

Kajian Pemasaran Dengan Pendekatan SCP Pada Agroindustri Selai Nanas Goreng di Kabupaten Muaro Jambi

*Sariani, Zulkifli Alamsyah, dan Mirawati Yanita

Program Studi Magister Agribisnis, Universitas Jambi

*e-mail korespondensi : Sariani6777@gmail.com

Abstract. *This study aims to: 1) Describe the general overview of the fried pineapple jam agroindustry business in Tangkit Baru Village, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency, 2) Describe the general overview of the marketing of fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency, 3) Analyze the market structure in the fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency, 4) Analyze market behavior in the fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency, and 5) Analyze market performance in the fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village, Sungai Gelam District, Muaro Jambi Regency. The sampling method in this study was carried out purposively (intentionally) to the fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village. The scope of the research is limited to the marketing of fried pineapple jam agroindustry using the Structure, Conduct and Performance (SCP) approach. The results of the study showed: 1) The fried pineapple jam agroindustry in Tangkit Baru Village is a household business that is generally managed to increase added value, 2) The fried pineapple jam marketing channel formed consists of 2 marketing channels, namely: (1) agro-industry-consumer; and (2) Agro-industry-retailer-consumer and each institution performs the function of marketing functions including exchange functions, physical functions and facility functions, 3) Fried pineapple jam agroindustry has a strict oligopoly market structure, 4) Market behavior is characterized by the implementation of price strategies, products, promotions and is a capital-intensive agroindustry, and 5) The market performance of the agro-industry of fried pineapple jam is not good with low X-eff and PCM values obtained..*

Keywords: Pineapple Jam Agroindustry; CLR; CR4; MES, PCM; X-Eff

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mendeskripsikan gambaran umum usaha agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi, 2) Mendeskripsikan gambaran umum pemasaran agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi, 3) Menganalisis struktur pasar pada agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi, 4) Menganalisis perilaku pasar pada agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi, dan 5) Menganalisis kinerja pasar pada agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. Metode pengambilan sampel didalam penelitian ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) kepada agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada pemasaran agroindustri selai nanas goreng dengan menggunakan pendekatan *Structure, Conduct dan Performance* (SCP). Hasil penelitian menunjukkan : 1) Agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru merupakan usaha rumah tangga yang pada umumnya dikelola untuk meningkatkan nilai tambah, 2) Saluran pemasaran selai nanas goreng yang terbentuk terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu : (1) agroindustri-konsumen; dan (2) Agroindustri-pengecer-konsumen dan setiap lembaga melakukan fungsi fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik dan fungsi fasilitas, 3) Agroindustri selai nanas goreng memiliki struktur pasar oligopoli ketat, 4) Perilaku pasar ditandai dengan penerapan strategi harga, produk, promosi dan merupakan agroindustri padat modal, dan 5) Kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng belum baik dengan rendahnya nilai X-eff dan PCM yang diperoleh.

Kata kunci : Agroindustri Selai Nanas Goreng; CLR; CR4; MES, PCM; X-Eff

PENDAHULUAN

Tanaman nanas tersebar pada beberapa wilayah di Indonesia. Daerah utama penghasil nanas di Indonesia adalah Provinsi Lampung, Sumatera Selatan, dan Jawa Tengah (BPS, 2022). Provinsi Jambi menempati urutan kesembilan sebagai penghasil nanas di Indonesia dengan kontribusi hanya sebesar 3,88 % dan berperan sangat kecil. Hal ini dimungkinkan karena di Provinsi Jambi belum ada pengembangan hilirisasi produk nanas yang berorientasi industri pengolahan skala besar dan ekspor.

Tanaman nanas tersebar pada seluruh Kabupaten/ Kota di Provinsi Jambi. Kabupaten Muaro Jambi merupakan sentra pengembangan nanas di Provinsi Jambi dengan sebesar 98,55 % (BPS Jambi, 2022). Adapun daerah pengembangan nanas di Kabupaten Muaro Jambi adalah Kecamatan Sungai Gelam yang terkonsentrasi pada Desa Tangkit Baru dan dikenal dengan sebutan nanas tangkit. Produk nanas tangkit yang paling dominan adalah nanas tangkit segar. Nanas tangkit memiliki karakteristik yang mudah rusak dan busuk sementara produksi melimpah akan beresiko pada tingginya kehilangan hasil sehingga mendorong petani setempat untuk melakukan pengolahan nanas tangkit menjadi produk olahan. Adapun produk olahan nanas yang dominan diproduksi oleh agroindustri setempat adalah selai nanas goreng. Selai nanas goreng lebih dominan diproduksi karena mampu memberikan nilai tambah yang

lebih besar dibandingkan produk lainnya seperti dodol nanas dan selai nanas (Hanum et al. 2018). Adapun agroindustri selai nanas goreng yang aktif di Desa Tangkit Baru sebagaimana Tabel 1.

Tabel 1. Agroindustri Selai Nanas Goreng Yang Aktif Berproduksi di Desa Tangkit Baru Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Nama Pemilik	Tahun Berdiri	Nilai Omset (Rp./ tahun)	Kapasitas Produksi (Kg/ bulan)
1	Abadi	Siti Zamzam	2000	300.000.000	300
2	Jaya Indah	Siti Arifah	2000	60.000.000	240
3	Malomoe	Andi Rani	2000	100.000.000	150
4	Masagenae	Andi MuktaDirah	1999	40.000.000	200
5	Tulli Mario	Baso Intang	2003	150.000.000	100
6	Yusra	Siti Hajar	1996	200.000.000	240
7	Malakue	Hajrawati	2003	75.000.000	100
8	Insawa	Nur Asiah Jamil	1997	30.000.000	160
9	Nabila	Siti Rubiah	2019	40.000.000	40
10	Mawasa	Besse Suryani	2021	10.000.000	10
11	Ghanim	Jalaluddin	2022	30.000.000	50

Sumber : Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Muaro Jambi, 2021 dan Data Primer (Diolah), 2023

Agroindustri yang memiliki omset besar pada umumnya berdiri dibawah Tahun 2000. Adapun agroindustri dengan omset dibawah 100 juta memiliki kapasitas produksi dibawah 100 Kg dan rata-rata berdiri diatas tahun 2000. Ghanim sebagai pendatang baru mampu mendapatkan nilai penjualan diatas Mawasa dan hal tersebut merupakan ancaman bagi kelangsungan usaha bagi agroindustri lainnya apabila tidak cermat dalam menentukan kebijakan pemasaran. Kemampuan bertahan dan bersaing dari agroindustri tersebut tidak terlepas dari strategi bersaing yang dilakukan oleh agroindustri terhadap struktur pasar yang dihadapi. Selai nanas goreng yang diproduksi oleh setiap agroindustri di Desa Tangkit Baru relatif homogen sehingga agroindustri yang memiliki pangsa pasar yang besar cenderung akan lebih menguasai pasar. Seharusnya setiap agroindustri melakukan persaingan dengan melakukan inovasi-inovasi sehingga menjadi kekuatan tersendiri sebagai strategi untuk tetap bertahan dipasar.

