

Analysis of Market Failure in Karo Regency: A Study of Karo Tomato Farmers

Evi Syuriani Harahap¹, Adventi Silaban², Destri Rosmailin Sitanggang³, Meiya Catherine Fedora Tarigan⁴

¹ Fakultas Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

² Fakultas Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

³ Fakultas Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁴ Fakultas Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Medan, Indonesia

E-mail: evi¹harahap21@unimed.ac¹, ventislbn@gmail.com², slebewmeimei254@gmail.com³, destrirosmailinsitanggang@gmail.com⁴

Article History:

Received: 08 April 2026

Revised: 19 Mei 2026

Accepted: 02 Juni 2026

Keywords: Kegagalan Pasar, Petani Tomat, Harga Tomat, Pemasaran Pertanian, Kabupaten Karo.

Abstract: Kabupaten Karo dikenal sebagai salah satu daerah penghasil sayuran di Sumatera Utara, terutama tomat. Banyak petani di sana yang membudidayakan tomat. Namun, saat musim panen tiba, hasil tomat sering kali mengalami masalah saat pemasaran. Hal ini terjadi karena pasar yang tidak sempurna, sehingga harga jual tomat menjadi tidak stabil dan merugikan petani. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab kegagalan pasar bagi petani tomat di Kabupaten Karo. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari berbagai literatur dan informasi terkait kondisi pemasaran tomat. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa ada beberapa faktor yang menyebabkan kegagalan pasar. Pertama, petani tidak memiliki informasi harga yang cukup. Kedua, petani sangat bergantung pada pedagang perantara. Ketiga, petani memiliki daya tawar harga yang lemah saat menentukan harga jual. Saat musim panen tiba, harga jual tomat sering kali mengalami penurunan drastis. Hal ini terjadi karena kurangnya pengelolaan distribusi dan penyimpanan yang baik. Petani tidak memiliki pilihan lain selain menjual hasil panennya dengan harga murah. Untuk mengatasi masalah ini, perlu dilakukan perbaikan sistem pemasaran, akses informasi harga yang baik, dan memperkuat kelembagaan petani. Dengan demikian, kegagalan pasar dapat diatasi dan pendapatan petani dapat meningkat.

PENDAHULUAN

Peran sektor pertanian dalam mewujudkan kemandirian pangan bagi rakyat Indonesia sangatlah besar. Selain menjadi sektor primer yang menjadi penghasil pangan, sektor ini juga menjadi penyedia lapangan pekerjaan terbesar bagi masyarakat pedesaan Indonesia. Oleh karena itu besar kecilnya pendapatan masyarakat di wilayah pedesaan masih sangat tergantung pada sektor

pertanian. Oleh karena itu pertumbuhan sektor ini sangat menentukan tingkat kesejahteraan masyarakat. Tetapi pada kenyataannya masih banyak kendala yang dihadapi oleh sektor ini, antara lain yang berkaitan dengan kelembagaan produksi dan mekanisme pasar yang belum berfungsi optimal (Hendrastomo. G. (2015) Salah satu bidang pertanian yang memiliki potensi ekonomi besar adalah hortikultura. Sayuran dan buah-buahan memiliki permintaan pasar tinggi dan memberi peluang pendapatan bagi petani. Namun, komoditas ini mudah rusak dan sangat dipengaruhi oleh musim dan jumlah produksi. Hal ini membuat harga komoditas hortikultura sering berubah dalam waktu singkat. Perubahan harga ini sering menyebabkan perbedaan harga yang besar antara petani sebagai produsen dan konsumen di pasar (Huda, Pambudy, & Priatna (2023) Kabupaten Karo di Sumatera Utara dikenal sebagai sentra produksi sayuran hortikultura. Lokasinya di dataran tinggi dengan iklim sejuk membuat wilayah ini cocok untuk budidaya sayuran seperti kol, kentang, cabai, dan tomat. Tomat adalah salah satu komoditas yang banyak dibudidayakan karena masa panennya cepat dan permintaan pasar tinggi. Produksi tomat di sini tidak hanya untuk kebutuhan lokal, tapi juga dipasarkan ke daerah lain. Meski memiliki potensi besar, petani tomat sering menghadapi masalah dalam memasarkan hasil panen. Salah satu masalah utama adalah fluktuasi harga yang tajam di tingkat petani. Ketika produksi tomat meningkat, harga turun. Sebaliknya, ketika produksi menurun, harga naik. Hal ini membuat pendapatan petani tidak stabil. Masalah lain dalam pemasaran komoditas pertanian adalah ketidaksempurnaan transmisi harga antara produsen dan konsumen. Perubahan harga di konsumen tidak selalu diikuti oleh perubahan harga yang sama di petani. Ini menunjukkan bahwa proses transmisi harga tidak berjalan efisien, sehingga petani sering menerima harga yang lebih rendah. Selain itu, petani sering memiliki posisi tawar yang lemah dibandingkan pedagang perantara. Petani hanya penerima harga, sementara harga jual ditentukan oleh pedagang. Panjangnya saluran pemasaran dan keterbatasan akses informasi harga juga mempengaruhi kondisi ini. Distribusi keuntungan dalam rantai pemasaran menjadi tidak merata (Sihombing, Kusmaria, Irawati, & Zaini (2025) Ketidaksempurnaan sistem pemasaran dan lemahnya posisi tawar petani menunjukkan bahwa mekanisme pasar pada komoditas pertanian belum efisien. Kondisi ini disebut kegagalan pasar, yaitu keadaan ketika mekanisme pasar tidak mampu mengalokasikan sumber daya secara optimal. Kegagalan pasar dapat terjadi karena keterbatasan informasi, struktur pasar yang tidak kompetitif, dan ketergantungan petani pada pedagang perantara.

