
Analisis Structure Conduct Performance (SCP) Komoditas Cabai Sayur dan Beras di Pasar Raya MMTC Medan

(studi kasus pada pedagang tradisional melalui pendekatan wawancara kualitatif)

Marzuti Isra, Ariga Kus Arindra¹ Bayu Rizki Ananda² Widi Amalia³ Muhammad Dwi Nanda⁴ Nicolas Pernando Sinaga⁵ Rahmat Sarip⁶ Riski Andreansyah Nasution⁷

Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Teknologi Sawit Indonesia, Medan, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari artikel ini adalah untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar pada komoditas cabai, sayur, dan beras di Pasar Raya MMTC Medan. Untuk mendapatkan data yang akurat, studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam bersama pedagang di Pasar Raya MMTC Medan sebagai responden utama. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur pasar dari ketiga komoditas tersebut menunjukkan jenis pasar persaingan sempurna, di mana ada banyak pembeli dan penjual dan penjual tidak dapat menentukan harga, atau disebut price taker. Fluktuasi harga yang tinggi, ketergantungan pada pemasok luar, dan interaksi sosial antara pedagang dan konsumen memengaruhi perilaku pedagang. Dalam hal ini, penelitian menemukan bahwa margin keuntungan pelanggan mengalami kelonjatan yang cukup besar karena faktor musiman, kualitas pasokan, dan dinamika harga di tingkat distributor dan petani. Sampai saat ini, kestabilan harga dan ketersediaan komoditas di pasar masih menantang efisiensi distribusi. Menurut penelitian ini, kinerja pasar tradisional memengaruhi faktor sosial dan ekonomi di antara pelaku pasar. Oleh karena itu, memahami dinamika ini memerlukan pendekatan kualitatif. Jadi, pengelola pasar dan pengambilan kebijakan dapat mempertimbangkan artikel ini.

Kata kunci: pasar tradisional, pasar persaingan sempurna, SCP, penentuan harga, fluktuasi harga.

Informasi penulis:

Widi Amalia

Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Teknologi Sawit Indonesia.

Jl. Rumah Sakit Haji (Jl. Willem Iskandar) Komplek PT LPP Agro Nusantara, Medan Estate, Deli Serdang,

Sumatera Utara 20371

Jurnal Ekonomi Mikro Bisnis Harapan

Volume 4 | Nomor 18 | 2025 | Edisi. Juni

Email: marzuti_isra@itsi.ac.id widiyamalia373@gmail.com nandamuhammad073@gmail.com
riskiandreansyah280@gmail.com rahmadsarip2004@gmail.com
bayurizkiananda70@gmail.com ariggakusarindra@gmail.com nicolas28irc@gmail.com

PENDAHULUAN

Pasar merupakan salah satu sumber kesejahteraan hidup bagi manusia. Pasar dalam bisnis berperan untuk mempertemukan penjual dan pembeli yang melakukan transaksi atas barang dan jasa, baik dalam bentuk produksi maupun penentuan harga. Pasar merupakan tempat orang-orang berkumpul dengan tujuan untuk menukar barang atau jasa dengan uang. Pasar merupakan tempat terjadinya proses transaksi antara konsumen dan produsen maka dengan begitu dapat harga yang seimbang sehingga, apabila konsumen dan produsen bertemu, akan tercipta harga yang ditentukan oleh konsumen dan produsen. (Imronah, 2022).

Pasar pada jaman itu bukan hanya sebagai ruang bertemunya penjual dan pembeli, tapi sebagai tempat bertemunya masyarakat. Sampai saat ini pasar sering dijadikan sebagai strategi politik untuk menukar informasi penting yang ada pada saat itu. (Ariyani, 2019).

Pasar adalah mekanisme atau proses interaksi antara penjual dan pembeli yang saling memengaruhi dalam pembentukan harga barang dan jasa berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran. Pasar tidak selalu harus berupa tempat, melainkan bisa juga berupa mekanisme interaksi ekonomi yang mempertemukan penawaran dan permintaan barang/jasa sehingga terjadi pertukaran atau transaksi.

