

III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Pemikiran

Kinerja (*performance*) merupakan hasil akhir dari keseluruhan bentuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan *Structure, Conduct* dan *Performance* (SCP). Kinerja perusahaan dalam industri berarti kemampuan produsen atau perusahaan dalam suatu industri dalam menciptakan tingkat keuntungan, efisiensi, pertumbuhan ekonomi, kemampuan dalam menciptakan peluang kerja, dan kemampuan dalam menciptakan pendapatan. Kemampuan dalam menciptakan keuntungan didasarkan pada hasil akhir dari interaksi antara harga yang ditetapkan dan biaya yang telah dikeluarkan (Shy, 1995). Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapang diketahui terdapat masalah dimana seringkali terjadi keterlambatan pengiriman serta buruknya kualitas benih padi yang dipasarkan yang berpengaruh terhadap penentuan harga dan penjualan.

Menurut Anindhita (2004) indikator kinerja pasar terdiri dari *Pricing efficiency, Marketing cost, Margins, Net profit, Progressiveness*. Menurut Soekartawi (2002) kinerja pasar dapat diukur melalui saluran pemasaran, pangsa produsen (*producer share*), marjin pemasaran, korelasi harga serta elastisitas transmisi harga. Sedangkan menurut USAID (2008), indikator kinerja pasar dapat diukur melalui keuntungan, marjin dan biaya, progresivitas, *equity* (dalam hal distribusi dan informasi), serta akses informasi pasar.

Pada penelitian ini kinerja pasar akan diukur melalui tiga indikator yaitu saluran dan marjin pemasaran, keuntungan dan efisiensi pemasaran dan. Kelima penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan memiliki satu kesamaan indikator yang digunakan dalam mengukur kinerja pasar, yaitu marjin pemasaran. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut diketahui bahwa marjin pemasaran didapat dari setiap penjualan produk kepada pelaku pemasaran lainnya (harga beli produk).

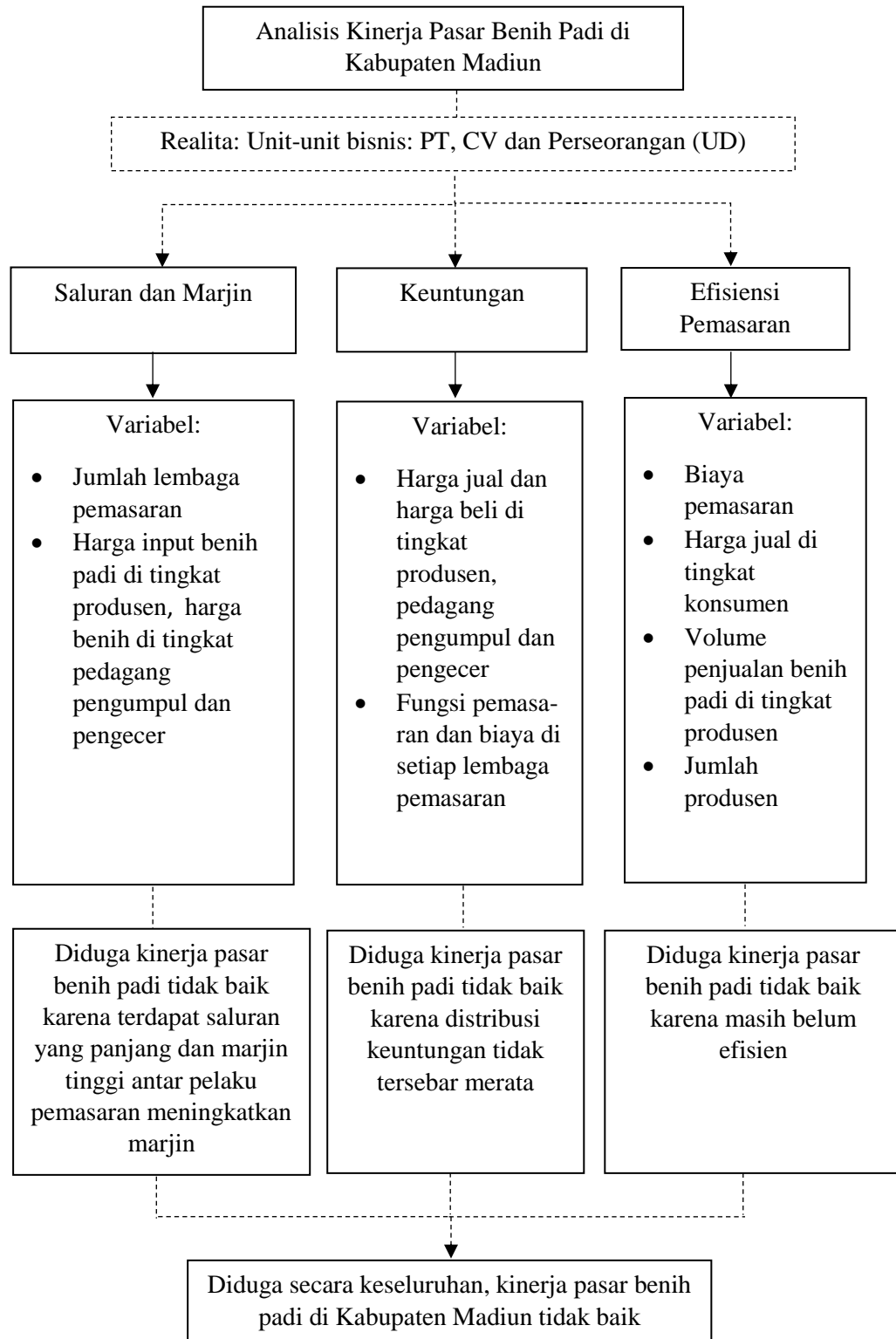
Pada penelitian ini pengukuran marjin pemasaran dilakukan pada pasar benih padi di Kabupaten Madiun untuk mengetahui saluran pemasaran dengan tingkat marjin paling rendah. Variabel yang digunakan dalam pengukuran ini antara lain