Petani sering berada pada posisi yang kurang menguntungkan dalam sistem pemasaran hasil pertanian. Ketika produksi hasil pertanian meningkat, harga komoditas seperti tomat dapat turun secara drastis sehingga pendapatan petani menjadi tidak stabil. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian mengenai faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya kegagalan pasar pada komoditas hortikultura, khususnya pada petani tomat di Kabupaten Karo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab kegagalan pasar pada petani tomat di Kabupaten Karo serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi mekanisme pemasaran komoditas tomat tersebut.

Selain masalah distribusi dan struktur pasar, ada masalah lain yang sering muncul dalam pemasaran komoditas hortikultura, yaitu petani sulit mengakses informasi pasar. Informasi tentang harga, permintaan pasar, dan kondisi distribusi sering kali tidak merata di kalangan pelaku pasar. Pedagang biasanya memiliki akses informasi yang lebih luas daripada petani, sehingga mereka bisa menentukan strategi penjualan yang lebih menguntungkan. Sementara itu, petani sebagai produsen sering kali hanya tahu harga yang ditawarkan pedagang saat transaksi terjadi. Kondisi ini menyebabkan terjadinya asimetri informasi dalam pasar pertanian yang pada akhirnya mempengaruhi proses pembentukan harga komoditas pertanian (Sihombing et al., 2025)

Masalah lain yang dihadapi petani adalah sifat komoditas hortikultura yang mudah rusak.

Komoditas seperti tomat memiliki masa simpan yang relatif singkat, sehingga petani harus segera menjual hasil panennya untuk menghindari kerusakan produk. Keterbatasan fasilitas penyimpanan dan teknologi pascapanen membuat petani tidak memiliki banyak alternatif dalam menentukan waktu penjualan hasil panen. Akibatnya, ketika terjadi kelebihan pasokan di pasar, petani tetap harus menjual hasil panen meskipun harga yang diterima relatif rendah (Efisiensi et al. (2023) Rantai distribusi yang panjang dalam pemasaran komoditas hortikultura juga mempengaruhi perbedaan harga antara produsen dan konsumen. Hasil panen petani biasanya melewati beberapa tahap distribusi sebelum sampai ke konsumen akhir, seperti pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Setiap pelaku dalam rantai pemasaran tersebut memperoleh margin keuntungan, sehingga harga komoditas yang diterima konsumen menjadi lebih tinggi dibandingkan harga yang diterima petani. Kondisi ini menunjukkan bahwa keuntungan dalam proses pemasaran tidak selalu dinikmati secara merata oleh seluruh pelaku pasar, terutama petani sebagai produsen utama. (Ruslan & Pramita (2021) masalah lain yang sering terjadi dalam pemasaran komoditas pertanian adalah ketidaksempurnaan transmisi harga antara produsen dan konsumen. Perubahan harga di tingkat konsumen tidak selalu diikuti oleh perubahan harga yang sama di tingkat petani. Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme transmisi harga dalam rantai pemasaran belum berjalan secara efisien, sehingga menimbulkan perbedaan harga yang cukup besar antara produsen dan konsumen. Ketidaksempurnaan transmisi harga ini dapat mengindikasikan adanya ketidakseimbangan kekuatan pasar di antara pelaku pemasaran komoditas pertanian berbagai masalah tersebut menunjukkan bahwa mekanisme pasar pada komoditas hortikultura belum sepenuhnya berjalan secara efisien. Dalam teori ekonomi, kondisi ini dikenal sebagai kegagalan pasar, yaitu keadaan ketika mekanisme pasar tidak mampu mengalokasikan sumber daya secara optimal, sehingga menimbulkan ketidakseimbangan dalam distribusi manfaat di antara pelaku ekonomi.

