

SKRIPSI

ANALISIS EKONOMI TERHADAP STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR PUPUK DI KABUPATEN PINRANG

HILDAYANTI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS EKONOMI TERHADAP STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR PUPUK DI KABUPATEN PINRANG

sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh :

**HILDAYANTI
A11116010**



kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS EKONOMI TERHADAP STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR PUPUK DI KABUPATEN PINRANG

disusun dan diajukan oleh :

HILDAYANTI
A11116010

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 11 November 2021

Pembimbing I

Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si., CWM®
NIP. 19631231 199203 1 021

Pembimbing II

Fitriwati Djam'an, S.E., M.Si.
NIP. 19740715 200212 1 003

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si., CSF., CWM®
NIP. 19690413 199403 1 003

SKRIPSI

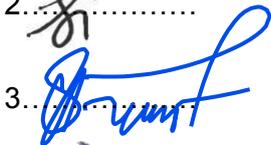
ANALISIS EKONOMI TERHADAP STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA PASAR PUPUK DI KABUPATEN PINRANG

disusun dan diajukan oleh

HILDAYANTI
A11116010

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **6 Desember 2021** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, SE., M.Si., CWM®	Ketua	1. 
2	Fitriwati Djam'an, S.E., M.Si.	Sekretaris	2. 
3	Dr. Sabir, S.E., M.Si., CWM®	Anggota	3. 
4	Dr. Amanus K.F.A. Yunus, S.E., M.Si.	Anggota	4. 



Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin


Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si., CSF., CWM®
NIP. 19690413 199403 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : Hildayanti
Nomor Pokok : A11116010
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi dengan judul “***Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang***” adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta orang lain. Apabila di kemudian hari skripsi saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi.

Makassar, 7 Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Hildayanti

PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatulahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT pencipta alam semesta beserta isinya, yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah serta petunjuk kepada setiap makhluk ciptaan-Nya, termasuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang”. Salam dan shalawat dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, sang pencerah yang menuntun ummatnya dari alam yang gelap gulita menuju alam yang terang benderang dengan segala ilmu dan ajarannya.

Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik atas bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Dwia Aries Tina M.A Selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Rahman Kadir, S.E., M.Si, CIPM, CWM[®], CRA., CRP.Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Prof. Dr. Mahlia Muis, SE., M.Si., CWM[®] selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ibu Prof. Dr. Haliah, SE., M.Si. Ak., CA., CWM[®], CRP., CRA selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Bapak Dr. H. Madris, SE., DPS., M.Si., CWM[®] selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Bapak Dr. Sanusi Fattah, S.E., M.Si., CSF., CWM[®] , selaku ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E.,

M.Si., CWM[®]. selaku Sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi. Terima kasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan hingga peneliti dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.

4. Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si., CWM[®], selaku dosen pembimbing I dan Ibu Fitriwati Djam'an, SE.,M.Si., selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas arahan, bimbingan, saran dan waktu yang telah diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini serta permohonan maaf yang sebesar-besarnya bilamana selama proses bimbingan skripsi peneliti secara tidak sengaja melakukan kesalahan yang menyinggung perasaan Bapak dosen pembimbing. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan kemudahan dalam segala urusan Bapak dosen pembimbing.
5. Dr. Sabir, S.E., M.Si., CWM[®] dan Dr. Amanus K.F.A. Yunus, S.E., MSi., selaku dosen penguji. Terima kasih telah memberikan waktunya, kritik, saran dan motivasi yang membangun dalam penyempurnaan skripsi.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, arahan, bimbingan dan nasihat kepada peneliti selama menimba ilmu di Universitas Hasanuddin.
7. Kepada segenap Pegawai Akademik, Kemahasiswaan dan Perpustakaan E-Library dan Perpustakaan Pusat Universitas Hasanuddin. Terima kasih Bapak dan Ibu yang telah membantu dalam pengurusan administrasi, persuratan maupun berkas yang dibutuhkan hingga mengikuti ujian.
8. Kedua orang tua tercinta bapak Sulaiman dan Ibu Daini yang senantiasa memberikan kasih sayang sehingga penulis sampai ke titik ini.
9. Teman angkatan SPHERE 2016 terima kasih atas kebersamaannya. Kalian luar biasa, *see u on top guys !..*

10. Teman-Teman di grup „Pejuang SE“ yaitu Fera, Sulfi, Hanifa dan Ana yang selalu memberikan semangat untuk penulis agar tidak bermalas-malasan mengerjakan skripsi.
11. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang dengan tulus memberikan motivasi serta doa hingga atas izin Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan.

Akhir kata, tiada kata yang patut peneliti ucapkan selain doa semoga Allah memberikan balasan dengan sebaik-baiknya balasan dan senantiasa melimpahkan Ridho dan berkahnya atas amalan kita di dunia maupun di akhirat.

Makassar, 7 Desember 2021

Penulis,

Hildayanti

ABSTRAK

Analisis Ekonomi terhadap Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang

Economic Analysis of Structure, Behavior, and Performance of Fertilizer Market in Pinrang District

**Hildayanti
Nur Dwiana Sari Saudi
Fitriwati Djam'an**

Penelitian ini bertujuan antara lain untuk menganalisis struktur, perilaku terhadap kinerja pasar pupuk di Kabupaten Pinrang. Analisis data dilakukan dengan metode analisis kuantitatif deskriptif. Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar (market share), rasio konsentrasi (CR4), dan hambatan masuk pasar (MES). Pendekatan perilaku pasar menggunakan analisis deskriptif berkenaan dengan saluran pemasaran pupuk bersubsidi, sedangkan pendekatan kinerja pasar menggunakan analisis Return on Assets (ROA). Responden dalam penelitian ini adalah distributor pupuk yang berjumlah 5, pengecer pupuk yang berjumlah 69 pengecer, dan petani sawah di Kabupaten Pinrang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur pasar pupuk bersubsidi di Kabupaten Pinrang mengarah pada pasar dominan dengan competitive fringe atau monopoli efektif. Perilaku pasar yang terjadi sesuai dengan alur pendistribusian pupuk. Kinerja pasar pupuk berdasarkan Return on Asset (ROA) profitabilitas para distributor mengalami penurunan di tahun 2021.

