

HUBUNGAN STRUKTUR PASAR DAN PERILAKU PASAR SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA PASAR

P. Eko Prasetyo

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang

Abstract

The objective of this research are to analyze the model of the correlation between market structure and market conduct and their effects on the market performance. This research was conducted by using the survey method on 112 households of respondent samples of bamboo crafts makers from 625 household population bamboo craft makers in Bantul subdistrict, the Province of Special District of Yogyakarta. The sampling technique used in this research is two steps of cluster random sampling technique, and the analysis models used are the industrial organization and simultant system regression-correlation model.

The result of the research shows that is a tight and positive correlation between market structure and market conduct on the market performance, that is 98,26% and the significant effects between market structure and market conduct on market performance in the amount of 96,55%. The market structure as the key of market conduct and market performance is in the form of unconcentrated-market structure, because the value of $CR_{.4}$ and $CR_{.8}$ is in the amount of 18,91% and 27,71% and it is likely as the form of monopolistic competition market structures. This unconcentrated market structure in the form of pushes the market conduct of the bamboo craft makers to be comfortable to use the pattern of strategy conduct of non-price competition and “tuna satak-bati sanak” principle instead of using the price-competition conduct. It means that the business based on that the principle, and get the additional customers and normal profits in the long-term instead of using price-competition that can kill their business. The research result shows that the market performance that is evaluated by using the levels of profitability, productivity, and efficiency generally is still low. The marketing factor is the production factor that most dominantly effects the market performance.

Keyword: *Market structure, market conduct and market performance.*

PENDAHULUAN

Sejak era reformasi di Indonesia, berbagai pihak termasuk pemerintah banyak mencurahkan perhatiannya terhadap isu sentral keberadaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) termasuk industri kecil kerajinan bambu (IKKB) dan koperasi. Para pelaku UMKM telah mendominasi lebih dari 99% dalam struktur perekonomian nasional. Keberadaan UMKM pada saat ini telah banyak menjadi tumpuhan dan harapan sebagian besar rakyat untuk mengurangi

pengangguran, kemiskinan dan ketimpangan distribusi pendapatan. Menurut Weijland, (1999) usaha rumah tangga di pedesaan bermanfaat sebagai persemaian (*seedbed*) untuk pengembangan industri lebih lanjut dan sebagai suatu bentuk strategi bertahan hidup (*survival strategy*) pada saat krisis ekonomi dan moneter di Indonesia. Namun, di sisi lain, keberadaan UMKM masih menghadapi banyak masalah dan kendala yang cukup dilematis.

Memang cukup berat tantangan yang dihadapi UMKM untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Karena disadari bahwa, usaha kecil ini banyak menghadapi kendala; tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajerial sumber daya manusia, lemahnya memperbesar peluang pasar, kecilnya struktur permodalan, keterbatasan jaringan kerjasama, iklim usaha yang kurang kondusif, dan pembinaan yang dilakukan masih kurang, (Kuncoro, 2007). Oleh karena itu, pembinaan dan pemberdayaan UMKM pada saat ini dan ke depan harus lebih diarahkan untuk meningkatkan kemadirian dan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah yang tangguh dan berdaya saing tinggi.

Sebagai suatu kelompok, keberadaan UMKM di Indonesia telah terjebak dalam berbagai permasalahan klasik seperti di atas dan sering dihadapkan pada keterbatasan; permodalan, pemasaran, teknologi produksi, kapasitas produksi, manajemen usaha serta pengetahuan dan informasi. Mantan Presiden BJ. Habibie telah menyatakan prioritas yang harus dibangun oleh pemerintah pada saat ini dan ke depan adalah lapangan kerja dan industri kecil. Sementara, Pemerintahan SBY-JK beserta kabinet Indonesia bersatunya telah berjanji untuk menciptakan proyek padat karya, dan menjadikan tahun 2006 sebagai tahun keuangan UMKM. Selain itu, perhatian terhadap keberadaan UMKM di Indonesia ini semakin meningkat karena berkaitan dengan upaya peningkatan kesejahteraan rakyat yang telah menjadi target *Milennium Development Goals* (MDGs) yang harus di capai bangsa Indonesia pada tahun 2015 mendatang.

Sementara itu, kajian teori ekonomi industri kecil yang telah berkembang di Indonesia belum ada yang baku dan standar, sehingga kurang cocok jika diterapkan secara paksa untuk mengatasi seluruh permasalahan yang dihadapi oleh UMKM termasuk industri kecil di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, berarti telah ada kesenjangan baik secara teoritis dan empiris berkaitan dengan issue sentral keberadaan UMKM tersebut. Oleh karena itu, permasalahan UMKM ini masih aktual dan urgen untuk diteliti lebih lanjut berkaitan dengan kondisi dan keberadaannya UMKM itu sendiri.

