

Analisis Strategi Dan Keunggulan Bersaing Pada Industri Rumahan Ikan Asin Puger Dengan Pendekatan SCP (*Structure Conduct Performance*)

Merdini Dwi Untari, Trias Setyowati, SE, SH, MM, Ahmad Izzudin, SE. MM
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember
Email : merdini13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar industri ikan asin. Data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Data sekunder ini bersumber dari pelaku industri ikan asin Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Data primer diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 19 responden di Puger. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kualitatif melalui pendekatan teoritis Produk Struktur-Kinerja. Hal ini terjawab dengan dihitung dengan nilai CR4 pada industri kecil dan menengah ikan asin di Puger sebesar 35.35% dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $CR4 < 40\%$ maka struktur pasar industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berada pada pasar persaingan monopolistik. Hasil dari penghitungan *indeks herfindahl-hirschman* (IHH) juga didapat bahwa nilai IHH industri kecil dan menengah ikan asin di Puger yakni sebesar 562,82% artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 100-1000 yang artinya industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berada pada tipe pasar monopolistik.

Kata kunci: Struktur Pasar, Perilaku Pasar, Kinerja Pasar

ABSTRACT

This study aims to determine the market structure, market behavior and performance of the salted fish industry. The data used are secondary data and primary data. This secondary data is sourced from the salted fish industry in Puger District, Jember Regency. Primary data obtained from questionnaires distributed to 19 respondents at Puger. The data analysis method used in this study is descriptive analysis and qualitative analysis through a theoretical approach to Product Structure-Performance. This is answered by calculating the value of CR4 in small and medium industries of salted fish at Puger at 35.35%, thus it can be seen that the value of $CR4 < 40\%$, the market structure of small and medium salted fish at Puger is in the market of monopolistic competition. The results of the Hierarchical Index (IHH) calculation also found that the IHH value of small and medium salted fish in Puger was 562.82%, meaning that the IHH value ranged from 100-1000 which means that small and medium industries salted fish at Puger were at monopolistic market type.

Keywords: Market Structure, Market Behavior, Market Performance

1. Pendahuluan

Strategi perkembangan industri dan pada dasarnya menunjukkan arah bahwa di sektor perikanan, menciptakan struktur perekonomian yang tangguh, efisien dan fleksibel, menciptakan lapangan kerja dan memperbaiki pembagian pendapatan. Sebagai motor penggerak pembangunan bidang kelautan dan perikanan, diharapkan akan dapat memainkan peranan penting dalam kegiatan pembangunan daerah, baik dalam pemerataan pembangunan pertumbuhan ekonomi maupun stabilitas nasional. Banyak harapan telah ditumpukkan pada bidang kelautan dan perikanan namun harapan besar tersebut tentu yang perlu melihat pada potensi yang ada. Untuk mengubah potensi tersebut menjadi kenyataan, berbagai aspek harus dikaji lebih mendalam, apakah agribisnis dan agroindustri yang akan dikembangkan dapat menjalankan perannya seperti yang diharapkan. Salah satu peluang agribisnis yang cukup memberikan peluang yang cukup besar adalah peluang agribisnis perikanan laut (Ilyas, 2013).

Peluang agribisnis perikanan dapat dilihat dari 2 faktor, yaitu (1) faktor internal berupa potensi sumberdaya kelautan perikanan, potensi sumberdaya manusia dan teknologi, sarana dan prasarana serta pemasaran, (2) faktor eksternal yang berkaitan dengan aspek permintaan terhadap produk kelautan dan syarat-syarat yang menyertai permintaan tersebut dalam persaingan dengan daerah atau Negara lain. Peluang dan prospek hasil pengembangan perikanan laut untuk tingkat nasional dan internasional masih cukup besar. Secara umum perdagangan hasil perikanan dunia yang berasal dari hasil penangkapan, setiap tahun harus terus meningkat. Hal ini tercermin dari nilai pertumbuhan import dunia yang meningkat dengan volume rata-rata 1,23% pertahun dan nilainya 3,08% pertahun.

Produksi perikanan Indonesia saat ini mencapai kisaran 4,8 juta ton pertahun. Dari jumlah tersebut lebih kurang 3,7 juta ton atau sekitar 78% adalah hasil produksi dari sector perikanan laut. Dari total produksi perikanan laut sekitar 2,4 juta ton, hanya 0,3 ton yang diekspor ke luar negeri (Data statistic tahun 2013). Terdapat beberapa tantangan dalam pelaksanaan pemasaran komoditi perikanan, di Indonesia antara lain persaingan pasar local dan pasar-pasar internasional dari banyak Negara lain. Dalam pemasaran komoditi perikanan terdapat dua saluran distribusi pemasaran yakni pemasaran dalam negeri (Domestik) dan luar negeri (Ekspor).

