

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan atau usaha industri merupakan suatu unit (kesatuan) usaha yang di dalamnya melakukan sebuah kegiatan ekonomi, yang bertujuan dalam menghasilkan sebuah barang atau jasa yang terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri yang membahas mengenai produksi dan struktur biaya serta terdapat seorang atau lebih yang akan bertanggung jawab atas usaha yang dijalkannya tersebut (BPS, 2012). Sektor industri memiliki peranan yang cukup penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena kemampuannya dalam menciptakan suatu nilai tambah yang tinggi. Selain itu industri juga dapat membuka sebuah peluang dalam menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi tingkat angka pengangguran yang berarti hal tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan serta mengurangi jumlah kemiskinan.

Adapun istilah industri dalam pengertian manufaktur memiliki dua pengertian. Pengertian yang pertama yakni industri merupakan gabungan dari beberapa suatu perusahaan yang sejenis. Dalam lingkup ini sebutan industri tersebut seperti industri kosmetika misalnya, berarti industri tersebut merupakan himpunan atau gabungan dari perusahaan penghasil produk-produk kosmetik. Sementara dalam pengertian yang kedua industri dapat diartikan sebagai sebuah sektor ekonomi yang di dalamnya memiliki kegiatan produktif berupa mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Kegiatan dalam cara pengolahan tersebut dapat bersifat mesinal, elektrik, ataupun juga dapat dilakukan secara

manual (Dumairy, 2001). Dalam konteks penelitian ini, industri kuliner dapat dikatakan sebuah industri yang merujuk pada pengertian dalam sektor ekonomi, dimana terdapat kegiatan produktif yakni dalam mengolah bahan baku menjadi bahan jadi yakni berupa makanan yang disajikan kepada pembeli.

Ekonomi industri sendiri merupakan suatu keahlian khusus yang terdapat dalam ilmu ekonomi. Ekonomi industri dapat menjelaskan beberapa teori tentang industri salah satunya mengenai struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif menekankan pada sebuah studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku, dan kinerja pasar. Dalam ekonomi industri terdapat dua sisi yang dapat dikatakan menarik. Pertama, ekonomi industri merupakan sebuah seperangkat konsep dan analisis yang di dalamnya membahas mengenai persaingan dan monopoli dengan memiliki berbagai macam pasar yang berada diantara keduanya. Kedua, dalam ekonomi industri juga memiliki kaitan yang erat dengan pasar riil yang sangat diramaikan oleh adanya suatu persaingan antar perusahaan (Jaya, 2001).

Struktur pasar terdiri dari beberapa elemen diantaranya yakni pangsa pasar, konsentrasi pasar, dan halangan masuk. Pangsa pasar adalah elemen yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar suatu perusahaan dalam menguasai pasar yang dapat diperhitungkan dalam persen. Pangsa pasar dalam praktik bisnis merupakan sebuah motivasi atau tujuan perusahaan. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang lebih baik maka akan dapat menikmati hasil dari keuntungan, penjualan produk dan kenaikan harga sahamnya (Fitriani, 2014). Sementara struktur pasar utama memiliki empat bentuk diantaranya yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar monopolistik dan pasar oligopoli. Dari keempat bentuk struktur pasar tersebut ketiga struktur pasar yang terakhir sering dikatakan

sebagai pasaran persaingan yaitu pasar persaingan monopoli, pasar persaingan monopolistik, dan pasar persaingan oligopoli Steph Subanidja dalam Rizkiyanti (2010).

Struktur sebuah pasar dapat mempengaruhi akan perilaku perusahaan dalam pasar tersebut yang secara bersama-sama menentukan kinerja sistem pasar secara keseluruhan. Menurut Kirana (2003) harga merupakan faktor yang penting dalam suatu industri. Perilaku pasar mendorong terjadinya kerjasama dalam penetapan harga. Ada dua macam alasan mengenai hal ini. Pertama, harga merupakan sebuah senjata yang dikatakan paling efektif dan berbahaya dalam suatu persaingan. Kedua, harga adalah bagian kritis yang harus dikontrol. Keadaan jumlah dan distribusi penjual yang ada dalam pasar juga akan memengaruhi harga jual yang berlaku dan output yang terdapat pada pasar tersebut (Teguh, 2010).