Masalah gempa 27 Juni 2006 di DIY dan Jawa Tengah dengan kekuatan 6,3 skala richter versi USG, ternyata menambah masalah tersendiri bagi UMKM dan industri kecil di DIY khususnya Bantul. Padahal Bantul merupakan salah satu kluster UMKM terbesar dan terkemuka di DIY. Dalam konteks ini juga perlu diprioritaskan bagaimana menggerakkan ekonomi rakyat pasca-gempa. Mengingat masalah ini tentunya kita sadar bahwa masalah ini adalah masalah kita semua, bukan hanya masalah pemerintah, pemda, Barkornas, Satkorlak, serta dinas terkait lainnya.

Apabila masalah industri di Bantul tersebut dapat dikategorikan sebagai *industrial district*, maka teori model jaringan sosial (*social network model*) ini barangkali lebih cocok untuk menyelesaikan masalah industrialisasi di Bantul. Model ini telah dikembangkan dalam literatur sosiologis dan mazhab neo-institusionalis (Gordon, 2000). Karena bentuk modal sosial yang dihasilkan dengan semboyan “Yogyakarta bangkit” ternyata sangat dirasakan manfaatnya bagi industri kecil.

Menurut Kuncoro, (1997, 2007) perhatian untuk menumbuhkembangkan struktur industri kecil dan kerajinan rumah tangga (IKKRT) atau usaha mikro, setidaknya dilandasi oleh tiga alasan mendasar. Pertama, IKRT menyerap banyak tenaga kerja. Kedua, IKRT memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas Indonesia, yakni menempati urutan kedua setelah ekspor aneka industri. Ketiga, adanya urgensi untuk struktur ekonomi yang berbentuk piramida

pada PJPT I menjadi belah ketupat pada PJPT II.

Berbagai program telah ditawarkan oleh banyak lembaga, baik pemerintah, LSM maupun universitas. Namun, hasil program tersebut belum banyak dirasakan oleh sebagian IKRT. Ini terbukti setidaknya dari belum tuntasnya masalah yang dihadapi mereka ini. Program kemitraan dan keterkaitan antar usaha besar dan kecil ternyata masih dalam tahap embrionik, (Kuncoro, 2007). Masalahnya, apakah kemitraan hanya sekedar retorika politik semata ataukah memang secara konkret dan konsisten hendak diwujudkan dengan tindakan nyata? Tapi, apa sebenarnya masalah yang mendasar pada usaha kecil ini? Mengapa masalahnya tak kunjung selesai? Secara ilmiah akademik, masalah tersebut tentunya perlu dicari dan dikaji terus serta ditanggulangi secara konsisten dan terpadu serta berkesinambungan.

REVIEW PENELITIAN SEBELUMNYA

Para peneliti sebelumnya yang telah melakukan strategi pasar dan harga diantaranya adalah model *cost-plus mark-up pricing*, serta *target-profit pricing* dan *price leadership* oleh (Koch, 1980; dan Greer, 1992; dalam Martin, 1994). Model *cost-plus pricing* juga telah digunakan dalam penelitian disertasi oleh Robiani (2002). Sedangkan, model advertensi sebagai strategi telah digunakan oleh; Greer (1971), Strickland (1976), Wilson (1979), Mueller dan Rogers (1980), Cobbin dan Domberger (1988) dalam Martin (1994), Shepherd 91990), Baghestani (1991) dan karseno (1991). Kaitannya penelitian sebelumnya dengan artikel ini adalah model strategi harga batas dan model strategi non harga dengan tipe diferensiasi produk akan digunakan sebagai bahan dasar kajian.

Hasil penelitian Robiani, (2002) dapat disimpulkan bahwa struktur pasar dipengaruhi oleh kondisi dasar yaitu sisi

permintaan dan sisi penawaran. Sisi permintaan yaitu; mencakup elastisitas permintaan, laju permintaan produk, ketersediaan produk substitusi, dan bentuk pasar produk. Sedangkan sisi penawaran adalah mencakup lokasi dan kepemilikan bahan baku, ketersediaan teknologi dan daya tahan produk. Salah satu pengaruh dari sisi permintaan adalah bahwa semakin elastis ada kecenderungan struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dan menyebabkan kecenderungan di dalam ketegaran harga, yang berpengaruh pula berpengaruh terhadap perilaku pasar dan kinerja pasar.

Aswicahyono (dalam Tambunan (2006), telah menggunakan indikator indeks perubahan struktur pangsa pasar industri dengan nilai tambah. Indikator lain yang digunakan untuk mengukur perubahan industri adalah nilai output atau nilai tambah per subsektor industri serta indikator distribusi investasi di sektor tersebut berdasarkan tingkat teknologi. Berdasarkan indikator-indikator di atas, Tambunan (2006) telah melakukan penelitian dan membedakan antara industri kecil (IK) yang disebut (*demand-pull based SSIs*) dan industri rumah tangga (IRT) yang disebut (*supply push based SSIs*).