Sayuran dalam mengatur volume pasokannya sesuai dengan kebutuhan konsumen. (Irawan, 2007).

Rumusan masalah:

1. Bagaimana struktur pasar cabai, sayur, dan beras di Pasar Raya MMTC Medan?
2. Bagaimana pedagang melakukan penentuan harga?
3. Faktor apa yang mempengaruhi proses penetapan harga?
4. Bagaimana dinamika permintaan dan fluktuasi harga komoditas tertentu?

Tujuan masalah:

1. Untuk mengetahui struktur pasar komoditas.
2. Untuk mengetahui cara pedagang dalam penentuan harga.
3. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi proses penetapan harga.

4. Untuk mengetahui dinamika permintaan dan fluktuasi harga di komoditas.

TINJAUAN PUSTAKA

Paradigma Structure-Conduct-Performance (SCP) adalah sebuah paradigma dalam ilmu ekonomi industri yang digunakan untuk menghubungkan elemen-elemen struktur pasar dengan perilaku dan kinerja suatu industri. (Ekonomi et al., 1829).

Struktur (structure) suatu industri akan menentukan bagaimana para industri berperilaku (conduct) yang pada akhirnya menentukan kinerja (performance) industri tersebut. S-C-P (Structure-Conduct-Performance) merupakan tiga kategori utama yang digunakan untuk melihat kondisi struktur pasar dan persaingan yang terjadi di pasar. Struktur sebuah pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam pasar tersebut yang nantinya akan menentukan kinerja sistem pasar secara keseluruhan. (Rekarti & Nurhayati, 2016).

Pasar persaingan sempurna yaitu pasar di mana jumlah penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) sangat banyak dan produk atau barang yang atau dijual sejenis. Contoh barang yang di jual pada pasar jenis ini adalah beras, gandum, sembako, sayur, buah-buahan, dan keperluan rumah tangga lainnya. (Naufal, 2020).

Strategi pemasaran marketing mix atau bauran pemasaran yang diperkenalkan terdiri dari pemasaran yang dapat digunakan atau dikendalikan untuk meningkatkan penjualan dipasar sasaran. Marketing Mix terdiri dari kombinasi 4 variabel; struktur harga, produk, saluran distribusi dan kegiatan promosi dengan sejumlah faktor yang mempengaruhi penentuan harga jual, yaitu faktor produk, faktor laba (margin) dan faktor biaya. (Situmorang et al., 2021).

Ketidakstabilan dan tingginya variasi harga yang sering muncul bukan hanya disebabkan oleh terhambatnya distribusi, tetapi juga oleh spekulasi serta kondisi psikologis yang ada di pasar. Pada dasarnya, variasi harga barang pangan terjadi karena adanya ketidaksesuaian antara jumlah pasokan dan permintaan yang diperlukan oleh konsumen. Hampir seluruh barang komoditas, terutama kebutuhan pokok, seperti beras, bawang merah, telur, ikan, daging ayam, dan lainnya, secara teratur mengalami lonjakan harga yang signifikan saat masa panen tiba. Yang menyedihkan, kita tidak dapat berbuat banyak untuk menahan harga barang pangan ketika pasokan lokal berkurang. (Bahtiar & Raswatie, 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif yang di mana tujuan utamanya untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam kondisi pasar tersebut serta perilaku pedagang dalam konteks nyata. Metode ini sangat memungkinkan untuk menggali informasi yang sangat relevan, kompleks, dan berdasarkan konteks dari para pelaku pasar melalui interaksi langsung.

Penelitian ini dilakukan langsung di Pasar Raya MMTC Medan yang di mana pasar ini merupakan salah satu pasar tradisional besar di kota Medan. Peneliti memilih pasar ini karena pasar ini memiliki aktivitas perdagangan yang tinggi terutama dalam memenuhi kebutuhan bahan pokok contohnya cabai, sayuran, dan beras. Para pedagang pasar ini juga melibatkan banyak pelaku usaha termasuk distributor, usah kecil dan usah kecil menengah.