Pasar di dalam negeri untuk produk perikanan Indonesia memiliki prospek yang cukup baik. Hal ini berkaitan dengan peranannya sebagai penyedia bahan protein hewani dan bahan baku. Peranan ikan sebagai penyedia bahan pangan protein hewani sangat penting dalam rangka meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, karena ikan merupakan makanan berprotein tinggi yang banyak mengandung asam amino essensial (W-3). Pada tahun 2014 konsumsi total dalam negeri diproyeksikan meningkat sebesar 4,32% pertahun.

Berkaitan dengan hal diatas serta memperhatikan elastisitas terhadap permintaan akan ikan yang masih positif, maka pangsa pasar hasil perikanan didalam negeri diperkirakan cukup besar dimasa mendatang. Kebutuhan konsumsi ikan perkapita penduduk Indonesia menunjukkan adanya peluang bisnis kelautan perikanan yang dapat dimanfaatkan dengan meningkatkan produktivitas hasil ikan terutama dari kegiatan tangkap (peluang pemanfaatan 29,3%). Ikan memiliki kandungan gizi yang sangat tinggi, dengan kadar protein sebesar 18-30%. Ikan digemari oleh semua lapisan masyarakat, disbanding produk lainnya. Ikan memiliki efek yang baik bagi kesehatan, dagingnya relative lunak, lebih cepat dan mudah diolah serta harnya murah (Afrianto, 2013).

Akan tetapi dalam kandungan air dan protein yang tinggi dengan kondisi pH mendekati netral, ikan juga menjadi media yang sangat baik bagi pertumbuhan bakteri pembusuk, sehingga ikan menjadi cepat mudah rusak. Dengan kelemahan tersebut telah dirasakan sangat menghambat usaha pemasaran hasil ikan bahkan menimbulkan kerugian besar, terutama pada saat produksi ikan melimpah. Oleh karena itu perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan daya simpan dan kualitas produk perikanan melalui proses pengolahan atau pengawetan, salah satu alternatifnya adalah dengan pemindangan.

Indonesia memiliki sumber daya perikanan yang kaya dan potensial, baik dari perikanan laut, perairan umum maupun perikanan budidaya. Menurut data statistik perikanan dan kelautan tahun 2008, perbandingan jumlah produksi sub sektor perikanan laut pada tahun 1988 dan tahun 2007 terlihat jelas kenaikannya mencapai lebih dari 100%, sedangkan jumlah produksi sub sektor perikanan budidaya kenaikannya sangat fantastis, yaitu mencapai 60%. Hal ini menunjukkan tingginya minat para pelaku usaha perikanan dalam mengembangkan usahanya, terutama di sub sektor perikanan budaya (Nainggolan, 2010).

Sangat disayangkan peningkatan jumlah produksi ini belum diimbangi dengan peningkatan mutu, ditunjukkan bahwa 20% dari produksi perikanan Indonesia bermutu tinggi, 30%-40% bermutu sedang dan 40%-60% bermutu rendah. Untuk pemanfaatan produksinya 50% dijual ke pasar dalam bentuk ikan segar, 40% diolah secara tradisional dan 10% diolah secara modern. Dari data ini terlihat bahwa secara nilai ekonomi, produksi perikanan Indonesia masih sangat rendah, karena sebagian besar hanya dijual dalam bentuk segar sehingga perlu dilakukan diversifikasi produk yang tentu saja didukung dengan penerapan teknik sanitasi dan higiene yang baik, sehingga diperoleh produk dengan mutu yang baik dan nilai jual tinggi (Nainggolan, 2010).

Di Indonesia produksi ikan asin memang masih dibawah ikan asin, bahkan pengolahan ikan masih mendominasi pemanfaatan hasil perikanan Indonesia yaitu sekitar 31,6% dari 6,26 ton ikan produksi Indonesia pada tahun 1997. Suatu jumlah yang sangat besar mengingat pemindangan (menempati urutan ke 2) tidak lebih dari 5,8% saja. Padahal dalam upaya pemenuhan gizi masyarakat, ikan asin bukan pilihan yang tepat. Produk-produk berkadar garam rendah dapat dikonsumsi dalam jumlah besar, seperti asin merupakan pilihan paling tepat (Ilyas, 2013). Ikan asin memiliki potensi besar untuk dikembangkan, terutama untuk persediaan protein bagi masyarakat, lebih-lebih dengan kandungan asam lemak esensialnya yang dapat memberikan efek baik bagi kesehatan. Dilihat dari segi penerima konsumen, ikan asin mudah diterima dan mudah diolah melalui proses pengolahan yang sederhana.

Pada dasarnya tujuan dalam mendirikan perusahaan adalah mencari laba semaksimal mungkin. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu untuk menarik konsumen melakukan pembelian maka perusahaan harus bias menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi.

Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi (*marketing mix*). Memasuki perdagangan bebas AFTA (*Asean Free Trade Association*)

tahun 2003 yang lalu sampai sekarang, hampir semua organisasi bisnis menghadapi persaingan dan tantangan dalam suatu lingkungan yang sarat dengan perubahan. Agar berhasil dalam kondisi saat ini, diperlukan strategi pemasaran berorientasi pasar yang dapat mengantisipasi seluruh keinginan konsumen, mengatasi ancaman persaingan, dan memperkuat keunggulan bersaing. Perubahan pola bersaing global tersebut mutlak memerlukan analisis terhadap segala kekuatan lingkungan yang mempengaruhi perubahan secara berkesinambungan. Menurut Jauch dan Glueck (2009:82) “perusahaan yang secara sistematis menganalisis lingkungan akan lebih efektif daripada perusahaan yang tidak melakukannya”. Secara umum peningkatan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu faktor internal perusahaan (hal-hal yang dapat dikendalikan perusahaan, misalnya mutu produk, kemasan, harga, dan lain-lain) dan faktor eksternal perusahaan (hal-hal yang berada diluar jangkauan perusahaan, misalnya globalisasi, teknologi, deregulasi, selera, situasi politik, dan lain-lain).

Pada pelaksanaannya alat pemasaran (*marketing mix*) tersebut dilakukan secara berbeda-beda dan unik, tetapi tujuan akhir dari *marketing mix* tersebut adalah meningkatkan penjualan dari produk yang dihasilkan perusahaan tersebut dan menghasilkan laba. Walaupun laba bukan satu-satunya tujuan perusahaan didirikan, tetapi ia tidak boleh diabaikan begitu saja, sebab kelangsungan hidup perusahaan ditentukan seberapa besar sumbangan yang mampu diberikan dalam bentuk laba atas investasi-investasi yang dilakukan, pada suatu kegiatan usaha tertentu. Oleh karena itu pengolahan yang baik terhadap semua aktifitas perusahaan terutama yang berhubungan dengan aktifitas pemasaran.

Pengolahan ikan asin secara tradisional biasanya kurang memperhatikan aspek sanitasi dan higienitas sehingga dapat menyebabkan rendahnya mutu, daya simpan dan keamanan produknya. Ikan asin dipasarkan biasanya hanya 1-2 hari dan relative tidak terjamin keamanannya. Selain itu mutu ikan asin yang dihasilkan selama ini masih belum memuaskan yakni penampilannya kurang menarik, banyak luka, terkelupas, daging retak, warna agak kecoklatan, berbau sedikit tengik, sehingga menyebabkan harga ikan menjadi rendah dan jangkauan pemasarannya sangat terbatas pada pasar-pasar tradisional yang jaraknya sangat dekat.

Disamping itu dengan model produk asin yang sudah ada sekarang sering menimbulkan kendala dalam penyajian. Karena ikan asin sebelum dikonsumsi harus melalui tahapan pemasakan terlebih dahulu, dengan kondisi duri-duri yang dikandungnya akan menyebabkan kendala dalam pengkonsumsinya. Oleh karena itu perlu adanya alternatif pengolahan ikan asin menjadi produk ikan asin siap saji melalui kombinasi dan penggaraman dan pemasakan bertekanan (*press cooking*), pertumbuhan (*seasoning*) dan perbaikan pengemasan (*packing*). Dengan perbaikan proses pemindangan tersebut akan dihasilkan asin dengan mutu yang lebih baik, daya simpan lebih tinggi, duri menjadi renyah dan penyajiannya relatif lebih cepat dan praktis.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian pengusaha dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha tersebut dapat berjalan lancar.

Para pelaku usaha ikan asin di Puger sebagai perusahaan tempat pengolahan ikan asin tampaknya mengalami masalah sehubungan dengan strategi dan keunggulan bersaing hal tersebut tampak pada volume penjualan. Masalah yang dialami oleh pelaku usaha ikan asin di Puger adalah terjadinya volume penjualan seperti pada table 1. Penetapan harga yang relatif nampaknya disebabkan biaya distribusi yang ditanggung para pengusaha cukup tinggi sehingga berpengaruh terhadap volume penjualan.

Tabel 1: Tabel Perkembangan Volume Penjualan Pengusaha Ikan Asin Puger Tahun 2013-2018

Tahun	Volume Penjualan (Ton)
2013	528
2014	480
2015	432
2016	288
2017	284
2018	192

Sumber: Perikanan Puger 2018

Agar Para pelaku usaha ikan asin di Puger dapat meningkatkan volume penjualan, perusahaan melakukan rancangan sistem perbaikan strategi dan keunggulan sehingga tidak kalah dalam persaingan yang efektif dan efisien. Dimana rancangan tersebut mencakup kegiatan seperti : peningkatan kualitas bahan baku yang dipergunakan, penetapan harga disesuaikan dengan perusahaan pesaing, ketepatan waktu dalam pengiriman (transportasi), pengendalian persediaan penanganan pesanan, penanganan barang (penggudangan) dengan baik dan penggunaan promosi yang efisien dan efektif. Dengan perancangan system yang baik untuk variabel strategi dan keunggulan bersaing. Adapun para pelaku usaha yang ada di Puger dapat dilihat pada tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2: Daftar Nama Perusahaan Ikan Asin Puger 2018