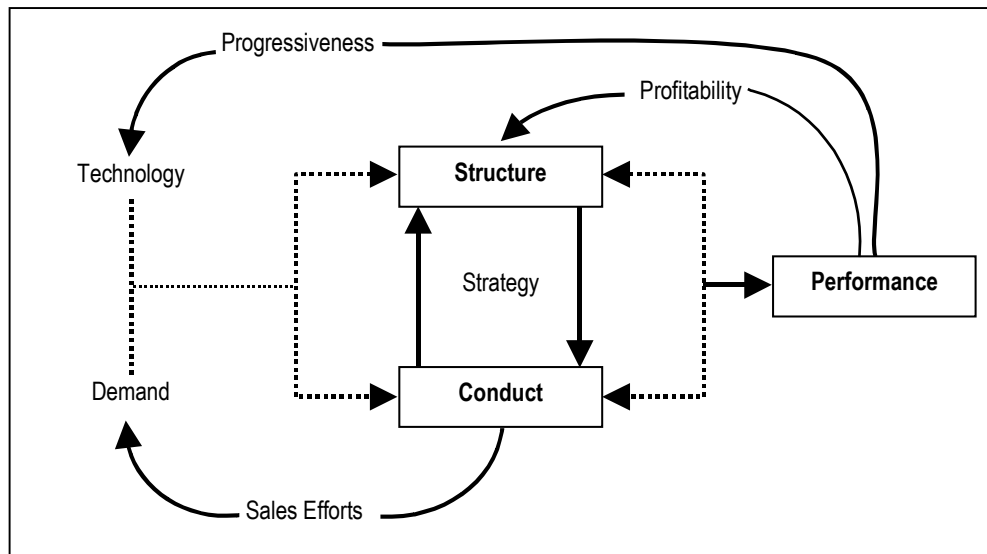
Perbedaan penelitian itu didasarkan pada sejumlah aspek seperti tingkat pendapatan, motivasi dalam mencapai tujuan usaha, tingkat pendidikan pengusaha, jenis produk, nilai investasi awal, faktor utama pendorong kegiatan, dan laju pertumbuhan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa barang-barang buatan IK dan IRT mempunyai segmentasi pasar tertentu yakni; pasar lokal atau pasar untuk masyarakat berpenghasilan rendah. Sedangkan, barang-barang buatan industri menengah dan besar (IMB) untuk memenuhi segmentasi pasar yang lebih luas dan masyarakat berpenghasilan menengah ke atas.

LANDASAN TEORI

Dalam penelitian ini digunakan dasar teori organisasi industri dari Stephen Martin sebagai *Grand Theory*, yang diback-up dengan dasar teori organisasi industri dari Chris Britton dan William G. Shepherd, serta teori *push-pull factor* dan *product cycle hypothesis*. Adapun, teori organisasi industri mengenai hubungan *structure-conduct-performance* dari Martin yang dimaksud sebagai *grand theory* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1. Argumentasi digunakannya model teori Martin adalah bahwa teori ini cukup sederhana namun, cukup representatif untuk dapat menjelas-

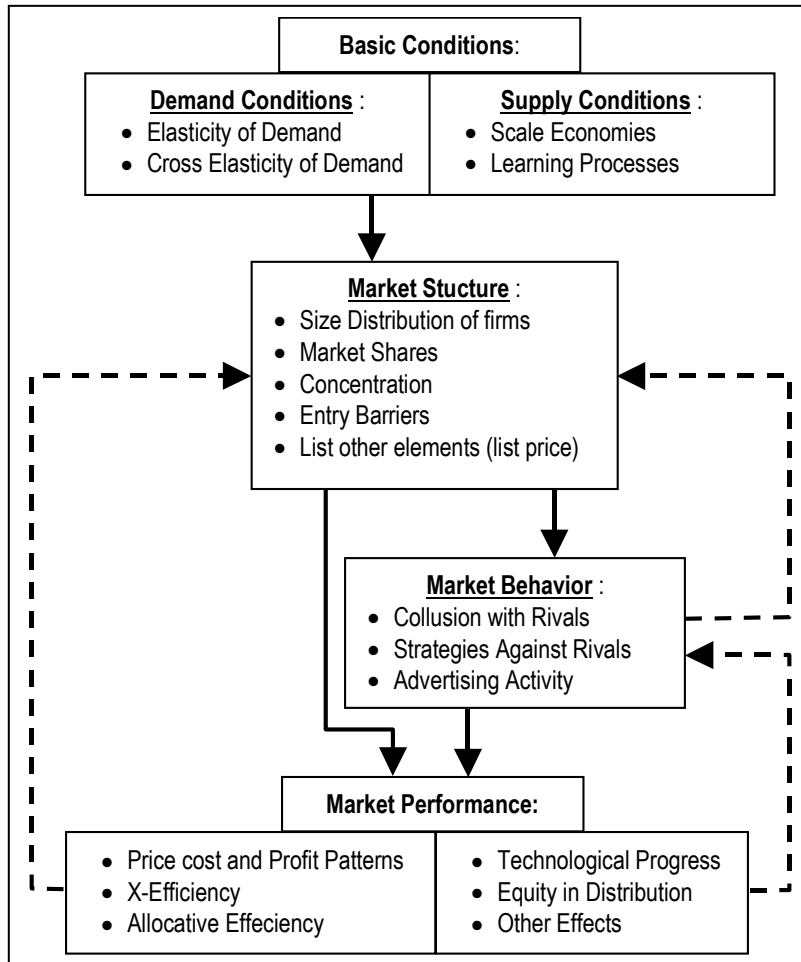
kan fenomena keberadaan UMKM di daerah penelitian.