Selain itu, beberapa agroindustri juga melakukan kesepakatan dalam penetapan harga selai nanas goreng yaitu sebesar Rp. 60.000 per kilogram. Hal tersebut tentunya akan menjadi hambatan bagi agroindustri yang ada ataupun bagi pesaing baru yang ingin memasuki pasar ditengah meningkatnya biaya input. Apabila antar agroindustri yang mempunyai kekuatan pasar semakin solid maka cenderung akan terciptanya pasar monopoli yang menutup peluang usaha bagi agroindustri lainnya yang berpotensi. Selain itu, kendala munculnya berbagai produk substitusi dari dalam dan luar daerah dengan kualitas dan harga yang lebih menarik juga harus dipertimbangkan.

Tingginya tingkat persaingan akan sangat mempengaruhi kinerja agroindustri selai nanas goreng terutama dalam hal memperoleh keuntungan. Untuk itu maka kajian pemasaran selai nanas goreng pada agroindustri dengan pendekatan *structure, conduct dan performance* (SCP) perlu dilakukan. Melalui pendekatan SCP maka dapat membantu agroindustri selai nanas goreng dalam mengidentifikasi hal yang mempengaruhi perilaku dan kinerja agroindustri untuk memaksimalkan keuntungan terhadap struktur pasar yang dihadapi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan secara sengaja (purposive) kepada selai nanas goreng karena merupakan produk olahan nanas tangkit yang dominan di produksi oleh agroindustri di Desa Tangkit Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi. Penarikan sampel penelitian dilakukan secara sensus terhadap semua agroindustri yang aktif memproduksi selai nanas goreng setiap bulannya yaitu 11 agroindustri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk memahami secara menyeluruh tentang usaha agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menganalisis deskripsi agroindustri, struktur pasar, dan perilaku pasar. Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis data penjualan, pangsa pasar, konsentrasi pasar, dan kinerja pasar.

Metode Analisis Data

Tujuan 1 penelitian yaitu untuk memperoleh gambaran umum usaha agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi dilakukan secara deskriptif yaitu menggambarkan situasi usaha agroindustri selai nanas goreng meliputi deskripsi agroindustri, struktur organisasi, proses produksi dan jaminan keamanan pangan.

Adapun tujuan 2 penelitian yaitu untuk memperoleh gambaran umum pemasaran agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi dilakukan secara deskriptif yaitu menggambarkan pola saluran yang

digunakan, lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dan serta fungsi-fungsi yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran tersebut.

Tujuan 3 penelitian yaitu untuk mengetahui struktur pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kabupaten Muaro Jambi. Pengukuran struktur pasar dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan indikator yaitu : 1) Pangsa Pasar, 2) Konsentrasi pasar, dan 3) Hambatan keluar masuk pasar. Pangsa pasar produk selai nanas goreng dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Anandita & Baladina, 2017):

$$MS_i = \frac{X_i}{\sum X} \times 100 \%$$

Keterangan:

- MS = Pangsa pasar selai nanas goreng ke-i (%)
Xi = nilai penjualan agroindustri selai nanas goreng selama satu bulan (Kg/ bulan).
 $\sum X$ = Total nilai penjualan seluruh agroindustri selai nanas goreng selama satu bulan (Kg/ bulan).

Menurut Sheperd (1992) dan Siregar et.al, (2021), kriteria pangsa pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru adalah : 1) Apabila suatu agroindustri selai nanas goreng memiliki 100% dari pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar monopoli murni; 2) Apabila suatu agroindustri selai nanas goreng memiliki 50-100 % dari pangsa pasar dan tanpa pesaing kuat maka pasar mengarah ke struktur pasar pedagang dominan; 3) Apabila 4 agroindustri selai nanas goreng terbesar memiliki ≥ 60 % dari pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar oligopoli ketat; 4) Apabila 4 agroindustri selai nanas goreng terbesar memiliki 40-60 % pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar oligopoli longgar; 5) Apabila agroindustri selai nanas goreng memiliki banyak pesaing yang efektif dan tidak satupun yang memiliki lebih dari 10% pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar persaingan monopolistik; dan 6) Apabila agroindustri selai nanas goreng memiliki lebih dari 50 pesaing, tapi tidak satupun yang memiliki pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar persaingan murni.

Pengukuran indikator konsentrasi pasar dapat dihitung dengan Concentration Ratio For Biggest Four (CR4) yaitu derajat konsentrasi empat pangsa pasar produk nanas tangkit terbesar di Desa Tangkit Baru dan dapat dirumuskan sebagai berikut (Arsyad & Kusuma, 2014 dan Tanjung & Ruslan 2019):

$$CR = S_1 + S_2 + S_3 + S_4$$

Keterangan :

- CR4 = Jumlah konsentrasi dari 4 (empat) agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru
S1-S4 = Konsentrasi agroindustri selai nanas goreng ke-1 sampai dengan ke-4 selama satu bulan (Kg/ bulan).
ST = Total konsentrasi seluruh agroindustri selai nanas goreng selama satu bulan

Menurut Arsyad & Kusuma, 2014 dan Tanjung & Ruslan 2019, kriteria konsentrasi pasar adalah sebagai berikut : 1) Apabila nilai CR4 = 0, maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng bersifat persaingan sempurna (kompetitif); 2) Apabila nilai $0 < CR4 < 0,4$, maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng bersifat persaingan monopolistik (jika terjadi diferensiasi produk); 3) Apabila nilai $0,4 \leq CR4 \leq 0,6$ maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng bersifat oligopoli longgar; 4) Apabila nilai $0,4 \leq CR4 \leq 0,8$ maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng bersifat oligopoli ketat; 5) Apabila nilai $CR4 \geq 0,9$ maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng cenderung mengarah ke monopoli (terdapat agroindustri yang dominan dengan kompetitif fringe); dan 6) Apabila nilai CR4 = 1 maka struktur pasar agroindustri selai nanas goreng bersifat monopoli.

Kemampuan mudah atau tidaknya pesaing baru dalam memasuki pasar selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru dapat dilakukan dengan pendekatan *Minimum Efficiency Scale* (MES). Apabila diperoleh perhitungan nilai MES lebih dari 10 % maka diindikasikan bahwa sulitnya bagi pesaing baru untuk memasuki pasar selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru. Perhitungan MES dapat diformulasikan sebagai berikut (Tanjung & Ruslan, 2019 dan Jaya, 2021) :

$$MES = \frac{X_4}{\sum X} \times 100 \%$$

Keterangan:

- MES = Hambatan masuk selai nanas goreng (%)
X4 = Rata-rata nilai penjualan 4 agroindustri selai nanas goreng terbesar selama satu bulan (Kg/ bulan).
 $\sum X$ = Total nilai penjualan seluruh agroindustri selai nanas goreng selama satu bulan (Kg/ bulan).

Diferensiasi produk merupakan derajat perbedaan produk yang dihasilkan oleh setiap agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru. Penentuan diferensiasi selai nanas goreng yang dihasilkan oleh agroindustri di Desa Tangkit Baru dilakukan secara deskriptif kualitatif terhadap indikator diantaranya adalah bentuk, rasa dan daya tahan (Kotler & Keller, 2016).

