang dijual oleh pengusaha tanaman hias ke konsumen dinyatakan dalam satuan rupiah(rp).
4. Volume penjualan adalah jumlah produksi tanaman hias yang terjual oleh pengusaha tanaman hias. Dinyatakan dalam satuan Pohon
5. Pangsa pasar dalam usaha tanaman hias adalah setiap pasar memiliki pangsa pasarnya sendiri dan besarnya antara 0 sampai 100 persen, satuan pangsa pasar adalah persen.

Metode Analisis Data

Pangsa Pasar

Pangsa Pasar adalah proporsi atau persentase dari volume industri yang dikuasai oleh satu atau sejumlah penjual (Tajidan & Sudjarmiko, 2022).

$$P_i = V_i / TV$$

Dimana:

P_i : Pangsa pasar pedagang ke i

V_i : Volume penjualan pedagang ke- i

TV : Total volume penjualan seluruh pedagang

Adapun kriteria pangsa pasar (Salsabilah & Widodo, 2022):

- Jika pangsa pasar 10-30%, maka kekuatan pasar tergolong rendah.
- Jika pangsa pasar 40-60%, maka kekuatan pasar tergolong sedang.
- Jika pangsa pasar lebih besar dari 60%, maka kekuatan pasar tergolong tinggi/kuat.

Struktur Pasar

Untuk mengetahui bagaimana menilai suatu kondisi persaingan ataupun penguasaan pangsa pasar, sehingga dapat ditentukan struktur pasar suatu barang atau produk (Tajidan & Sudjatmiko, 2022). Pengukuran struktur pasar menggunakan metode analisis kuantitatif diantaranya menggunakan:

1. Concentration Ratio (CR)

CR adalah jumlah pangsa pasar sejumlah perusahaan yang menjual suatu produk sejenis. Jumlah perusahaan atau pelaku pasar mulai dari 4, 7, 9, dan 12. Jika jumlah pangsa pasar 4 (empat) perusahaan disebut CR4, jika jumlah pangsa pasar 7 (tujuh) perusahaan disebut CR7. Yang umum digunakan dalam mengukur struktur pasar adalah CR4. Rumus CR4 adalah:

$$CR_4 = P_1 + P_2 + P_3 + P_4$$

Nilai CR4 berkisar 0 dan 1 dengan kriteria struktur pasar CR4:

- Jika $CR_4 < 0,4$ maka struktur pasar bersifat persaingan sempurna atau persaingan monopolistik. Pada persaingan monopolistik kita perlu melihat apakah ada diferensiasi produk atau tidak.
- Saat $0,4 \leq CR_4 \leq 0,8$, maka struktur pasar bersifat oligopoli atau oligopsoni. Bila nilai CR4 diantara 60%-80% disebut oligopoli ketat, sedangkan jika nilai CR4 berkisar 40%-60% disebut oligopoli longgar.
- Saat $CR_4 > 0,8$ maka struktur pasar cenderung monopoli atau monopsoni.

2. Herfindahl Hirschman Indeks (HHI)

Penggunaan CR sebagai alat analisis dalam menentukan struktur pasar memiliki kelemahan yaitu kurang akurat dalam menentukan kriteria struktur pasar. Oleh karena itu hasil analisis menggunakan CR kurang akurat, sehingga dilakukan penyempurnaan.

$$HHI = (P_1)^2 + (P_2)^2 + (P_3)^2 + (P_4)^2$$

Prosedur menggunakan HHI sebagai berikut:

- a. Menghitung persentase penjualan (pangsa pasar) dari 4 (empat) perusahaan terpilih;
- b. Mengkuadratkan persentase penjualan semua perusahaan yang terpilih;
- c. Menjumlahkan kuadrat persentase penjualan;
- d. Membandingkan dengan patokan:
 - $10.000 \geq HHI \geq 5.000$ (sangat terkonsentrasi)
 - $5.000 > HHI \geq 2.000$ (terkonsentrasi)
 - $2.000 > HHI \geq 1.000$ (agak terkonsentrasi),