Selanjutnya, implikasi dasar teori dari Britton dapat dilihat pada Tabel 1. Sedangkan, implikasi dasar teori dari Shepherd yang dimaksud dalam penelitian ini, dapat dilihat seperti dalam gambar 2. Argumentasi di gunakannya dasar teori Britton dan Shepherd ini sebagai pelengkap penjelasan teori dasar dari Martin adalah agar penjabaran dalam variabel pokok tersebut lebih nampak jelas dapat terlihat. Karena dalam model Martin belum nampak dengan jelas, sehingga masih diperlukan penjelasan tambahan yang dimaksud.



Sumber: Stephen Martin (1994, 7)

Gambar 1: The interactive structure-conduct-performance market framework



Sumber: William G. Shepherd, 1990, "The Economics of Industrial Organization", International Editions, Prentice Hall, 3 rd Ed, p.6.

Gambar 2: Industrial Organization: Structure-Conduct-Market Performance Approach.

Berkaitan dengan penelitian sebelumnya tentang strategi harga sebagai salah satu tindakan perilaku pasar, maka dasar teori Britton dapat dimanfaatkan sebagai dasar teori untuk menjelaskan implikasi dari hubungan antara struktur pasar, perilaku

pasar dengan kinerja pasar seperti yang dimaksud dalam penelitian ini. Britton, (1994) mengemukakan hubungan struktur-perilaku dan kinerja seperti Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1: The Implication of The Theory of Market Structures for The Behaviour and Performance of Firm.

Market Structures	Market Power	Price Strategy	Advertising Strategy	Profitability
Perfect Competition	None	One Price	None	Only normal profit
Monopoly	Absolute	Price Discrimination Possible	None	Abnormal profit
Oligopoly	High	One Price	High	Abnormal profit
Monopolistic Competition	Little	Small Differences in price	High	Only normal profit in long run

Sumber: Ian Worthington and Chris Britton, "The Business Environment", Pitman Publishing, London, 1994, p. 284.

Selain itu, keberadaan industri kecil dan rumah tangga ini secara teori banyak dipengaruhi oleh teori *push-pull factor*. Faktor pendorong (*push factor*) utama adalah pengangguran, keterbatasan lowongan kerja lainnya, kemiskinan, rendahnya gaji/upah buruh di IMB atau departemen pemerintah. Sedangkan faktor penarik (*pull factor*) utama yang penting adalah termasuk kesempatan kerja dan pendapatan yang lebih menarik di IKKRT, serta keinginan pribadi seseorang untuk lebih mandiri atau membuka usaha sendiri, bermodal kecil dan resiko rendah.

Menurut Saleh, (1991) faktor tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki (bakat, kultur dan alasan lain) adalah merupakan faktor pendorong utama (*push factor*). Sedangkan, terkonsentrasinya bahan baku dan pertumbuhan industri lokal dan industri senra di daerah-daerah merupakan faktor penarik utama (*pull factor*). Indikasi tersebut nampak paralel dengan premis bahwa IKKRT merupakan kegiatan "marginal" yang berpangkal tolak dari "kultur tani". Artinya, pola subsistem itu hampir dapat dipastikan sangat berpengaruh dan melekat pada pola perilaku usaha industri lokal dan sentra-sentra industri kecil di daerah-daerah pedesaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode dan Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil unit analisis pada industri kecil kerajinan bambu di Bantul Yogyakarta, yang diambil melalui teknik *two stage cluster random sampling*. Metode dan desain penelitian yang digunakan adalah *survey case study* yang lebih bersifat *explanatory asosiatif* daripada komparatif. Karena itu, penjelasan hasil penelitian ini lebih dilakukan melalui pengujian hipotesis daripada deskriptif. Dengan demikian, jenis penelitian ini dapat disebut sebagai penelitian penjelasan (*explanatory research*) yang menggunakan metode penjelasan hubungan (*explanatory asosiatif*). Penjelasan hubungan asosiatif yang dimaksud dapat berbentuk hubungan simetris antara Struktur pasar dan perilaku pasar dengan kinerja pasar, serta hubungan kausal atau sebab akibat antara struktur pasar dan perilaku pasar serta kinerja pasar. Selain itu, juga dijelaskan hubungan timbal balik antara ketiga variabel pokok tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survai terhadap rumah tangga keluarga perajin bambu di Kabupaten Bantul dengan menggunakan instrumen angket atau daftar pertanyaan yang telah diujicobakan

sebelumnya dan wawancara. Teknik pengumpulan data ini dilakukan setelah penentuan sampel berdasarkan *two stage cluster random sampling*. Hal ini dilakukan agar pencarian data lebih efisien dan efektif tetapi tetap representatif. Model analisis data yang digunakan adalah model organisasi industri *interaction structure-conduct-performance* (model SCP), dan model ekonometrika sistem simultan bentuk rekrusif serta model *Strength Weaknesses Opportunities Threats and Environment* (SWOTE).