Subjek penelitian ini adalah para pedagang yang menjual komoditas cabai, sayur dan beras di Pasar Raya MMTC Medan. Mereka dipilih karena merupakan pelaku utama yang memiliki pengalaman langsung dalam susunan harga, pasokan dan permintaan pasar.

Kemudian teknik pengumpulan data ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pedagang terpilih dengan tujuan untuk mendapatkan informasi tentang penentuan harga, sumber pemasokan, strategi dagang dan juga pendapat mereka tentang fluktuasi harga dan permintaan. Dokumentasi langsung merupakan data pendukung dalam penelitian kami berupa foto aktivitas pasar.

Teknik pengumpulan data dan dokumentasi

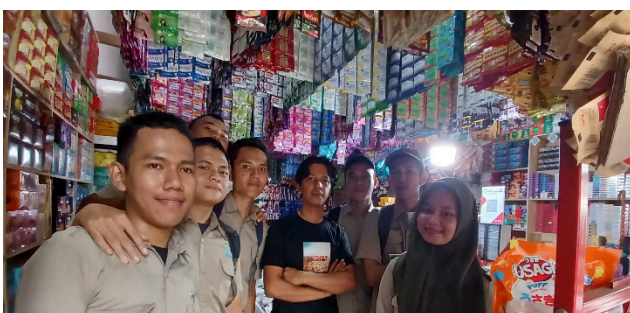
Wawancara ini dilakukan pada tanggal 15 Mei 2025 di Pasar Raya MMTC Medan.



Gambar 1. Aktivitas pedagang cabai



Gambar 2. Pedagang cabai



Gambar 3. Pedagang beras

gambar 4. Pedagang sayu

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Struktur pasar komoditas.

Struktur pasar yang ada di Pasar Raya MMTC Medan . Di Pasar Raya MMTC Medan terdapat banyak pelaku usaha dalam perdagangan. Berdasarkan hasil wawancara kami pada beberapa pedagang. Para pedagang mendapatkan barang melalui pedagang pengumpul atau agen, agen di sini berperan sebagai tempat penyambungan antara petani atau daerah produsen dengan pasar dan kemudian membantu dalam penyediaan dengan jumlah yang cukup besar kepada pedagang dan agen akan menentukan langsung harga jual cabai kepada pedagang cabai atau pedagang pengecer.

Untuk harga dan pasokan semua pedagang tidak mengetahui secara jelas di satu lingkungan pasar tersebut, karena mereka mendapatkan barang dagangan mereka melalui agen yang berbeda dari pedagang yang lainnya. Untuk peluang menjadi pedagang di Pasar Raya MMTC Medan bukan mudah, karena untuk berdagang di pasar itu mereka juga menyewa tempat atau lapak untuk mereka berjualan dan harga sewa lapak di pasar itu juga tidak murah.

Jika ingin menjadi pedagang di pasar tersebut harus siap bersaing dengan banyak macam para pedagang terutama mereka banyak menjual barang yang sama contohnya pedagang cabai, sayuran, sembako, daging bahkan pedagang buah sekalipun. Pasar Raya MMTC Medan termasuk dalam struktur pasar persaingan sempurna yang di mana di pasar tersebut terdapat banyak penjual dengan jenis yang berbeda dan penjualnya juga tidak dapat menentukan harga atau price taker.

4.2 Penentuan harga komoditas.

Untuk penentuan harga jual, para pedagang menentukan harga jual mereka berdasarkan dari agen. Menurut pedagang cabai “kalau saya menentukan harga jual mengikuti harga pasaran kalau agen memberikan harga di hari ini kepada saya Rp.25.000/kg biasanya saya

menjualnya sekitar Rp. 30.000/kg”. jadi untuk menentukan harga jual bukan berdasarkan hasil tawar-menawar. Menurut hasil penelitian kalau harga pada komoditas cabai itu tidak menentu biasanya harga cabai di waktu pagi dan sore nanti bisa berubah secara tiba-tiba.