Manusia pada hakikatnya memiliki beragam kebutuhan yang sangat penting bagi dirinya, salah satunya yakni dalam hal pemenuhan kebutuhan makanan. Pemenuhan makanan bagi masyarakat terutama masyarakat mapan dapat menjadi suatu bagian dari gaya hidup. Masyarakat mapan mampu membeli beraneka ragam makanan bukan karena terdorong dari keinginan untuk memuaskan rasa lapar melainkan melihat dari cita rasa dan *prestige* yang mampu mempengaruhi dalam pemilihan makanan tersebut. Hal tersebut yang menimbulkan munculnya beragam restoran maupun rumah makan yang menyajikan tidak hanya berbagai menu dengan cita rasa tinggi namun juga memberikan konsep, pelayanan, suasana, dan tata ruang yang menarik sehingga dibutuhkan strategi dan inovasi dalam bersaing dengan restoran atau rumah makan lainnya. Keadaan produk merupakan faktor yang dapat memengaruhi

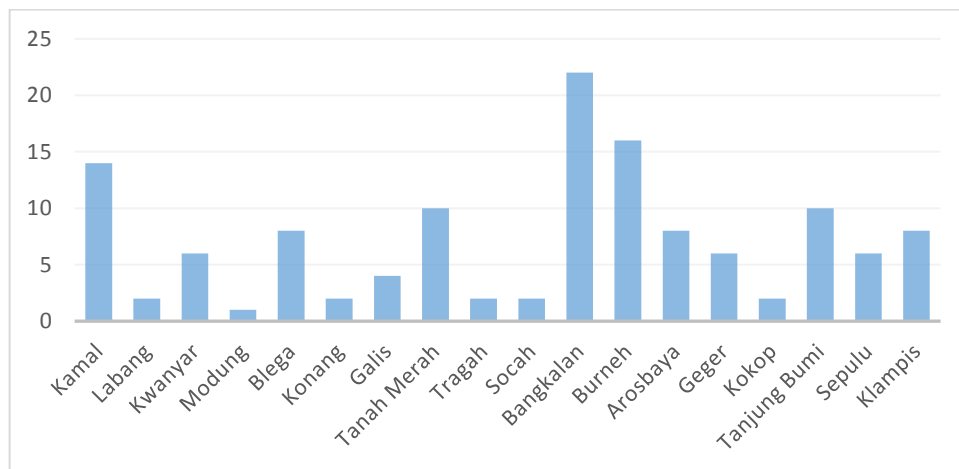
perilaku produsen yang berada di dalam sebuah pasar dalam bersaing. Adanya perbedaan corak produk memberikan keleluasaan yang lebih besar terutama bagi produsen untuk mengatur sebuah strategi dalam pasar (Teguh, 2010). Hal tersebut sesuai berdasarkan penelitian Susila (2003) yang menyatakan bahwa perusahaan yang ingin memenangkan persaingan pada industri ini maka harus mampu menerapkan strategi secara simultan. Aspek efisiensi dapat menjadi sebuah kunci bagi suatu keberhasilan adanya penerapan strategi secara simultan tersebut, strategi diferensiasi dan inovasi harus selalu memperhatikan aspek efisiensi. Sebuah strategi akan *counter productive* apabila hanya mengadopsi strategi atas biaya pesaing. Dengan demikian keunggulan komparatif pada industri susu di Indonesia tidak hanya didasarkan atas efisiensi tetapi juga harus dapat mengembangkan produk-produk yang bervariasi.