Kata Kunci : Pasar pupuk, Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja, Pangsa Pasar, rasio konsentrasi (CR4), hambatan masuk pasar (MES), monopoli efektif, Return on Asset (ROA)

This study aims, among others, to analyze the relationship of structure, behavior to the performance of the fertilizer market in Pinrang Regency. Analysis of the data is done by the method of analysis of descriptive quantitative. The market structure approach uses market share analysis (market share), concentration ratio (CR4), and barriers to market entry (MES). The market behavior approach uses descriptive analysis regarding the marketing channel of subsidized fertilizer, while the market performance approach uses Return on Asset (ROA) analysis. Respondents in this study were fertilizer distributors totaling 5, fertilizer retailers totaling 69 retailers, and rice farmers in Pinrang Regency. The results of this study indicate that the market structure of subsidized fertilizers in Pinrang Regency leads to a dominant market with competitive fringe or effective monopoly. The market behavior that occurs is in accordance with the flow of fertilizer distribution. Fertilizer market performance based on Return on Assets (ROA) of distributors' profitability will decline in 2021.

Keywords : Fertilizer market, structure- behavior- performance analysis, market share, concentration ratio (CR4), barriers to market entry (MES), effective monopoly, Return on Asset (ROA)

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teoritis	7
2.1.1 Ekonomi Industri	7
2.1.2 Struktur Pasar	10
2.1.3 Perilaku Pasar.....	13
2.1.4 Kinerja Pasar	16
2.2 Tinjauan Empiris.....	18
2.3 Kerangka Pikir	21
2.4 Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.5 Metode Pengumpulan Data	26
3.6 Metode Analisis Data.....	26
3.7 Definisi Operasional	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Deskripsi Responden.....	30
4.2 Analisis Struktur Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang.....	31

4.2.1	Analisis Pangsa Pasar (MS).....	31
4.2.2	Analisis Rasio Konsentrasi (CR)	33
4.2.3	Analisis Hambatan Masuk Pasar (MES).....	35
4.3	Analisis Perilaku Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang	37
4.4	Kinerja pemasaran pupuk di Kabupaten Pinrang	43
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1	Kesimpulan	45
5.2	Saran	46
	DAFTAR PUSTAKA.....	47
	LAMPIRAN.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel		halaman
Tabel 1.1	Jumlah Lembaga Pemasaran Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2021	2
Tabel 1.2	Alokasi Pupuk Bersubsidi Menurut Jenis Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	3
Tabel 1.2	Harga Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang Tahun 2021	4
Tabel 2.1	Pengklasifikasian CR4	11
Tabel 4.1	Tabulasi Silang Kuota Pupuk Terhadap Penjualan Pupuk Bersubsidi Di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	30
Tabel 4.2	Tabulasi Silang Kuota Pupuk Terhadap Harga Pupuk Bersubsidi Di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	30
Tabel 4.3	Tabulasi Silang Sesuai Kebutuhan Dengan Jatah Pupuk Bersubsidi Di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	31
Tabel 4.4	Pangsa Pasar Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	33
Tabel 4.5	CR4 Pemasaran Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	34
Tabel 4.6	<i>Minimum Efficiency Scale</i> Pemasaran Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	36
Tabel 4.7	Harga Eceran Tertinggi (HET) Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	37
Tabel 4.8	Jatah/ Kuota Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	41
Tabel 4.9	Return on Asset (ROA) Distributor Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2020-2021	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar		halaman
Gambar 2.1	Hubungan Antara <i>Structre- Conduct- Performance</i>	8
Gambar 2.2	Hubungan, struktur dan perilaku	9
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran Penelitian	22
Gambar 3.1	Struktur Alur Pendistribusian Pupuk	29
Gambar 4.1	Alur Pemasaran Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang....	37
Gambar 4.2	Rincian Alur Pemasaran Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		halaman
Lampiran 1	Data Lembaga Pemasaran Pupuk di Kabupaten Pinrang	50
Lampiran 2	Data Pangsa Pasar dan CR4.....	51
Lampiran 3	Data MES Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang.....	52
Lampiran 4	Retrn on Asset Distributor Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2020 satuan %.....	52
Lampiran 5	Return on Asset Distributor Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2021 satuan %.....	52
Lampiran 6	Biodata Peneliti.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pupuk merupakan salah satu sektor strategis yang dapat memacu perekonomian nasional. Sebab, industri pupuk berperan penting dalam mendorong peningkatan produksi sektor pertanian yang mendukung program ketahanan pangan nasional di masa mendatang. Untuk mendukung upaya pencapaian ketahanan nasional diperlukan dukungan kebijakan, salah satunya diantaranya adalah kebijakan di bidang penyediaan pupuk bersubsidi. Kebijakan pupuk diarahkan pada penyediaan pupuk sesuai azas tepat waktu, tepat harga, tepat tempat, dan tepat jumlah (Umar Burhan, 2011).

Kinerja pasar merupakan hasil atau prestasi yang muncul di dalam pasar sebagai reaksi akibat terjadinya tindakan para pesaing pasar yang menjalankan berbagai strategi dan menguasai kondisi pasar. Kinerja pasar dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti harga, keuntungan, dan efisiensi. Harga sering dijadikan sebagai faktor terpenting dalam pembedaan kinerja pasar yang bersaing sempurna dengan pasar yang tidak bersaing. Pada pasar persaingan sempurna harga jual yang terjadi di pasar cenderung lebih rendah karena mengikuti gejolak pasar yang berlangsung dikarenakan di dalam pasar tidak ada satupun produsen yang dapat mengendalikan pasar. Sebaliknya pada pasar yang tidak bersaing seperti monopoli harga jual di pasaran cenderung tinggi karena produsen monopolis memiliki kemampuan penuh guna mengendalikan pasar sehingga monopolis dapat menentukan harga jual yang tinggi sesuai kehendaknya dibanding harga jual yang ditentukan oleh persaingan pasar sempurna (Teguh, 2010).

Jumlah perusahaan yang terdapat di dalam suatu industri akan memengaruhi tingkat persaingan yang terjadi dalam industri tersebut. Semakin banyak perusahaan yang masuk ke dalam industri, maka tingkat persaingan akan semakin ketat. Akibatnya masing-masing perusahaan akan bersaing untuk meningkatkan pangsa pasarnya.

Table 1.1 Jumlah Lembaga Pemasaran Pupuk di Kabupaten Pinrang Tahun 2021

Distributor	Jumlah Kecamatan	Jumlah Pengecer
Salo Indah Mandiri	2	9
Madina Utama Sejahtera	4	27
Pertani	1	7
Mekar Tani	4	19
Perusahaann Perdagangan Indonesia	1	7
Jumlah	12	69

Sumber: Data diolah data primer, tahun 2021.