- $1.000 > HHI \geq 500$ (hampir tidak terkonsentrasi)
- $500 > HHI \geq 0$ (tidak terkonsentrasi)

3. Koefisien Gini

Koefisien Gini merupakan suatu ukuran untuk mengetahui tingkat ketimpangan atau pemerataan dalam distribusi pangsa pasar (*market share*) atau pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditi. Nilai koefisien gini pada dasarnya berkisar dari angka 0 hingga 1, dimana semakin kecil koefisiennya (mendekati nol), maka semakin merata distribusi *market share*nya yang artinya pasar mengarah ke pesaing sempurna (kompetitif).

$$KG = 1 - \sum (X_i - X_{i-1}) (Y_i + Y_{i-1})$$

$$KG = 1 - \sum f_i (Y_i + Y_{i-1})$$

Dimana:

KG: Koefisien Gini

F_i : Proporsi jumlah unit pelaku pasar dalam kelas ke-i = $(X_i - X_{i-1})$

X_i : Proporsi jumlah kumulatif unit pelaku pasar dalam kelas ke - i.

Y_i : Proporsi jumlah kumulatif pangsa pasar dalam kelas ke - i.

Klasifikasi Struktur Pasar

- Jika nilai KG antara 0 dan 0,40, maka disebut ketimpangan rendah (oligopoly)
- Jika nilai KG antara 0,40 dan 0,49, maka disebut ketimpangan menengah (duopoly)
- Jika nilai KG lebih besar dari 0,50, maka disebut ketimpangan tinggi (monopoli).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Agribisnis Tanaman Hias di Kota Mataram

Agribisnis tanaman hias di Kota Mataram mulai diusahakan sekitar tahun 1994. Pada waktu itu usaha tanaman hias belum banyak diminati oleh penduduk. Anggapan masyarakat terhadap tanaman hias hanya sebagai hiasan halaman rumah saja, belum dianggap sebagai lapangan usaha yang memenuhi kebutuhan hidupnya.

Perkembangan usaha tanaman mulai terlihat setelah munculnya banyak jenis tanaman hias baru yang mampu mengalihkan perhatian masyarakat di Kota Mataram. Sehingga masyarakat pecinta tanaman hias di Kota Mataram semakin kuat, hal ini terjadi karena masyarakat menyukai terhadap keindahan tanaman hias tersebut.

Keberadaan usaha tanaman hias di Kota Mataram pada awalnya bukan merupakan usaha komersial, tetapi sebagian pengusaha hanya menjalankan usaha karena alasan hobi/kesenangan dan faktor kebiasaan turun menurun dari orang tua. Namun dengan semakin pesatnya pembangunan di kota mataram dan munculnya kebutuhan dan permintaan konsumen akan tanaman hias tidak lagi sekedar pengembangan hobi dan bakat tetapi juga kearah usaha komersial sehingga usaha tanaman hias dapat dikatakan sebagai usaha pokok yang cukup menguntungkan.

Usaha yang dilakukan oleh pengusaha tanaman hias di Kota Mataram dapat dikatakan pula sebagai usaha yang kontinyu dimana aktifitas berlangsung sepanjang waktu, tidak seperti produk pertanian lainnya. Dalam pengusahaan tanaman hias bila telah ada minat dari konsumen pada jenis tanaman hias tertentu maka walapun tanaman baru didatangkan dari luar daerah maka tanaman tersebut langsung dijual.

Kota Mataram adalah salah satu Kota yang menjadi sentra pengusaha dan pembudidaya tanaman hias. Di Kota Mataram jenis tanaman yang diminati adalah Pucuk merah, Brokoli, Puring. Dikarenakan harga dari ketiga tanaman tersebut sangat murah dan memiliki penampilan yang cantik. Untuk meningkatkan pangsa pasar produk tanaman hias, pemilik usaha dapat melakukan strategi melalui promosi penjualan dengan media sosial atau promosi penjualan yang luas, misalnya dengan memberikan tambahan bonus produk untuk pembelian dalam jumlah banyak dan memberikan kemudahan administrasi bagi pembeli dalam jumlah besar untuk proyek pertamanan (Suparyana, Wahyuningsih, Hasyim, & Septiadi, 2022)