Kuliner merupakan sebuah kegiatan dalam hal persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang dapat menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan juga kearifan lokal sebagai elemen terpenting yang dapat digunakan dalam meningkatkan citarasa dan nilai produk sehingga dapat menarik daya beli dan dapat memberikan sebuah pengalaman bagi konsumen. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa dunia kuliner tidak dapat lepas dari sebuah nilai tradisi dan kearifan lokal yang dimiliki oleh suatu daerah karena makanan, terutama di Indonesia yang dapat dijadikan sebagai salah satu warisan budaya. Kuliner di Indonesia sendiri telah mengalami perkembangan dan dapat menjadi sebuah gaya hidup baru di dalam kalangan masyarakat. Pangan dapat berubah menjadi sebuah industri kuliner yang tidak hanya memberikan suatu cita rasa namun juga dalam hal memenuhi kebutuhan lain misalnya dalam bersosialisasi maupun untuk beraktualisasi. Hal tersebut

dikarenakan, industri kuliner yang telah berkembang mampu menyediakan ruang bagi konsumennya agar dapat berkumpul dengan kelompok atau komunitasnya melalui layanan ruangan ataupun jasa lainnya.

Lazuardi dan Triady (2015) memberikan argumentasi bahwa kuliner memiliki hubungan yang erat dengan proses dalam hal menyiapkan suatu makanan atau dengan memasak yang menjadi kegiatan dasar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Di Indonesia istilah kuliner baru terdengar sejak tahun 2005 karena adanya wisata kuliner, dalam sebuah tayangan televisi yang meliput dan membahas tempat-tempat makanan yang unik atau yang sudah memiliki reputasi yang baik. Dengan demikian, menjadikan kuliner semakin populer serta sesuatu yang identik dengan mencicipi dari berbagai jenis makanan dan minuman.

Keberadaan pengusaha kuliner di Jawa Timur baik mikro kecil dan menengah sangatlah besar, salah satunya di Kabupaten Bangkalan. Kabupaten Bangkalan sendiri terdiri dari 18 kecamatan, yang dibagi lagi atas 273 desa dan 8 kelurahan, dengan pusat pemerintahannya yang berada di Kecamatan Bangkalan. Usaha kuliner di Kabupaten Bangkalan terdiri dari beberapa jenis usaha diantaranya usaha restoran, usaha rumah makan, usaha warung, usaha cafe, usaha kantin dan usaha jasa boga. Keberadaan usaha rumah makan yang ada di Kabupaten Bangkalan ini dapat dikatakan cukup besar terutama di Kecamatan Bangkalan. Hal tersebut terlihat pada gambar grafik 1.1 berikut ini:



Gambar 1.1. Jumlah Rumah Makan Menurut Kecamatan di Kabupaten Bangkalan Tahun 2017

Sumber : Kabupaten Bangkalan Dalam Angka (diolah, 2018)

Berdasarkan data jumlah rumah makan menurut kecamatan di Kabupaten Bangkalan tahun 2017 terlihat bahwa Kecamatan Bangkalan merupakan kecamatan yang memiliki jumlah rumah makan yang paling banyak apabila dibandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Kabupaten Bangkalan. Hal tersebut dikarenakan Kecamatan Bangkalan memiliki penduduk yang lebih padat dan juga merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Bangkalan, serta memiliki tempat wisata terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lain sehingga banyak masyarakat yang memilih untuk membuka usaha rumah makan di daerah Kecamatan Bangkalan tersebut. Oleh karena itu dengan semakin banyaknya jumlah usaha rumah makan yang ada di Kecamatan Bangkalan tersebut maka akan memunculkan suatu persaingan yang akan terjadi diantara usaha rumah makan yang ada di Kecamatan Bangkalan.

Tempat-tempat kuliner biasanya menawarkan berbagai bentuk olahan makanan dan minuman yang beraneka ragam, salah satunya di Kabupaten Bangkalan yang dapat dengan mudah untuk ditemukan keberadaannya. Sebagai