Tabel 1.1 Menunjukkan jumlah lembaga pemasaran yang ada di Kabupaten Pinrang pada tahun 2021 yaitu sebanyak 5 distributor dan 69 jumlah pengecer. Semakin luasa wilayah pemasaran distributor memperhatikan semakin banyak jumlah pengecer yang dimiliki sehingga dapat memiliki pangsa pasar yang lebih besar. Peranan sektor pertanian bagi pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Pinrang masih memiliki peranan yang sangat penting, sebagai daerah agraris yang masih sangat mengandalkan sumber perekonomian dari sektor pertanian.

Ketersediaan pupuk merupakan salah satu unsur penting dan strategis dalam peningkatan produksi, produktivitas tanaman, dan pendapatan petani. Pupuk merupakan salah satu *input* produksi yang mampu mengoptimalkan hasil

produksi pertanian. Begitu pentingnya peran pupuk sehingga pemerintah terus mendorong penggunaan pupuk secara *efisien* melalui kebijakan harga, pengadaan maupun distribusi (Umar Burhan, 2011).

Dalam pasar terdapat pelaku pasar yang mengendalikan keadaan pasar, hal ini dinyatakan sebagai perilaku pasar. Perilaku pasar adalah pola tingkah laku para pelaku pasar dalam melakukan penyesuaian dengan struktur pasar yang di hadapi dapat berupa praktek penentu harga komoditi, seragamnya biaya pemasaran, praktek persaingan bukan harga seperti kolusi pasar gelap, praktek tidak jujur dan kebijaksanaan harga yang kurang mendorong perbaikan mutu. Keragaman pasar sangat di tentukan oleh struktur pasar dan perilaku pasar. Keragaman pasar dapat dilihat dari tingkat harga dan margin pemasaran (Cramer and Jansen, 1994).

Table 1.2 Alokasi Pupuk Bersubsidi Menurut Jenis Pupuk di Kabupaten Pinrang Tajun 2020-2021

Tahun	Jenis Pupuk							
	UREA	ZA	SP-36	NPK	NPK KHUSUS	ORGANIK	ORGANIK GRANUL A	ORGANIK CAIR
2020	17.865	2.725	2.033	135	236	947	0	0
2021	22.984	2.410	0	11.742	200	0	1.853	4.633

Sumber: Dinas Pertanian dan Holtikultura Kabupaten Pinrang, 2021.

Adanya kenaikan harga pupuk bersubsidi di tahun 2021 yang diikuti dengan pengurangan kuota yang di kendalikan oleh pemerintah mengakibatkan petani di kabupaten pinrang kesulitan dalam memperoleh pupuk. Kelangkaan pupuk bersubsidi terjadi diduga adanya perilaku pasar yang bersifat monopoli. Dalam pasar yang monopoli, mempunyai kekuatan untuk membatasi permintaan pupuk yang berakibat terhadap kelangkaan pupuk. Semakin tinggi harga pupuk di luar subsidi tidak berarti petani mampu untuk membeli. Apakah dengan harga pupuk

yang tinggi masih menjamin keuntungan dalam usaha tani. Bagi petani sebagai pengguna pupuk, walau harga tinggi nampaknya masih antusias untuk membeli dan menggunakan dalam usaha taninya. Petani yang dimaksud dalam hal ini yaitu kelompok petani sawah sebanyak 2.411 kelompok tani dengan rata-rata anggota 30 orang per kelompok tani. Di mana petani mengalami kesusahan dalam mendapatkan pupuk bersubsidi.

Table 1.3 Harga Pupuk Bersubsidi di Kabupaten Pinrang Tahun 2021

Jenis	Harga Produsen – Distributor	Harga Distributor - Pengecer	Harga Pengecer - Petani
Urea	Rp 2.050	Rp 2.180	Rp 2.250
ZA	Rp 1.500	Rp 1.630	Rp 1.700
SP-36	Rp 2.200	Rp 2.330	Rp 2.400
Npk Phonska	Rp 2.100	Rp 2.230	Rp 2.300
Petroganik	Rp 600	Rp 730	Rp 800

Sumber: Data Primer Setelah diolah, tahun 2021.

Kekuatan pemerintah dalam mengendalikan pupuk bersubsidi akan mempengaruhi struktur pasar yang bersifat monopoli. Selanjutnya struktur pasar tersebut akan mempengaruhi perilaku. Perilaku pasar yang dimainkan oleh lembaga pemasaran pupuk dibawah kendali pemerintah memiliki kemampuan untuk mengendalikan pendistribusian pupuk yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja pasar, seperti memperoleh keuntungan berlebih bagi para lembaga pemasaran. Dalam SCP hubungan ketiga komponen tersebut saling memengaruhi (Martin,2002).

Apabila fenomena kelangkaan pupuk diikuti oleh lonjakan kenaikan harga pupuk akan berdampak pada penurunan produksi pada produktivitas pertanian. penurunan produktivitas pertanian akan berdampak pada penurunan pendapatan yang akan merugikan petani. Kenaikan harga yang terjadi dalam jangka waktu

yang panjang karena keadaan pasar yang monopoli dapat berakibat pada inflasi yang tinggi. Oleh karena itu kajian mengenai Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Pupuk di Kabupaten Pinrang menjadi cukup penting.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana struktur pasar pupuk di Kabupaten Pinrang?
2. Bagaimana perilaku pasar pupuk di Kabupaten Pinrang?
3. Bagaimana kinerja pasar pupuk di Kabupaten Pinrang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis struktur pasar pupuk di Kabupaten Pinrang.
2. Menganalisis perilaku pasar pupuk di Kabupaten Pinrang.
3. Menganalisis kinerja pasar pupuk di Kabupaten Pinrang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dan kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi pemerintah dan instansi yang terkait, dengan penelitian ini dapat di jadikan referensi untuk mengambil kebijakan untuk pengendalian permasalahan pupuk di Kabupaten Pinrang.
- b. Sebagai bahan referensi dan pembanding bagi para peneliti lain yang ingin meneliti masalah ini dengan memasukkan variabel-variabel lain yang turut

memengaruhi permasalahan-permasalahan pupuk yang ada di Kabupaten Pinrang.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya bagi para pembaca yang tertarik meneliti hal yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Ekonomi Industri

Ekonomi industri terus mengalami perkembangan sejalan dengan dinamisnya dunia bisnis dan temuan empiris yang kemudian memberikan sudut pandang yang berbeda-beda terkait dengan pengukuran struktur, perilaku dan kinerja industri. Lebih jauh, konsep hubungan di antara struktur, perilaku dan kinerja pun mengalami perkembangan yang signifikan. Menurut aliran Harvard Pelopor dari aliran ini ialah Mason dan Joe Bain sekitar periode 1940-1960 dengan beberapa tulisan yang cukup berpengaruh pada masanya.