Analisis Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan indikator dalam menentukan kekuatan pasar suatu pelaku pemasaran. Pangsa pasar

merupakan perbandingan antara penjualan suatu pelaku pemasaran dengan total penjualan pelaku pemasaran secara keseluruhan. Semakin tinggi pangsa pasar suatu pelaku pemasaran maka semakin tinggi kekuatan pasar yang dimiliki. Kekuatan pasar adalah kemampuan suatu pelaku pemasaran untuk mempengaruhi harga pasar atau mengalahkan pesaing. Jumlah penjualan mempengaruhi bentuk pasar yaitu pasar persaingan. Adapun pelaku pemasaran dengan masing-masing pangsa pasar yang terlibat dalam pendistribusian tanaman hias pada daerah penelitian di Kota Mataram. Manajemen pengelolaan usaha budidaya tanaman hias haruslah mengarah kepada menggerakkan atau mengarahkan karyawan untuk bergerak dalam mencapai tujuan yang diinginkan yaitu meningkatkan pangsa pasar sehingga penjualan tanaman hias dapat meningkat (Suparyana, Jaelani, Syaputra, & Anggreni, 2022).

Tabel 1. Pangsa Pasar Tanaman Hias (Pucuk Merah) di Kota Mataram

Pelaku Pasar	Nama Usaha	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	Market Share (%)
P1	CV Royal Garden	3060	0.0800	8.00%
P2	Putu Garden	3028	0.0792	7.92%
P3	Anugerah Garden	3002	0.0785	7.85%
P4	Carya Garden	2699	0.0706	7.06%
P5	Heliconia Garden	2695	0.0705	7.05%
P6	Taman Kartika Ayu 1	2665	0.0697	6.97%
P7	Didit Garden	2655	0.0694	6.94%
P8	Lusiana Garden	2622	0.0686	6.86%
P9	Nyoman Agus	2416	0.0632	6.32%
P10	Teratai	2413	0.0631	6.31%
P11	Pratiwi Garden	2333	0.0610	6.10%
P12	Taman Kartika Ayu 2	2211	0.0578	5.78%
P13	Daspung Garden	2193	0.0574	5.74%
P14	Edelweis Garden	2157	0.0564	5.64%
P15	Kembar Garden	2088	0.0546	5.46%
Total		38237	1.0000	100.00%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 1, dapat dilihat bahwa dari hasil perhitungan didapat hasil dari pangsa pasar atau Market Share rata-rata total volume penjualan pada produsen Tanaman Hias Pucuk Merah yang berada di Kota Mataram menunjukkan bahwa tingkat kekuatan pasar yang dimiliki masih lemah dengan kekuatan pasar tertinggi yaitu pada usaha tanaman hias yang dimiliki oleh CV Royal Garden sebesar 0,0800 yang artinya kekuatan produsen Tanaman Hias Pucuk Merah hanya dapat berpengaruh sebesar 8,00% terhadap harga karena jumlah pesaing banyak. Total volume penjualan tanaman hias pucuk merah sebesar 38.237 pohon/tahun dengan jumlah volume penjualan tertinggi yang paling berpengaruh terhadap pangsa pasar sebesar 3.060 pohon. Jika dilihat dari nilai pangsa pasar dalam pasar tanaman hias di Kota Mataram termasuk kedalam tingkat kekuatan pasar rendah karena banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10-30% pangsa pasar.

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa dari hasil perhitungan didapat hasil dari pangsa pasar atau Market Share rata-rata total volume penjualan pada produsen Tanaman Hias Brokoli yang berada di Kota Mataram menunjukkan bahwa tingkat kekuatan pasar yang dimiliki masih lemah dengan kekuatan pasar tertinggi yaitu pada usaha tanaman hias yang dimiliki oleh Anugerah Garden sebesar 0,0770 yang artinya kekuatan produsen Tanaman Hias Brokoli hanya dapat berpengaruh sebesar 7,70% terhadap harga karena jumlah pesaing banyak. Total volume penjualan tanaman hias brokoli sebesar 39.204 pohon/tahun dengan jumlah volume penjualan tertinggi yang paling berpengaruh terhadap pangsa pasar sebesar 3.020 pohon. Jika dilihat dari nilai pangsa pasar dalam pasar tanaman hias di Kota Mataram termasuk kedalam tingkat kekuatan pasar rendah karena banyak pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10-30% pangsa pasar.