jumlah lembaga pemasaran dalam memasarkan benih padi, harga benih padi di tingkat produsen, pedagang pengumpul dan pengecer.

Dalam hal ini pengukuran kinerja pasar benih padi dikaitkan dengan pangsa produsen (*producer share*) untuk mengetahui kinerja pasar terbaik dari sisi produsen dan fungsi pemasaran. Fungsi pemasaran dilakukan untuk menjelaskan perbedaan biaya pemasaran yang ditanggung oleh masing-masing lembaga pemasaran. Digunakan tiga fungsi pemasaran yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi penyedia sarana (fasilitas) yang terkait dengan pemasaran benih padi di Kabupaten Madiun.

Indikator selanjutnya yaitu keuntungan. Indikator ini tidak terdapat dalam kelima penelitian sebelumnya. Laba atau keuntungan diperoleh dari hasil penjualan yang telah dikurangi biaya-biaya. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Harahap (2002) yang menyatakan bahwa keuntungan merupakan semua biaya yang telah dikenakan dan dapat dikurangkan pada penghasilan. Pengukuran keuntungan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan keuntungan yang diperoleh oleh produsen dan lembaga pemasaran. Hal ini dipengaruhi oleh perbedaan biaya yang dikeluarkan oleh produsen dan lembaga pemasaran. Variabel yang digunakan untuk mengukur keuntungan adalah harga jual, harga beli, dan biaya pemasaran setiap saluran pemasaran.

Untuk indikator efisiensi pemasaran yang digunakan oleh penelitian sebelumnya yaitu Basseey *et al.* (2013) menggunakan variabel biaya pemasaran dan harga jual di tingkat konsumen untuk mengukur efisiensi pemasaran. Selain itu dilihat pula progresif/pertumbuhan pasar. Melalui pengukuran ini dapat diketahui perubahan volume penjualan maupun jumlah produsen benih padi di Kabupaten Madiun. Variabel yang digunakan yaitu volume penjualan, varietas benih padi yang diproduksi dan dipasarkan serta jumlah produsen benih padi di Kabupaten Madiun selama lima tahun terakhir. Melalui analisis saluran dan margin, keuntungan dan efisiensi pemasaran, pada pasar benih padi di Kabupaten Madiun, dapat diketahui bagaimana hasil dari masing-masing indikator yang dapat menunjukkan kinerja pasar benih padi di Kabupaten Madiun. Untuk penjelasan lebih lanjut, kerangka pemikiran disajikan pada gambar 2.