No	Nama Perusahaan
1	UD. Juwarni
2	UD. Gelisah
3	UD. Yayuk
4	UD. Haji Bahri
5	UD. Bawon Makmur
6	UD. Tatik Jaya
7	UD. Siti
8	UD. Riyah
9	UD. Setia Jaya
10	UD. Haji Maseni
11	UD. Munamunidi
12	UD. Berkah
13	UD. Maryam Puger
14	UD. Haji Siri
15	UD. MAMA ANI
16	UD. Haji Bar'a
17	UD. Haji Na'i
18	UD. Roha Jaya
19	UD. Haji Arip

Sumber: Perikanan Puger 2018

Berdasarkan pada tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa persaingan industri rumahan ikan asin di Puger cukup ketat. Terdapat 19 industri rumahan yang masing-masing menampilkan strategi terbaiknya guna memenuhi keunggulan dalam persaingan. Penelitian terdahulu yang menggunakan metode *structure conduct performance* yang dilakukan oleh Putra (2017) dengan hasil Pangsa pasar sebesar 15,2%, CR4 sebesar 43,16%, CLR sebesar 1,388%-16,25% dan kinerja industri sebesar 47,39 %, Sholeh dan Rakhmawati (2017) dengan hasil Pangsa pasar sebesar 17,2%, CR4 sebesar 40,46%, CLR sebesar 1,398%-6,25% dan kinerja industri sebesar 46,41 %, Pratama (2017) dengan hasil Pangsa pasar sebesar 10,2%, CR4 sebesar 60,16%, CLR sebesar 1,268%-16,25% dan kinerja industri sebesar 39,13 %, dan Siregar (2017) dengan hasil penelitian Pangsa pasar sebesar 19,4%, CR4 sebesar 39,73%, CLR sebesar 1,116%-9,45% dan kinerja industri sebesar 39,81 %. Berdasarkan data dan fenomena diatas maka penulis meneliti industri rumahan ikan asin di Puger menggunakan metode pendekatan SCP karena masalah ini menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena langkah ini menentukan kemana suatu penelitian diarahkan. Perumusan masalah pada hakekatnya merupakan perumusan pernyataan yang jawabannya akan dicari melalui penelitian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan struktur, perilaku dan kinerja terhadap industri rumahan ikan asin Puger ?
2. Seberapa besar pengaruh struktur, perilaku dan kinerja terhadap industri rumahan ikan asin Puger ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk menganalisis penerapan struktur, perilaku dan kinerja terhadap industri rumahan ikan asin Puger.
2. Untuk menganalisis pengaruh struktur, perilaku dan kinerja terhadap industri rumahan ikan asin Puger.

Kegunaan Penelitian

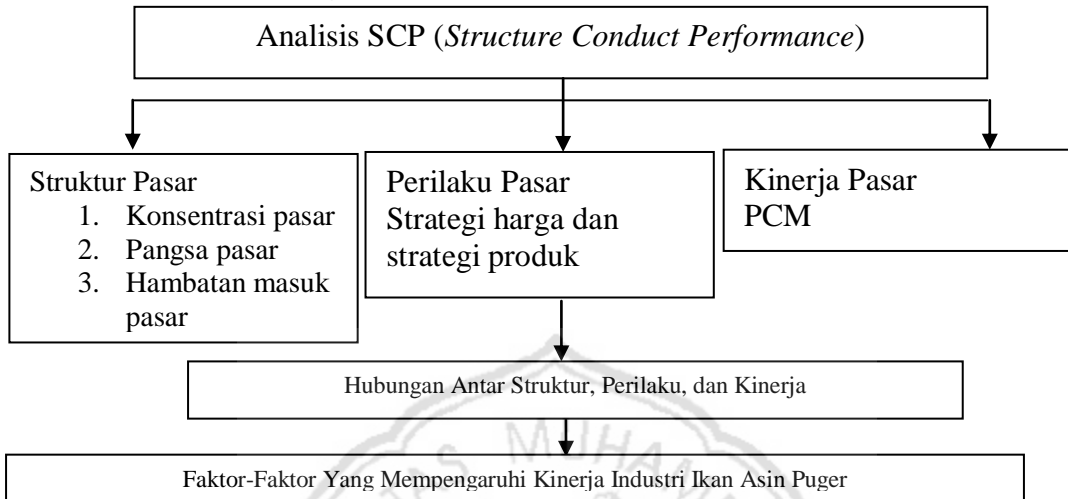
1. Perusahaan
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi Pihak Lain /Almamater
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *structure conduct performance*.
3. Bagi penyusun
Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai *structure conduct performance*.