Pada sektor pertanian, kegagalan pasar dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti keterbatasan informasi, struktur pasar yang tidak kompetitif, dan lemahnya posisi tawar petani dalam proses pemasaran hasil pertanian. (Asrin, Putri, & Utami (2022). Kondisi kegagalan pasar di sektor pertanian dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah keterbatasan akses petani terhadap informasi pasar. Informasi tentang harga komoditas, permintaan pasar, dan kondisi distribusi sering kali lebih banyak dimiliki oleh pedagang daripada petani sebagai produsen. Ketidakseimbangan informasi ini membuat petani kesulitan menentukan strategi pemasaran yang tepat, sehingga mereka cenderung menerima harga yang ditawarkan oleh pedagang. Hal ini menunjukkan adanya asimetri informasi dalam pasar pertanian yang memperlemah posisi tawar petani dalam proses transaksi jual beli hasil pertanian (Lubis & Rianto (2025) masalah lain yang dihadapi petani adalah karakteristik komoditas hortikultura yang mudah rusak. Komoditas seperti tomat memiliki masa simpan yang relatif singkat, sehingga petani cenderung menjual hasil panen segera setelah proses panen dilakukan. Keterbatasan fasilitas penyimpanan dan teknologi pengolahan pascapanen membuat petani tidak memiliki banyak pilihan selain menjual produknya meskipun harga pasar sedang rendah. Kondisi ini memperkuat posisi pedagang dalam menentukan harga dan memperlemah posisi tawar petani dalam sistem pemasaran komoditas hortikultura (Fitriani & Hariyati (2023) Selain itu, keberadaan lembaga pemasaran dan sistem distribusi yang belum efisien juga mempengaruhi pembentukan harga komoditas pertanian. Panjangnya rantai pemasaran menyebabkan margin keuntungan lebih banyak dinikmati oleh pelaku pemasaran di luar petani. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pemasaran komoditas hortikultura masih memerlukan perbaikan agar distribusi keuntungan dapat lebih merata di antara pelaku pasar (Lubis & Rianto) . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mekanisme pasar pada komoditas hortikultura masih

menghadapi berbagai kendala yang dapat mempengaruhi kesejahteraan petani. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai penyebab kegagalan pasar dalam pemasaran komoditas hortikultura, khususnya pada komoditas tomat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penyebab kegagalan pasar pada petani tomat di Kabupaten Karo serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi mekanisme pemasaran komoditas tersebut. Sektor pertanian sangat penting dalam perekonomian. Sektor ini membantu menyediakan makanan, menciptakan lapangan kerja, dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat. Dalam kegiatan ekonomi, sektor ini juga menyediakan komoditas yang diperdagangkan di pasar. Dengan begitu, sektor ini sangat dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran. (Hutauruk, J. (2021))

LANDASAN TEORI

2. 1. Teori Landasan

Ketika mekanisme pasar tidak mampu mengoptimalkan daya sumber secara efektif, harga yang dihasilkan tidak memperbaiki keadaan keseimbangan yang ada. Hal ini dikenal sebagai kegagalan pasar. Ketidakstabilan pasar, seperti ketidakstabilan harga, asimetri informasi, dan struktur pasar yang tidak kompetitif, merupakan akibat umum dari masalah ini. Kegagalan pasar di bidang komoditas pertanian seperti tomat sering disebabkan oleh fluktuasi harga yang tinggi dan ketimpangan harga antara produsen dan konsumen. Volatilitas harga menunjukkan sedikitnya harga stabil selama periode tertentu. Jika harga komoditas pertanian tinggi, ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara penawaran dan permintaan serta sistem distribusi yang lemah. Penelitian menunjukkan bahwa volatilitas harga memiliki dampak signifikan terhadap efisiensi produksi dan pasar (Sari, Achsani, Sartono, & Anggraeni (2023)). Cara kekuatan dan persaingan di pasar dijalankan sangat dipengaruhi oleh struktur pasar. Di pasar komoditas pertanian, struktur sedikit. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pasar yang sangat terkonsentrasi dapat mengakibatkan harga yang tidak efektif dan tidak dapat diandalkan.

Selain itu, kesenjangan informasi di antara pelaku pasar juga berkontribusi pada masalah tersebut. Ketika satu orang memiliki informasi yang lebih detail daripada orang lain, hal ini dapat menyebabkan keputusan ekonomi yang tidak konsisten. Misalnya, dibandingkan dengan pedagang, petani di pasar pertanian seringkali kurang informasi tentang harga terkini (Yuniarti, Rahayu, Harisudin, & Rahayu (2018)).

Penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa struktur pasar seperti ini menyebabkan adanya perbedaan harga yang cukup besar antara tingkat petani dan konsumen. Perbedaan harga ini membuat petani tidak mendapatkan keuntungan yang seharusnya mereka dapatkan (Arifin Ruslan, Firdaus, (2016)).

2. 2 Asimetri Informasi

Asimetri informasi adalah kondisi ketika informasi antara pelaku pasar tidak seimbang. Dalam teori ekonomi, kondisi ini membuat pengambilan keputusan menjadi tidak tepat karena salah satu pihak memiliki informasi lebih lengkap daripada pihak lainnya. Di sisi lain, dalam praktik ekonomi pasar, produsen sering kali tidak memiliki informasi yang cukup untuk menentukan harga yang optimal. Sahara et al. Keterbatasan informasi ini dapat menyebabkan pasar tidak efisien dan memperlemah posisi tawar produsen dalam transaksi ekonomi. Seperti yang dilaporkan oleh OECD pada tahun 2022.

2. 3 Transmisi Harga

Transmisi harga adalah proses penyebaran perubahan harga dari satu tingkat pasar ke tingkat lainnya. Di pasar yang efisien, perubahan harga di tingkat konsumen seharusnya diteruskan secara

proporsional ke tingkat produsen. Antoni & Andelia 2022 Namun, kenyataannya, transmisi harga sering tidak berjalan dengan lancar. Hal ini menyebabkan produsen tidak mendapatkan manfaat dari kenaikan harga di tingkat konsumen. Ini menunjukkan bahwa ada masalah dalam sistem pemasaran dan menjadi tanda bahwa pasar tidak berjalan dengan baik. Huda et al. (2023)

2. 4 Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran adalah kemampuan sistem distribusi untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efektif. Sistem pemasaran yang efisien memiliki biaya distribusi yang rendah dan keuntungan yang merata di antara semua pelaku pasar. Namun, jika sistem pemasaran tidak efisien, maka keuntungan lebih banyak dinikmati oleh pelaku distribusi daripada produsen. Ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan dalam mekanisme pasar. Kondisi seperti ini bisa menyebabkan kegagalan pasar. Amane (2023) Efisiensi pemasaran yang baik sangat penting untuk meningkatkan keuntungan produsen dan pelaku pasar lainnya. Dengan demikian, produk dapat disalurkan secara optimal dan keuntungan dapat dinikmati secara merata.

2. 5 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sahara dan timnya pada tahun 2020 dengan judul “Analisis Asimetri Transmisi Harga Komoditas Pangan di Indonesia” menemukan bahwa harga tidak selalu diteruskan dengan baik dari konsumen ke produsen. Ini menyebabkan pasar menjadi tidak efisien dan menimbulkan masalah kegagalan pasar. Penelitian lain oleh Sihombing dan timnya pada tahun 2023 dengan judul “Analisis Struktur Pasar dan Efisiensi Pemasaran Komoditas Hortikultura” menunjukkan bahwa struktur pasar yang lebih banyak dikendalikan oleh beberapa pedagang besar membuat petani memiliki posisi tawar yang lemah. Akibatnya, harga lebih banyak ditentukan oleh pedagang, bukan petani. Kondisi ini juga menyebabkan kegagalan pasar. Selanjutnya, penelitian oleh Huda dan timnya pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Efisiensi Pemasaran Komoditas Pertanian” menemukan bahwa petani memiliki keterbatasan informasi yang membuat harga menjadi tidak seimbang. Ini melemahkan posisi tawar produsen dalam pasar.

Penelitian oleh Antoni dan Andelia pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Transmisi Harga dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Petani” menjelaskan bahwa transmisi harga yang tidak sempurna menyebabkan harga produsen menjadi tidak stabil. Ini berdampak pada pendapatan petani yang rendah.

2. 6 Pengembangan Hipotesis

Dalam penelitian ini, kami mengembangkan hipotesis berdasarkan teori ekonomi dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Volatilitas harga dapat mempengaruhi kegagalan pasar. Harga yang tidak stabil membuat petani sulit menentukan keputusan produksi dan penjualan. Penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi harga yang tinggi dapat menurunkan efisiensi pasar dan merugikan produsen. Semakin tinggi volatilitas harga, semakin besar kemungkinan terjadinya kegagalan pasar. Struktur pasar juga berperan dalam kegagalan pasar Rahman Gobel et al. (2024) Dalam kondisi pasar yang tidak kompetitif, seperti oligopsoni, pembeli memiliki kekuatan lebih besar dibandingkan penjual. Hal ini menyebabkan harga tidak terbentuk secara adil dan cenderung merugikan petani. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa struktur pasar yang tidak sehat dapat menyebabkan ketimpangan harga dan inefisiensi pasar.

