

ANALISIS STRUCTURE CONDUCT PERFORMANCE (SCP) PADA INDUSTRI TEMPE DI KECAMATAN GRUJUGAN BONDOWOSO

Olifiyanti Irfani Dewi., Retno Endah Supeni., Akhmad Fahrur Rozi
Prodi Manajemen–FEB, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
Jl. Karimata 149, Kode Pos: 68121, Telp. (0331) 336728
Email: olifiyantidewii@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar pada industri Tempe di Kecamatan Grujugan, Kabupaten Bondowoso. Sampel yang digunakan adalah pelaku UMKM tempe di Kecamatan Grujugan, Bondowoso. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif pada analisa struktur pasar dengan menggunakan market share, CR-4 dan Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI). Pada analisis perilaku pasar menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan CLR (Capital to Labour Ratio). Sementara pada analisis kinerja menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan Price Cost-Margin (PCM). Hasil analisis struktur pasar nilai CR4 < 40% maka struktur pasar berada pada pasar persaingan monopolistik. Hasil dari penghitungan indeks herfindahlhirsman (IHH) juga didapat bahwa nilai IHH sebesar 298,94% artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 100-1000 yang artinya industri kecil dan tempe berada pada tipe pasar monopolistik. Hasil analisis perilaku pasar menunjukkan bahwa nilai CLR berkisar 1,54 - 3,88. Dengan total CLR sebesar 136,63% hal ini berarti industri pada golongan padat modal. Hasil analisis kinerja industri perhitungan PCM rata-rata sebesar 1,43%. Industri dengan PCM terbesar bahkan memiliki pangsa pasar yang lebih rendah dan Efisiensi dari industri kecil dan menengah di Kecamatan Grujugan adalah efisiensi rendah.

Kata kunci: Struktur, Perilaku, Kinerja, Industri.

Abstraction

This study aims to analyze the market structure, market behavior and market performance in the Tempe industry in Grujugan District, Bondowoso Regency. The sample used was tempe SMEs in Grujugan District, Bondowoso. The method used is descriptive quantitative and qualitative methods in market structure analysis using market share, CR-4 and Herfiendhal - Hirschman Index (HHI). In the analysis of market behavior using a qualitative descriptive method using CLR (Capital to Labor Ratio). Meanwhile, the performance analysis uses quantitative methods using Price Cost-Margin (PCM). The results of the analysis of the market structure CR4 value <40%, then the market structure is in a monopolistic competition market. The results of the calculation of the herfindahlhirsman index (IHH) also show that the IHH value is 298.94%, which means that the IHH value ranges from 100-1000, which means that small industries and tempe are in the monopolistic market type. The results of the market behavior analysis show that the CLR value ranges from 1.54 to 3.88. With a total CLR of 136.63%, this means that the industry is in the capital-intensive group. The results of the analysis of the industrial performance calculation of PCM an average of 1.43%. The industry with the largest PCM even has a lower market share and the efficiency of the small and medium tempe industry in Grujugan District is low efficiency.

Keywords: Structure, Behavior, Performance, Industry.

1. PENDAHULUAN

Menurut Manap (2016:5) Sebuah Industri di Indonesia diarahkan untuk mampu memecahkan masalah social ekonomi yang mendasar, khususnya dalam memperluas kesempatan kerja untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, pemerataan produksi dan pengurangan kemiskinan. Salah satu jalanya untuk memperluas proses pembangunan disebuah negara adalah dengan cara menempuh Strategi industrialisasi. Industri kecil merupakan pilar utama dalam pengembangan ekonomi daerah (Kotler, 2009). Pada sisi lain keberadaan industri kecil menjadi sektor usaha yang menjadi tumpuan tenaga kerja di Indonesia. Biaya Produksi rendah, tetapi produk yang dihasilkan memberikan nilai tambah bagi perekonomian. Kemampuan spesifik dalam mengelola usaha yang dijalani dan dapat menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi (Pratama, 2017).

