

Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar Pada Sentra Industri Bakpia Yogyakarta

Analysis of the structure, behavior and performance in industrial markets bakpia Yogyakarta

Tri Candra Natalia¹⁾, Panji Deoranto²⁾ dan Mas'ud Effendi²⁾

¹⁾ Alumni Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya

²⁾ Staff pengajar Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya

ABSTRAK

Bakpia merupakan produk makanan khas dari daerah Yogyakarta. Sentra industri bakpia terletak di sepanjang jalan KS Tubun yang lebih dikenal dengan nama daerah Pathok. Pemasaran pada sentra industri bakpia terjadi persaingan yang tidak sehat antar masing-masing produsen bakpia. Hal ini merupakan suatu permasalahan yang kritis dan harus segera dicari solusi untuk mengatasinya. Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran adalah analisis SCP (*Structure-Conduct-Performance*). Penelitian ini dilaksanakan di sentra industri bakpia Jl K. S. Tubun Yogyakarta pada bulan Juni 2011 – Agustus 2011. Penelitian bertujuan untuk mengetahui struktur, perilaku dan kinerja pasar pada sentra industri bakpia Yogyakarta.

Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur pasar yang terjadi pada sentra industri bakpia Yogyakarta adalah oligopoli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CR4 sebesar 60%. Perilaku pasar terjadi ketidakseragaman harga dan sistem kelembagaan dengan jalur distribusi yang pendek mengakibatkan persaingan cukup tinggi. Kinerja pasar dianalisis dengan nilai PCM masing-masing perusahaan. Nilai PCM tertinggi adalah bakpia 541 sebesar 0,71. Sementara nilai PCM terkecil adalah bakpia 78 sebesar 0,32.

Kata kunci : Struktur, perilaku, kinerja, pemasaran

ABSTRACT

Bakpia is a special food products from the Yogyakarta. Bakpia industrial centers located at the KS Tubun street better known by the name of the region Pathok. Marketing in the industrial centers bakpia do not fine rivalry between of each manufacturers bakpia. This is a critical issue and must be immediately sought a solution to overcome them. One of analysis that can be used to determine the marketing system is the analysis of SCP (Structure-Conduct-Performance). The research was conducted in the industrial bakpia at K. S. Tubun street of Yogyakarta in June 2011 until August 2011. The study aims to determine the structure, behavior and market performance in the bakpia industrial centers of Yogyakarta.

The analysis revealed to the market structure that occurs in Bakpia industrial centers of Yogyakarta is oligopoly. That shown by CR4 value 56.41%. Markets behavior occurred unequal prices and institutional system with a short distribution line, because high competition. Market performance analyzed by PCM value of each company. The highest PCM value bakpia 541 is 0.71. While the smallest PCM value bakpia 78 is 0.32.

Keyword : Structure, conduct, performance, marketing

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bakpia merupakan produk makanan khas dari daerah Yogyakarta. Sentra

industri bakpia terletak di sepanjang KS Tubun yang lebih dikenal dengan nama daerah Pathok. Sentra industri ini terdapat lebih dari 100 penjual. Karena terlalu banyaknya produsen dan penjual

maka mulai terjadi persaingan antar produsen. Pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dalam industri. Oleh sebab itu pemasaran menjadi ujung tombak untuk masa depan usaha ini. Pemasaran dilakukan dengan sangat gencar dari masing-masing produsen dan penjual bakpia, bahkan persaingan harga menjadi strategi yang digunakan untuk merebut pangsa pasar. Salah satu analisis yang dapat digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran adalah analisis SCP (*Structure-Conduct-Performance*). SCP (*Structure-Conduct-Performance*) digunakan untuk mengetahui sistem pemasaran yang bersifat kompleks. Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier dimana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja (Martin,2002). Pendekatan SCP ini dilakukan untuk mengawasi persaingan diantara produsen – produsen dalam suatu pasar. Dalam struktur pasar terdapat tiga elemen pokok yaitu pangsa pasar (*market share*), konsentrasi (*market concentration*) dan hambatan-hambatan untuk masuk pasar (*barrier to entry*). Perilaku industri menganalisis tingkah laku serta penerapan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam suatu industri untuk merebut pangsa pasar dan mengalahkan pesaingnya. Analisis yang digunakan untuk mengetahui perilaku pasar adalah penetapan harga dan sistem kelembagaan pasar. Kinerja pasar menggambarkan kompetisi dalam sistem pemasaran yang berkaitan erat dengan teori kinerja perusahaan. Analisis kinerja industri dilakukan dengan menggunakan analisis *Price – Cost – Margin* (PCM).

