

ABSTRAK

Jagung merupakan salah satu komoditas strategis yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pangan, pakan, dan bahan baku industri. Namun, sistem pemasaran jagung di Kecamatan Ketapang, Kabupaten Sampang masih menghadapi permasalahan berupa rendahnya posisi tawar petani akibat tingginya konsentrasi pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar pada sistem pemasaran jagung di Kecamatan Ketapang menggunakan pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Penelitian ini menggunakan metode survei. Responden petani ditentukan menggunakan rumus Lemeshow, sedangkan responden pedagang ditentukan dengan teknik *snowball sampling*. Analisis struktur pasar dilakukan menggunakan *market share*, *Concentration Ratio Four* (CR4), dan *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH). Analisis perilaku pasar dilakukan secara deskriptif, sedangkan analisis kinerja pasar menggunakan margin pemasaran dan *farmer's share*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar jagung di Kecamatan Ketapang mengarah pada oligopsoni ketat dengan tingkat konsentrasi pasar yang tinggi, sehingga petani cenderung berperan sebagai *price taker*. Tengkulak memiliki peran yang dominan dalam kegiatan pemasaran melalui penguasaan fungsi distribusi dan informasi pasar. Selain itu, kinerja pasar menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang lebih pendek menghasilkan margin pemasaran yang lebih rendah dan nilai *farmer's share* yang lebih tinggi, sehingga memberikan bagian harga yang lebih besar kepada petani.

Kata kunci: jagung, pemasaran, *Structure-Conduct-Performance*, oligopsoni, *farmer's share*.

ABSTRACT

Maize is a strategic commodity that plays an important role in meeting the needs of food, feed, and industrial raw materials. However, the maize marketing system in Ketapang District, Sampang Regency still faces problems in the form of low bargaining power of farmers due to high buyer concentration. This study aims to analyze market structure, market behavior, and market performance in the maize marketing system in Ketapang District using the Structure-Conduct-Performance (SCP) approach. This study used a survey method. Farmer respondents were determined using the Lemeshow formula, while trader respondents were determined using the snowball sampling technique. Market structure analysis was conducted using market share, Concentration Ratio Four (CR4), and the Herfindahl-Hirschman Index (IHH). Market behavior analysis was conducted descriptively, while market performance analysis used marketing margins and farmer's share. The results of the study indicate that the maize market structure in Ketapang District leads to a tight oligopsony with a high level of market concentration, so that farmers tend to act as price takers. Middlemen have a dominant role in marketing activities through mastery of distribution functions and market information. Furthermore, market performance indicates that shorter marketing channels result in lower marketing margins and higher farmer's share values, thus providing a larger share of the price to farmers.

Keywords: maize, marketing, Structure-Conduct-Performance, oligopsony, farmer's share