Tujuan 4 penelitian yaitu untuk mengetahui perilaku pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi adalah secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Pengukuran perilaku pasar secara deskriptif kualitatif adalah dengan melakukan wawancara secara mendalam kepada responden untuk melihat strategi harga, strategi produk, dan strategi promosi yang diterapkan oleh agroindustri selai nanas goreng (Kuncoro, 2007). Sedangkan pengukuran perilaku pasar agroindustri selai nanas goreng secara deskriptif kuantitatif adalah dengan menggunakan indikator *Capital to Labour Ratio* (CLR) yang merupakan rasio besarnya penggunaan modal terhadap besarnya tenaga kerja yang digunakan. Secara matematis CLR dapat dirumuskan sebagai berikut (Lipczynski *et.al.*, 2005):

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

Keterangan:

- CLR = Rasio penggunaan modal terhadap tenaga kerja pada agroindustri selai nanas goreng (%)
- Share Biaya Modal = Rasio biaya modal terhadap seluruh biaya produksi selai nanas goreng industri ke-i per bulan (%).
- Share Biaya Tenaga Kerja = Rasio biaya tenaga kerja terhadap seluruh biaya produksi selai nanas goreng industri ke-i per bulan (%).

Apabila rasio biaya modal lebih besar daripada biaya tenaga kerja maka agroindustri selai nanas goreng adalah padat modal. Dan apabila rasio modal lebih kecil dibandingkan rasio tenaga kerja maka agroindustri selai nanas goreng adalah padat tenaga kerja (Lip.czynski *et.al.*, 2005)

Selanjutnya, tujuan 5 penelitian adalah untuk mengetahui kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi adalah secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan efisiensi internal (*X-eff*) dan *Price Cost Margin* (PCM). *X-eff* merupakan kemampuan agroindustri selai nanas goreng dalam meminimalkan biaya untuk menghasilkan selai nanas goreng dalam jumlah tertentu. Pengukuran *X-eff* dapat dilakukan sebagai berikut (Tanjung & Ruslan, 2019) :

$$X - Eff = \frac{\text{nilai tambah}}{\text{nilai input}} \times 100 \%$$

$$X - Eff = \frac{TR - TC}{TC} \times 100 \%$$

Keterangan:

- X-Eff = Efisiensi penggunaan biaya produksi agroindustri selai nanas goreng (%)
- Nilai Tambah = Selisih antara biaya nilai output dengan biaya input per proses produksi selai nanas goreng (Rp)
- TR = Nilai input selai nanas goreng per proses produksi (Rp)
- TC = Biaya input selai nanas goreng per proses produksi (Rp)

Pengukuran kinerja agroindustri selai nanas goreng selanjutnya dapat dilakukan dengan PCM. Analisis PCM digunakan untuk menganalisis hubungan struktur pasar terhadap kinerja agroindustri selai nanas goreng dimana semakin tinggi PCM maka semakin baik kinerja agroindustri selai nanas goreng. PCM juga yang merupakan perkiraan kasar dari keuntungan agroindustri selai nanas goreng dan dapat dirumuskan sebagai berikut (Tanjung & Ruslan, 2019 dan Jaya, 2021):

$$PCM = \frac{\text{nilai tambah}}{\text{nilai ouput}} \times 100 \%$$

$$PCM = \frac{TR - TC}{TR} \times 100 \%$$

Keterangan:

- PCM = Keuntungan agroindustri selai nanas goreng (%)
- Nilai Tambah = Selisih antara biaya nilai output dengan biaya input per bulan (Rp)
- TR = Nilai input selai nanas goreng per bulan (Rp)
- TC = Biaya input selai nanas goreng per bulan (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Agroindustri

Agroindustri selai nanas goreng merupakan usaha rumah tangga yang umumnya dikelola oleh individu. Pada awalnya, produksi selai nanas goreng dimulai karena harga nanas tangkit turun secara signifikan dan melimpah, sehingga tidak laku di pasar. Ini mendorong petani setempat, termasuk Siti Hajar dari agroindustri Yusra untuk meningkatkan nilai tambah nanas tangkit dengan membuat selai nanas kering yang tahan lama.

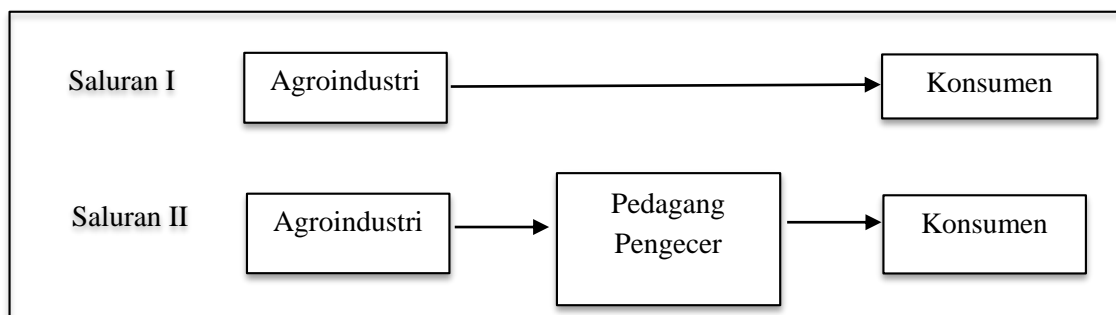
Sebanyak 11 agroindustri masih aktif memproduksi selai nanas goreng dengan modal awal yang bervariasi. Sebagian besar agroindustri menggunakan modal sendiri, sementara beberapa lainnya mendapat pinjaman. Nanas bekas sortir menjadi bahan baku utama, diolah menjadi selai nanas karena dapat disimpan lama. Agroindustri ini menggunakan tenaga kerja upah sesuai kebutuhan produksi. Kemampuan produksi agroindustri selai nanas goreng tersebut rata-rata hanya sebesar 61,61 %. Agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Barl melakukan produksi tidak sesuai kapasitas produksi terpasang karena produksi disesuaikan dengan jumlah permintaan konsumen. Apabila agroindustri produksi sesuai kapasitas yang ada maka akan terjadi kelebihan stok yang beresiko terhadap penumpukan modal dan kerugian akibat barang tidak habis terjual.

Struktur organisasi agroindustri beragam. Beberapa memiliki struktur formal dengan posisi seperti ketua, sekretaris, bendahara, dan koordinator, sementara yang lain dikelola langsung oleh pemilik. Proses produksi terbagi menjadi 2 tahap: pembuatan selai nanas dan pembuatan selai nanas goreng. Bahan dan alat yang digunakan juga beragam, tergantung pada kapasitas produksi dan kebutuhan.

Jaminan keamanan pangan diberikan dengan memperoleh nomor PIRT dan label halal dari MUI. Agroindustri di Desa Tangkit Baru telah memiliki jaminan tersebut, memastikan produk yang dihasilkan aman untuk dikonsumsi.

Gambaran Pemasaran Agroindustri

Proses distribusi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam rantai pemasaran agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru. Proses distribusi tersebut secara tidak langsung juga akan membentuk suatu saluran yang menghubungkan lembaga-lembaga pemasaran. Saluran pemasaran merupakan jalur pemasaran selai nanas goreng. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pola saluran pemasaran selai nanas goreng yang dilakukan oleh semua agroindustri di Desa Tangkit Baru sebagaimana Gambar 1.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Agroindustri Selai Nanas Goreng Di Desa Tangkit Baru

Dari Gambar 1 dapat dilihat bahwa pemasaran agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru melibatkan dua saluran utama. Pada saluran 1, pemilik agroindustri selaku produsen melakukan penjualan selai nanas goreng langsung kepada konsumen yang membeli di tempat produksi ataupun pada outlet agroindustri. Agroindustri yang memiliki outlet sebagai tempat pemasaran untuk penjualan langsung kepada konsumen sebanyak 5 agroindustri atau sebesar 45,45 % meliputi Abadi, Yusra, Tulimario, Nabila dan Ganim. Sedangkan sebanyak 6 agroindustri atau 54,55 % meliputi Malomoe, Jaya Indah, Masagena, Malakue, Insawa dan Mawasa tidak memiliki outlet sebagai tempat pemasaran sehingga melakukan penjualan selai nanas goreng kepada konsumen di rumah produksi (agroindustri). Pada saluran pemasaran ini, skala pembelian konsumen sangat kecil hanya beberapa bungkus dan tidak setiap saat yaitu ketika konsumen membutuhkannya untuk dikonsumsi sendiri atau sebagai oleh-oleh kepada rekanan sejawatnya. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hopid et al. (2021) bahwa pemasaran langsung dari produsen ke konsumen hanya dalam skala pembelian yang kecil dan terjadi sewaktu-waktu saja.