2. Metode Penelitian

Dalam merancang suatu penulisan, dikenal penelitian eksploratif dan konklusif, dimana penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan variabel terikat, penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kuantitatif dan kualitatif bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau

lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Dengan kata lain penelitian kuantitatif dan kualitatif mempertanyakan masalah sebab akibat (Kuncoro, 2009).

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Jaya (2006)

Gambar 1 diatas menjelaskan bagai mana alur analisis SCP (*Structure Conduct Performance*). Struktur pasar yang meliputi konsentrasi pasar, pangsa pasar, dan hambatan masuk pasar. Perilaku pasar meliputi strategi harga dan strategi produk, dan kinerja pasar yang meliputi PCM (*Price Cost Margin*). Ketiga aspek tersebut yakni struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar memiliki hubungan untuk menjelaskan strategi dan keunggulan bersaing. Struktur pasar dan perilaku pasar merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kinerja pasar ikan asin Puger.

Populasi adalah sejumlah penduduk atau individu yang paling sedikit mempunyai suatu sifat yang sama. Jadi populasi adalah jumlah keseluruhan dan unit analisis yang cirinya akan diduga (Kuncoro, 2009). Berdasarkan pendapat ahli tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah semua para pelaku industri ikan asin Puger yakni sebanyak 19 industri rumahan. Sampel adalah merupakan bagian kecil dari suatu populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diambil diharapkan dapat menggambarkan hasil yang sesungguhnya dari populasi (Kuncoro, 2009). Menurut Sugiyono sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (Sugiyono,2012).

Metode *purposive sampling* dilakukan dengan cara menyebarkan pernyataan-pertanyaan melalui kuisioner kepada objek penelitian atau responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini populasinya sangat besar dan tidak terbatas. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan populasi yang ada yaitu industri ikan asin Puger yaitu sebanyak 19 industri. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak

memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini menggunakan teknik penentuan sampel dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012) metode *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (berdasarkan kriteria yang ditentukan), artinya teknik ini dilakukan dimana peneliti memilih sampel berdasarkan penelitian terhadap karakteristik anggota sampel dengan maksud penelitian berdasarkan ciri khas atau kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang diambil sebagai berikut:

- a. Pemilik usaha ikan asin
- b. Menggeluti usaha lebih dari 1 tahun
- c. Memiliki karyawan

3. Hasil Dan Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dari seluruh sampel 19 UMKM ikan asin di Puger telah diperoleh data yaitu :1) Identitas responden seperti responden berdasarkan tingkat umur, responden berdasarkan tingkat pendidikan, lama menjalankan usaha, dan jumlah tanggungan. 2) Kondisi Industri Ikan asin seperti modal awal, tenaga kerja, modal awal, usaha, biaya operasional, pendapatan, laba/rugi.

a. Hasil Uji Struktur Pasar

Dalam perhitungan mengenai struktur industri, ada dua pendekatan yang digunakan salah satunya adalah CR-N dan IHH . Pertama dilakukan perhitungan menggunakan metode *market share* , konsentrasi pasar, dan hambatan masuk pasar yang menjelaskan besaran penguasaan pangsa pasar yang dimiliki oleh sesuatu usaha bersangkutan dapat dilihat pada tabel 3 :

Tabel 3: Perhitungan Market Share

Unit Usaha	Output (Xi) (Rp.)	Market Share (MS) (%)
UD. Juwarni	336.000.000	8,46
UD. Gelisah	389.000.000	8,57
UD. Haji Bahri	321.000.000	8,19
UD. Bawon Makmur	366.000.000	8,51
UD. Tatik Jaya	399.000.000	8,67
UD. Siti	357.000.000	8,50
UD. Riyah	331.000.000	8,43
UD. Setia Jaya	374.000.000	8,54
UD. Haji Maseni	356.000.000	8,49
UD. Munamunidi	321.000.000	8,56
UD. Berkah	366.000.000	8,46
UD. Maryam Puger	399.000.000	8,57
UD. Haji Siri	357.000.000	8,49
UD. MAMA ANI	331.000.000	8,19
UD. Haji Bar'a	374.000.000	8,51
UD. Haji Na'i	336.000.000	8,67
UD. Roha Jaya	374.000.000	8,51
UD. Haji Arip	336.000.000	8,67
UD. Yayuk	356.000.000	8,49

Sumber: Data Yang Diolah 2019

Hasil *market share* dihitung dari *output* industri ikan asin sejak bulan januari

hingga februari 2019. 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.

Dan perhitungan selanjutnya menggunakan rumus *Indeks Herfiendhal – Hirschman (HHI)* yang merupakan penjumlahan hasil presentase *Market Share* dari setiap perusahaan yang ada didalam indsutri di bagi dengan jumlah industri ikan asin yang ada didalam penelitian ini yakni 19 industri.