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis struktur pasar bakpia

2. Menganalisis perilaku pasar bakpia
3. Menganalisis kinerja pasar bakpia

Manfaat

Sebagai bahan informasi dan diharapkan dapat memberikan sumbangan dan masukan bagi produsen dalam rangka mengefisienkan pemasaran bakpia serta Sebagai bahan informasi yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan dalam hubungannya dengan sistem pemasaran yang dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2011 – Agustus 2011 bertempat di sentra unit usaha bakpia di Jalan K.S Tubun Yogyakarta.

Batasan Masalah

1. Dalam penelitian ini lokasi penelitian hanya dibatasi di daerah Pathok Yogyakarta, dengan mengambil responden produsen bakpia sejumlah 12 responden.
2. Responden yang diambil hanya yang termasuk skala industri rumah tangga dan industri kecil dengan kapasitas produksi <10.000 kardus pertahun dan menjual produk bakpia secara langsung ke konsumen.
3. Saluran pemasaran yang diteliti dibatasi hanya di dalam wilayah Yogyakarta.
4. Dalam penelitian ini yang dikaji hanya bakpia original isi kacang hijau.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan meliputi survey pendahuluan, identifikasi masalah dan penetapan tujuan, studi literature, pengumpulan data, analisa data, penyusunan dokumen, pembahasan, kesimpulan dan saran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Sentra Industri Bakpia

Sentra industri rumah tangga khususnya industri makanan kecil banyak tersebar di Yogyakarta. Salah satu dari industri makanan tersebut adalah industri bakpia. Sentra industri bakpia terletak di sepanjang jalan KS Tubun Ngampilan Yogyakarta. Daerah tersebut dikenal dengan nama daerah Pathok sehingga bakpia yang diproduksi terkenal dengan nama bakpia pathok. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan kepada produsen bakpia bahwa usaha bakpia ini merupakan usaha satu-satunya. Produsen pada sentra industri bakpia Pathok ini kebanyakan menggunakan modal pribadi untuk memulai usahanya, namun tidak jarang juga menggunakan dana pinjaman sebagai modal awal. Adanya variasi isi bakpia menjadi alternatif utama yang digunakan untuk merebut pangsa pasar. Namun bakpia isi kacang hijau tetap menjadi pilihan utama bagi para pengunjung. Distribusi dilakukan oleh produsen bakpia namun biaya produksi dibebankan pada konsumen, jadi produsen bakpia tidak dibebankan biaya distribusi.

Struktur Pasar

Struktur pasar membahas organisasi dari suatu pasar sehingga organisasi pasar mempengaruhi keadaan persaingan dan penentuan harga di pasar. Dalam struktur pasar terdapat beberapa elemen yang harus diperhatikan, antara lain:

pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan-hambatan untuk masuk pasar.

- **Pangsa Pasar**

Pangsa pasar (*market share*) adalah persentase pasar yang ditentukan dalam ukuran unit maupun *revenue* dan dihitung berdasarkan *specific entity*, disebut juga sebagai indikator tentang apa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan terhadap kompetitornya dengan dukungan perubahan dalam *sales* (Panagiotou, 2006).