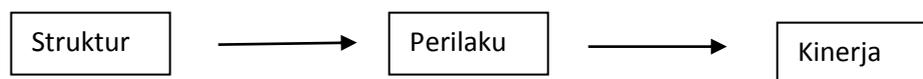
Ekonomi industri merupakan suatu keahlian khusus dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan tentang perlunya pengorganisasian pasar dan bagaimana pengorganisasian pasar ini dapat mempengaruhi cara kerja pasar industri. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan kepada studi empiris dan faktor-faktor yang mempengaruhi struktur, perilaku, dan kinerja. Organisasi industri berkaitan erat dengan kebijaksanaan pemerintah dalam usaha mencapai tujuan, yaitu tercapainya efisiensi di tingkat perusahaan, industri dan efisiensi ekonomi nasional secara keseluruhan (Jaya, 2001).

Pendekatan ekonomi industri yang digunakan dikenal dengan paradigma Struktur-Perilaku-Kinerja atau "*Structure- Conduct- Performance*" atau populer di sebut SCP *paradigm*. Pendekatan ini sudah sangat umum digunakan dan sampai saat ini menjadi acuan akademis dan otoritas kompetisi di berbagai belahan dunia. Dengan paradigma tersebut, struktur industri akan berhubungan dengan

komposisi perusahaan di dalam suatu pasar atau industri yang mencirikan kompetisi didalamnya. Perilaku industri menggambarkan perilaku perusahaan berkaitan dengan respon terhadap perilaku perusahaan lain di dalam suatu pasar atau industri adapun kinerja menunjukkan kinerja pasar atau industri dalam suatu industri dan periode tertentu yang merupakan hasil merespon struktur pasar dan perilaku perusahaan yang ada didalamnya (Setiawan, 2019).

Struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana perilaku pasar pelaku industri (*Conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*) industri tersebut. Gambar 1.2 menunjukkan hubungan linier struktur- perilaku- kinerja (SCP) suatu perusahaan.

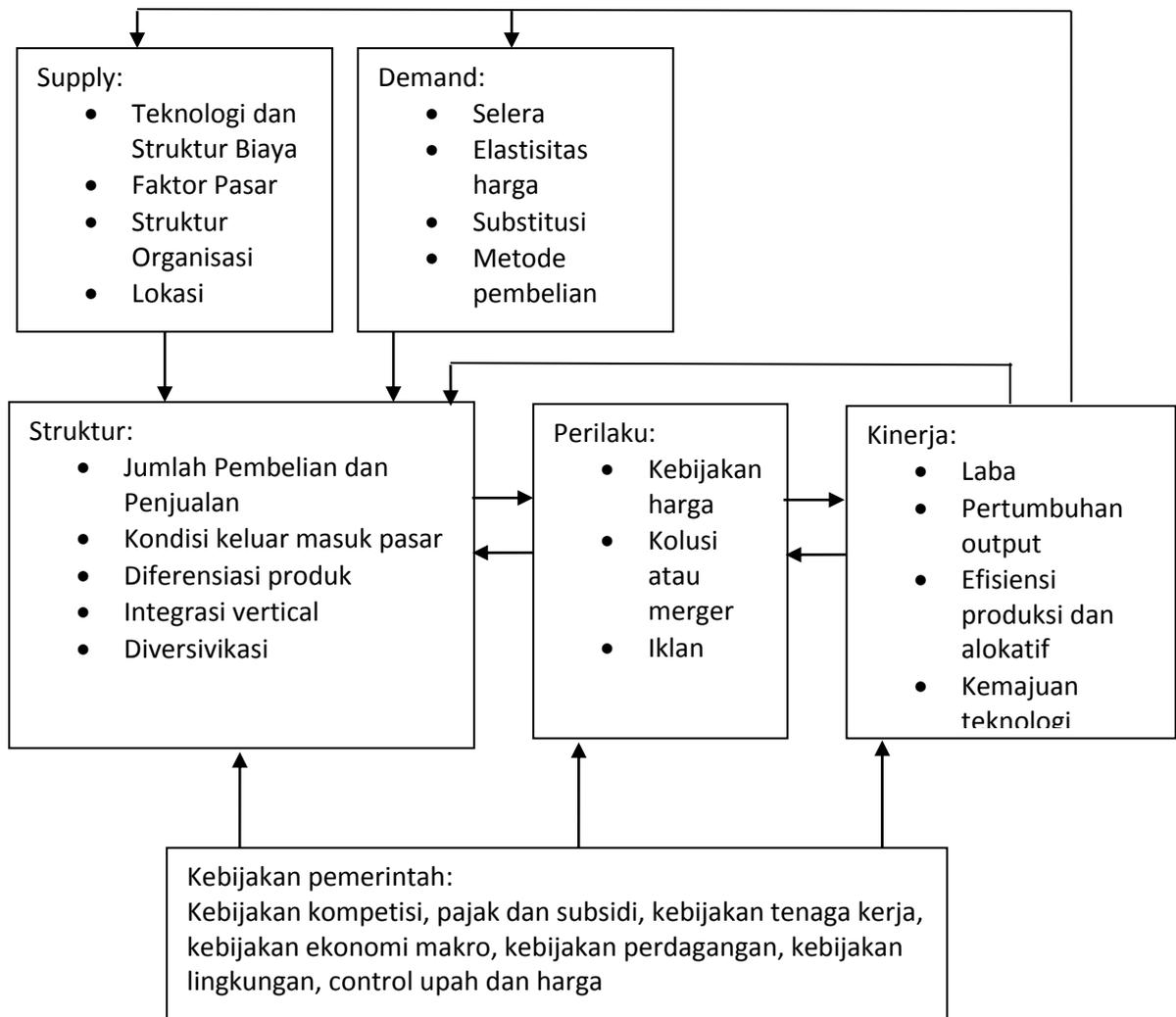
Gambar 2.1 Hubungan Antara Structure- Conduct- Performance



Sumber: Martin dalam Kuncoro (2007)

Menurut Lipczynski (2005) skema paradig SCP dapat dilihat dalam Gambar 2.2 sesuai dengan dasar paradig SCP, hubungan utama terjadi dari struktur melalui perilaku mempengaruhi kinerja. Aka etapi, ada berbagai timbale balik yang juga mungkin terjadi yaitu: kinerja mempengaruhi perilaku, perilaku mempengaruhi struktur, dan kinerja mempengaruhi struktur pasar.