Kotler dan Keller (2009) berpendapat bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan managerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Menurut Asmarantaka (2014), pemasaran adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan nilai ekonominya menguntungkan. Nilai ekonomi itu sendiri menentukan harga barang dan jasa. Faktor penting dalam menciptakan nilai tersebut adalah produksi, pemasaran, dan konsumsi. Bagian Manajemen Pemasaran menjadi penghubung antara produksi dan konsumsi sehingga sistem pemasaran merupakan suatu kesatuan konseptual yang secara fisik terdiri dari bagian-bagian yang bekerja bersama dalam suatu kesatuan yang terorganisasi. Oleh sebab itu kegiatan pemasaran sangat erat kaitannya dengan struktur pasar.

Dalam suatu perencanaan oleh manajemen pemasaran, tentunya harus memiliki strategi-strategi khusus guna terciptanya suatu tujuan utama. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya Bennett dalam Tjiptono (2008). Didalam strategi pemasaran perusahaan erat kaitannya dengan 3 kekuatan dasar utama yang meliputi: Pelanggan (*Customer*), Perusahaan (*Corporation*) dan Persaingan/Kompetisi (*Competition*). Pada konsep pemasaran yang strategis selalu memfokuskan diri pada cara-cara ikut terjun dalam persaingan dimana Perusahaan dapat secara efektif menempatkan diri terhadap pesaingnya.

Mengacu pada karakteristik atau perilaku dari suatu pasar di mana perilaku pasar membahas organisasi dari suatu pasar mempengaruhi keadaan persaingan dan penentuan harga di pasar (Bain, 1958). Perilaku pasar juga berarti karakteristik organisasi yang mana menentukan hubungan yang ditetapkan penjual di pasar dengan supplier actual atau potensial lainnya termasuk perusahaan baru yang mungkin masuk dalam pasar (Duc, 2002). Indikator utama dari struktur pasar meliputi konsentrasi (jumlah dan ukuran pembeli dan penjual, pengaruh merger dan akuisisi). Karakteristik produk (*perishability*, persyaratan kualitas, dan diferensiasi produk), degrees of mobility (*barrier to entry*), karakteristik teknologi (intensitas modal, ukuran efisiensi minumam perusahaan,

derajat konglomerasi, kapasitas dan kapasitas penggunaan, spesialisasi dan diverifikasi, dan integrasi vertikal. Organisasi subsektor mengacu pada lokasi, waktu dan kluster fungsi pemasaran, jumlah tahapan, jumlah *supply chain* yang paralel, sistem informasi (grade, harga, kondisi pasar, ketersediaan), tipe transaksi pasar spot, *hybrid* (kontrak, perjanjian dan kelembagaan pembagian resiko), pemilahan dan sinkronisasi tugas dan skala usaha, karakteristik konsumsi, produksi dan musim (Steffen, 1995).

Pendekatan organisasi industrial maupun pendekatan sub-sektor memfokuskan pada kinerja pasar sebagai akibat dari alternatif bentuk-bentuk pasar. Pandangan Organisasi industri terhadap kinerja pasar berakar dari model persaingan sempurna yang mana dalam realitas memiliki beberapa keterbatasan dalam analisis empiris. Sebagaimana yang dikonseptualkan oleh Bain pada awalnya penemuannya kinerja pasar adalah linear – struktur menentukan perilaku pasar dan selanjutnya perilaku pasar mempengaruhi penanampilan pasar tetapi tidak ada umpan balik diantara element tersebut meskipun dalam dunia nyata ada feedback diantara aspek-aspek tersebut dalam pemasaran.

Paradigma *Structure Conduct Performance* (SCP) merupakan pendekatan umum yang telah banyak digunakan untuk mengkaji hubungan dinamika persaingan suatu industri dengan kinerjanya. Awalnya paradigma ini digunakan untuk industri manufaktur, namun dalam perkembangannya paradigma yang sama juga digunakan untuk industry jasa. Pada awalnya, paradigma SCP merupakan teori struktur organisasi industri yang dikembangkan oleh Bain tahun 1951 dan hanya digunakan dalam industri manufaktur di Amerika. Setelah itu teori SCP mulai digunakan dalam industri perbankan dengan tujuan untuk melihat hubungan antara struktur pasar dengan kinerja bank. Kemudian beberapa kajian yang meneliti tentang penggabungan beberapa bank (*merger*) pada tahun 60-an di Amerika telah mengakibatkan peningkatan konsentrasi pasar (*market concentration*) karena bank mampu menguasai pasar, sehingga dapat meningkatkan tingkat keuntungannya seperti diungkapkan Gilbert (Martin, 1993).