Pada saluran 2, pemilik agroindustri menjual selai nanas goreng kepada konsumen melalui pedagang pengecer sehingga lembaga pemasaran yang terlibat adalah agroindustri selaku produsen dan pedagang pengecer. Semua agroindustri menerapkan saluran ini karena mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Pedagang pengecer yang terlibat dalam pemasaran selai nanas goreng adalah swalayan (Mandala Grup, Trona Grup dan Fresh Grup), toko oleh-oleh (DJ, Jakoz, Tempoyac, Adila, Ardi Rasa, Mantap Rasa) dan pemasaran di Tingkat Desa Tangkit Baru (BUMDES,

KUBE, Tulimario, Yusra, Abadi, Nabila, Ghanim). Agroindustri lebih banyak memasarkan selai nanas goreng kepada pedagang pengecer swalayan yaitu Mandala Grup (Meranti, Mandala dan Mandala Mart) sebanyak 8 agroindustri kemudian disusul dengan pedagang pengecer Tingkat Desa BUMDES sebanyak 9 agroindustri dan toko oleh-oleh Jakoz sebanyak 6 agroindustri.

Saluran pertama melibatkan fungsi-fungsi pemasaran seperti penjualan, kemasan, standarisasi, pengendalian risiko, dan informasi pasar. Saluran kedua melibatkan agroindustri sebagai produsen yang melakukan fungsi-fungsi pemasaran seperti pembelian dan penjualan, sedangkan pedagang pengecer hanya melakukan penjualan.

Tabel 2. Fungsi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh Lembaga Pemasara Selai Nanas Goreng Tahun 2023

Saluran dan Lembaga Pemasaran	Fungsi-Fungsi Pemasaran								
	Pertukaran		Fisik			Fasilitas			
	Jual	Beli	Kemas	Angkut	Simpan	Standarisasi	Resiko	Biaya	Informasi Pasar
Saluran I									
• Agroindustri	✓	-	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
Saluran II									
• Agroindustri	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
• Pengecer	✓	-	-	-	-	-	-	-	-

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Penggunaan saluran pemasaran yang berbeda mempengaruhi biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh agroindustri. Saluran pertama cenderung menghemat biaya karena tidak melibatkan pengangkutan, sedangkan saluran kedua membutuhkan biaya tambahan untuk transportasi dan promosi.

Struktur Pasar Agroindustri

Struktur pasar merupakan suatu alat untuk melihat tingkat persaingan suatu agroindustri di dalam pasar (Gunawan, 2018). Struktur pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru dapat dilihat dari pangsa pasar yang menggambarkan perkembangan penjualan masing-masing agroindustri, konsentrasi rasio empat agroindustri terbesar (CR4), besarnya hambatan masuk pasar, dan diferensiasi produk.

Pangsa Pasar

Pengukuran struktur pasar yang pertama kali dilakukan adalah pengukuran pangsa pasar (Anindita & Baladin, 2014). Pangsa pasar merupakan persentase dari total penjualan setiap agroindustri selai nanas goreng terhadap total penjualan seluruh agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru selama November-Desember 2023. Adapun pangsa pasar agroindustri selai nanas goreng sebagaimana Tabel 3.

Tabel 31. Pangsa Pasar Agroindustri Selai Nanas Goreng di Desa Tangkit Baru Bulan November-Desember Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Nilai Penjualan Per Bulan (Rp.)	Pangsa Pasar (%)
1	Abadi	25.760.000	30,28
2	Jaya Indah	5.163.077	6,07
3	Malomoe	9.150.000	10,76
4	Masagenae	6.336.000	3,72
5	Tulli Mario	9.600.000	11,29
6	Yusra	16.920.000	19,89
7	Insawa	6.128.000	7,20
8	Nabila	2.520.000	2,96
9	Malakue	3.608.862	4,24
10	Mawasa	650.000	0,76
11	Ghanim	2.400.000	2,82
	Total	85.067.938	100,00

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Abadi memimpin dengan pangsa pasar 30,28%, diikuti oleh Yusra, Tulimario, dan Malomoe. Total pangsa pasar 4 agroindustri terbesar mencapai 72,21%, menunjukkan struktur pasar oligopoli ketat. Menurut Sheperd (1992) dan Siregar et.al. (2021), apabila suatu industri memiliki 4 pedagang terbesar memiliki > 60 % dari pangsa pasar maka pasar mengarah ke struktur pasar oligopoli ketat. Struktur pasar mengarah ke struktur pasar oligopoli ketat karena 3 dari 4 agroindustri yaitu Abadi, Yusra dan Malomoe melakukan kolusi penetapan harga selai nanas goreng curah sebesar Rp. 60.000 per kilogram sebagai upaya untuk menguasai pasar. Sedangkan Tulimario menetapkan harga selai

nanas tanpa berkolusi dengan beberapa agroindustri lainnya namun tetap mempertimbangkan harga pesaing yaitu sebesar Rp. 70.000 per kilogram. Kondisi pasar yang demikian sesuai dengan pendapat Jaya (2021) bahwa adanya kolusi sebagai upaya untuk memperluas pangsa pasar pada pasar oligopoli.

Konsentrasi Pasar

Konsentrasi pasar merupakan kombinasi pangsa pasar dari agroindustri oligopolis di mana mereka menyadari adanya saling ketergantungan. Tingkat konsentrasi dipandang sebagai indikator untuk menilai tingkat persaingan. Pengukuran rasio konsentrasi pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru menggunakan *Concentration Ratio for Biggest Four (CR4)* yaitu derajat konsentrasi empat pangsa pasar agroindustri selai nanas goreng nanas tangkit terbesar di Desa Tangkit Baru (Arsyad dan Kusuma, 2014 dan Tanjung & Ruslan, 2019).

Tabel 4. Rasio Konsentrasi Pasar Agroindustri Selai Nanas Goreng Desa Tangkit Baru Selama November-Desember 2023

No	Nama Agroindustri	Nilai Penjualan (Rp.)	CR
1	Abadi	25.760.000	0,3028
2	Yusra	16.920.000	0,1989
3	Tulli Mario	9.600.000	0,1129
4	Malomoe	9.150.000	0,1076
5	Insawa	6.128.000	0,0720
6	Jaya Indah	5.163.077	0,0607
7	Malakue	3.608.862	0,0424
8	Masagenae	3.168.000	0,0372
9	Nabila	2.520.000	0,0296
10	Ghanim	2.400.000	0,0282
11	Mawasa	650.000	0,0076
Total		85.067.938	1,0000

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Dari Tabel 4 dapat dilihat kombinasi pangsa pasar 4 agroindustri yang terbesar selama November-Desember 2023 adalah Abadi sebesar 30,28 %, Yusra sebesar 19,89 %, Tulli Mario sebesar 11,29 % dan Malomoe sebesar 10,76 % sehingga diperoleh nilai CR4 sebesar 0,7221 atau 72,21 % dan menunjukkan struktur pasar oligopoli ketat. Hal ini sesuai dengan pernyataan Arsyad & Kusuma (2014) dan Tanjung & Ruslan (2019) bahwa apabila nilai CR4 diantara 60-90 % maka struktur pasar bersifat oligopoli ketat.