Asimetri informasi juga mempengaruhi kegagalan pasar. Fitriadi, M. Y. G., Novianti, T., & Rifin, A. (2023) Ketika informasi tidak tersebar secara merata, keputusan ekonomi yang diambil oleh pelaku pasar menjadi tidak optimal. Penelitian menunjukkan bahwa asimetri informasi dapat menyebabkan distorsi harga dan mengurangi efisiensi pasar.

Dari uraian tersebut, kami merumuskan hipotesis sebagai berikut:

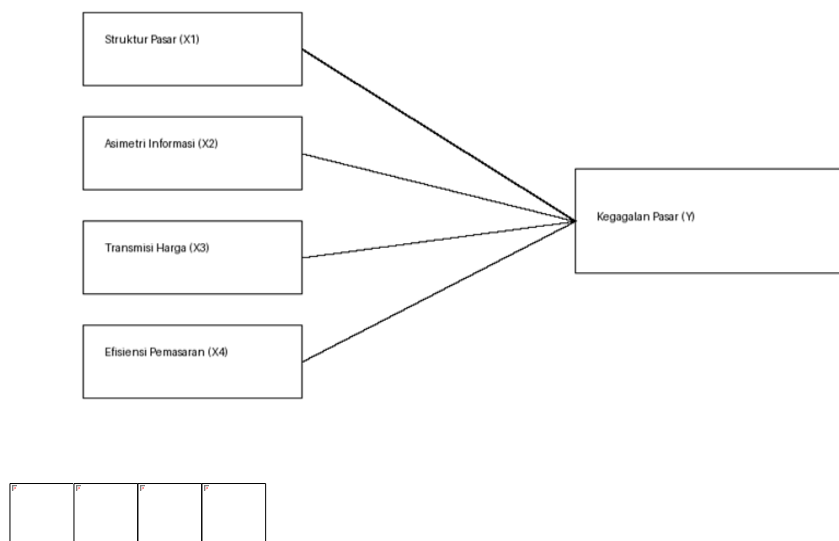
H1: Volatilitas harga berpengaruh positif terhadap kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo.
H2: Struktur pasar berpengaruh positif terhadap kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo.
H3: Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo.

H4: Volatilitas harga, struktur pasar, dan asimetri informasi secara simultan berpengaruh terhadap kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo.

2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah representasi dari hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan teori ekonomi dan topik penelitian. Dalam penelitian ini, kegagalan pasar ditunjukkan sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti struktur pasar, asimetri informasi, transmisi harga, dan efisiensi pemasaran. Struktur pasar dapat menyebabkan manipulasi harga. Di pasar yang didominasi oleh sejumlah kecil pembeli, produsen memiliki kemampuan terbatas untuk menetapkan harga, sehingga mereka menjadi pembeli. Situasi ini berpotensi meningkatkan volatilitas pasar karena harga saat ini tidak seimbang yang efektif.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar, asimetri informasi, transmisi harga, dan efisiensi pemasaran mempunyai hubungan yang kuat dengan kegagalan pasar. Hal ini disebabkan karena tidak efisiennya sistem pemasaran yang disebabkan oleh panjangnya rantai distribusi dan tingginya biaya pemasaran, yang mengakibatkan margin keuntungan bagi perantara lebih tinggi dibandingkan produsen, landasan bagi studi konseptual ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis beberapa faktor yang mempengaruhi kegagalan pasar pada petani tomat di Kabupaten Karo. Kabupaten Karo dipilih sebagai lokasi penelitian karena daerah ini merupakan salah satu sentra produksi hortikultura di Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2025 dengan melibatkan petani tomat sebagai

responden. Rahman Gobel et al. (2024)

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh petani tomat di Kabupaten Karo, sedangkan sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti petani yang aktif dalam budidaya tomat, memiliki pengalaman minimal satu tahun, dan terlibat dalam pemasaran hasil panen. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang..Regasa Megerssa, Negash, Bekele, & Nemera (2020)

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan skala Likert untuk mengukur pendapat responden. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen meliputi struktur pasar, asimetri informasi, dan transmisi harga, sedangkan variabel dependen adalah kegagalan pasar.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahapan pertama adalah uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Kemudian, dilakukan uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$.

Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh secara parsial, uji F untuk melihat pengaruh secara simultan, serta koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap kegagalan pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap petani tomat di Kabupaten Karo dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Responden dalam penelitian ini merupakan petani yang aktif dalam kegiatan produksi dan pemasaran tomat. Berdasarkan hasil pengolahan data, sebagian besar responden menyatakan bahwa harga tomat sering mengalami fluktuasi yang cukup tinggi, terutama pada saat panen raya. Selain itu, petani juga menghadapi keterbatasan dalam memperoleh informasi harga pasar secara real-time, sehingga posisi tawar dalam transaksi cenderung lemah.