Teori *Structure Conduct Performance* (SCP) meyakini bahwa struktur pasar akan mempengaruhi kinerja suatu industri. Aliran ini didasarkan pada asumsi bahwa struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan industri secara agregat. Dari sudut pandang persaingan usaha, struktur pasar yang terkonsentrasi cenderung berpotensi untuk menimbulkan berbagai perilaku persaingan usaha yang tidak sehat dengan tujuan untuk memaksimalkan profit. Perusahaan bisa memaksimalkan profit karena adanya *market power*, sesuatu yang lazim terjadi untuk perusahaan dengan pangsa pasar yang sangat dominan. Pendekatan SCP sendiri pertama kali diperkenalkan oleh Mason (1939) yang kemudian diaplikasikan oleh Bain (1968) melalui studi lintas disiplin (Mudrajad, 2007). Esensi pendekatan SCP terhadap analisis organisasi industri adalah adanya hipotesis yang menyatakan bahwa *performance* atau keberadaan pasar (atau industri) dipengaruhi oleh perilaku perusahaan dalam pasar, sedangkan perusahaan dipengaruhi pula oleh berbagai variabel yang membentuk struktur pasar (Mudrajad, 2007).

Pergeseran struktur perekonomian dari basis pertanian menuju industri mengakibatkan suatu pemikiran bahwa sektor perindustrian merupakan sektor yang berpotensi untuk menghasilkan nilai tambah (*value added*) terutama bagi banyak perusahaan. Nilai tambah tersebut dapat diperoleh dari banyak faktor antara lain, adanya variasi produk yang beraneka ragam dan berkualitas yang dihasilkan industri untuk menarik konsumen, teknologi modern yang digunakan untuk menghasilkan produk, serta modal (*capital*) untuk menghasilkan profit sebesar - besarnya (Andiani, 2006).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Esensi pendekatan SCP terhadap analisis organisasi industri adalah adanya hipotesis yang menyatakan bahwa *performance* atau keberadaan pasar (atau industri) dipengaruhi pula oleh perilaku perusahaan dalam pasar, sedangkan perusahaan dipengaruhi pula oleh berbagai variabel yang membentuk struktur pasar (Mudrajat, 2007). Ekonomi industri menelaah struktur pasar struktur pasar dan perusahaan yang secara relative lebih menekankan pada studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku dan kinerja pasar. Dasar paradigm SCP dicetuskan bahwa struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*) industri tersebut.

Tujuan utama ekonomika industri adalah mengembangkan suatu alat guna menganalisis proses pasar dan dampaknya terhadap kinerja ekonomi. Untuk mencapai tujuan, mendapatkan hipotesis hubungan antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar. Ada dua asumsi dalam pendekatan SCP, yakni:

- a. Hubungan yang stabil dari struktur-perilaku-kinerja.
- b. Pendekatan SCP berawal dari premis bahwa pengukuran kekuatan pasar dapat dihitung dari data yang tersedia.