Hambatan Masuk Pasar

Hambatan masuk pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru juga tergolong tinggi dengan nilai MES sebesar 18,05% dan mengindikasikan kesulitan bagi pesaing baru untuk memasuki pasar. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2019) bahwa industri bakpia juga termasuk dalam tipe pasar oligopoli di mana ada konsentrasi pasar dan hambatan masuk yang tinggi dengan nilai MES mencapai 27,94 %. Apabila pesaing baru ingin bersaing dengan agroindustri selai nanas goreng yang ada maka harus menghasilkan minimal output sebesar 18,05 % dari total seluruh output agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru. Apabila nilai output pesaing baru berada dibawah nilai MES tersebut maka akan sulit bersaing dengan agroindustri selai nanas goreng yang sudah ada.

Diferensiasi produk

Diferensiasi produk pada agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru terjadi dalam bentuk, rasa, dan daya tahan namun mayoritas homogen. Nabila menghadirkan diferensiasi melalui variasi rasa seperti rasa original, coklat dan cappucino sedangkan 10 agroindustri lainnya hanya menawarkan selai nanas goreng rasa original. Yusra memiliki daya tahan produk tertinggi lebih dari 6 bulan sementara agroindustri lainnya hanya memiliki ketahanan paling lama 4 bulan.

Perilaku Pasar Agroindustri

Strategi Produk

Agroindustri di Desa Tangkit Baru menerapkan berbagai strategi untuk tetap bersaing di pasar. Mereka memperhatikan kualitas produk dengan pengawasan langsung terhadap proses produksi, racikan adonan tepung secara langsung, dan penggunaan merek dagang serta desain kemasan menarik. Setiap agroindustri sudah terdiferensiasi dalam berbagai ukuran kemasan yaitu 100-gram, 130-gram, 200-gram, 225-gram, 250-gram, 500-gram dan dalam

bentuk curah atau kiloan. Agroindustri lebih banyak melakukan diferensiasi produk dalam kemasan 100 gram dan curah yaitu mencapai 81,81 % atau 9 agroindustri yang melakukannya. Penjualan selai nanas goreng yang paling banyak diproduksi oleh agroindustri adalah dalam kemasan 100 gram yang dipasarkan kesemua lembaga pemasaran. Penjualan selai nanas goreng dalam bentuk curah akan meningkat hingga 100 % menjelang hari raya idul fitri sebagai makanan cemilan hari raya. Sedangkan penjualan selai nanas goreng curah apabila diluar musim tersebut rata-rata sebesar 2-3 % dari total penjualan setiap bulannya atau bahkan tidak ada.

Strategi Harga

Penetapan harga dilakukan dengan berbagai pendekatan, termasuk penetapan bersama (kolusi), merujuk pada pesaing, atau tanpa memperhatikan pesaing. Mayoritas agroindustri menerapkan penetapan harga bersama untuk menjaga keseragaman harga di pasar. Perilaku penetapan harga secara kolusi lebih tinggi dibandingkan dengan sistem penetapan harga lainnya karena sesuai dengan struktur pasar yang terbentuk yaitu struktur pasar oligopoli dimana ciri utama pasar oligopoli adalah adanya kolusi penetapan harga dari beberapa agroindustri (Jaya, 2021).

Tabel 5. Strategi Harga Agroindustri Selai Nanas Goreng Pada Agroindustri di Desa Tangkit Baru Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Strategi Harga									
		Sistem Penetapan Harga			Kebijakan Harga Dalam Kemasan						
		Kolusi	Merujuk Pesaing	Tanpa Merujuk Pesaing	100 gr	130 gr	200 gr	225 gr	250 gr	500 gr	Curah
1	Abadi	✓	-	-	10.000	-	-	-	-	30.000	60.000
2	Jaya Indah	✓	-	-	-	10.000	-	-	15.000	30.000	60.000
3	Malomoe	✓	-	-	10.000	-	14.000	-	15.000	-	60.000
4	Masagenae	✓	-	-	10.000	-	15.000	-	-	30.000	60.000
5	Tulli Mario	-	✓	-	10.000	-	-	-	-	-	70.000
6	Yusra	✓	-	-	10.000	-	-	-	15.000	30.000	60.000
7	Insawa	-	✓	-	10.000	-	15.000	-	-	35.000	70.000
8	Nabila	-	✓	-	10.000	-	-	15.000	-	-	60.000
9	Malakue	✓	-	-	-	10.000	-	-	17.000	30.000	60.000
10	Mawasa	-	-	✓	13.000	-	-	-	-	-	-
11	Ghanim	-	✓	-	10.000	-	-	-	-	-	-

Sumber : Data Primer (Diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 5, strategi harga yang dilakukan oleh agroindustri meliputi sistem penetapan harga dan kebijakan harga produk. Sistem penetapan harga meliputi: 1) Penetapan harga berdasarkan kesepakatan/ kolusi sesama pesaing, 2) Penetapan harga sendiri dengan mempertimbangkan harga pesaing (merujuk pesaing), dan 3) Penetapan harga sendiri tanpa mempertimbangkan harga pesaing (tanpa merujuk pesaing). Sistem penetapan harga secara kolusi adalah sebesar 54,55 % atau sebanyak 6 agroindustri meliputi Abadi, Jaya Indah, Malomoe, Masagena, Tulimario dan Malakue. Sistem penetapan harga sendiri dengan mempertimbangkan harga pesaing sebesar 36,36 % atau sebanyak 4 agroindustri yaitu Insawa, Tulimario, Nabila dan Ghanim. Sedangkan sistem penetapan harga sendiri tanpa mempertimbangkan harga pesaing (tanpa merujuk pesaing) sebesar 9,09 % atau sebanyak 1 agroindustri. Perilaku penetapan harga secara kolusi lebih tinggi dibandingkan dengan sistem penetapan harga lainnya karena sesuai dengan struktur pasar yang terbentuk yaitu struktur pasar oligopoli dimana ciri utama pasar oligopoli adalah adanya kolusi penetapan harga dari beberapa agroindustri (Jaya, 2021).

Strategi Promosi

Strategi promosi dilakukan melalui sales, bazar, media sosial (terutama WhatsApp dan Facebook), dan platform online marketplace seperti Shopee dan Tokopedia. Penggunaan agen perantara (sales) dan media sosial dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya manusia dan informasi pasar. Penggunaan media sosial dianggap lebih efektif, efisien dan menjangkau konsumen lebih luas serta menghemat biaya promosi karena lebih murah sehingga mampu meningkatkan penjualan (Ashari & Tamami, 2022).