Gambar 2.2 Hubungan Struktur, Perilaku dan kinerja



Sumber: Lipczynki (2005)

Dalam melakukan analisis organisasi industri, ada empat cara untuk mengamati hubungan antara struktur, perilaku, dan kinerja (Hasibuan, 1993). Cara tersebut yaitu: pertama, hanya memperdalam hubungan antara struktur dan kinerja. Kedua, menelaah struktur terhadap perilaku lalu kepada kinerja. Ketiga, menelaah hubungan kinerja dan perilaku, baru mengaitkannya dengan struktur. Keempat, tidak mengamati kinerja sama sekali karena dianggap sudah terjawab dari menelaah hubungan antara perilaku dan struktur.

2.1.2 Struktur Pasar

Struktur industri didefinisikan dalam terminologi distribusi jumlah dan ukuran dari perusahaan-perusahaan yang ada dalam industri. Struktur industri merupakan cerminan dari struktur pasar suatu industri (Bain 1968 dalam Kuncoro, 2007).

Struktur pasar menunjukkan lingkungan persaingan antara penjual dan pembeli melalui proses terbentuknya harga dan jumlah produk yang ditawarkan dalam pasar. Struktur pasar memiliki beberapa elemen penting yang menggambarkan ukuran perusahaan yang bersaing dalam suatu pasar.

Struktur pasar berkaitan dengan lingkungan di mana pasar tersebut beroperasi. Lingkungan tersebut menyangkut banyaknya produsen atau perusahaan, fungsi biaya, fungsi keuntungan, dan kendala yang menghalangi produsen untuk masuk ke dalam suatu industri. Struktur pasar juga menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan di pasar dalam suatu industri. Untuk memperluas pangsa pasar tersebut, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Semakin besar hambatan untuk masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Hambatan masuk meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemerintah untuk memasuki pasar, bermacam-macam usaha penjualan, serta besarnya *sunk cost*.

a. Konsentrasi pasar

Ukuran yang paling umum dari kekuatan pasar adalah rasio konsentrasi untuk suatu industri, dimana rasio konsentrasi secara luas dipergunakan untuk mengukur pangsa pasar dari *output*, *turnover*, jumlah pegawai atau nilai *asset* dari total industri. CR yang di definisikan sebagai persentase dari keseluruhan *output* industri yang di hasilkan oleh perusahaan terbesar. Biasanya jumlah perusahaan N yang dihitung proposi

pangsa pasarnya adalah 4, sehingga dikenal CR4. Jika P_i mewakili pangsa pasar, dan jika proporsi dari output, turnover, jumlah pegawai atau nilai *asset* dari total industri yang diwakili oleh perusahaan i (Rekarti dan Nurhayati, 2016).

Menurut Camer dalam (Fillat, 2018) CR4 adalah jumlah pangsa pasar 4 perusahaan terbesar pada suatu wilayah pasar yang digunakan untuk mengetahui derajat konsentrasi empat pembeli terbesar dari suatu wilayah pasar.

Gwin dalam (Yuliawati, 2017) memaparkan klasifikasi umum pencapaian CR4 yang mengkaitkan CR4 dengan karakteristik struktur pasar sebagai berikut:

Table 2.1 Pengklasifikasian CR4

Nilai CR4	Kategori	Interpretasi terkait struktur pasar
CR4 = 0	Minimum	Persaingan sempurna
$0 < CR4 < 40$	Rendah	Persaingan efektif atau persaingan monopolistic
$40 \leq CR4 < 60$	Menengah ke bawah	Persaingan monopolistik atau oligopoli longgar
$60 \leq CR4 < 90$	Menengah ke atas	Oligopoli ketat atau perusahaan dominan dengan <i>competitive fringe</i>
CR4 ≥ 90	Tinggi	Perusahaan dominan dengan <i>competitive frienge</i> atau monopoli efektif (<i>near monopoly</i>)
CR4 = 100	Maksimum	Monopoli sempurna

Sumber:Gwin dalam Lilik Yuliawati, 2017.

Douglas F. Greer pada tahun 1984 dalam Hasibuan 1993, menjelaskan bahwa terdapat empat sebab pokok terjadinya konsentrasi

industri yang meningkat atau menurun, pertama, nasib baik (luck); kedua, karena adanya sebab teknis (luasnya pasar, skala ekonomi, kelangkaan sumber daya, dan pertumbuhan pasar serta yang terpenting adalah kemajuan teknologi); ketiga, Karena kebijaksanaan pemerintah (adanya undang-undang anti-monopoli, patent, lisensi, dan berbagai regulasi); dan keempat, kebutuhan bisnis sehingga ada kebijaksanaan perusahaan untuk mengambil keputusan tertentu (merjer, diferensiasi produk, dan praktek-praktek bisnis yang membatasi perusahaan lain untuk beroperasi).

b. Pangsa pasar (*Market share*)

Pangsa pasar adalah pangsa dari pendapatan penjualan total. Pangsa pasar merupakan indikator yang paling penting dalam menentukan derajat kekuasaan monopoli, dalam skala ordinal (dibandingkan dari pangsa pasar yang tinggi atau paling rendah dalam pasar yang sama). Semakin tinggi pangsa pasar maka kekuasaan monopoli semakin besar, sedangkan jika pangsa pasarnya rendah maka kekuatan monopoli yang dimiliki akan semakin kecil atau bahkan tidak sama sekali (Shepherd,1990).

Pangsa pasar suatu perusahaan diukur melalui penjualannya, dalam bentuk persentase dari seluruh penjualan pasar yang berkisar antara 0 persen hingga 100 persen. Semakin tinggi kekuatan pasar, maka kekuatan pasar yang dimiliki perusahaan tersebut tinggi.

Pangsa pasar menunjukkan bagian pasar yang dikuasai oleh suatu lembaga pemasaran. Jika M_i mewakili pangsa pasar, S_i mewakili jumlah penjualan lembaga pemasaran ke- i , dan S_{tot} mewakili total penjualan seluruh lembaga pemasaran.

c. Hambatan masuk (*Barrier to Entry*)

Persaingan potensial adalah perusahaan-perusahaan di luar pasar yang mempunyai kemungkinan untuk masuk dan menjadi pesaing yang sebenarnya. Segala sesuatu yang memungkinkan terjadinya penurunan, kesempatan atau kecepatan masuknya pesaing baru merupakan hambatan untuk masuk. Di mana para ahli ekonomi dalam membahas struktur pasar tidak hanya melihat tingkah laku perusahaan tetapi lebih menitik beratkan pada berbagai kekuatan (Utami, 2017).