Martin (1993) berpendapat bahwa pendekatan struktur - perilaku - kinerja digunakan untuk menganalisa hubungan antara struktur, perilaku, kinerja industri Tempe. Teori struktur, perilaku, dan kinerja industri menyebutkan bahwa struktur, perilaku dan kinerja mempunyai tiga kategori utama untuk melihat persaingan yang terjadi di pasar. Dalam versi sederhana, struktur pasar bersifat eksogen dan menentukan perilaku perusahaan dalam pasar tersebut dan selanjutnya akan menentukan kinerja (Yunianti, 2001). Paradigma *Strukture Conduct Performance (SCP)* merupakan pendekatan umum yang telah banyak digunakan untuk mengkaji hubungan dinamika persaingan suatu industri dengan kinerjanya. Pada awalnya digunakan untuk industri jasa seperti perbankan.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode Kualitatif. Metode Kualitatif untuk menganalisis perilaku industri Tempe di Kecamatan Grujugan Bondowoso dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuisisioner kepada masing-masing perusahaan Tempe di Kecamatan Grujugan Bondowoso sejumlah 51 perusahaan industri tempe yang terdapat di Kecamatan Grujugan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri tempe di Kecamatan Grugujan Bondowoso. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *sensus* dengan sampel yang digunakan berjumlah 51 sampel. Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Market Share* (Pangsa Pasar)

Teori *Market Share* dalam perhitungan mengenai struktur industri, ada dua pendekatan yang digunakan. Pendekatan pertama yang digunakan adalah pendekatan/teori *Market Share* adalah teori yang sudah menjelaskan besaran penguasaan pangsa pasar yang dimiliki oleh suatu usaha bersangkutan. Pendekatan *Market Share* ini dijabarkan dalam rumus berikut (Lipeczinki, 2005 dalam Arini, 2013): Nilai Pangsa Pasar setiap perusahaan berkisar antara 0% hingga 100%.

$$MS = \frac{Si}{Stot} \times 100\%$$

Dimana :

MS = Pangsa Pasar Perusahaan i

Si = Jumlah Penjualan Perusahaan i

Stot = Jumlah total penjualan perusahaan dalam industri.

b. Perilaku Pasar (CLR)

Pengukuran perilaku industri menggunakan variabel *Capital to Labour Ratio* (CLR). CLR adalah pengukuran terhadap besarnya penggunaan pengeluaran untuk modal dan pengeluaran untuk tenaga kerja. CLR digunakan untuk melihat teknik produksi yang digunakan dalam suatu industri. Jadi apabila semakin besar rasio modal terhadap pengeluaran tenaga kerja maka industri tersebut cenderung padat modal (nilai CLR besar). Begitu juga sebaliknya, apabila nilai pengeluaran untuk tenaga kerja semakin besar, maka industri tersebut cenderung padat karya (nilai CLR kecil). Adapun rumus dari perhitungan CLR adalah sebagai berikut (Arini, 2013):

$$CLR = \frac{\text{Share Biaya Modal}}{\text{Share Biaya Tenaga Kerja}}$$

Dimana:

$$\text{Share Biaya Modal} = \frac{\text{Total Biaya Modal}}{\text{Biaya Total}}$$

$$\text{Share Biaya Tenaga Kerja} = \frac{\text{Total Biaya Tenaga Kerja}}{\text{Biaya Total}}$$

c. Analisis Kinerja Pasar

Kinerja Pasar merupakan indikator kritis tentang bagaimana sebaiknya aktivitas pemasaran dari petani atau pedagang yang di konsentrasikan untuk kesejahteraan umum. Analisis kinerja industri

dilakukan dengan menggunakan analisis *Price Cost Margin* (PCM). Faktor ini diukur menggunakan margin keuntungan yang disebut *Price Cost Margin*. PCM merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga diatas biaya produksi, PCM, pengukuran kinerja PCM dihitung dengan persamaan:

$$PCM = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Biaya}} \times 100\%$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Uji Struktur Pasar

Struktur pasar menjadi ukuran penting dalam mengamati variasi perilaku dan kinerja industri, karena secara strategis dapat mempengaruhi kondisi persaingan serta tingkat harga produk. Dengan demikian, pengaruh itu akhirnya sampai pada kesejahteraan manusia. Struktur usaha dalam penelitian ini dengan melihat skala usaha berdasarkan pangsa pasar. Pangsa pasar merupakan kecenderungan perusahaan dalam menguasai pasar industri kecil dan menengah tahu di Kecamatan Grugujan. Data yang digunakan dalam perhitungan pangsa pasar adalah data output produksi terbesar dari industri-industri tahu dalam satu bulan. Dalam perhitungan mengenai struktur industri, ada dua pendekatan yang digunakan salah satunya adalah CR-4 dan IHH. Pertama dilakukan perhitungan menggunakan metode *market share* yang menjelaskan besaran penguasaan pangsa pasar yang dimiliki oleh sesuatu usaha bersangkutan.