Capital to Labour Ratio (CLR)

Analisis CLR menunjukkan bahwa agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru cenderung lebih mengandalkan modal dibandingkan tenaga kerja. Rasio biaya modal lebih tinggi dibandingkan biaya tenaga kerja, menunjukkan kecenderungan industri yang padat modal. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rekarti & Nurhayati (2016) dan (Putra et al., 2018) bahwa industri makanan ringan tergolong padat modal. Perlu perhatian

bahwa untuk mengurangi biaya produksi, agroindustri dapat mempertimbangkan mekanisasi dengan menggantikan tenaga kerja manusia dengan tenaga mesin. Meskipun demikian, hal ini dapat mengurangi kesempatan kerja dan berdampak pada peningkatan kemiskinan di wilayah tersebut. Terlepas dari itu, strategi yang diterapkan oleh agroindustri di Desa Tangkit Baru mencerminkan upaya mereka untuk tetap kompetitif di pasar dan menghadapi dinamika struktur pasar yang ada.

Tabel 6. Capital To Labour Rasio (CLR) Agroindustri Selai Nanas Goreng di Desa Tangkit Baru Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Biaya Modal (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Share Biaya Modal (%)	Share Biaya Tenaga Kerja (%)	CLR (%)
1	Abadi	15.394.380,00	3.503.200,00	25,69	5,85	439,44
2	Jaya Indah	3.377.713,08	1.275.617,09	5,64	2,13	264,79
3	Malomoe	6.204.645,56	1.054.555,56	10,35	1,76	588,37
4	Masagenae	1.706.568,89	307.288,89	2,85	0,51	555,36
5	Tulli Mario	5.005.440,00	826.000,00	8,35	1,38	605,99
6	Yusra	9.203.100,00	1.242.900,00	15,36	2,07	740,45
7	Insawa	3.083.707,59	759.175,38	5,15	1,27	406,19
8	Nabila	1.571.925,71	476.666,67	2,62	0,80	329,77
9	Malakue	2.255.257,58	634.800,00	3,76	1,06	355,27
10	Mawasa	206.616,67	289.000,00	0,34	0,48	71,49
11	Ghanim	1.176.632,38	374.666,67	1,74	0,55	314,05
	Total	53.677.310,98	10.743.870,26	82,07	17,93	4.671,17
	Rata-rata	4.879.755,54	976.715,48	7,46	1,63	424,65

Sumber : Data Primer (Diolah), 2023

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai rasio biaya modal lebih besar yaitu sebesar 7,46 % dibandingkan dengan rata-rata rasio biaya tenaga kerja yang hanya mencapai 1,63 % atau penggunaan modal lebih besar 424,65 % dibandingkan penggunaan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru adalah padat modal atau lebih banyak mengeluarkan biaya untuk modal dibandingkan biaya untuk penggunaan tenaga kerja karena harga bahan baku dan bahan penolong terus meningkat. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rekart & Nurhayati (2016) dan (Putra et al., 2018) bahwa industri makanan ringan tergolong padat modal.

Sehubungan dengan hal diatas, apabila penggunaan bahan baku dan bahan penolong tidak dapat dihindarkan untuk memproduksi selai nanas goreng maka agroindustri dapat menurunkan biaya produksi dengan minimasi penggunaan tenaga kerja dengan mekanisasi yaitu mengganti penggunaan tenaga manusia dengan tenaga mesin. Penggunaan tenaga mesin mampu mempercepat proses produksi dan keseragaman produk yang dihasilkan sehingga lebih bermutu dan berdaya saing dibandingkan dengan penggunaan tenaga kerja manusia yang membutuhkan waktu produksi yang cukup lama dan menghasilkan produk yang tidak seragam bentuknya. Namun, penggunaan tenaga mesin dengan pemberdayaan teknologi akan menurunkan serapan lapangan pekerjaan dan meningkatkan kemiskinan.

Kinerja Pasar

Kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru menggambarkan sebuah gambaran yang kompleks tentang bagaimana struktur dan perilaku pasar mempengaruhi harga, efisiensi, dan keuntungan industri tersebut. Dalam mengevaluasi kinerja pasar, beberapa aspek penting seperti harga, efisiensi produktif dan alokatif (X-Eff), serta *Price-Cost-Margin* (PCM) dianalisis untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang kondisi pasar dan potensi perbaikan yang dapat dilakukan.

Efisiensi Produktif dan Alokatif (Efisiensi internal/ X-Eff)

Untuk melihat sejauh mana tingkat efisiensi penggunaan biaya produksi oleh agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru maka dilakukan dengan pendekatan X-eff. Berdasarkan perhitungan nilai X-eff dari penelitian yang telah dilakukan terhadap agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru tersaji pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai X-Eff Agroindustri Selai Nanas Goreng di Desa Tangkit Baru Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Biaya Modal (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya (TC) (Rp)	Total Pendapatan (TR) (%)	X-Eff (%)
1	Abadi	15.394.380,00	3.503.200,00	18.897.580,00	25.760.000,00	36,31
2	Jaya Indah	3.377.713,08	1.275.617,09	4.653.330,17	5.163.076,92	10,95
3	Malomoe	6.204.645,56	1.054.555,56	7.259.201,11	9.150.000,00	26,05
4	Masagenae	1.706.568,89	307.288,89	2.013.857,78	3.168.000,00	57,31
5	Tulli Mario	5.005.440,00	826.000,00	5.831.440,00	9.600.000,00	64,62
6	Yusra	9.203.100,00	1.242.900,00	10.446.000,00	16.920.000,00	61,98
7	Insawa	3.083.707,59	759.175,38	3.842.882,97	6.128.000,00	59,46
8	Nabila	1.571.925,71	476.666,67	2.048.592,38	2.520.000,00	23,01
9	Malakue	2.255.257,58	634.800,00	2.890.057,58	3.608.861,54	24,87
10	Mawasa	206.616,67	289.000,00	495.616,67	650.000,00	31,15
11	Ghanim	1.176.632,38	374.666,67	1.551.299,05	2.400.000,00	54,71
	Total	49.185.987,45	10.743.870,26	59.929.857,71	85.067.938,46	450,43
	Rata-rata	4.471.453,40	976.715,48	5.448.168,88	7.733.448,95	40,95

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Dari Tabel 7, nilai X-eff agroindustri selai nanas goreng adalah berkisar antara 10,95 % yang dimiliki oleh Jaya Indah hingga 64,62 % yang dimiliki oleh Tullimario. Rata-rata nilai X-eff yang diperoleh adalah sebesar 40,95 % yang berarti bahwa rata-rata produksi selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru selama November-Desember 2023 adalah sebesar 40,95 % dari output yang diinginkan dengan memanfaatkan input yang ada. Nilai X-eff agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru belum mencapai 50 % karena agroindustri belum mampu menekan biaya produksi karena biaya produksi yang berasal dari biaya modal dan biaya penolong yang harganya berfluktuatif dan cenderung meningkat serta tidak dapat dihindarkan penggunaannya untuk memproduksi sejumlah selai nanas goreng yang diinginkan.