Salah satu hal yang dapat menjadikan faktor hambatan masuk dalam suatu pasar adalah dengan pengukuran *Minimum Efficient Scale (MES)* menurut Comanous dan Wilson (1997) dalam (Dan et al., 2013). Dimana *MES* dapat dihitung dengan membagi antara *output* perusahaan terbesar dengan *output* total. Pesaing baru tidak akan masuk kecuali yakin akan memperoleh keuntungan setelah masuk kedalam pasar. Jika *MES* relatif besar terhadap pasar maka perusahaan baru tidak akan dapat membuka pabrik yang beroperasi secara efisien tanpa meningkatkan output industri. Untuk perusahaan yang memasuki pasar dengan kondisi di bawah *MES* tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang telah ada di pasar.

2.1.3 Perilaku Pasar

Berkenanaan dengan sekumpulan strategi kompetitif yang dijalankan oleh perusahaan atau sekelompok pedagang untuk menjalankan aktivitas usahanya. Strategi kompetitif itu meliputi: penetapan harga, penetapan kebijakan non-harga (promosi, produksi dan strategi distribusi), dan pencarian strategi yang unggul dan strategi menghalangi pelaku baru. Menurut teori organisasi industri, karakteristik organisasi dari suatu pasar sebagian besar akan menentukan harga

dan strategi yang diadopsi oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dalam suatu industri akan jatuh pada *spectrum* kompetisi antara pasar persaingan sempurna dan pasar monopolistik (umar burhan, 2011).

Adapun perilaku pasar adalah aktivitas yang dilakukan dalam pasar dengan melibatkan fungsi-fungsi pemasaran seperti fungsi pertukaran, fisik, dan fasilitas. (Dahl & Hammond, 1977) mendefinisikan perilaku pasar sebagai pola tingkah laku dari lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi kegiatan pembelian-penjualan, penentuan dan pembentukan harga, kerjasama lembaga pemasaran, serta praktek fungsi pemasaran. Perilaku pasar juga membutuhkan informasi yang transparan khususnya pada harga komoditas. Di mana ini merupakan aktivitas- aktivitas yang terjadi di pasar. Perilaku pasar berkaitan erat dengan struktur pasar dan kinerja pasar. Dengan adanya struktur pasar dan perilaku pasar akan membentuk kinerja pasar. (Kohls dan Downey, 1972) menjelaskan tiga fungsi pemasaran dalam perilaku pasar, yaitu:

a. Fungsi Pertukaran

Fungsi pertukaran adalah kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan barang dari satu pihak ke pihak lain. Dalam fungsi pertukaran terdiri dari penjualan dan pembelian.

b. Fungsi Fisik

Fungsi fisik adalah kegiatan yang melibatkan penanganan, gerakan, dan perubahan fisik produk. Terdapat tiga fungsi di dalam fungsi fisik yaitu, pengangkutan, penyimpanan, dan pemrosesan.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas atau penyediaan sarana adalah kegiatan yang memperlancar fungsi pertukaran dan fisik dalam pemasaran, meliputi

sortasi dan grading, informasi harga, penganan risiko, dan pembiayaan (Sinaga Rostwentaivaivi Vela, Fariyanti Anna, n.d.).

Menurut Stanton (1996, h.81), menyatakan bahwa saluran distribusi barang konsumsi adalah produsen, pedagang besar, pengecer, konsumen. Aktor-aktor inilah yang terlibat dalam pendistribusian pupuk subsidi. Selanjutnya dalam pelaksanaan kewajiban masing-masing diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 17/ M-DAG/PER/6/2011 yang menyatakan bahwa:

- a. Produsen melaksanakan pengadaan dan penyaluran pupuk bersubsidi dari Lini I, Lini II sampai dengan Lini III di wilayah tanggung jawabnya.
- b. Distributor melaksanakan penyaluran pupuk bersubsidi sesuai dengan peruntukannya dari lini III sampai Lini IV di wilayah tanggung jawabnya.
- c. Pengecer melaksanakan penyaluran pupuk bersubsidi kepada petani dan atau kelompok tani di Lini IV di wilayah tanggung jawabnya berdasarkan RDKK yang jumlahnya sesuai dengan peraturan gubernur dan bupati (Safitri et al., 2013).

Efektivitas pendistribusian pupuk dapat dilihat berdasarkan azas 4 tepat yaitu tepat waktu, tepat harga, tepat tempat, dan tepat jumlah. Hal ini guna mewujudkan program baru pemerintah yaitu pemberlakuan kartu tani dan aplikasi T-pubers yang dapat mempercepat pendistribusian pupuk. Kartu tani merupakan program baru untuk pembelian pupuk bersubsidi. Kartu tani adalah kartu yang bekerjasama dengan BRI yang di manfaatkan khusus sebagai sarana transaksi pembayaran pupuk yang di subsidi oleh pemerintah serta dapat membaca alokasi pupuk bersubsidi. Kartu tani ini juga berfungsi untuk melakukan transaksi pada umumnya seperti ATM. Sedangkan T- Pubers adalah aplikasi penebusan pupuk bersubsidi yang di dalamnya tercatat nama yang akan mendapatkan informasi jumlah kuota subsidi yang di terima petani.

2.1.4 Kinerja Pasar

Kinerja merupakan ukuran keberhasilan aktivitas perusahaan-perusahaan yang ada di pasar. Kinerja merupakan kriteria yang sulit diukur karena ukuran keberhasilan setiap perusahaan berbeda-beda, tergantung pada tujuan masing-masing perusahaan. Pada praktiknya, ukuran kinerja dapat bermacam-macam, tergantung pada jenis industrinya. Pertama, ukuran kinerja berdasarkan sudut pandang manajemen, pemilik atau pemberi pinjaman. Kedua, kinerja dalam suatu industri dapat diamati melalui nilai tambah, produktivitas, dan efisiensi (Bestari, 2017).