Tabel 1. Hasil Perhitungan Pangsa Pasar Industri Bakpia Yogyakarta Tahun 2010

No	Nama Sentra	Kapabilitas Produksi		Pangsa Pasar (%)
		Jumlah	Satuan	
1	Bakpia Pathok 787	800	Dos	1.76
2	Bakpia Pathok 29	1050	Dos	2.31
3	Bakpia Pathok 786	1,450	Dos	3.19
4	Bakpia Pathok 78	3,000	Dos	6.6
5	Bakpia Pathok 523	3,000	Dos	6.6
6	Bakpia Pathok 27	3,000	Dos	6.6
7	Bakpia Kurnia 747	3,600	Dos	7.92
8	Bakpia Pathok 731	4,000	Dos	8.80
9	Bakpia 527	5,000	Dos	11.00
10	Bakpia 43	5,000	Dos	11.00
11	Bakpia 23	6,250	Dos	13.75
12	Bakpia 541	9,300	Dos	20.46
Jumlah		45,450.00		100.00

Sumber : Data Primer yang Diolah (2011)

- **Konsentrasi pasar (*market concentration*)**

Berdasarkan dari pangsa pasar, konsentrasi pasar dan hambatan-hambatan masuk pasar maka struktur pasar dapat ditentukan dengan CR4 (*Concentration Ratio for The Biggest Four*). Menurut Cramer (2009), CR4 merupakan penjumlahan pangsa pasar empat perusahaan terbesar dari suatu wilayah pasar.

CR4 = 11.00 % + 13.75 % + 11.00 % + 20.46 % = 56.21 %

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai CR4 adalah 56.21 %. Hal ini menunjukkan bahwa sentra industri bakpia Yogyakarta memiliki struktur pasar oligopoly karena nilai CR4 berada pada rentang nilai struktur pasar oligopoly.

- **Hambatan-hambatan untuk masuk pasar (*barrier to entry*)**

Segala sesuatu yang memungkinkan terjadinya penurunan kesempatan atau kecepatan masuknya pesaing baru merupakan hambatan untuk masuk pasar. Salah satu proyeksi yang dapat digunakan untuk mengukur ini adalah MES.

$$MES = \frac{\text{rata-rata output 4 perusa haan terbesar}}{\text{output total}}$$

$$MES = \frac{6387,5}{45.550} = 0,14$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan nilai MES adalah sebesar 0,14. Hasil perhitungan nilai tersebut menunjukkan bahwa keadaan pasar absolut. Keadaan pasar absolut dimana pendatang baru memiliki peluang untuk mendapat pangsa pasar dengan tingkat kesulitan yang rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa hambatan untuk masuk pasar dalam batas normal sehingga pendatang baru memiliki kesempatan yang baik untuk tetap bersaing secara sehat untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar.

Perilaku Pasar

Perilaku pasar adalah bagaimana peserta pasar yaitu produsen, konsumen dan lembaga pemasaran menyesuaikan diri terhadap situasi penjualan dan pembelian yang terjadi (Prasetyo, 2007). Perilaku pasar tidak selamanya konstan,

selalu akan mengalami perubahan. Analisis yang digunakan meliputi penentuan harga dan sistem kelembagaan pasar.

- **Penentuan harga**

Harga merupakan faktor yang penting dalam suatu industri. Perilaku pasar mendorong terjadinya kerjasama dalam penetapan harga. Ada dua macam alasan mengenai hal ini. Pertama, harga adalah senjata yang paling efektif dan berbahaya dalam persaingan. Kedua, harga adalah bagian kritis yang harus dikontrol(Kirana, 2003). Pada sentra industri bakpia Yogyakarta, penentuan harga dilakukan sendiri oleh masing-masing produsen.

Tabel 2 Daftar Nama Sentra dan Harga Jual Per Kardus

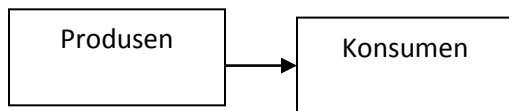
No	Nama Sentra	Harga per kardus
1	Bakpia Pathok 787	11,000
2	Bakpia 23	11,500
3	Bakpia Pathok 27	12,000
4	Bakpia Pathok 731	12,000
5	Bakpia Pathok 786	12,000
6	Bakpia Pathok 523	12,500
7	Bakpia Pathok 29	12,500
8	Bakpia 43	12,500
9	Bakpia 541	12,500
10	Bakpia Pathok 78	13,000
11	Bakpia Kurnia 747	13,000
12	Bakpia 527	13,500

Sumber : Data Primer yang Diolah (2011)

Pada Tabel 3 diketahui harga bakpia masing-masing produsen pada sentra industri bakpia Yogyakarta. Harga tertinggi adalah 13.500 rupiah dan harga terendah adalah 11.000 rupiah. Harga dari masing-masing produsen bakpia ini dapat berubah sewaktu-waktu tergantung dari kondisi ekonomi yang ada.