Berhubungan dengan hal diatas, efisiensi biaya produksi dapat dilakukan agroindustri dengan melakukan riset produk substitusi bahan penolong yang dapat menghasilkan selai nanas goreng dengan biaya produksi yang lebih rendah namun menghasilkan selai nanas goreng yang lebih berkualitas. Penggunaan mekanisasi sebagai alternatif untuk menekan biaya produksi terutama dari sisi padat karya agar dapat mengimbangi tingginya penggunaan biaya modal. Selain itu, agroindustri dapat melakukan pengendalian biaya produksi dapat diketahui tingkat efisiensi biaya setelah dibandingkan antara *standar cost* dan *actual cost* karena dapat membantu dalam usaha meningkatkan efektivitas (Rustam et al., 2019). Namun apabila agroindustri berupaya meningkatkan nilai tambah dengan meningkatkan pendapatan melalui peningkatkan harga jual selai nanas goreng maka agroindustri akan dihadapkan pada beberapa resiko, yaitu : 1) Resiko kehilangan pasar akibat kenaikan harga jual yang tiba-tiba sehingga perlu dilakukan analisis sensitivitas terlebih dahulu sebelumnya (Syarif, 2014); 2) Resiko persaingan harga yang lebih ketat dengan pesaing sehingga harus dilakukan analisis nilai tambah terlebih dahulu terhadap kebenaran harga yang tinggi tersebut; 3) Resiko reputasi sehingga berdampak pada ketidakpuasan konsumen sehingga agroindustri harus menjaga reputasi dengan harga yang wajar dan kualitas produk yang baik.

Price Cost Margin (PCM)

Tingkat keuntungan suatu industri dapat dilihat dari kinerja industriya. Menurut Lipczynski *et.al.* (2005), tingkat keuntungan dapat dicerminkan melalui *Price-Cost-Margin* (PCM). Adapun pengukuran kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru dilakukan melalui pendekatan keuntungan dengan PCM. Analisis PCM digunakan untuk menganalisis hubungan struktur pasar terhadap kinerja perusahaan. PCM merupakan besarnya keuntungan yang bersumber dari kelebihan penerimaan suatu industri atas biaya produksi (Carlton dan Perloff, 2000). Adapun nilai PCM agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru sebagaimana Tabel 8.

Tabel 82. Nilai PCM Agroindustri Selai Nanas Goreng di Desa Tangkit Baru Tahun 2023

No	Nama Agroindustri	Biaya Modal (Rp)	Biaya Tenaga Kerja (Rp)	Total Biaya (TC) (Rp)	Total Pendapatan (TR) (%)	PCM (%)
1	Abadi	15.394.380,00	3.503.200,00	18.897.580,00	25.760.000,00	26,64
2	Jaya Indah	3.377.713,08	1.275.617,09	4.653.330,17	5.163.076,92	9,87
3	Malomoe	6.204.645,56	1.054.555,56	7.259.201,11	9.150.000,00	20,66
4	Masagenae	1.706.568,89	307.288,89	2.013.857,78	3.168.000,00	36,43
5	Tulli Mario	5.005.440,00	826.000,00	5.831.440,00	9.600.000,00	39,26
6	Yusra	9.203.100,00	1.242.900,00	10.446.000,00	16.920.000,00	38,26
7	Insawa	3.083.707,59	759.175,38	3.842.882,97	6.128.000,00	37,29
8	Nabila	1.571.925,71	476.666,67	2.048.592,38	2.520.000,00	18,71
9	Malakue	2.255.257,58	634.800,00	2.890.057,58	3.608.861,54	19,92
10	Mawasa	206.616,67	289.000,00	495.616,67	650.000,00	23,75
11	Ghanim	1.176.632,38	374.666,67	1.551.299,05	2.400.000,00	35,36
	Total	49.185.987,45	10.743.870,26	59.929.857,71	85.067.938,46	306,15
	Rata-rata	4.471.453,40	976.715,48	5.448.168,88	7.733.448,95	27,83

Sumber: Data Primer (Diolah), 2023

Dari Tabel 8 diperoleh nilai PCM antara 9,8 % yang dimiliki oleh Jaya Indah hingga 39,26 % yang dimiliki oleh Tullimario. Berhubungan dengan hal diatas nilai PCM tertinggi berada pada Tullimario sebesar 39,26 % padahal pangsa pasarnya menempati urutan ke 3. Tingginya PCM yang dimiliki Tullimario dikarenakan sudah mampu menekan biaya tenaga kerja karena sudah menggunakan teknologi untuk kegiatan produksinya. Selain itu, kegiatan kerja juga terakomodir dengan baik berdasarkan job deskripsi sesuai struktur organisasi agroindustri. Sedangkan Abadi yang memiliki pangsa pasar terbesar yaitu 20,38 % hanya memiliki nilai PCM sebesar 26,64 % karena Abadi masih padat modal dan padat karya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Prasetya (2017), Putra et al. (2018) bahwa penguasaan pangsa pasar juga tidak menjamin tingkat keuntungan karena suatu agroindustri yang memiliki pangsa pasar besar belum tentu memiliki keuntungan yang besar yang mana keuntungan tersebut berasal dari penekanan biaya produksi. Dengan demikian, tidak ada hubungan kinerja pasar dengan struktur pasar apabila dilihat dengan pendekatan PCM terhadap pangsa pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru.

Berhubungan dengan hal diatas, rata-rata nilai PCM yang dihasilkan adalah sebesar 27,83 % yang berarti bahwa agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru hanya mampu menghasilkan laba kotor 27, 83 % dari total penjualan setelah memperhitungkan biaya produksi. Meskipun nilai ini tidak terlalu tinggi, perusahaan masih dapat memperbaiki efisiensi operasional untuk meningkatkan laba kotor. Rendahnya nilai PCM yang dibawah 50 % menggambarkan bahwa agroindustri belum mampu mengendalikan biaya dan memproduksi barang atau jasa secara efisien sehingga kinerja pasar yang dihasilkan kurang baik.

Kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng yang tergolong kurang baik karena struktur pasar oligopoli ketat yang terbentuk menyebabkan persaingan yang ketat dimana setiap agroindustri harus berjuang untuk mempertahankan laba kotor yang cukup. Selain itu, agroindustri tidak mampu mengendalikan biaya modal dari biaya bahan baku dan bahan penolong yang berfluktuatif dan cenderung meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhasanah (2019) dan Yolandri (2022) bahwa rendahnya nilai PCM yang terjadi pada suatu industri karena perusahaan tidak mampu menekan biaya untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Sementara itu, untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menaikkan harga jual selai nanas goreng secara tiba-tiba akibat peningkatan biaya produksi akan berdampak pada berkurangnya daya beli konsumen dan mempengaruhi permintaan pasar.

KESIMPULAN

Agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru berjumlah 11 agroindustri yang aktif terdiri dari industri rumah tangga milik perorangan (10 agroindustri) dan Kelompok Tani (1 agroindustri/ Yusra) yang bermula ketika produksi nanas melimpah sedangkan daya simpan rendah sehingga menginisiasi pelaku usaha untuk meningkatkan produk yang memiliki daya simpan yang cukup lama dan bernilai tambah. Permodalan usaha diperoleh dari modal sendiri dan perbankan. Agroindustri selai nanas goreng tidak memiliki tenaga kerja tetap untuk melakukan kegiatan produksi namun melakukan sistem berdasarkan jasa ulah setiap kali proses produksi. Adapun rata-rata produksi per bulan hanya sebesar 61,61 % (86,64 Kg) dari kapasitas produksi terpasang (144,18 Kg). Nanas sebagai bahan bakul diperoleh dari kebun milik sendiri dan petani seltempat. Semula agroindustri telah memiliki jaminan keamanan pangan bagi konsumen yang telah teregistrasi berupa PIRT dari Dinas Kesehatan dan Halal dari MUI setempat.