Tabel 2. Pangsa Pasar Tanaman Hias (Brokoli) di Kota Mataram

Pelaku Pasar	Nama Usaha	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	Market Share (%)
P1	Anugerah Garden	3020	0.0770	7.70%
P2	Putu Garden	3015	0.0769	7.69%
P3	Lusiana Garden	2885	0.0736	7.36%
P4	Didit Garden	2818	0.0719	7.19%
P5	Carya Garden	2781	0.0709	7.09%
P6	Heliconia Garden	2737	0.0698	6.98%
P7	Pratiwi Garden	2625	0.0670	6.70%
P8	Taman Kartika Ayu 1	2615	0.0667	6.67%
P9	Nyoman Agus	2584	0.0659	6.59%
P10	Teratai	2547	0.0650	6.50%
P11	CV Royal Garden	2510	0.0640	6.40%
P12	Taman Kartika Ayu 2	2370	0.0605	6.05%
P13	Edelweis Garden	2287	0.0583	5.83%
P14	Daspung Garden	2220	0.0566	5.66%
P15	Kembar Garden	2190	0.0559	5.59%
Total		39204	1.0000	100.00%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 3. Pangsa Pasar Tanaman Hias (Puring) di Kota Mataram

Pelaku Pasar	Nama Usaha	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	Market Share (%)
P1	Heliconia Garden	2830	0.0822	8.22%
P2	Anugeah Garden	2588	0.0752	7.52%
P3	Carya Garden	2540	0.0738	7.38%
P4	Pratiwi Garden	2465	0.0716	7.16%
P5	CV Royal Garden	2430	0.0706	7.06%
P6	Lusiana Garden	2320	0.0674	6.74%
P7	Didit Garden	2319	0.0674	6.74%
P8	Putu Garden	2293	0.0666	6.66%
P9	Nyoman Agus	2280	0.0662	6.62%
P10	Taman Kartika Ayu 1	2190	0.0636	6.36%
P11	Teratai	2115	0.0614	6.14%
P12	Taman Kartika Ayu 2	2107	0.0612	6.12%
P13	Daspung Garden	1995	0.0579	5.79%
P14	Edelweis Garden	1992	0.0579	5.79%
P15	Kembar Garden	1966	0.0571	5.71%
Total		34430	1.0000	100.00%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa dari hasil perhitungan didapat hasil dari pangsa pasar atau Market Share rata-rata total volume penjualan pada produsen Tanaman Hias Puring yang berada di Kota Mataram menunjukkan bahwa tingkat kekuatan pasar yang dimiliki masih lemah dengan kekuatan pasar tertinggi yaitu pada usaha tanaman hias yang dimiliki oleh Heliconia Garden sebesar 0,0822 yang artinya kekuatan produsen Tanaman Hias Puring hanya dapat berpengaruh sebesar 8.22% terhadap harga karena jumlah pesaing banyak. Total volume penjualan tanaman hias puring sebesar 34.430 pohon/tahun dengan jumlah volume penjualan tertinggi yang paling berpengaruh terhadap pangsa pasar sebesar 2.830 pohon. Jika dilihat dari nilai pangsa pasar dalam pasar tanaman hias di Kota Mataram termasuk kedalam tingkat kekuatan pasar rendah karena banyak

pesaing yang efektif tidak satupun yang memiliki lebih dari 10-30% pangsa pasar.