Tabel 1: Perhitungan *Market Share*

No	Nama Pengusaha	Penjualan per Bulan (Rp)	Market Share (%)	No	Nama Pengusaha	Penjualan per Bulan (Rp)	Market Share (%)
1	Buadi	10.710.000	1,39	27	Roni	41.940.000	5,46
2	Samsul	6.420.000	0,84	28	Kus Sijo	29.070.000	3,79
3	Abdus Samad	16.260.000	2,12	29	Udit	20.070.000	2,61
4	Pudali	15.420.000	2,01	30	Sudi	15.420.000	2,01
5	Suaib	6.930.000	0,9	31	Abdul Hadi	19.440.000	2,53
6	Mustofa	9.420.000	1,23	32	Musey Juhari	5.820.000	0,76
7	Abu Hasan	22.680.000	2,95	33	Rusman	44.940.000	5,85
8	Sarito	3.450.000	0,45	34	Fauzi	35.040.000	4,56
9	Jakfar	1.620.000	0,21	35	Suarjo	7.770.000	1,01
10	Munawar	8.940.000	1,16	36	Dayat	11.070.000	1,44
11	Tohari	7.470.000	0,97	37	Ahmad Naim	23.520.000	3,06
12	Sutrisno	6.510.000	0,85	38	Rakmina	5.040.000	0,66
13	Matholla	7.080.000	0,92	39	Wasik	14.220.000	1,85
14	Muhlis	15.510.000	2,02	40	Miftahul Ulum	19.440.000	2,53
15	Hotip	10.020.000	1,3	41	Rusyana	4.170.000	0,54
16	Sup	2.430.000	0,32	42	Muhtadi	22.680.000	2,95
17	Sahria	40.710.000	5,3	43	Sutoyo	13.680.000	1,78
18	Nukdin	44.460.000	5,79	44	Prasetyo	18.420.000	2,4
19	Aris	8.010.000	1,04	45	Mohammad	7.620.000	0,99
20	Su Hairudin	9.720.000	1,27	46	Sutrisno	11.280.000	1,47
21	Fiki	13.860.000	1,8	47	Wibowo	4.350.000	0,57
22	Cung	5.520.000	0,72	48	Eko	3.810.000	0,5
23	Iwan	18.330.000	2,39	49	Lulut	15.390.000	2
24	Saktuman	11.940.000	1,55	50	Wawan Prasetyo	6.480.000	0,84
25	Busiriyanto	24.480.000	3,19	51	Jasmono	25.470.000	3,32
26	Halik	13.950.000	1,82		Total	768.000.000	100

Sumber: Data Diolah 2021

Lalu dari hasil market share dihitung konsentrasi pasar dengan digunakan rumus Rasio Konsentrasi (CR4) dan Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI). Rasio konsentrasi untuk N perusahaan terbesar dapat dihitung secara sederhana yaitu dengan menjumlahkan pangsa pasar N perusahaan terbesar tersebut (Arsyad dan Kusuma, 2014).

Tabel 2: Perhitungan *Rasio Konsentrasi (CR4)*

No	Nama Pengusaha	Penjualan per Bulan (Rp)	CR4 (%)
1	Sahria	40.710.000	5,30
2	Nukdin	44.460.000	5,79
3	Roni	41.940.000	5,46
4	Rusman	44.940.000	5,85
Total		172.050.000	22,40

Sumber: Data Dolah 2021

Dan perhitungan selanjutnya menggunakan rumus *Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI)* yang merupakan penjumlahan hasil kuadrat *Market Share* dari setiap perusahaan yang ada didalam indsutri dibagi dengan total *Market Share* yang ada didalam indsutri (Arsyad dan Kusuma, 2014).