Penentuan harga pada sayur kangkung juga sama, mereka menentukan harga jual berdasarkan agen dan pasaran. Menurut pedagang sayur kangkung, mereka diberikan satu bal kangkung yang isinya 20ikat dengan harga Rp. 18.000 kemudian mereka dapat menjualnya sekitar Rp. 2.000-Rp. 3.000/ ikat.

Kemudian untuk harga beras ditentukan berdasarkan mereknya karena setiap merek memiliki kualitas yang berbeda-beda. Hasil wawancara kami pada pedagang beras, kalau mereka menyediakan stok beras berdasarkan modal yang mereka punya.

4.3 Faktor penentu harga.

Salah satu faktor penentu harga di suatu pasar khususnya untuk pedagang cabai dan sayur yaitu cuaca, kalau cuaca buruk dan sering terjadi hujan cabai dan sayur akan cepat busuk. Dampaknya cabai dan sayur sedikit yang masuk ke pasar, dan besar kemungkinan harga bisa melonjat naik. Untuk menghindari busuknya barang biasanya para pedagang memilih untuk mengambil stok yang tidak banyak untuk menjaga hasil yang tidak di inginkan. Kemudian ketersediaan pemasok yang tidak mencukupi juga dapat mempengaruhi harga di pasaran.

Menurut hasil penelitian kenaikan harga juga bisa ditentukan ketika adanya kenaikan permintaan, terutama ketika menjelang hari besar seperti bulan ramadhan, hari raya idul fitri dan menjelang tahun baru. Menyebabkan melonjatnya harga terutama pada harga beras dan cabai.

Menurut pedagang “kami menentukan harga berdasarkan agen, harga dari agen kadang bisa naik secara tiba-tiba tanpa kita tahu sebabnya. Kita Cuma bisa ikut karena tidak ada pilihan lain”.

Para pedagang di Pasar Raya MMTC Medan juga sempat bersaing harga dengan sesama pedagang di pasar tersebut. Pedagang sering menurunkan harga sedikit untuk menarik para pembeli namun tetap menyesuaikan dengan harga pasar agar mereka tidak rugi.

4.4 Fluktuasi harga dan peminat.

Berdasarkan hasil penelitian kami, ketika harga cabai, sayuran, dan beras naik peminat pembeli akan menurun tetapi mereka mau tidak mau untuk tetap membeli walaupun harga tersebut naik, karena itu merupakan kebutuhan utama. Untuk harga sayur jarang mengalami kenaikan. Kemudian untuk dampak yang dihadapi para pedagang mereka mengalami penurunan pendapatan, pendapatan mereka tidak stabil seperti biasanya yang harga cabai, sayur dan beras normal. Para pedagang di Pasar Raya MMTC Medan sudah dapat memperkirakan kapan hari ramai dan sepi. Untuk mengatasi kelonjatan harga sebisa mungkin mereka membuat stok untuk barang dagangan mereka. Tetapi, untuk cabai dan sayur tidak bisa dibuat stok karena sifat barangnya mudah layu dan membusuk.

Kemudian kenaikan harga bahan bakar juga dapat menyebabkan fluktuasi, karena pada dasarnya mereka mengambil barang melalui distributor ataupun agen, mereka juga setidaknya menghitung untuk ongkos yang mereka keluarkan untuk mengantarkan barang itu sampai pada ditangan pedagang.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struction, conduct dan performance dari ketiga komoditas yaitu cabai, sayur dan beras di Pasar Raya MMTC Medan. Dengan menggunakan metode wawancara secara langsung kepada para pedagang untuk mendapatkan informasi yang akurat. Hasil wawancara menunjukkan bahwa struktur pasar yang terjadi di Pasar Raya MMTC Medan merupakan pasar persaingan sempurna yang di mana di pasar tersebut terdapat banyak penjual dengan jenis yang berbeda dan penjualnya juga tidak dapat menentukan harga atau price taker.

. Jumlah pelaku pasar yang cukup banyak. Tetapi masing-masing memiliki caranya sendiri dalam mempengaruhi harga dan konsumen. Terutama dalam aspek loyalitas terhadap kualitas asal barang. Informasi pasar yang tidak merata di mana pedagang memperoleh informasi dari sumber yang berbeda (petani, tengkulak dan distributor). Produk masih terbatas pada tampilan fisik contohnya pada tingkat kesegaran cabai dan sayur.