Keterangan:

—> : Alur berfikir

---> : Alur analisis

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Analisis Kinerja Benih Padi

3.2 Hipotesis

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian secara rinci sebagai berikut:

1. Diduga saluran pemasaran benih padi masih panjang dan terdapat perbedaan margin yang tinggi pada setiap pelaku pemasaran benih padi di Kabupaten Madiun
2. Diduga keuntungan yang diperoleh setiap pelaku pemasaran benih padi tidak tersebar merata sebagaimana penelitian terdahulu di Indonesia
3. Diduga efisiensi pemasaran benih padi di Kabupaten Madiun masih belum efisien sebagaimana penelitian terdahulu di Indonesia
4. Diduga kinerja pasar benih padi tidak baik berdasarkan pengukuran saluran dan marjin pemasaran benih padi, distribusi keuntungan dan efisiensi pemasaran

3.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Pemasaran benih padi yang dianalisis adalah benih padi dengan label ungu atau kelas Benih Pokok (BP)
2. Analisis pemasaran dilakukan pada pasar benih lokal Kabupaten Madiun yang terdiri dari produsen yang memproduksi dan memasarkan benih padi kepada petani, pengecer, atau pedagang pengumpul di Kabupaten Madiun
3. Responden lembaga pemasaran merupakan produsen benih padi bersertifikat dan non subsidi di Kabupaten Madiun berdasarkan data dari Himpunan Produsen Pedagang Benih (HPPB) atau BPSB Kabupaten Madiun
4. Data harga benih padi di tingkat produsen maupun pengecer merupakan harga yang berlaku pada saat penelitian (Juli 2017)

Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja pasar benih padi meliputi marjin dan saluran pemasaran, efisiensi, keuntungan, dan progresif pasar

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Indikator dari Variabel Kinerja Pasar

No	Komponen	Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Satuan
1	Kinerja pasar merupakan Penilaian terhadap sumberdaya ekonomi yaitu sampai berapa jauh tindakan atau tingkah laku industri pasar menyimpang dari kemungkinan sumbangan terbaik yang dapat dicapai sesuai dengan tujuan sosial ekonomi masyarakat yang relevan	Marjin merupakan Perbedaan harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima produsen. Saluran pemasaran terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen ke konsumen	Jumlah lembaga pemasaran	Keseluruhan lembaga pemasaran yang terlibat dalam suatu saluran pemasaran	Unit usaha
			Harga benih padi di tingkat produsen, pedagang pengumpul dan pengecer	Harga input benih padi di tingkat produsen kepada pedagang pengumpul, pengecer, dan petani	Rp/Kg
		Keuntungan Pemasaran adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya	Harga jual dan harga beli di tingkat produsen, pedagang pengumpul dan pengecer	Selisih harga benih padi di tingkat produsen kepada pedagang pengumpul, pengecer, dan petani guna mengukur keuntungan (K/B)	Rp/Kg

Lanjutan Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Indikator dari Variabel Kinerja Pasar

No	Komponen	Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Satuan
			Fungsi pemasaran	Fungsi dan biaya yang muncul ketika melakukan kegiatan pemasaran (fungsi fisik, fungsi fasilitas, fungsi pertukaran) di setiap lembaga pemasaran.	Rp/Kg
		Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dinyatakan dengan persen	Biaya Pemasaran	Biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan pemasaran benih padi di Kabupaten Madiun	Rp/Kg
			Harga jual di tingkat konsumen	Harga jual benih padi di tingkat konsumen atau disebut nilai produk	Rp/Kg
			Volume penjualan	Kuantitas benih padi yang dijual oleh produsen selama lima tahun terakhir	Ton/Th
			Jumlah produsen	Produsen yang berpartisipasi dalam pasar benih padi Kabupaten	Unit usaha