Tabel 3: Perhitungan *Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI)*

No	Nama Pengusaha	HHI	No	Nama Pengusaha	HHI
1	Buadi	0,00019321	27	Roni	0,00298116
2	Samsul	0,00007056	28	Kus Sijo	0,00143641
3	Abdus Samad	0,00044944	29	Udit	0,00068121
4	Pudali	0,00040401	30	Sudi	0,00040401
5	Suaib	0,000081	31	Abdul Hadi	0,00064009
6	Mustofa	0,00015129	32	Musey Juhari	0,00005776
7	Abu Hasan	0,00087025	33	Rusman	0,00342225
8	Sarito	0,00002025	34	Fauzi	0,00027936
9	Jakfar	0,00000441	35	Suarjo	0,00010201
10	Munawar	0,00013456	36	Dayat	0,00020736
11	Tohari	0,00009409	37	Ahmad Naim	0,00093636
12	Sutrisno	0,00007225	38	Rakmina	0,00004356
13	Matholla	0,00008464	39	Wasik	0,00034225
14	Muhlis	0,00040804	40	Miftahul Ulum	0,00064009
15	Hotip	0,000169	41	Rusyana	0,00002916
16	Sup	0,00001024	42	Muhtadi	0,00087025
17	Sahria	0,002809	43	Sutoyo	0,00031684
18	Nukdin	0,00335241	44	Prasetyo	0,000576
19	Aris	0,00010816	45	Mohammad	0,00009801
20	Su Hairudin	0,00016129	46	Sutrisno	0,00021609
21	Fiki	0,000324	47	Wibowo	0,00003249
22	Cung	0,00005184	48	Eko	0,000025
23	Iwan	0,00057121	49	Lulut	0,0004
24	Saktuman	0,00024025	50	Wawan Prasetyo	0,00007056
25	Busiriyanto	0,00101761	51	Jasmono	0,00110224
26	Halik	0,00033124	Total		0,02989477

Sumber: Data Dolah 2021

Untuk mendapatkan kriteria dari Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI), maka: $0,02989477 \times 10.000 = 298,94$

4.2 Perilaku

CLR (*Capital to Labour Ratio*) adalah variabel yang digunakan untuk mengetahui perilaku yang terjadi pada Indsutri. Perilaku tersebut mengenai tehnik produksi pada Indsutri, tehnik itu lebih mengenai modal atau tenaga kerja (Wuryanto, 2007).

Tabel 4: Perhitungan *Capital to Labour Ratio*

No	Nama Pengusaha	Share Biaya Modal	Share Biaya Tenaga Kerja	CLR (%)	No	Nama Pengusaha	Share Biaya Modal	Share Biaya Tenaga Kerja	CLR (%)
1	Buadi	0,74	0,26	2,79	27	Roni	0,7	0,3	2,38
2	Samsul	0,76	0,24	3,13	28	Kus Sijo	0,7	0,3	2,3
3	Abdus Samad	0,79	0,21	3,88	29	Udit	0,7	0,3	2,34
4	Pudali	0,79	0,21	3,74	30	Sudi	0,73	0,27	2,7
5	Suaib	0,75	0,25	3,07	31	Abdul Hadi	0,67	0,33	2,04
6	Mustofa	0,76	0,24	3,2	32	Musey Juhari	0,72	0,28	2,57
7	Abu Hasan	0,75	0,25	3,03	33	Rusman	0,68	0,32	2,1
8	Sarito	0,75	0,25	3,07	34	Fauzi	0,71	0,29	2,48
9	Jakfar	0,75	0,25	3,05	35	Suarjo	0,73	0,27	2,77
10	Munawar	0,73	0,27	2,73	36	Dayat	0,75	0,25	2,99
11	Tohari	0,74	0,26	2,88	37	Ahmad Naim	0,73	0,27	2,71
12	Sutrisno	0,74	0,26	2,89	38	Rakmina	0,72	0,28	2,55
13	Matholla	0,75	0,25	3	39	Wasik	0,75	0,25	2,97
14	Muhlis	0,77	0,23	3,27	40	Miftahul Ulum	0,67	0,33	2,04
15	Hotip	0,74	0,26	2,8	41	Rusyana	0,69	0,31	2,25
16	Sup	0,72	0,28	2,51	42	Muhtadi	0,61	0,39	1,54
17	Sahria	0,72	0,28	2,6	43	Sutoyo	0,74	0,26	2,88
18	Nukdin	0,72	0,28	2,55	44	Prasetyo	0,72	0,28	2,52
19	Aris	0,73	0,27	2,66	45	Mohammad	0,71	0,29	2,48
20	Su Hairudin	0,74	0,26	2,78	46	Sutrisno	0,74	0,26	2,82
21	Fiki	0,75	0,25	3,03	47	Wibowo	0,69	0,31	2,18
22	Cung	0,7	0,3	2,34	48	Eko	0,68	0,32	2,14
23	Iwan	0,72	0,28	2,52	49	Lulut	0,7	0,3	2,36
24	Saktuman	0,73	0,27	2,76	50	Wawan Prasetyo	0,74	0,26	2,81
25	Busiriyanto	0,68	0,32	2,1	51	Jasmono	0,7	0,3	2,35
26	Halik	0,75	0,25	3,03		Jumlah	36,95	14,05	136,63