Saluran pemasaran selai nanas goreng terdiri dari 2 saluran pemasaran yaitu : 1) Produsen-Konsumen, dan 2) Produsen-Pedagang Pengecer-Konsumen. Lembaga pemasaran yang terlibat terdiri dari agroindustri selaku produsen dan pedagang pengecer. Agroindustri melaksanakan fungsi pemasaran meliputi fungsi pertukaran (penjualan), fungsi

fisik (pengemasan dan penyimpanan) dan fungsi fasilitas (standarisasi, penanggungan resiko, pembiayaan dan informasi pasar). Sedangkan pedagang pengecer hanya melakukan fungsi fisik (penjualan) karena sistem konsinyasi yang dilakukan.

Bentuk struktur pasar yang dimiliki oleh agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru adalah struktur pasar oligopoli ketat yang terlihat dari rata-rata nilai pangsa pasar 4 agroindustri terbesar dengan nilai CR4 sebesar 72,00 %. Struktur pasar ini menandakan bahwa adanya tingkat konsentrasi yang tinggi, jumlah produsen relatif sedikit, hambatan masuk pasar yang tinggi yaitu lebih dari 10 % atau sebesar 18,05 % dan produk terdeferensiasi dari segi bentuk, rasa dan daya simpan.

Perilaku pasar agroindustri selai nanas goreng dilihat dari strategi produk, strategi harga dan strategi promosi serta capital to labour ratio (CLR). Strategi produk dilakukan dengan melakukan penjualan selai nanas goreng dalam beberapa kemasan. Strategi harga dilakukan melalui sistem penetapan harga (kolusi, dengan mempertimbangkan harga pesaing dan tanpa mempertimbangkan harga pesaing) dan kebijakan harga produk dalam kemasan. Adapun strategi promosi dilakukan untuk memperluas pangsa pasar dan menarik minat konsumen melalui penggunaan sales (tenaga pemasar), bazar, media sosial dan market place. Hasil CLR menunjukkan bahwa agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru adalah padat modal dengan nilai CLR sebesar 424,65 %.

Kinerja pasar agroindustri selai nanas goreng di Desa Tangkit Baru memiliki kinerja yang kurang baik atau belum efisien. Hal ini dapat dilihat dari nilai Xeff memiliki rata-rata 40,95 % dan menunjukkan rendahnya kemampuan agroindustri untuk meminimumkan jumlah biaya input yang digunakan untuk produksi dan akibat kelebihan kapasitas produksi. Selain itu, nilai tingkat keuntungan (PCM) rata-rata agroindustri hanya sebesar 27,83 % dan menunjukkan peningkatan biaya input yang digunakan untuk proses produksi terutama bahan baku dan bahan penolong sehingga keuntungan yang diperoleh belum maksimal.

Dengan demikian, terbentuknya struktur pasar yang oligopoli ketat dengan hambatan masuk yang tinggi dan produk terdiferensiasi akan mempengaruhi perilaku pasar dalam hal strategi produk, harga, dan promosi. Produsen cenderung berkolusi dalam penetapan harga dan menggunakan berbagai strategi promosi untuk mempertahankan pangsa pasar. Perilaku Pasar yang didorong oleh struktur pasar ini berdampak pada kinerja pasar. Meskipun strategi yang diterapkan membantu dalam mempertahankan pangsa pasar, efisiensi yang rendah dan biaya input yang tinggi mengurangi keuntungan yang diperoleh, menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam efisiensi operasional dan pengelolaan biaya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R., & Baladina, N. 2017. *Pemasaran Produk Pertanian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Arsyad, L., & Kusuma, S.E. 2014. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: UPP STIM YPKN.
- Ashari, A., & Tamami, N. D. (2022). Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar (SCP) dan Analisis Swot Pada Batik Tulis Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan. *Agriscience*, 3(1), 213–229. <https://doi.org/10.21107/agriscience.v3i1.15423>
- Badan Pusat Statistik Provinsi. 2022. *Produksi Tanaman Buah-Buahan Di Indonesia 2018-2022*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjIjMg==/production-of-fruits.html>. Diakses tgl. 24 Juli 2023.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jambi. 2021. *Produksi Tanaman Buah-Buahan Di Indonesia 2018-2021*. <https://jambi.bps.go.id/indicator/55/576/1/produksi-dan-banyaknya-pohon-nanas-yang-menghasilkan-.html>. Diakses tgl. 24 Juli 2023.
- Carlton, D. W. dan Perloff, J. M. (2000). *Modern Industrial Organization*, 3rd edition. Massachusetts, USA: Addison Wesley Longman, Inc.
- Hanum, A., Damayanti, Y., & Elwamendri, E. (2018). Analisis Komparasi Nilai Tambah Produk Olahan Nenas Pada Agroindustri Di Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*, 21(1), 3. <https://doi.org/10.22437/jiseb.v21i1.5083>
- Hopid, H., Sudiarto, S., & Hendrarini, H. 2021. Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar pada Sentra Industri Rengginang Lorjuk di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(3), 787–797. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.16>.
- Jaya, W.K. 2021. *Ekonomi Industri*. Edisi Kedua. Yogyakarta (ID). Fakultas Ekonomi Pr, Universitas Gajah Mada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lipczynski, J., John Wilson and John Goddard. 2005. *Industrial Organization: Competition, Strategy and Policy*. Second edition. Pearson Education. FT Prentice Hall.
- Nurhasanah, D. T. (2019). Analisis Structure Conduct Dan Performance Pada Industri Tape Di Kabupaten Bondowoso. *The 5th Seminar Nasional Dan Call for Paper-2019, XV(1)*, 278–288.
- Prasetya, R. G. (2017). Analisis SCP pada Industri Kecil dan Menengah Makanan Olahan Kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau*, 6–18.

- Putra, S., Basri, S., & Pailis, E. A. (2018). Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit Dan Bolu. *Jom Fekon*, 4(1), 558–569. <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID-analisis-dampak-pemekaran->
- Rekarti, E., & Nurhayati, M. (2016). Analisis Structure Conduct Performance (Scp). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Mercu Buana*, 2(1), 96913.
- Rustam, A., Adzim, F., & Alifah, A. U. (2019). Evaluasi Pengendalian Biaya Produksi Guna Meningkatkan Efisiensi Biaya Produksi Pada Cv. Citra Sari Makassar. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 2(2), 65–71. <https://doi.org/10.26618/jrp.v2i2.2537>
- Shepherd, W. G. 1992. *The Economics of Industrial Organization*. Third Edition. Prentice Hall International.
- Siregar, RT., dkk. 2021. *Ekonomi Industri*. Medan : Yayasan Kita Menulis.
- Syarif. 2014. Sistem Operasional dan Usaha Produksi. *Jurnal Analisis Sensitivitas*. Fakultas Manajemen Industri. Universitas Padjajaran Bandung.
- Tanjung, AA., & Ruslan, D. 2019. *Ekonomi Industri*. Jakarta : Kencana.
- Wibowo, A. J. I. (2019). Analisis industri makanan tradisional berbasis concentration ratio , herfindahl- hirschman index , dan minimum efficient scale. *Jurnal FEB Unmul*, 15(1), 26–43.
- Yolandari. 2022. Analisis Structure Conduct Performance (SCP) Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Kota Jember (Pada Industri Suwar-Suwir Di Kecamatan Pakusari Jember). *Jember : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*.