Hipotesis Penelitian

Sejalan dengan latarbelakang penelitian serta tujuan penelitian dan model desain penelitian di atas, maka dalam artikel ini hipotesis penelitian yang ingin di kaji adalah:

1. Ada hubungan yang positif antara struktur pasar dan perilaku pasar dengan kinerja pasar pada IKKB di daerah penelitian. (*Premis 1, 2, 3*).
2. Struktur pasar yang tercermin dalam konsentrasi industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar. (*Premis 1, 3, dan 4*).

3. Perilaku pasar seperti yang tercermin dalam strategi kebijakan produk dan harga akan berpengaruh positif terhadap kinerja pasar. (*Premis 2, 3, & 4*).
4. Kenaikan kapasitas produksi, pendapatan dan keuntungan pada industri kecil kerajinan bambu banyak dipengaruhi oleh faktor-faktor internal seperti; faktor produksi tenaga kerja, modal usaha, pemasaran, pendidikan, teknologi, dan manajemen usaha yang tercermin dalam biaya transportasi. (*Premis 2, 3 dan 4*).

PEMBAHASAN HASIL

Pada hipotesis pertama, telah diuji tentang hubungan struktur pasar dan perilaku pasar dengan kinerja pasar pada IKKB di daerah penelitian. Variabel tersebut dapat disimbolkan ke dalam bentuk fungsi matematika $Y = f(X_1, X_2)$. Di mana Y adalah variabel kinerja pasar, X_1 adalah struktur pasar, dan X_2 adalah perilaku pasar. Hasil uji korelasi dari *Product Moment* baik secara parsial maupun secara determinan, dapat dilihat seperti pada Tabel 2. di bawah ini.

Tabel 2: Korelasi Matriks Antar Variabel Struktur-Perilaku dan Kinerja Pasar

Variabel	Ln Y	Ln X ₁	Ln X ₂
Kinerja Pasar (Ln Y)	1	0.9031	0.9618
Struktur Pasar (Ln X ₁)	0.9031	1	0.8189
Perilaku Pasar (Ln X ₂)	0.9618	0.8189	1
Durbin Waston Test = 2.0575	Adjusted R ² = 0.9649		
Critical Value (1-tail, 5%) ± = 0.1563	R ² = 0.9655		
Critical Value (2-tail, 5%) ± = 0.1856	Multiple R = 0.9826		

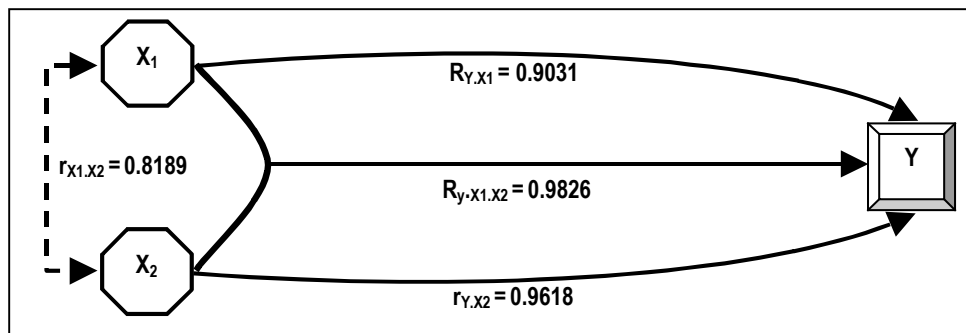
Sumber: data primer

Berdasarkan Tabel 2, nampak bahwa nilai korelasi antara struktur pasar dengan kinerja pasar positif sebesar 0.9031, artinya bahwa secara parsial ada tingkat hubungan yang positif dan kuat sebesar 90,31 persen antara struktur pasar dengan kinerja pasar, dan tingkat hubungan tersebut adalah signifikan pada tingkat keyakinan 95 persen. Dengan demikian, sub hipotesis penelitian yang mengatakan ada hubungan positif antara struktur pasar dengan kinerja pasar adalah benar dan dapat diterima. Artinya telah teruji bahwa ada hubungan yang positif, kuat dan signifikan antara struktur pasar dengan kinerja pasar, sehingga besar kecilnya kinerja pasar akan tergantung dari besar kecilnya struktur pasar yang bersangkutan.

Besarnya nilai korelasi parsial antara perilaku pasar dengan kinerja pasar juga positif sebesar 0.9618, artinya secara parsial juga telah dapat teruji ada hubungan yang positif dan kuat yakni sebesar 96,18 persen antara perilaku pasar dengan kinerja pasar,

serta tingkat hubungan tersebut adalah signifikan, sehingga besar kecilnya kinerja pasar akan tergantung dari besar kecilnya perilaku pasar yang dilakukan. Dengan demikian sub hipotesis yang mengatakan ada hubungan positif antara perilaku pasar dengan kinerja pasar adalah benar dan dapat diterima.