Tabel 4 : Perhitungan Indeks Herfiendhal –Hirschman (HHI)

Pelaku Indsutri	Nilai Indeks Herfiendhal
UD. Juwarni	0.445263158
UD. Gelisah	0.451052632
UD. Haji Bahri	0.431052632
UD. Bawon Makmur	0.447894737
UD. Tatik Jaya	0.456315789
UD. Siti	0.447368421
UD. Riyah	0.443684211
UD. Setia Jaya	0.449473684
UD. Haji Maseni	0.446842105
UD. Munamunidi	0.450526316
UD. Berkah	0.445263158
UD. Maryam Puger	0.451052632
UD. Haji Siri	0.446842105
UD. MAMA ANI	0.431052632
UD. Haji Bar'a	0.447894737
UD. Haji Na'i	0.456315789
UD. Roha Jaya	0.447894737
UD. Haji Arip	0.456315789
UD. Yayuk	0.446842105

Sumber: Data yang Diolah 2019

b. Analisis SCP (*Structure Conduct Performance*)

SCP (*Structure Conduct Performance*) 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.

Tabel 5: Perhitungan *Structure Conduct Performance*

Unit Usaha	Share Biaya Modal	Share Biaya Tenaga Kerja	SCP (%)
UD. Juwarni	0,77	0,23	3
UD. Gelisah	0,81	0,19	3
UD. Haji Bahri	0,79	0,22	4
UD. Bawon Makmur	0,85	0,19	3
UD. Tatik Jaya	0,81	0,20	4
UD. Siti	0,78	0,21	3,5
UD. Riyah	0,82	0,21	4,5
UD. Setia Jaya	0,88	0,19	3
UD. Haji Maseni	0,86	0,23	3
UD. Munamunidi	0,77	0,18	3
UD. Berkah	0,81	0,17	3
UD. Maryam Puger	0,79	0,22	3
UD. Haji Siri	0,85	0,20	3
UD. MAMA ANI	0,81	0,23	3
UD. Haji Bar'a	0,78	0,23	3
UD. Haji Na'i	0,82	0,19	3
UD. Roha Jaya	0,88	0,22	4,5
UD. Haji Arip	0,82	0,19	3
UD. Yayuk	0,88	0,22	4,5

Sumber: Data Yang Diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3, besaran nilai SCP dari 19 industri ikan asin Puger berkisar 3 sampai 4,5%. Industri ikan asin pada UD. Juwarni, UD. Gelisah, UD. Bawon Makmur, UD. Setia Jaya, UD. Haji Maseni, UD. Munamunidi, UD. Berkah, UD. Maryam Puger, UD. Haji Siri, UD. MAMA ANI, UD. Haji Bar'a, UD. Haji Na'l, dan UD. Haji Arip dengan nilai SCP sebesar 3%, UD. Siti dengan nilai SCP sebesar 3,5%, UD. Haji Bahri dan UD. Tatik Jaya dengan nilai SCP sebesar 4%, UD. Riyah, UD. Roha Jaya, dan UD. Yayuk dengan nilai SCP sebesar 4,5%. Perolehan angka SCP tersebut menunjukkan bahwa 19 industri ikan asin Puger belum sepenuhnya menguasai pasar. Indikasi hal ini adalah persaingan pasar ikan asin Puger yang cukup ketat sehingga hambatan untuk masuk pasar besar karena masih banyak industri ikan asin di Puger yang menghambat dari 19 industri tersebut untuk menguasai pasar.

c. Analisis 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 perusahaanyguna bersaing dan menguasai keadaan pasar. Kinerja pasar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti harga, keuntungan dan efisiensi.

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 6 : Perhitungan *Price Cost Margins*

Unit Usaha	Output (Xi) (Rp.)	TC	PCM (%)
UD. Juwarni	336.000.000	240.000.000	24,52
UD. Gelisah	389.000.000	300.000.000	29,58
UD. Haji Bahri	321.000.000	270.000.000	25,81
UD. Bawon Makmur	366.000.000	300.000.000	14,09
UD. Tatik Jaya	399.000.000	300.000.000	17,73
UD. Siti	357.000.000	300.000.000	13,56
UD. Riyah	331.000.000	180.000.000	32,33
UD. Setia Jaya	374.000.000	228.000.000	40,77
UD. Haji Maseni	356.000.000	300.000.000	17,33
UD. Munamunidi	321.000.000	240.000.000	24,52
UD. Berkah	366.000.000	312.000.000	9,81
UD. Maryam Puger	399.000.000	300.000.000	12,68
UD. Haji Siri	357.000.000	300.000.000	15,22
UD. MAMA ANI	331.000.000	300.000.000	13,17
UD. Haji Bar'a	374.000.000	330.000.000	15,22
UD. Haji Na'i	336.000.000	132.000.000	82,32
UD. Roha Jaya	374.000.000	300.000.000	15,77
UD. Haji Arip	336.000.000	132.000.000	82,32
UD. Yayuk	356.000.000	300.000.000	15,77