Perilaku pedagang dalam menentukan harga biasanya disesuaikan dengan kondisi pasokan dan permintaan. Pedagang tidak menentukan harga sendiri secara langsung. Melainkan mengikuti harga pasar dan permintaan konsumen. untuk variasi harga dari setiap komoditas cabai, sayur dan beras ditentukan dan melihat berdasarkan kualitas, ketersediaan pasokan dan

cuaca. karena untuk pedagang cabai dan sayur sendiri sebagian besarnya mudah rusak atau membusuk.

Margin keuntungan pedagang fluktuatif, sangat bergantung pada harga beli dari pemasok dan harga jual yang mampu diterima konsumen. Tidak adanya mekanisme stabilisasi harga atau intervensi yang signifikan dari pemerintah dalam rantai distribusi, terutama pada komoditas cabai yang sangat volatil. Infrastruktur pendukung (transportasi, penyimpanan) masih belum mendukung efisiensi distribusi secara maksimal, sehingga biaya logistik sering kali tinggi dan membebani harga jual.

Saran

1. Peningkatan akses informasi harga dan distribusi secara realtime bagi pelaku pasar untuk mengurangi asimetri informasi.
2. Kebijakan pemerintah yang lebih proaktif.
3. Pemberdayaan dan pelatihan pedagang kecil agar memiliki daya tawar dan efisiensi usaha yang lebih baik dalam menghadapi fluktuasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, N. (2019). Penataan Pasar-Pasar Tradisional Di Indonesia Berdasarkan Teori “Von Stufennaufbau De Rechtsordnung.” *Jurnal Ilmiah Galuh Justisi*, 7(2), 204. <https://doi.org/10.25157/justisi.v7i2.2667>
- Bahtiar, R., & Raswatie, F. D. (2023). Analisis Fluktuasi Harga Pangan di Kota Bogor. *Indonesian Journal of Agriculture Resource and Environmental Economics*, 1(2), 70–81. <https://doi.org/10.29244/ijaree.v1i2.42020>
- Ekonomi, F., Sriwijaya, U., Palembang-indralaya, J., Ilir, K. O., & Selatan, P. S. (1829). *Ekonomi pembangunan*. 1–9.
- Humaidi, E., Unteawati, B., & Analianasari, A. (2020). Pemetaan Komoditas Sayur Unggulan Di Provinsi Lampung. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 8(2), 106–114. <https://doi.org/10.29244/jai.2020.8.2.106-114>
- Imronah, A. (2022). Struktur Pasar Dan Persaingan Harga Pasar Persaingan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 26–35.
- Irawan, B. (2007). Fluktuasi Harga, Transmisi Harga, dan Marjin Pemasaran Sayuran dan Buah | Irawan | Analisis Kebijakan Pertanian. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 5(4), 358–373. <http://www.ejurnal.litbang.pertanian.go.id/index.php/akp/article/view/4667/3949>
- Naufal, R. (2020). Struktur Pasar Persaingan Sempurna. *Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Muhammdiyah Sidoarjo*, 1–16. <http://eprints.umsida.ac.id/id/eprint/6996>

Naully, D. (2016). Fluktuasi dan Disparitas Harga Cabai di Indonesia. *Jurnal Agrosains Dan Teknologi*, 1(1), 57–69.

Pokhrel, S. (2024). No TitleEAENH. *Ayan*, 15(1), 37–48.

Rekarti, E., & Nurhayati, M. (2016). Analisis Structure Conduct Performance (Scp) Jika Terjadi Merger Bank Pembangunan Daerah Dan Bank Bumn Persero Berdasarkan Nilai Aset Dan Nilai Dana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Mercu Buana*, 2(1), 36–50.

Situmorang, F., Sri, A., & Fakultas, U. (2021). Strategi Pedagang Pasar Tradisional dalam Menentukan Harga Jual Ikan Kakap Putih. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 12(2), 55–63. <http://ejournal.unmus.ac.id/index.php/ekosos>