Sumber: Data Dolah 2021.

4.3 Kinerja

Kinerja merupakan hasil-hasil atau prestasi yang muncul di dalam pasar mengenai reaksi akibat terjadinya tindakan-tindakan para pesaing besar yang melakukan berbagai strategi perusahaanyaguna bersaing dan menguasai keadaan pasar. Kinerja pasar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti harga, keuntungan dan efisiensi (Arsyad dan Kusuma, 2014). Kinerja pasar mencerminkan bagaimana pengaruh kekuatan pesaing tingkat keuntungan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaanya. Tingkat keuntungan dapat dicerminkan melalui Price Cost-Margin (PCM).

Tabel 5: Perhitungan *Price Cost Margin*.

No	Nama Pengusaha	Penjualan per Bulan (Rp)	Biaya Total (Rp)	PCM (%)	No	Nama Pengusaha	Penjualan per Bulan (Rp)	Biaya Total (Rp)	PCM (%)
1	Buadi	10.710.000	7.828.530	1,37	27	Roni	41.940.000	27.355.420	1,53
2	Samsul	6.420.000	5.112.060	1,26	28	Kus Sijo	29.070.000	18.506.010	1,57
3	Abdus Samad	16.260.000	15.307.180	1,06	29	Udit	20.070.000	12.919.010	1,55
4	Pudali	15.420.000	14.099.060	1,09	30	Sudi	15.420.000	10.999.060	1,4
5	Suaib	6.930.000	5.441.990	1,27	31	Abdul Hadi	19.440.000	11.387.920	1,71
6	Mustofa	9.420.000	7.641.060	1,23	32	Musey Juhari	5.820.000	4.006.260	1,45
7	Abu Hasan	22.680.000	17.619.240	1,29	33	Rusman	44.940.000	26.884.420	1,67
8	Sarito	3.450.000	2.708.350	1,27	34	Fauzi	35.040.000	23.538.720	1,49
9	Jakfar	1.620.000	1.265.660	1,28	35	Suarjo	7.770.000	5.650.110	1,38
10	Munawar	8.940.000	6.436.420	1,39	36	Dayat	11.070.000	8.532.010	1,3
11	Tohari	7.470.000	5.597.210	1,33	37	Ahmad Naim	23.520.000	16.827.360	1,4
12	Sutrisno	6.510.000	4.887.930	1,33	38	Rakmina	5.040.000	3.448.720	1,46
13	Matholla	7.080.000	5.468.440	1,29	39	Wasik	14.220.000	10.887.460	1,31