Secara determinan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai multiple-R positif sebesar 0.9826. Artinya, terdapat hubungan yang kuat dan positif antara struktur pasar dan perilaku pasar secara bersama-sama dengan kinerja pasar, dan hubungan tersebut secara statistik pada taraf nyata 5 persen adalah signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang mengatakan ada hubungan positif antara struktur pasar dan perilaku pasar dengan kinerja pasar adalah benar dan dapat diterima. Kemudian, untuk lebih jelasnya, struktur hubungan antara ketiga variabel tersebut di atas dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3: Hubungan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar terhadap Kinerja Pasar Pada IKKB di Daerah Penelitian

Tabel 3: Besarnya Pengaruh Struktur Pasar dan Perilaku Pasar terhadap Kinerja Pasar
($\text{Ln } Y = a_1 + b_1 \text{Ln } X_1 + b_2 \text{Ln } X_2 + e_i$)

Variable	Coefficient	Std. Error	T-Statistic	2-Tail Sig.
C	-7.2349	0.3442	-21.0181	0.0000
Strk (Ln X ₁)	0.3615	0.0319	11.3204	0.0000
Prlk (Ln X ₂)	0.8828	0.0504	21.7732	0.0000
Adj. R ² = 0.9649	S.Error of reg. = 0.0351		T-tabel 5% = 1.645	
R ² = 0.9655	F-statistic = 1526.969		T-tabel 1% = 2.326	
Multiple R = 0.9826	DW-test = 2.0575		n sampel = 112	

Sumber: data primer

Hipotesis kedua mengatakan bahwa struktur pasar yang tercermin dalam konsentrasi industri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pasar. Untuk mengetahui jawaban hipotesis kedua ini, dapat dimanfaatkan hasil koefisien regresi berganda antara struktur pasar dan perilaku pasar terhadap kinerja pasar. Hasil regresi yang dimaksud dapat dilihat seperti pada Tabel 3.

Pada Tabel 3 di atas nampak bahwa nilai koefisien struktur pasar adalah positif sebesar 0.3615. Sedangkan, nilai t-statistik 11.3204 lebih besar daripada nilai t-tabel pada taraf nyata 5% maupun 1% yang masing-masing hanya sebesar 1.645 dan 2.326. Dengan demikian, hipotesis kedua adalah benar dan dapat diterima. Artinya, hipotesis kedua yang mengatakan ada pengaruh yang positif dan signifikan antara struktur pasar terhadap kinerja pasar adalah benar dan dapat diterima. Secara parsial, jika terjadi kenaikan 1% dalam struktur pasar yang tercermin dalam tingkat konsentrasi industri, maka akan terjadi kenaikan kinerja pasar sebesar 36,15%, dan kenaikan tersebut secara statistik signifikan pada tingkat keyakinan 99%.

Demikian pula pengaruh perilaku pasar terhadap kinerja pasar secara parsial juga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada taraf nyata 5 persen maupun satu persen. Hasil penelitian ini sekaligus menjawab hipotesis ketiga yang mengatakan ada pengaruh positif dari perilaku pasar

terhadap kinerja pasar adalah benar dan dapat diterima. Karena nilai koefisien perilaku pasar adalah positif sebesar 0.8828 dan signifikan pada taraf nyata 5%. Artinya, jika ada kenaikan perilaku pasar yang tercermin dalam strategi kebijakan sebesar satu persen, maka akan ada kenaikan kinerja pasar sebesar 88,28 persen, dan kenaikan ini mempunyai arti penting secara statistik (signifikan) pada tingkat keyakinan 95 persen.

Struktur pasar dan perilaku pasar secara bersama-sama juga memberikan pengaruh yang positif sebesar 96,55 persen. Nilai R² sebesar 0.9655 artinya, adalah besarnya pengaruh struktur pasar dan perilaku pasar secara bersama-sama memberikan sumbangan terhadap kinerja pasar sebesar 96,55 persen dan selebihnya sebesar 3,45 persen dipengaruhi oleh faktor lain di luar model tersebut. Besarnya pengaruh tersebut secara determinan juga signifikan karena nilai F-statistiknya sebesar 1526,969 lebih besar daripada nilai F-tabel yang hanya sebesar 2,80. Dengan demikian, hipotesis (kedua dan ketiga) yang mengatakan bahwa struktur pasar dan perilaku pasar berpengaruh terhadap kinerja pasar pada IKKB, baik secara parsial maupun determinan adalah benar dan dapat diterima.

Dalam hipotesis terakhir telah diuji bahwa kapasitas produksi, pendapatan, dan keuntungan pada IKKB banyak dipengaruhi oleh faktor produksi; tenaga kerja, modal usaha, pemasaran, pendidikan, teknologi dan

manajemen usaha yang tercermin dalam biaya transportasi. Proses uji terhadap hipotesis terakhir ini dilakukan setelah model yang diajukan dianggap lulus terhadap uji asumsi klasik, sehingga parameter dalam model yang diduga telah dapat dikatakan sebagai penaksir yang baik atau BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Untuk membuktikan sifat estimator yang BLUE, di atas telah dijelaskan, maka estimator dari parameter-parameter hasil penelitian yang dimaksud telah memenuhi syarat BLUE adalah nampak dalam Tabel 4.