Sumber: Data Yang Diolah 2019

d. Pembahasan

Struktur pasar industri kecil dan menengah ikan asin di Puger dapat dilihat dari berbagai hal antara lain perkembangan ikan asin di Puger. Selain dari data penjualan struktur pasar tahu juga dapat dilihat dari tingkat konsentrasi rasio empat perusahaan terbesar. Hal ini terlihat dengan penghitungan untuk mencari struktur pasar dilakukan dengan 2 cara yakni dengan pengukuran rasio konsentrasi 4 perusahaan terbesar dan pengukuran menggunakan *indeks herfindahl-hirschman (IHH)*. Pasar persaingan monopolistik adalah pasar dimana perusahaan dapat masuk dengan bebas memproduksi mereknya sendiri atau versi suatu produk yang dibedakan. Hal tersebut sesuai dengan teori dimana pasar ini menjual produk yang cenderung sama, tapi memiliki banyak perbedaan khususnya dengan produk lain, seperti misalnya dari cara pengemasan, ukuran ataupun warna.

UMKM ikan asin di Puger rata-rata memiliki pangsa pasar monopolistik, hal ini sesuai dengan teori dimana derajat kekuatan pasar tidak terjadi jika terdapat perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang hampir sama dalam suatu industri. Sehingga apa yang terjadi di hasil penelitian ini sesuai dengan hasil – hasil penelitian terdahulu serta teori yang mendukung penelitian ini dan sesuai hipotesis yang mengatakan bahwa hasil penelitian untuk struktur industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berbentuk pasar

monopolistik. Hal ini terjawab dengan dihitung dengan nilai CR4 pada industri kecil dan menengah ikan asin di Puger dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai CR4 < 40% maka struktur pasar industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berada pada pasar persaingan monopolistik. Hasil dari penghitungan *indeks herfindahl-hirschman* (IHH) juga didapat bahwa nilai IHH industri kecil dan menengah ikan asin di Puger yakni sebesar 8.498947 % artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 100-1000 yang artinya industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berada pada tipe pasar monopolistik.

Padat modal merupakan industri yang dibangun dengan modal besar dan didukung teknologi. Teknik produksi padat modal, dilihat dari banyak terdapat modal dari pada tenaga kerja. Dalam penggunaan industri padat modal penghematan bahan baku bagi industri merupakan kata kunci untuk menghasilkan efisiensi perusahaan. SCP adalah variabel yang tepat digunakan untuk mengetahui perilaku yang terjadi pada industri. Penentuan harga jual suatu produk tidak terlepas dari biaya produksi yang merupakan faktor utama, disamping faktor lainnya seperti saluran distribusi, modal dan biaya tenaga kerja. Saluran distribusi yang rumit juga akan menjadikan harga menjadi lebih mahal.

Sehingga apa yang terjadi di hasil penelitian ini sesuai dengan hasil – hasil penelitian terdahulu serta teori yang mendukung penelitian ini dan sesuai hipotesis yang mengatakan bahwa hasil dari penelitian terhadap perilaku industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berbentuk padat modal. Hal ini terjawab dari hasil penelitian perhitungan nilai SCP industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berkisar 2,846 - 6,142. Dengan total SCP sebesar 81,62 % hal ini berarti terjadi sesuai dugaan industri ikan asin di Puger adalah industri pada golongan padat modal. Industri padat modal adalah industri yang membutuhkan modal lebih besar dari tenaga kerja. Dapat disimpulkan bahwa modal dalam industri ikan asin di Puger sangat besar.

Kinerja pasar mencerminkan bagaimana pengaruh kekuatan pasar terhadap harga dan efisiensi. Tingkat keuntungan suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaannya. Tingkat keuntungan dapat dicerminkan melalui *Price-Cost-Margin* (PCM). Burhan, Suman, Pudjiharjo dan Soetjipto (2011) menyimpulkan bahwa keuntungan tidak berasal dari penguasaan pangsa pasar. Tidak menjamin suatu usaha yang memiliki pangsa pasar besar akan memiliki keuntungan yang besar pula. Akan tetapi keuntungan dapat juga berasal dari penekanan biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya sewa/ listrik dan biaya tenaga kerja. Penelitian ini dan sesuai hipotesis dan teori yang mengatakan bahwa keuntungan yang diperoleh PCM tidak dipengaruhi oleh penguasaan pangsa pasar terjawab benar dan Efisiensi dari industri kecil dan menengah ikan asin di Puger adalah efisiensi rendah. Efisiensi rendah yaitu yang menggambarkan perusahaan mempunyai kinerja yang tidak baik, baik dari sisi tenaga kerjanya ataupun dari sisi perusahaan itu sendiri (Febriyanti, 2006). Berdasarkan hasil perhitungan PCM dari seluruh industri kecil dan menengah ikan asin di Puger didapat rata-rata sebesar 23,8 %. Adapun penjelasan sederhana mengenai PCM tertinggi dimiliki oleh UMKM 19 dengan nilai sebesar 82,32 % dan nilai PCM terendah dengan nilai sebesar 9,81%. Hal ini dikarenakan bahwa UMKM ikan asin di Puger dengan PCM tertinggi yakni Pelaku UMKM 19 sebesar 82.32% ternyata tidak menjadi industri ikan asin di Puger dengan nilai MS tertinggi. Industri dengan PCM terbesar bahkan memiliki pangsa pasar yang lebih rendah.