4.2 Uji Validitas

Tabel 1. Validitas Variabel Struktur Pasar (X1)

Variabel	r hitung	Signifikan	Keterangan
Struktur Pasar	0,592	0,001	Valid
Asimetri Informasi	0,291	0,118	Tidak Valid
Transmisi Harga	0,797	0,000	Valid

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, variabel X1_1, X2_2, dan X3_3 semuanya memenuhi syarat validitas, karena semua indikator variabel X1 menunjukkan korelasi yang kuat terhadap total, dengan nilai r hitung di atas 0,3 dan nilai signifikansi di bawah 0,05. Akibatnya, indikator-indikator ini dapat

digunakan untuk analisis yang lebih mendalam.

4.3 Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Signifikan	Keterangan
Konstanta	-0,146	-0,698	0,491	Tidak signifikan
Struktur Pasar (X1)	1,198	16,541	0,000	Signifikan
Asimetri Informasi (X2)	0,296	5,706	0,000	Signifikan
Transmisi Harga (X3)	0,067	0,956	0,348	Tidak signifikan

Sumber: Data diolah (2026)

Nilai Alpha Cronbach untuk variabel X1 dengan tiga indikator adalah 0,796 . Hal ini menunjukkan bahwa indikator yang konsisten dalam mengukur variabel X1 dapat digunakan untuk analisis selanjutnya , seperti analisis regresi dan pengujian hipotesis .

4.4 Analisis regresi linear berganda terhadap y

Analisis regresi linear berganda dipakai buat melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel Y, yaitu kegagalan pasar tomat.

Tabel 3. Analisis regresi linear

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Signifikan	Keterangan
Konstanta	-0,146	-0,698	0,491	Tidak signifikan
Struktur Pasar (X1)	1,198	16,541	0,000	Signifikan
Asimetri Informasi (X2)	0,296	5,706	0,000	Signifikan
Transmisi Harga (X3)	0,067	0,956	0,348	Tidak signifikan

m

Sumber: Data diolah (2026)

Dari Tabel 4.4 kita dapat lihat daribahwa struktur pasar dan metrik informasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja pasar tomat . struktur pasar adalah X1 ,sementara asimetri informasinya adalah X2 . Keduanya memiliki dampak signifikan pada Y.Dalam situasi tersebut, transmisi harga atau X3 tidak memiliki dampak yang signifikan secara statistik .signifikan . Ini artinya struktur pasar dan pengukuran informasi sangat penting dalam menentukan kegagalan pasar tomat .Setelah dilakukan analisis menyeluruh , transmisi harga tidak memberikan dampak yang signifikan .

4.5 Uji simultan (F test)

Uji F membantu kita mengetahui apakah semua variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel Y.

Tabel 4. Uji simultan (F test)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.003	3	12.668	595.480	.000 ^b
	Residual	.532	25	.021		
	Total	38.534	28			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1_3, X1_2, X1_1

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil ANOVA yang ditunjukkan pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 595,480 dengan tingkat signifikansi sekitar 0,000 , yang sedikit kurang dari 0,05 . Ini berarti bahwa variabel independen , seperti struktur pasar , berbagi informasi , dan transmisi harga , secara simultan memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen , seperti aktivitas pasar tomat di Karo . Karena itu , dapat disimpulkan bahwa struktur pasar , berbagi informasi , dan transmisi harga semuanya memiliki dampak pada pasar tomat Karo .

4.6 Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Koefisien determinasi R

Koefisien determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.986	.985	.14585

1

Sumber: Data diolah (2026)

Hasil hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen (X1_1, X1_2 , dan X1_3 daridan variabel dependen (Y) , dengan nilai R sebesar 0,993 .

Dengan kata lain , tiga variabel independen memiliki hubungan yang kuat dengan variabel dependen .Hasil juga menghasilkan nilai R² sebesar 0,986 . Ini artinya tiga variabel independen

variabel bersama-sama dapat menjelaskan 98,6 % dari variabel dependen (Y) . 1,4 % dari variabel variabel dependen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian . Dengan nilai R^2 sebesar 0,985, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini cukup kuat . model dapat digunakan untuk i memprediksi kegagalan pasar tomat di Kabupatenpasar Karo.di Kabupaten Karo.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis regresi linear berganda, Model Summary, dan uji ANOVA, penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar, asimetri informasi, dan transmisi harga memiliki pengaruh berbeda terhadap kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo.

1. Pengaruh Struktur Pasar terhadap Kegagalan Pasar

Hasil regresi menunjukkan bahwa struktur pasar berpengaruh signifikan terhadap kegagalan pasar tomat. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa struktur pasar yang tidak kompetitif menyebabkan harga tidak terbentuk secara adil dan mengurangi efisiensi pasar. Di Kabupaten Karo, pasar tomat didominasi oleh sedikit pembeli besar, sehingga petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat. Temuan ini konsisten dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa dominasi pedagang besar mengurangi keuntungan petani.

2. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Kegagalan Pasar

Variabel asimetri informasi juga berpengaruh signifikan terhadap kegagalan pasar. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketidakseimbangan informasi antara pedagang dan petani membuat keputusan harga dan produksi menjadi tidak optimal. Hal ini sesuai dengan laporan yang menyatakan bahwa informasi yang tidak merata mengurangi efisiensi pasar. Di Kabupaten Karo, petani sering tidak mengetahui harga pasar konsumen, sehingga kesulitan menentukan strategi penjualan.

3. Pengaruh Transmisi Harga terhadap Kegagalan Pasar

Hasil menunjukkan bahwa transmisi harga tidak signifikan secara parsial. Artinya, perubahan harga di tingkat konsumen tidak selalu diteruskan ke petani secara proporsional. Fenomena ini sejalan dengan penelitian lain yang menyebut bahwa transmisi harga yang tidak sempurna dapat menimbulkan ketidakstabilan harga produsen.

4. Pengaruh Simultan terhadap Kegagalan Pasar

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa struktur pasar, asimetri informasi, dan transmisi harga secara bersamaan mempengaruhi kegagalan pasar tomat sebesar 98,6%. Artinya, kombinasi faktor-faktor ini sangat menentukan kondisi pasar di Kabupaten Karo. Temuan ini mendukung penelitian lain yang menyatakan bahwa interaksi antara struktur pasar, informasi, dan distribusi harga memicu kegagalan pasar pada komoditas hortikultura.

5. Interpretasi Logika dan Perbedaan dengan Penelitian Lain

Secara logika, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal pasar lebih dominan dibandingkan faktor eksternal dalam memicu kegagalan pasar. Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menekankan transmisi harga sebagai faktor utama. Penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan transparansi informasi dan keseimbangan kekuatan pasar untuk meminimalkan kegagalan pasar.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, kita bisa menyimpulkan bahwa kegagalan pasar tomat di Kabupaten Karo disebabkan oleh beberapa faktor utama. Pertama, struktur pasar yang tidak kompetitif membuat petani memiliki posisi tawar yang lemah, sehingga harga yang mereka terima tidak mencerminkan biaya produksi. Kedua, keterbatasan informasi membuat petani sulit mengambil keputusan yang optimal dalam produksi dan penjualan, sehingga efisiensi pasar secara keseluruhan menurun. Ketiga, transmisi harga tidak berjalan dengan lancar, sehingga perubahan harga di tingkat konsumen tidak selalu diteruskan ke petani secara proporsional. Ketiga faktor ini berinteraksi dan menjadi penyebab utama kegagalan pasar, menjelaskan sebagian besar kondisi pasar tomat di Kabupaten Karo.

Berdasarkan temuan penelitian, ada beberapa saran yang bisa diberikan. Petani tomat di Kabupaten Karo disarankan untuk meningkatkan akses informasi harga melalui koperasi, teknologi digital, atau kelompok tani, sehingga posisi tawar mereka lebih seimbang dengan pedagang. Pemerintah daerah sebaiknya membuat kebijakan yang mendukung terciptanya struktur pasar yang kompetitif, termasuk regulasi terhadap pedagang besar dan pengawasan rantai distribusi. Penelitian selanjutnya bisa memperluas model dengan mempertimbangkan faktor eksternal seperti biaya transportasi, subsidi pertanian, atau kondisi cuaca, serta menggunakan pendekatan longitudinal untuk memantau dinamika pasar secara lebih mendalam. Dengan demikian, intervensi yang tepat bisa dilakukan untuk meminimalkan kegagalan pasar dan meningkatkan kesejahteraan petani tomat di Kabupaten Karo.

DAFTAR REFERENSI

- Amane, G. S. (2023). Analisis Efisiensi Teknis, Harga dan Ekonomis terhadap Penggunaan Input pada Usahatani Tomat di Desa Bukit Asri. *Media Agribisnis*, 7(1), 156–160. <https://doi.org/10.35326/agribisnis.v7i1.3251>
- Antoni, M., & Andelia, S. R. (2022). TRANSMISI HARGA KARET INTERNASIONAL TERHADAP PETANI DAN KONTRIBUSI SETIAP PROVINSI PADA PERUBAHAN HARGA KARET INDONESIA. *Warta Perkaratan*, 41(1), 19–30. <https://doi.org/10.22302/ppk.wp.v41i1.850>
- Asrin, S., Putri, T. A., & Utami, A. D. (2022). Transmisi Harga Beras di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 159–168. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.159-168>
- Efisiensi, A., Pemasaran, S., Hortikultura, K., Ngadisari, D., Sukapura, K., Probolinggo, K., Fitriani, R., & Hariyati, Y. (2023). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Komoditas Hortikultura di Desa Ngadisari Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *Benchmark*, 3(2), 117–129. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v3i2.359>
- Fitriani, R., & Hariyati, Y. (2023). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Komoditas Hortikultura di Desa Ngadisari Kecamatan Sukapura Kabupaten Probolinggo. *Benchmark*, 3(2), 117–129. <https://doi.org/10.46821/BENCHMARK.V3I2.359>
- Harga Asimetri, T., Arifin Ruslan, J., Firdaus, M., Studi Ilmu Ekonomi Pertanian, P., &