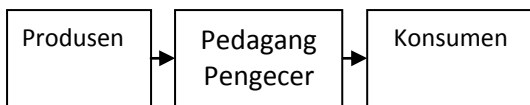
• **Sistem kelembagaan pasar**

Lembaga pemasaran adalah salah satu elemen dari saluran distribusi produk. *The American Marketing Association* mengemukakan bahwa saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui sebuah komoditi, produk atau jasa yang dipasarkan. Pada sentra industri bakpia Yogyakarta, terdapat dua level pemasaran. Yang pertama, pemasaran bakpia di sentra industri bakpia ini berada pada level 0 yaitu dari produsen langsung kepada konsumen.



Gambar 1. Saluran Distribusi Level 0

Yang kedua, pemasaran bakpia berada pada level 1 sehingga lembaga pemasarannya adalah pedagang pengecer.



Gambar 2. Saluran Distribusi Level 1

Pedagang pengecer yang menjadi lembaga pemasaran yaitu pedagang pengecer di Malioboro, pasar Brinjarjo dan tempat-tempat wisata di Yogyakarta. Berdasarkan realita yang ada, pemasaran produk bakpia ini dibantu oleh calo. Calo bakpia cukup banyak di Yogyakarta dan kebanyakan calo tersebut berprofesi sebagai tukang parkir dan tukang becak. Calo yang berprofesi sebagai tukang becak banyak tersebar di wilayah Malioboro dan akan membawa wisatawan menuju daerah Pathok dengan becak.

Kinerja Pasar

Kinerja pasar merupakan indikator kritis tentang bagaimana sebaiknya aktivitas pemasaran dari petani atau pedagang yang dikonsentrasikan untuk kesejahteraan umum. Analisis kinerja industri dilakukan dengan menggunakan analisis *Price – Cost – Margin* (PCM). Analisis PCM digunakan untuk menganalisis hubungan struktur pasar terhadap kinerja perusahaan. PCM merupakan salah satu indikator kinerja yang digunakan sebagai perkiraan kasar dari keuntungan industri. Semakin tinggi nilai PCM maka keuntungan perusahaan juga akan besar.

Pengukuran kinerja digunakan proksi keuntungan PCM dengan persamaan:

$$PCM = \frac{\text{nilai tambah} - \text{biaya material}}{\text{output industri}}$$

Tabel 3. Nilai PCM Masing-Masing Industri

No	Nama Sentra	PCM
1	Bakpia Pathok 78	0.32
2	Bakpia Kurnia 747	0.45
3	Bakpia Pathok 787	0.51
4	Bakpia 43	0.53
5	Bakpia Pathok 731	0.54
6	Bakpia Pathok 27	0.55
7	Bakpia 23	0.56
8	Bakpia Pathok 786	0.59
9	Bakpia Pathok 523	0.60
10	Bakpia 527	0.60
11	Bakpia Pathok 29	0.62
12	Bakpia 541	0.71

Sumber : Data Primer yang Diolah (2011)

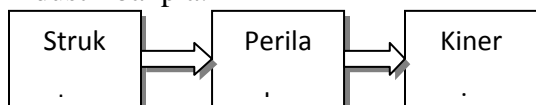
Bakpia 541 memiliki nilai PCM yang tinggi karena bakpia 541 memiliki pangsa pasar yang besar yaitu 20.46% (dapat dilihat pada Tabel 2). PCM biasanya diambil sebagai indikator

kekuatan pasar karena semakin besar *margin*, semakin besar perbedaan antara harga dan biaya marjinal. PCM tergantung pada elastisitas permintaan yang ada di pasar. Nilai CR4 akan mempengaruhi PCM dengan arah yang sama. Nilai positif terlihat dari CR4 dan PCM. Oleh karena itu tingkatan konsentrasi akan mempengaruhi peningkatan PCM atau sebaliknya. Rata-rata PCM perusahaan empat teratas lebih besar dibandingkan nilai PCM perusahaan non empat besar hal ini terjadi karena pangsa pasar empat perusahaan teratas tinggi.