Berdasarkan penelitian Lulu (2021), menunjukkan bahwa kekuatan pasar tanaman hias mengarah pada kekuatan pasar tinggi. Sedangkan pada penelitian ini di Kota Mataram hasil kekuatan pasar tanaman hias mengarah pada kekuatan rendah. Hasil dari kekuatan pasar yang berbeda tersebut terdapat perbedaan informasi yang didapatkan langsung dari lapangan tempat penelitian yakni diantaranya perbedaan jumlah saluran pemasaran dan harga jual, hal ini disebabkan karena penelitian yang di angkat terletak pada Desa Banyumulek terdapat menggunakan saluran pemasaran yaitu antara petani dengan Lembaga pemasaran, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa produsen selaku petani melakukan pemasaran langsung ke konsumen akhir tanpa adanya Lembaga

pemasaran, hal tersebut akan mempengaruhi hasil kekuatan pasar dari masing-masing pelaku pemasaran yang terlibat.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Konsentrasi Rasio dan Indeks Hirschman Herfindahl Tanaman Hias Pucuk Merah di Kota Mataram

Pelaku Pasar	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	CR4	IHH4
P1	3060	0.0800		
P2	3028	0.0792	0.3083	0.0238
P3	3002	0.0785		
P4	2699	0.0706		

Sumber: Data primer diolah, 2023

Analisis Struktur Pasar

Concentration Ratio (CR) dan Herfindahl Hirschman Indeks (HHI)

Concentrasi Ratio adalah persentase dari output industri yang dimiliki oleh beberapa perusahaan terbesar dalam suatu industri, dihitung dengan menjumlahkan total pangsa pasar dari perusahaan terbesar. Concentrasi ratio for biggest four (CR4) digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar, sehingga bisa diketahui secara umum gambaran imbalanced kekuatan posisi tawar-menawar penjual terhadap pembeli.

Penggunaan CR4 sebagai alat analisis dalam menentukan struktur pasar memiliki kelemahan yaitu kurang akurat dalam menentukan kriteria struktur pasar. sehingga dilakukan penyempurnaan. Penyempurnaan CR dilakukan dengan metode IHH yang merupakan penjumlahan kuadrat pangsa pasar empat penjual terbesar dalam suatu wilayah pasar (Tajidan & Sudjarmiko, 2022).

Berdasarkan Tabel 4, nilai CR4 pada usaha tanaman hias jenis pucuk merah di Kota Mataram sebesar 0,30

dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $CR4 < 0,4$, maka struktur pasar tanaman hias pucuk merah di Kota Mataram mengarah pada pasar persaingan sempurna dan hasil dari perhitungan Indeks Hirschman Herfindahl (IHH) juga didapat nilai IHH usaha tanaman hias pucuk merah di Kota Mataram yakni sebesar 0,02 artinya bahwa nilai $500 > IHH \geq 0$ yang artinya struktur pasar tanaman hias pucuk merah di Kota Mataram tergolong berada pada pasar persaingan sempurna.

Berdasarkan Tabel 5, nilai CR4 pada usaha tanaman hias jenis brokoli di Kota Mataram sebesar 0,29 dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $CR4 < 0,4$, maka struktur pasar tanaman hias brokoli di Kota Mataram mengarah pada pasar konsentrasi rendah atau pasar persaingan sempurna dan hasil dari perhitungan Indeks Hirschman Herfindahl (IHH) juga didapat nilai IHH usaha tanaman hias brokoli di Kota Mataram yakni sebesar 0,02 artinya bahwa nilai $500 > IHH \geq 0$ yang artinya struktur pasar tanaman hias brokoli di Kota Mataram tergolong tidak terkonsentrasi atau berada pada pasar persaingan sempurna.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Konsentrasi Rasio dan Indeks Hirschman Herfindahl Tanaman Hias Brokoli di Kota Mataram

Pelaku Pasar	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	CR4	IHH4
P1	3020	0.0770	0.2994	0.0224

P2	3015	0.0769
P3	2885	0.0736
P4	2818	0.0719

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 6. Hasil Perhitungan Konsentrasi Rasio dan Indeks Hirschman Herfindahl Tanaman Hias Puring Kota Mataram

Pelaku Pasar	Volume Penjualan (pohon/thn)	Pangsa Pasar	CR4	IHH4
P1	2830	0.0822	0.3027	0.0230
P2	2588	0.0752		
P3	2540	0.0738		
P4	2465	0.0716		