-
- Pascasarjana Institut Pertanian Bogor, S. (2016). TRANSMISI HARGA ASIMETRI DALAM RANTAI PASOK BAWANG MERAH DAN HUBUNGANNYA DENGAN IMPOR DI INDONESIA: STUDI KASUS DI BREBES DAN JAKARTA. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 10(1), 103–128. <https://doi.org/10.30908/bilp.v10i1.33>
- Huda, S., Pambudy, R., & Priatna, W. B. (2023a). ANALISIS TRANSMISI HARGA BAWANG MERAH DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT. *Agrifo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i1.11072>
- Huda, S., Pambudy, R., & Priatna, W. B. (2023b). ANALISIS TRANSMISI HARGA BAWANG MERAH DI PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT. *Agrifo : Jurnal Agribisnis Universitas Malikussaleh*, 8(1), 1–15. <https://doi.org/10.29103/ag.v8i1.11072>
- Ilham, M., & Suryadi, N. (2025). Kegagalan Pasar dan Regulasi dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 18227–18236. <https://doi.org/10.31004/JPTAM.V9I2.28892>
- Lubis, I. M., & Rianto, J. (2025). Strategi Pemasaran Produk Hortikultura oleh Petani di Kabupaten Labuhan Batu. *Empiricism Journal*, 6(2), 223–230. <https://doi.org/10.36312/ej.v6i2.2746>
- Pemasaran, M., Transmisi, D., Komoditi, H., Oleh, J., & Hutauruk, J. (2020). Margin Pemasaran dan Transmisi Harga Komoditi Jahe. *Jurnal Agriust, English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature*, 13(2), 5063–5076. <https://doi.org/10.24256/IDEAS.V13I2.5918>
- Regasa Megerssa, G., Negash, R., Bekele, A. E., & Nemera, D. B. (2020). Smallholder market participation and its associated factors: Evidence from Ethiopian vegetable producers. *Taylor & Francis*, 6(1). <https://doi.org/10.1080/23311932.2020.1783173>
- Ruslan, J. A., & Pramita, D. A. (2021a). Transmisi Harga Vertikal di Provinsi Jawa Barat (Analisis Data Panel). *Jurnal Agristan*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.37058/ja.v3i1.2908>
- Sari, L. K., Achsani, N. A., Sartono, B., & Anggraeni, L. (2023b). Investigating The Asymmetric Effect of Food Commodity Price on The Volatility in Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*, 20(3), 440–440. <https://doi.org/10.17358/jma.20.3.440>
- Sektor Pertanian Sebagai Potret, K., & Hendrastomo, G. (2011). KETERPURUKAN SEKTOR PERTANIAN SEBAGAI POTRET KEGAGALAN INDUSTRIALISASI DI INDONESIA. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 5(1). <https://doi.org/10.21831/dimensia.v5i1.3441>
- Sihombing, N. R., Kusmaria, K., Irawati, L., & Zaini, M. (2025a). Elastisitas Transmisi Harga Cabai Merah Di Kecamatan Ketapang, Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Agristan*, 7(2), 87–98. <https://doi.org/10.37058/agristan.v7i2.1614421>
- Studi Agribisnis, P., Pertanian, F., & Padjadjaran Jl Raya Bandung Sumedang, U. K. (2025). Margin Pemasaran Rantai Pasok Sayuran Kangkung di Griya Hijau Hidroponik. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 11(1), 157–161. <https://doi.org/10.25157/ma.v11i1.15319>
- Yuniarti, D., Rahayu, S., Harisudin, M., & Rahayu, E. S. (2018). ANALISIS STRUKTUR DAN PERILAKU PADI PADA PEMASARAN BERAS ORGANIK DI KABUPATEN BOYOLALI. *JURNAL PANGAN*, 27(2), 97–106. <https://doi.org/10.33964/jp.v27i2.370>
- Yunus, M., Fitriadi, G., Novianti, T., & Rifin, A. (2023). Volatilitas Harga Bawang Putih Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 7(3), 1201–1210. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2023.007.03.25>
-