daerah pengembangan pembangunan gerbang kertosusila dan termasuk ke dalam Pengembangan Kota Surabaya menjadikan daerah ini sebagai salah satu tujuan pendidikan bagi mahasiswa yang berasal dari kabupaten yang terdapat di Madura, bahkan tidak sedikit terdapat mahasiswa yang berasal dari luar Madura untuk melanjutkan pendidikannya di Bangkalan. Hal tersebut membuat Kabupaten Bangkalan tidak hanya dipadati oleh penduduk asli saja tetapi juga oleh penduduk pendatang. Industri kuliner khususnya usaha rumah makan saat ini telah banyak bermunculan dan menimbulkan suatu persaingan, seperti dalam persaingan mutu makanan dan pelayanan antar usaha sejenis. Keadaan inilah yang membuat konsumen akan lebih selektif dalam menentukan pilihannya. Dengan semakin meningkatnya industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kabupaten Bangkalan khususnya di Kecamatan Bangkalan tersebut maka akan menciptakan persaingan antar usaha rumah makan dalam menembus dan menguasai pangsa pasar. Persaingan tersebut memaksa para pemilik usaha rumah makan dalam menciptakan peluang untuk menarik minat konsumen dengan memberikan ciri khas tersendiri pada menu makanannya serta memiliki strategi yang tepat agar mampu bersaing dan memiliki nilai lebih jika dibandingkan dari usaha rumah makan yang lainnya.

Menurut teori ekonomi industri, adanya struktur pasar dapat menunjukkan sebuah karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan dari penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Adanya perbedaan pada elemen-elemen tersebut maka juga akan membedakan cara masing-masing pelaku pasar dalam industri berperilaku, sehingga nantinya akan menentukan perbedaan kinerja pasar yang terjadi (Teguh, 2010). Struktur pasar dapat ditandai dengan adanya tiga ciri yaitu jumlah

perusahaan, tipe produk, dan kondisi *entry*. Struktur pasar juga dapat mempengaruhi perilaku yang digunakan dari sebuah perusahaan. Hal utama dari struktur dan perilaku pasar adalah determinan-determinan yang membentuk struktur pasar itu sendiri, yaitu skala ekonomi dan diseкономи. Dalam penelitian ini untuk mengetahui struktur pasar yang digunakan pada usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya yaitu karakteristik pasar yang meliputi jumlah penjual, jumlah pembeli, keadaan rintangan pasar dan diferensiasi produk, serta juga dapat diketahui dari perolehan penghitungan pangsa pasar dan konsentrasi pasar dari tiap usaha rumah makan tersebut sementara untuk mengetahui perilaku pasar yang digunakan oleh tiap usaha rumah makan tersebut maka dapat dilihat dari strategi yang digunakan baik dari strategi harga, strategi produk, maupun strategi promosi.

Dengan demikian dalam hal ini, peneliti ingin meneliti terkait struktur dan perilaku pasar apa yang digunakan pada industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan khususnya rumah makan yang memiliki menu nasi campur pada daftar menu makanan yang ditawarkan. Lokasi yang dipilih yaitu berada di Kecamatan Bangkalan tepatnya yakni usaha rumah makan yang terdaftar pada data Dinas Pendapatan Kabupaten Bangkalan berdasarkan kategori pajak rumah makan di Kecamatan Bangkalan dengan pertimbangan bahwa Kecamatan ini merupakan kecamatan yang memiliki pemukiman yang padat penduduknya dengan wilayah terdapat cukup banyak usaha rumah makan dibandingkan dengan kecamatan lain yang ada di Kabupaten Bangkalan sehingga berpotensi untuk mendapatkan lebih banyak informan terkait usaha rumah makan yang menjual nasi campur tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang disampaikan pada latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana struktur pasar industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan?
2. Bagaimana perilaku pasar industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana struktur pasar industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan
2. Untuk mengetahui bagaimana perilaku pasar industri kuliner kategori usaha rumah makan di Kecamatan Bangkalan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu ekonomi dan menambah kajian ilmu ekonomi, khususnya dalam ruang lingkup ekonomi industri.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai kesamaan minat terhadap kajian ini.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan bagi para pengambil keputusan untuk merumuskan kebijakan

strategis terkait struktur dan perilaku pasar industri kuliner di Kabupaten Bangkalan khususnya pada Kecamatan Bangkalan.

- c. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Kabupaten Bangkalan, khususnya bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan dalam menerapkan kebijakan ekspansi bisnis usaha industri kuliner agar tidak memberikan pengaruh buruk terhadap struktur dan perilaku pasar industri kuliner yang ada di Kabupaten Bangkalan.