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai CR4 pada usaha tanaman hias jenis puring di Kota Mataram sebesar 0,30 dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $CR4 < 0,4$, maka struktur pasar tanaman hias puring di Kota Mataram mengarah pada pasar konsentrasi rendah atau pasar persaingan sempurna dan hasil dari perhitungan Indeks Hirschman Herfindahl (IHH) juga didapat nilai IHH usaha tanaman hias puring di Kota Mataram yakni sebesar 0,02 artinya bahwa nilai $500 > IHH \geq 0$ yang artinya struktur pasar tanaman hias puring di Kota Mataram tergolong tidak terkonsentrasi atau berada pada pasar persaingan sempurna.

Koefisien Gini

Koefisien Gini merupakan suatu ukuran untuk mengetahui tingkat ketimpangan dalam distribusi pangsa pasar (market share) atau pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran suatu komoditi.

Nilai koefisien gini pada dasarnya berkisar dari angka 0 hingga 1, dimana semakin kecil koefisiennya (mendekati nol), maka semakin merata distribusi market share nya yang artinya pasar mengarah ke persaingan sempurna (kompetitif).

Penggunaan koefisien gini dalam pengukuran struktur pasar dinilai lebih sesuai daripada CR atau IHH sebab pengukurannya tidak terbatas pada 4 (empat) pelaku pasar, melainkan pengukuran dilakukan pada seluruh pelaku pasar, sehingga hasilnya lebih akurat. Struktur pasar tanaman hias di Kota Mataram mengarah ke pasar persaingan oligopoly karena sejumlah pelaku usaha rata-rata kepemilikan usaha dengan harga penjualan yang relatif sama sehingga tidak memungkinkan adanya pembentukan kartel dalam kaitannya dengan pembentukan harga (Siska, Susrusa, & Sudarma, 2019).

Tabel 7. Hasil Perhitungan Koefisien Gini Tanaman Hias Pucuk Merah di Kota Mataram

Kelas	Kumulatif (Xi)	Kumulatif (Yi)	$X_i - X_{i-1}$	$Y_i + Y_{i-1}$	$(X_i - X_{i-1}) * (Y_i + Y_{i-1})$
2088-2283	0.2667	0.2262	0.2000	0.6397	0.12794
2284-2479	0.4667	0.4135	0.2000	1.0347	0.20694
2480-2675	0.6667	0.6212	0.1333	1.3835	0.18446
2676-2871	0.8000	0.7623	0.2000	1.7623	0.35245
2872-3067	1.0000	1.0000			

Total	0.87180
KG =	1 - 0.87180
KG =	0.12820

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 8. Hasil Perhitungan Koefisien Gini Tanaman Hias Brokoli di Kota Mataram

Kelas	Kumulatif (Xi)	Kumulatif (Yi)	$X_i - X_{i-1}$	$Y_i + Y_{i-1}$	$(X_i - X_{i-1}) * (Y_i + Y_{i-1})$
2190-2356	0.2000	0.1708	0.1333	0.4661	0.06215
2357-2523	0.3333	0.2953	0.2667	0.8551	0.22804
2524-2690	0.6000	0.5598	0.2000	1.3323	0.26646
2691-2857	0.8000	0.7725	0.2000	1.7725	0.35449
2858-3024	1.0000	1.0000			
Total					0.91115
				KG =	1 - 0.91115
				KG =	0.08885

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 7, menunjukkan bahwa Hasil analisis Koefisien Gini yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar Tanaman Hias Pucuk Merah di Kota Mataram adalah 0,12 yang artinya, struktur pasar Tanaman Hias Pucuk Merah di Kota Mataram mengarah pada pasar persaingan oligopoli. Hal ini didasari oleh kriteria analisis koefien gini yang berbunyi jika nilai KG antara 0 dan 0,40, maka struktur pasar mengarah ke pasar persaingan oligopoly.