4. Kesimpulan Dan Saran

a. Kesimpulan

Melihat hasil penelitian yang sudah dianalisis dan melihat keberadaan industri tahu dalam kondisi persaingan yang ketat, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. UMKM ikan asin di Puger rata-rata memiliki pangsa pasar monopolistik, hal ini sesuai dengan teori dimana derajat kekuatan pasar tidak terjadi jika terdapat perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang hampir sama dalam suatu industri.
2. Hasil dari penghitungan *indeks herfindahl-hirscman* (IHH) juga didapat bahwa nilai IHH industri kecil dan menengah ikan asin di Puger yakni sebesar 8.498947 % artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 100-1000 yang artinya industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berada pada tipe pasar monopolistik.
3. SCP industri kecil dan menengah ikan asin di Puger berkisar 2,846 - 6,142. Dengan total SCP sebesar 81,62 % hal ini berarti terjadi sesuai dugaan industri ikan asin di Puger adalah industri pada golongan padat modal. Industri padat modal adalah industri yang membutuhkan modal lebih besar dari tenaga kerja. Dapat disimpulkan bahwa modal dalam industri ikan asin di Puger sangat besar.
4. UMKM ikan asin di Puger dengan PCM tertinggi yakni Pelaku UMKM 19 sebesar 82.32% ternyata tidak menjadi industri ikan asin di Puger dengan nilai MS tertinggi. Industri dengan PCM terbesar bahkan memiliki pangsa pasar yang lebih rendah.

b. Saran

Setelah melihat hasil kesimpulan yang ada maka dapat dituliskan beberapa saran.

1. Untuk para pelaku Industri ikan asin di Puger di harapkan dapat mengerti kondisi struktur Industri ikan asin di Puger berbentuk monopolistik, perilaku ikan asin di Puger berbentuk Industri Padat Modal dan kinerja pada ikan asin di Puger memiliki efisiensi rendah.
2. Perlu dukungan pemerintah untuk lebih memperhatikan dan memusatkan perhatian kepada Industri ikan asin di Puger agar lebih berkembang lagi. Yaitu dengan memberikan pelatihan untuk peningkatan keahlian tenaga kerja, agar dengan keahlian tenaga kerja tersebut dapat mendorong Industri ikan asin di Puger untuk mengembangkan berbagai produk buah lainnya. Selain itu perlu sosialisasi dan seminar dari pemerintah untuk lebih memperkenalkan Industri ikan asin di Puger ke masyarakat luas, ataupun fasilitas lain yang dibutuhkan.

Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Industri ikan asin di Puger berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianto, Eddy. 2013. *Pakan Ikan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Bain, J. S. 2006. *Industrial Organization*. Edisi Kedua. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Cramer, Gail L., and Clarence W. Jensen. 2006. *Agricultural Economics and Agribusiness 6th Edition*. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Glueck, William F. dan Jauch, Lawrence R. *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga, 2006.
- Hasibuan S.P. Malayu. 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta, Gunung Agung.
- Ilyas, Wirawan. 2013. *Perikanan Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jaya, Wihana Kirana. 2006. *Ekonomi Industri*. BPFE. Yogyakarta.
- Koch I, 2006, *Income Smoothing : An Experiment, The Accounting Review*, Vol 1 No 2 (Juli) Hal 575-585.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga. Jakarta.
- Martin, 2006 “An ERP Strategy”, *Fortune*, February 1998, pp.95-97.
- Nursyafira. 2015, “*Principle and Practice of Structural Equation Modeling*”, Third Edition. New York Guilford Press.
- Putra, 2017. *Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Dan Bolu (Dengan Menggunakan Metode SCP)*. Universitas Riau.
- Pratama, 2017. *Analisis Stucture Conduct Performance Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada IKM Tahu Di Kecamatan Payung Sekaki)*. Universitas Riau.
- Sholeh dan Rakhmawati (2017). *Analisis Industri Televisi Lokal Swasta TV-9 Jawa Timur Dengan Pendekatan SCP (Strcture Conduct Performance)*. Universitas Trunojoyo Madura.

Siregar (2017). *Analisis SCP (Structure Conduct Performance) Pada Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia*.

Slade, Michelle. A. 2006. *Psychological Plan For Perinatal Care. The British Psychological Society Article* vol.23. 194-197

Soekartawi, 2007, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil – Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

Teguh.2010.*Manajemen Sumber Daya Manusia*.Jakarta:Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy 2007. *Strategi Pemasaran (Edisi II)*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