Hubungan antara Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar

Muslim dan Nurasa (2007) menyatakan bahwa struktur pasar yang terjadi akan mempengaruhi perilaku pasar, sementara perilaku pasar akan berdampak terhadap kinerja perusahaan. Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier dimana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Pendekatan SCP ini dilakukan untuk mengawasi persaingan diantara produsen – produsen dalam suatu pasar. Bagaimana produsen melakukan tindakan akibat struktur pasar yang ada dan lebih lanjut terhadap penampilan pasar.

Pada sentra industri bakpia Yogyakarta ini terjadi pula hubungan yang saling mempengaruhi, struktur pasar sentra bakpia akan mempengaruhi perilaku pasar industri bakpia dan perilaku akan mempengaruhi kinerja industri bakpia.



Gambar 3. Hubungan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar

Menurut Suryawati (2009), menyatakan bahwa struktur sebuah pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam pasar tersebut yang secara bersama-sama menentukan kinerja sistem pasar secara keseluruhan. Terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara struktur dan kinerja pasar yaitu bila pangsa pasar produsen tinggi maka nilai PCM juga tinggi, bila nilai CR4 tinggi maka nilai PCM akan tinggi dan bila nilai MES tinggi maka nilai PCM juga tinggi. Hubungan yang terjadi antara struktur pasar dan perilaku pasar adalah bila nilai MES tinggi maka harga jual akan rendah. Hubungan antara perilaku pasar dan kinerja pasar adalah bila nilai PCM tinggi maka harga jual produk akan rendah. Berdasarkan pernyataan tersebut menyatakan bahwa struktur pasar bakpia sangat mempengaruhi perilaku industri bakpia Yogyakarta dan perilaku industri bakpia tersebut akan sangat mempengaruhi kinerja perusahaan bakpia.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada sentra industri bakpia di daerah Pathok Ngampilan Yogyakarta maka dapat diketahui bahwa struktur pasar yang terjadi adalah oligopoli. Hal ini dibuktikan dengan nilai CR4 yaitu 56.41%.

Perilaku pasar sentra industri bakpia terjadi ketidakseragaman harga dan hal ini membuat tingkat persaingan yang cukup tinggi. Saluran distribusi berada pada level 0 dan level 1, hal ini menunjukkan bahwa perilaku pasar kurang maksimal.

Kinerja pasar ditunjukkan dengan nilai PCM. Bakpia 541 memiliki

nilai PCM tertinggi yaitu 0.71 sedangkan bakpia 78 memiliki nilai PCM terendah yaitu 0.32.

Saran

Saran yang dapat dirumuskan bagi peneliti selanjutnya adalah diharapkan dilakukan analisis terhadap semua produsen pada sentra yang akan dikaji sehingga dapat diketahui keadaan dan persaingan pasar secara menyeluruh pada sentra tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Cramer. 2009. *Agriculture Economics and Agribusiness*. John Willey and Son. New York

Kirana. 2003. **Pengantar Ekonomi Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar**. BPFE. Yogyakarta

Martin, S. 2002. *Advance Industrial Economics*. Blackwell Publisher Inc. Massachusetts.

Muslim, C dan T.Nurasa. 2007. Analisis Marjin Pemasaran Lada Putih Dalam Mendukung Daya Saing Produk Agroindustri Lada Indonesia. **Jurnal Sosio Ekonomika 13(2): 8 – 23**.

Panagiotou, G. 2006. The Impact of Managerial Cognitions on the Structure-Conduct-Performance (SCP) Paradigm: A Strategic Group Perspective. **Management Decision. 44: 423 – 441**.

Prasetyo, P. 2007. Hubungan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja

Pasar. **Jurnal Ekonomi Pembangunan 12: 111 – 122**.

Suryawati. 2009. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Provinsi DIY. **Jurnal Akutansi dan Manajemen 20: 35 – 46**.