Berdasarkan Tabel 8, menunjukkan bahwa Hasil analisis Koefisien Gini yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar Tanaman Hias Brokoli di Kota Mataram adalah 0,08 yang artinya, struktur pasar Tanaman Hias brokoli di Kota Mataram mengarah pada pasar persaingan oligopoli. Hal ini didasari oleh kriteria analisis koefisien gini yang berbunyi jika nilai KG antara 0 dan 0,40, maka struktur pasar mengarah ke pasar persaingan oligopoly.

Berdasarkan Tabel 9, menunjukkan bahwa Hasil analisis Koefisien Gini yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar Tanaman Hias Puring di Kota Mataram adalah 0,15 yang artinya, struktur pasar Tanaman Hias Puring di Kota Mataram

mengarah pada pasar persaingan oligopoli. Hal ini didasari oleh kriteria analisis koefien gini yang berbunyi jika nilai KG antara 0 dan 0,40, maka struktur pasar mengarah ke pasar persaingan oligopoli.

Berdasarkan penelitian Lulu (2021), menunjukkan bahwa struktur pasar tanaman hias mengarah pada persaingan tidak sempurna hal ini mengacu pada nilai struktur pasar pada pelaku pemasaran yang terlibat termasuk ke dalam pasar oligopsoni. Sedangkan pada penelitian ini di Kota Mataram hasil struktur pasar tanaman hias mengarah pada persaingan tidak sempurna yang mengacu pada nilai struktur pasar pada pelaku pemasaran yang terlibat termasuk ke dalam pasar oligopoli. Hasil dari struktur pasar yang berbeda tersebut disebabkan karena perbedaan jumlah saluran pemasaran dan harga jual. Penelitian di Desa Banyumulek menggunakan saluran pemasaran yaitu antara petani dengan Lembaga pemasaran, sedangkan penelitian ini menunjukkan bahwa produsen melakukan pemasaran langsung ke konsumen akhir tanpa adanya Lembaga pemasaran, hal tersebut mempengaruhi hasil struktur pasar dari masing-masing pelaku pemasaran yang

terlibat. Struktur pasar tanaman hias di Desa Banyumulek mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yakni pasar oligopsoni. Sedangkan penelitian ini

memiliki struktur pasar mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yakni pasar oligopoli dengan nilai konsentrasi rendah yaitu kurang dari 0,40 atau 40%.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Koefisien Gini Tanaman Hias Puring di Kota Mataram

Kelas	Kumulatif (Xi)	Kumulatif (Yi)	$X_i - X_{i-1}$	$Y_i + Y_{i-1}$	$(X_i - X_{i-1}) \times (Y_i + Y_{i-1})$
1966-2138	0.3333	0.2955	0.2000	0.7875	0.15750
2139-2311	0.5333	0.4920	0.2667	1.2608	0.33622
2312-2484	0.8000	0.7689	0.1333	1.6867	0.22489
2485-2657	0.9333	0.9178	0.0667	1.9178	0.12785
2658-2831	1.0000	1.0000			
Total					0.84646
				KG =	1 - 0.84646
				KG =	0.15354

Sumber: Data primer diolah, 2023

SIMPULAN DAN SARAN

Pangsa pasar tanaman hias di Kecamatan Ampenan dan Selaparang Kota Mataram pada jenis tanaman hias pucuk merah, brokoli dan puring memiliki tingkat kekuatan pasar rendah dengan masing-masing pangsa pasar kurang dari 10-30%. Hasil analisis *concentratio ratio for biggest four* (CR4) dan *Indeks Hirschman Herfindahl* menunjukkan tanaman pucuk merah, brokoli, dan puring memiliki struktur mengarah pada pasar persaingan sempurna. Analisis struktur pasar dengan menggunakan Koefisien Gini (KG) menunjukkan struktur pasar tanaman hias pucuk merah, brokoli dan puring mengarah pada pesaing oligopoli.

Pengusaha tanaman hias diharapkan dapat lebih meningkatkan lagi kualitas dan keindahan tanaman hias agar mendapatkan harga jual tinggi serta promosi secara efektif dalam memasarkannya untuk menarik perhatian konsumen guna meningkatkan pendapatan usaha yang ada agar dapat bersaing dalam pasar.

Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. (2022). *Statistik Produksi Tanaman Hortikultura Provinsi Nusa Tenggara Barat 2021*. Mataram: Badan Pusat Statistik Provinsi Nusa Tenggara Barat. Retrieved from <https://ntb.bps.go.id/publication/2022/08/31/17fb1bbccb4f55ad62655551/statistik-produksi-tanaman-hortikultura-provinsi-nusa-tenggara-barat-2021.html>

Firmansyah, Hoesni, F., Pahantus, M., & H, A. (2021). Analisis Structure-Conduct-Performance Pasar Ternak Sapi Dan Kerbau untuk Meningkatkan Efisiensi Pemasaran. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 492–499. <https://doi.org/10.33087/EKONOMIS.V5I2.404>

Jaya, W. (2001). *Ekonomi Industri Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.

Junaedy. (2004). *Bauran Pemasaran dan Trend Penjualan Tanaman Hias*. Jakarta: Penebar Swadaya.

Lulu, A. A. (2021). *Analisis Struktur, Tingkah Laku Dan Penampilan (SCP) Pasar Tanaman Hias Di Desa Banyumulek* (Universitas Mataram). Universitas Mataram. Retrieved from

REFERENSI

- <http://eprints.unram.ac.id/26299/>
Miracahyanti, U. (2020). *Kontribusi Pendapatan Usahatani Tanaman Hias Pada Lahan Pekarangan Terhadap Pendapatan Rumah tangga Di Desa Banyumulek Kabupaten Lombok Barat* (Universitas Mataram). Universitas Mataram. Retrieved from <http://eprints.unram.ac.id/17070/>
- Nazir. (2017). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rahayu, E. S. (2013). Analisis Struktur Pasar (Market Structure) Jagung Di Kabupaten Grobogan. *Journal of Rural and Development*, 4(1), 1–17. Retrieved from <https://jurnal.uns.ac.id/rural-and-development/article/view/23372>
- Salsabilah, N., & Widodo, S. (2022). Analisis Struktur Pasar Sapi Madura Di Desa Dempo Barat, Kecamatan Pasean, Kabupaten Pamekasan. *Jurnal AgribiSains*, 8(2), 8–21. <https://doi.org/10.30997/JAGI.V8I2.6194>
- Siska, D. F., Susrusa, K. B., & Sudarma, I. M. (2019). Kinerja Rantai Pasok Bunga Potong Di Kota Denpasar. *JURNAL MANAJEMEN AGRIBISNIS*, 7(2), 112–120. <https://doi.org/10.24843/JMA.2019.V07.I02.P04>
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suparyana, P. K., Jaelani, A., Syaputra, M., & Anggreni, N. L. P. Y. (2022). Potensi Pengembangan Budidaya Tanaman Jasmine Di Kota Mataram. *Jurnal Emasains: Jurnal Edukasi Matematika Dan Sains*, 11(2), 24–31. <https://doi.org/2622-8688>
- Suparyana, P. K., Wahyuningsih, E., Hasyim, W., & Septiadi, D. (2022). Analisis Prospek Usaha Tanaman Hias Kota Mataram (Studi Kasus UD. Yuka Collection). *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA*, 8(4), 511–516. <https://doi.org/10.29303/JSEH.V8I4.183>
- Tajidan, & Sudjatmiko, D. P. (2022). *Buku Ajar Pemasaran Pertanian dan Rantai Nilai Agribisnis*. Mataram: Mataram University Press. Retrieved from <http://eprints.unram.ac.id/29127/>
- Tiasmalomo, R., Rukmana, D., & Mahyuddin. (2020). Analisis Positioning Pelaku Usaha Tanaman Hias di Kota Makassar. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(6), 158–171. <https://doi.org/10.36418/SYNTAX-LITERATE.V5I6.1331>
- Tumangkeng, S. (2018). Analisis Potensi Ekonomi Di Sektor Dan Sub Sektor Pertanian, Kehutanan Dan Perikanan Kota Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(1), 127–138. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/20678>