Kinerja pasar adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri (Hasibuan, 1993). Elemen-elemen yang terdapat di dalam kinerja pasar adalah (Legowo, 1996):

- a. Efisiensi dalam produksi: yaitu kemampuan memproduksi dengan efisien.
- b. Efisiensi dalam penyaluran: yaitu kemampuan mendistribusikan hasil produksi dengan biaya yang rendah (efisien).
- c. Efisiensi dalam mengalokasikan sumber daya sehingga harga yang dikenakan kepada pembeli bisa rendah sesuai dengan rendahnya biaya produksi termasuk keuntungan normal bagi produsen.
- d. Kemampuan memanfaatkan kemajuan teknologi, sehingga dapat diperoleh biaya produksi yang rendah dan teknik distribusi yang lebih tepat.
- e. Kinerja berupa mutu, harga dan jumlah (variasi produk) yang sesuai dan bisa memuaskan konsumen (masyarakat).

Kinerja dalam kaitanya dengan ekonomi memiliki banyak aspek namun biasanya dipusatkan pada tiga aspek pokok yaitu efisiensi, kemajuan teknologi dan keseimbangan dalam industri (jaya, 2001). Efisiensi mempunyai dua bagian utama, yaitu efisiensi internal dan efisiensi alokasi. Dimana tingkat efisiensi

internal menggambarkan perusahaan yang dikelola dengan baik, efisiensi ini diukur dengan perbandingan nilai tambah dan nilai input setiap perusahaan. Sedangkann efisiensi alokasi menggambarkan alokasi sumber daya ekonomi sedemikian rupa sehingga tidak ada lagi perbaikan dalam berproduksi yang dapat menaikkan nilai output (Utami, 2017).

Di mana kinerja mengacu pada pencapaian tujuan perusahaan atau pasar yang dipengaruhi oleh suatu lingkungan kompetisi (termasuk struktur pasar) dan perilaku perusahaan didalamnya. Ada berbagai ukuran kinerja yang dapat digunakan oleh perusahaan dan industri yang biasanya berhubungan dengan kinerja statis dan kinerja dinamis. Setiap ukuran kinerja memiliki karakteristik masing-masing. Salah satu ukuran kinerja perusahaan dan pasar yang dapat digunakan sebagai indikasi apakah pasar memiliki lingkungan yang kompetitif yaitu keuntungan dan profitabilitas yang berdasarkan pandangan neo-klasik menyatakan bahwa keuntungan dan profitabilitas perusahaan dipandang sebagai hasil kekuatan pasar (*market power*) perusahaan.

Kinerja (*performance*) suatu pasar merupakan unsur terakhir dalam konsep teori organisasi industri selain struktur dan perilaku. Kinerja dapat diukur melalui *price cost margin*, pola profit, efisiensi, kemajuan teknologi, *equity distribution*.

Menurut Kasmir (2014: 196) secara umum terdapat empat jenis pengukuran utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas yaitu Profit Margin (*Profit Margin on Sale*), *Return On Investment* atau *Return On Asset (ROI/ROA)*, *Retrn On Equality (ROE)* dan Laba per Lembar Saham (*Earning Per Share*). *Return On Asset (ROA)* merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari kativa yang digunakan. Merupakan salah satu indikator yang dapat di gunakan untuk mengukur kinerja dalam perusahaan karena dapat dapat digunakan untuk

mengukur efektivitas perusahaan di dalam menghasilkan keuntungan. *Retrn On Assets* yaitu melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian sesuai dengan yang diharapkan dari investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan.

Menurut Hin (2008: 69) rasio ini menunjukkan seberapa besar asset perusahaan digunakan secara efektif untuk menghasilkan laba dan semakin besar ROA menunjukkan kinerja yang semakin baik, karena tingkat pengembalian yang semakin besar. Semakin besar ROA suatu perusahaan semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Setiap perusahaan berusaha agar nilai dari ROA mereka tinggi. Semakin besar nilai dari ROA itu berarti bahwa semakin baik perusahaan menggunakan assetnya untuk mendapatkan laba.

2.2. Tinjauan Empiris

Penelitian yang dilakukan (Suryawati et al., 2019) yang berjudul “Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar Udang Indonesia”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pemasaran udang di Indonesia. Data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari Badan Karantina Ikan Pengendalian Mutu dan Keamanan Hasil Perikanan Kementerian Kelautan dan Perikanan dan Bps. Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis CR4 (*Concentration Ratio for Bigges Four*) dan analisis IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*). Pendekatan perilaku pasar menggunakan analisis deskriptif kualitatif berkenaan dengan pasar yang menjadi obyek penelitian. Analisis kinerja pasar udang menggunakan pendekatan *Price Cost Margin* dan *Market Efficiency Indeks* (MEI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspor udang masih

didominasi oleh udang beku (58,78%) ke Amerika Serikat dan Jepang. Selanjutnya, hasil ini mengindikasikan bahwa udang olahan memiliki struktur pasar yang lebih bersaing dibandingkan udang beku karena jumlah perusahaan lebih banyak dengan hambatan masuk pasar yang lebih mudah. Sifat oligopoli pada industri udang menyebabkan sulitnya memperoleh informasi untuk memasuki pasar udang ini karena adanya tekanan yang kuat dari masing-masing industri.

Penelitian yang dilakukan (Fitriani et al., 2016) yang berjudul “Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Industri Broiler Indonesia: Pendekatan Model Simultan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak konsentrasi terhadap kinerja industri, menganalisis dampak perubahan lingkungan eksternal terhadap struktur, perilaku, dan kinerja industri broiler, dan merumuskan kebijakan yang dapat mensejahterakan masyarakat sekaligus memajukan industri broiler. Penelitian ini menggunakan data panel industri broiler dari delapan provinsi di Indonesia yang dianalisis menggunakan pendekatan ekonometrika simultan dan diestimasi menggunakan metode *Two- Stage- Least Square* (2SLS). Hasil menunjukkan bahwa ada hubungan simultan dari struktur, perilaku, dan kinerja industri broiler Indonesia, dimana integrasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap konsentrasi. Selanjutnya integrasi yang meningkat akan menurunkan biaya per unit. Semakin rendah biaya per unit, artinya usaha semakin efisien sehingga kekuatan pasar meningkat. Kekuatan pasar berdampak positif terhadap harga yang artinya terdapat kekuatan monopoli di industri yang dapat memengaruhi harga di pasar. Berdasarkan hasil simulasi didapatkan bahwa peningkatan permintaan sebesar 15 persen akan menurunkan tingkat konsentrasi sebesar 4,92 persen dan mengurangi ketimpangan antara usaha rakyat dan perusahaan besar di industri sebesar 9,50 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan

untuk mengembangkan industri broiler oleh pemerintah akan lebih efektif dengan mendorong terjadinya peningkatan permintaan dibanding hanya dengan mendorong peningkatan produksi.