Hasil penelitian pada Tabel 4, menunjukkan bahwa kapasitas produksi, pendapatan, dan keuntungan pada IKKB banyak dipengaruhi oleh faktor produksi tenaga kerja, modal usaha, pemasaran, pendidikan, teknologi, dan manajemen usaha yang tercermin dalam biaya transportasi. Pengaruh utama dari variabel tersebut yang paling dominan dan secara konsisten banyak mempengaruhi kenaikan tingkat kapasitas produksi, pendapatan dan keuntungan secara signifikan adalah dari faktor pemasaran. Sedangkan, faktor modal usaha dianggap sebagai saingannya. Dengan demikian, hipotesis terakhir adalah benar dan dapat diterima.

Pada Tabel 4, nampak bahwa jika setengah dari nilai koefisien dibandingkan

dengan nilai dari standar error masih lebih besar nilai koefisiennya, maka nilai koefisien parameter tersebut dapat dikatakan signifikan, dan sebaliknya. Dengan cara tersebut maka, nampak bahwa hampir semua koefisien dari parameter yang dimaksud adalah signifikan pada tingkat keyakinan 95%, kecuali faktor teknologi dan faktor dummy musim terhadap faktor kapasitas produksi dan faktor tingkat pendidikan terhadap faktor kapasitas tingkat pendapatan.

Berdasarkan model analisis konsentrasi rasio (CR_4 dan CR_8) serta nilai Indeks Herfindahl (IH), diperoleh nilai CR_4 , CR_8 dan nilai IH yang relatif kecil. Di mana, nilai CR_4 sebesar 18,91% dan CR_8 sebesar 27,71% serta nilai IH_4 dan IH_8 secara konsisten juga kecil, masing-masing sebesar 0,95% dan 1,14%. Artinya, atas dasar model analisis tersebut, maka struktur pasar IKKB di daerah penelitian adalah berbentuk struktur pasar yang **tidak terkonsentrasi**. Selanjutnya, berdasarkan implikasi teori *Structur-Conduct-Performance* dari Britton, maka secara umum bentuk struktur pasar pada IKKB dapat dikatakan cenderung berbentuk struktur pasar *monopolistic competition*.

Tabel 4: Estimator Parameter Kapasitas Produksi, Pendapatan dan Keuntungan IKKB

Variabel Faktor	Produksi		Pendapatan		Keuntungan	
	Koefisien	Std. Error	Koefisien	Std. Error	Koefisien	Std. Error
Produksi	-	-	0.6979	0.1058	-	-
Pendapatan	-	-	-	-	0.4653	0.1231
Tenaga Kerja	0.0753	0.0344	0.0895	0.0381	0.1278	0.0533
Modal Usaha	0.0805	0.0315	0.0808	0.0353	0.1371	0.0522
Pemasaran	0.3587	0.0403	0.2132	0.0579	0.5865	0.0851
Pendidikan	0.1645	0.0331	-0.0393	0.0396	-0.1778	0.0520
Teknologi	0.0428	0.0250	-0.0759	0.0273	-	-
Biaya Tranportasi	-	-	-	-	0.0375	0.0194
Dummy Musim	-0.0059	0.0209	-	-	-	-

Sumber: Data primer

Namun, secara lebih spesifik, bentuk struktur pasar untuk IKKB di daerah Bantul Timur dan Tengah, ada kecenderungan berbentuk struktur pasar poli-poli dan di daerah Bantul Barat dan Utara, ada kecenderungan berbentuk struktur pasar oligopsoni. Berbentuk poli-poli artinya bahwa di daerah tersebut telah cukup banyak produsen perajin dan buyer serta produknya yang dihasilkan cukup beranekaragam dan cenderung bersifat homogen, tetapi kondisi pasar persaingan sempurna di daerah penelitian tersebut tidak terjadi.

Berkaitan dengan bentuk struktur pasar yang tidak terkonsentrasi baik ke dalam bentuk monopoli maupun oligopoli tersebut, maka model perilaku pasar dengan penerapan kepemimpinan harga (*price leadership*) menjadi sulit diterapkan, sehingga kinerja pasar IKKB yang tercermin dalam dimensi *profitability* dan *progressiveness* menjadi sulit ditentukan. Model perilaku pasar yang dapat diterapkan berkaitan dengan bentuk struktur pasar tersebut adalah model perilaku pasar dengan penerapan harga batas (*limit-pricing*), teori harga rata-rata (*average-cost pricing*), dan teori harga persaingan (*competition-pricing*).