14	Muhlis	15.510.000	12.774.930	1,21	40	Miftahul Ulum	19.440.000	11.387.920	1,71
15	Hotip	10.020.000	7.346.860	1,36	41	Rusyana	4.170.000	2.615.310	1,59
16	Sup	2.430.000	1.648.490	1,47	42	Muhtadi	22.680.000	11.119.240	2,04
17	Sahria	40.710.000	28.318.530	1,44	43	Sutoyo	13.680.000	10.232.240	1,34
18	Nukdin	44.460.000	30.479.780	1,46	44	Prasetyo	18.420.000	12.528.060	1,47
19	Aris	8.010.000	5.652.430	1,42	45	Mohammad	7.620.000	5.123.660	1,49
20	Su Hairudin	9.720.000	7.093.960	1,37	46	Sutrisno	11.280.000	8.309.040	1,36
21	Fiki	13.860.000	10.783.980	1,29	47	Wibowo	4.350.000	2.667.050	1,63
22	Cung	5.520.000	3.553.360	1,55	48	Eko	3.810.000	2.311.830	1,65
23	Iwan	18.330.000	12.452.190	1,47	49	Lulut	15.390.000	9.973.770	1,54
24	Saktuman	11.940.000	8.665.420	1,38	50	Wawan Prasetyo	6.480.000	4.762.640	1,36
25	Busiriyanto	24.480.000	14.636.640	1,67	51	Jasmono	25.470.000	16.471.210	1,55
26	Halik	13.950.000	10.859.850	1,28		Jumlah	768.000.000	532.124.000	72,8
						Rata-rata	15.058.824	10.433.804	1,43

Sumber: Data Dolah 2021.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan hasil bahwa dari *Indeks Herfiendhal – Hirschman* (HHI) adalah 298,94; yang berarti bahwa UMKM Tempe terdapat pada kriteria pasar Monopolistik seperti yang disampaikan pada table kriteria *Indeks Herfiendhal –Hirschman* (HHI).
- Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan hasil bahwa perilaku industri Tempe, dari perhitungan nilai CLR pada industri Tempe di Kecamatan Grujugan memiliki kecenderungan sebagai industri padat modal.
- Berdasarkan hasil penelitian ini ditemukan hasil bahwa kinerja industri Tempe mencerminkan bagaimana pengaruh kekuatan pesaing dan tingkat keuntungan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaannya. Hal ini dikarenakan bahwa industri kecil dan menengah Tempe di Kecamatan Grujugan dengan PCM tertinggi yakni Pelaku oleh PCM tertinggi dimiliki oleh UMKM Muhtadi dengan nilai sebesar 2,04% ternyata tidak menjadi industri Tempe dengan nilai *market share* tertinggi. Industri dengan PCM terbesar bahkan memiliki pangsa pasar yang lebih rendah dan PCM tidak dipengaruhi oleh penguasaan pangsa.

Referensi :

- Andiani, Indri. 2006. *Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja Industri Susu Di Indonesia* [skripsi]. Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Manajemen ITB, Bogor.
- Arini, Dien, 2013. *Analisis Kinerja Industri Kecil dan Menengah (IKM) Batik di Kota Pekalongan (Pendekatan Structure Conduct Performance)* [skripsi]. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Asmarantaka RW. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (ID): Departemen Agribisnis FEM-IPB
- Bain, J. S. 1968. *Industrial Organization. Edisi Kedua*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi13*. Jakarta: Erlangga.

- Martin, S. 1993. *Advanced Industrial Economics*. Black Well Waldman Published Cambridge, Massachusets.
- Mudrajad, Kuncoro.2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Pratama, Muda Restu. 2017. *Analisis Structure-Conduct-Performance (SCP) Pada Industri Kecil dan Menengah Makanan dan Olahan Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada IKM Tahu di Kecamatan Payung Sekaki*. JOM Fekon, Vol.4 No.1 (Februari)
- Steven, Achelis B. 1995. *Technical Analysis From A to Z*. Probush Publishing. Chicago. Illinoid. Cambridge. England
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Yogyakarta. Penerbit Andi.

BIOGRAFI PENULIS

Olifiyanti Irfani Dewi adalah mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Jember Indonesia. Penulis saat ini sedang menempuh studi pada semester sepuluh dan menjalani masa bimbingan informal dalam menyelesaikan penulisan Tugas Akhir. Untuk informasi lebih lanjut, beliau dapat dihubungi melalui olifiyantidewii@gmail.com