Penelitian yang dilakukan (Yusriwandi et al., 2018) yang berjudul “Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Karet Di Kecamatan Pangkalan Kuras Dan Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja pasar karet. Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis pangsa pasar (*market share*), Rasio Konsentrasi, dan Hambatan masuk pasar. Pendekatan perilaku pasar menggunakan analisis deskriptif kualitatif berkenaan dengan pasar yang menjadi obyek penelitian, sedangkan pendekatan kinerja pasar menggunakan analisis margin pemasaran dan efisiensi pemasaran berdasarkan konsep produk referensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar karet di Kecamatan Pangkalan Kuras dan Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan mengarah pada pasar monopolistik.

Penelitian yang dilakukan (Funke dan Raphel, 2012) yang berjudul “ *Market Structure, Coundact and Performanceof Gari Processing Industry in South Western Nigeria* ”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis industri gari melalui kerangka *structure- Counduct- Performance* (SCP). Teknik pengambilan sampel multi-tahap digunakan untuk memilih 260 pempasar gari di wilayah studi dan kuesioner terstruktur diberikan kepada mereka. Dalam penelitian ini menunjukkan tingkat konsentrasi yang tinggi di pasar gari.

Penelitian yang dilakukan (Nzima et al., 2014) yang berjudul “ *Structure, Conduct and Performance of Groundnuts Market in Northern and Central Malawi: Case Studies of Mzimba* “. Penelitian ini mengeksplorasi dan menilai efisiensi struktur, perilaku dan kinerja pasar kacang tanah di utara dan tengah Malawi.

Menggunakan data harga deret waktu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar petani kecil mengadopsi varietas kacang tanah Chalimbana dan CG7, mendaur ulang benih kacang tanah secara berlebihan, dan tidak menggunakan tingkat benih yang direkomendasikan. Pasar terintegrasi secara lemah dan tersegmentasi dengan beberapa penjual.

2.3 Kerangka Pikir

Struktur, perilaku dan kinerja merupakan pendekatan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan khususnya dalam pemasaran pupuk bersubsidi di Kabupaten Pinrang. Permasalahan yang di rasakan adalah adanya monopoli pasar pupuk, alur pemasaran yang panjang, dan margin pemasaran yang tinggi.

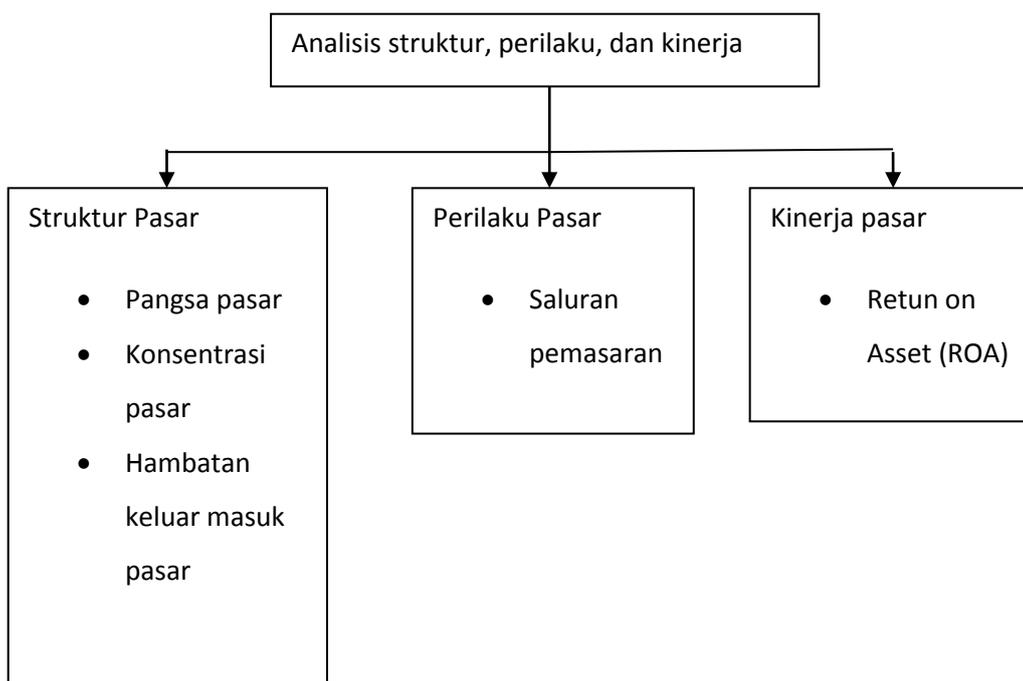
Struktur pasar sebagai karakteristik yang menentukan hubungan antara penjual dan pembeli yang dapat dilihat berdasarkan jumlah penjual, produk yang homogen, masuknya perusahaan baru dalam pasar, serta kemampuan dalam menentukan harga. Untuk struktur pasara pupuk di Kabupaten Pinrang dilihat berdasarkan pangsa pasar, konsetrasi pasar, dan hambatan keluar masuk pasar. Struktur pasar ini berpengaruh pada perilaku dan kinerja pasar.

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku dari lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi pembelian dan penjualan, penentuan dan pembentukan harga, kerjasama lembaga pemasaran, serta praktek fungsi pemasaran. Perilaku pasar pupuk di Kabupaten Pinrang dilihat dari pendistribusian pupuk berdasar alur saluran pemasaran.

Kinerja pasar merupakan hasil kerja yang di pengaruhi oleh struktur dan perilaku pasar dimana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan dalam suatu industri. Dalam penelitain ini kinerja pasar di lihat berdasarkan *Return on Asset (ROA)* yaitu

melihat dari laba bersih setelah pajak dan total aktiva pada penjualan pupuk di Kabupaten Pinrang.

Penelitian ini akan membahas tentang struktur, perilaku dan kinerja pasar pupuk di Kabupaten Pinrang. Penelitian ini berguna untuk menganalisis struktur pasar pupuk, menganalisis perilaku pasar pupuk, serta menganalisis kinerja pasar pupuk di Kabupaten Pinrang.



Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran Penelitian

2.4 Hipotesis

Dari kerangka pemikiran di atas maka hipotesis yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Struktur pasar

Diduga struktur pasar pupuk di Kabupaten Pinrang cenderung ke monopoli.

2. Perilaku pasar

Diduga saluran pemasaran pupuk melalui kelompok tani

3. Kinerja pasar

- Profit penjualan pupuk bersubsidi diduga tinggi.