Dalam prakteknya, para perajin di daerah penelitian cenderung lebih sering menggunakan model perilaku pasar yang bersifat *non-price competition* melalui pengembangan pola dan desain produk baru yang lebih inovatif dan cenderung lebih rumit dan sulit ditiru daripada dengan model *price-competition*. Secara implikasi, dalam penerapan model perilaku pasar yang bersifat *non-price competition* juga sering disertai prinsip “*tuna satak bathi sanak*”. Dalam jangka panjang, prinsip “*tuna satak bathi sanak*” ini justru telah menjadi *modal sosial* untuk meraih keuntungan normal dalam jangka panjang.

PENUTUP

Struktur pasar merupakan kunci penting dari perilaku pasar dan kinerja pasar. Bentuk struktur pasar yang tidak terkonsentrasi ke dalam bentuk oligopoli dan atau monopoli masih dapat dimanfaatkan dengan penerapan model pola perilaku strategi kebijakan produk melalui penciptaan berbagai inovasi produk yang penuh kreasi, inovatif, produktif dan menarik daripada penerapan strategi harga yang saling mematikan. Nampaknya, teori model Gordon lebih cocok untuk industri kecil ini.

Penerapan model Gordon tentang model jaringan sosial dalam *industrial district* melalui perilaku pasar yang bersifat *non-price competition* dengan prinsip “*tuna satak bathi sanak*” ini justru telah menjadi *modal sosial* untuk meraih keuntungan normal dalam jangka panjang. Kegiatan-kegiatan usaha yang dilakukan tidak hanya terikat oleh respon ekonomi tetapi, juga terkait oleh pola perilaku interaksi sosial yang terintegrasi ke dalam kinerja pasar industrinya. Justru pola interaksi sosial ini yang memperkuat struktur industri tetap survival di masa-masa sulit atau krisis, dan masalah ini justru sulit ditemukan di industri-industri besar di Indonesia.

Hasil penelitian ini merekomendasikan bahwa generalisasi model struktur pasar dan perilaku pasar serta pengaruhnya terhadap kinerja pasar, dapat berlaku pula pada industri kecil lainnya atau industri yang sama di tempat yang lain, yakni; melalui model dasar perilaku *non-price competition* dengan faktor modal sosial sebagai faktor pendorong utamanya. Dengan demikian, faktor kreativitas dan modal sosial merupakan dua faktor yang dominan untuk dapat meningkatkan kinerja pasar pada industri kecil. Dengan kata lain, faktor kreativitas dan faktor modal sosial merupakan embrio teori baru tentang “kestabilan ekonomi rumah tangga” bagi masyarakat ekonomi lemah dan para perajin di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry Albert and Dipak Mazumdar (2005). "Small-Scale Industri in the Asian-Pasific Region", *Artikel*, Download 2007, Published online 09 September 2005, <http://www.blackwell-synergy.com>.
- Berg, Gerry C (2003). "Market, Competition, and Industrial Analysis: Modern Views in A New Economy", *Journal Small Business Research*, UK: MCB University Press.
- Britton, Chris, and Ian Worthington (1994). "*The Business Enviroment*", London: Pitman Publishing.
- Cho, Dong-Sung and Hwy-Chang Moon (2003). "*From Adam Smith to Michael Porter; Evolusi Teori Daya Saing*", Jakarta: Salemba Empat.
- Church, J., & Ware, R., (2000). "*Industrial Organization; A Strategic Approach*", Boston: McGraw Hill.
- Comer Sammy and Singh (1999). "Enterpreneurship and The Development of Micro-and Small-scale Enterprises in Java, Indonesia", *Discussion Paper* in Population Study Center, UGM, Yogyakarta: 16 February.
- Gordon, I.R (2000). "Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Network?", *Urban Studies*, 37(3), 513-532
- Jaya, Wihana K (2001). *Ekonomi Industri; Konsep Dasar, Strukur, Prilaku dan Kinerja Pasar*, Edisi 2, Yogyakarta: BPFE.
- Kuncoro, Mudrajad (2007). "*Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*" Yogyakarta: Andi Offset.
- Martin, Stephen (1994). "*Industrial Economics*",; *Economic Analysis and Public Policy*, Second Edition, New York: Macmillan.
- Prasetyo, P. Eko (2000). "Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 1, No. 2 Desember, 2000, Surakarta: FE-UMS.
- Prasetyo, P. Eko (2002a). "Strategi Pengembangan Ekonomi Rakyat", *Jurnal "Dinamika"*, Yogyakarta: Univ. PGRI.
- Robiani, Bernadette (2002). "Pengaruh Konsentrasi Industri Terhadap Perilaku dan Kinerja Industri Pengolahan Susu Indonesia", *Disertasi*, tidak dipublikasikan, Bandung: Pacasarjana UNPAD
- Shepherd, William G. (1990). "*The Economic of Industrial Organization*", Prentice Hall, 3rd International Editions.
- Tambunan, Tulus T.H. (2006). "*Development of Small & Medium Enterprise In Indonesia From The Asia-Pasific Perspective*", Jakarta: LPFE Trisakti.
- Weijland, H. (1999). "Microenterprise Cluster in Rural Indonesia: Industrial Seedbed and Policy target", *World Development*, 27(9), 1515-30.