ANALISIS STRUKTUR PASAR INDUSTRI MIKRO DAN KECIL DI INDONESIA TAHUN 2015

Malik Cahyadin¹, dan Lely Ratwianingsih²

1,2 Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar Industri Mikro dan Kecil (IMK) di Indonesia. Data yang digunakan adalah nilai produksi IMK tahun 2015 berdasarkan publikasi BPS. Jumlah IMK yang dianalisis adalah sebanyak 27.491 unit usaha yang dibagi kedalam 10 jenis usaha. Metode analisis data yang digunakan adalah Herfindahl-Hirschman Index (HHI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar IMK di Indonesia cenderung ke arah persaingan sempurna. Nilai HHI kesepuluh IMK tersebut kurang dari 1000. Hal diperkuat dengan jumlah unit usaha yang relatif banyak dan *market share* yang relatif kecil/cenderung merata. Untuk itu, pemerintah diharapkan bisa fokus pada fasilitasi pengembangan kualitas dan kuantitas produk serta kemampuan mengakses pasar IMK tersebut.

Kata kunci: *IMK*, *struktur pasar*, *HHI*

PENDAHULUAN

Penguasaan pasar merupakan salah satu aktivitas bisnis utama bagi UMK (usaha mikro dan kecil) yang masih perlu diperkuat. Berbagai studi empiris menjelaskan pendekatan atau cara yang dapat dilakukan oleh UMK dalam akses pasar termasuk perbaikan kelembagaan usahanya. OECD (2000a) menyebutkan bahwa sebagian besar pelaku UMK fokus ke pasar domestik sedangkan sebagian kecilnya fokus ke pasar global. UMK yang dapat mengakses pasar global dapat memanfaatkan jaringan bisnis dan keunggulan komparatif. Pihak pemerintah dapat mendorong UMK tersebut dengan memberi fasilitas usaha dan regulasi. Regulasi tersebut dapat dalam bentuk regulasi pajak, riset dan pengembangan, teknologi, peningkatan kualitas sumberdaya manusia, dan akses pasar.

OECD (2000b) mengidenfikasi ada beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan UKM, yaitu: strategi daya saing, inovasi, informasi teknologi,

jejaring dan fleksibilitas produksi, klaster, dan investasi asing langsung. Sementara itu, OECD (2004) menyebutkan bahwa daya saing UKM melalui penguatan akses pasar dapat dilakukan oleh pemerintah melalui legalitas usaha, iklim regulasi dan administrasi, akses keuangan dan kapasitas kelembagaan, modal sumberdaya manusia, dan keberlanjutan lingkungan bisnis.

Laforet (2008) menyimpulkan bahwa ukuran, strategi dan orientasi pasar terkait dengan inovasi produk dan bisnis. Selain itu, orientasi pasar terkait dengan perubahan teknologi dan lingkungan bisnis. Mulandi (2013) menjelaskan bahwa strategi bisnis akan dapat menjadi penentu struktur organisasi. Sementara itu, Mutonyi dan Gyau (2013) mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan pasar di negara berkembang karena ada peningkatan jumlah penduduk dan kelas pendapatan menengah.

Sato (2015) menyebutkan bahwa pengambangan UKM di kawasan ASEAN menggunakan dua pendekatan, yaitu: kompetisi-dinamis dengan fokus daya saing melalui jejaring produksi internasional, dan inklusif dengan fokus mengurangi kelemahan UKM pada aktivitas ekspor. Lantu, Triady, Utami, dan Ghazali (2016) telah mengidentifikasi faktor pembentuk daya saing UMKM, yaitu: ketersediaan dan kondisi lingkungan usaha, kemampuan usaha, kebijakan dan infrastruktur, riset dan teknologi, dukungan finansial dan kemitraan, serta kinerja. Sementara itu, Dilling-Hansen (2017) menjelaskan bahwa UKM mempunyai peran penting dalam kemakmuran suatu perekonomian. Namun demikian, tidak adanya insentif bagi UMK menjadi salah satu faktor rendahnya pertumbuhan usaha termasuk menjadi masalah potensialnya.

Keberpihakan pemerintah terhadap UKM juga telah dirumuskan dalam Undang-Undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UU ini telah diperjelas dengan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan UU Nomor 20 Tahun 2008. Salah satu poin penting dalam UU tersebut adalah terkait dengan kriteria skala usaha UMKM. Sementara itu, beberapa poin penting dalam PP tersebut adalah:

- a. Pasal 2 ayat 2 menyebutkan beberapa cara pengembangan UMKM (pengembangan usaha; kemitraan; perizinan; koordinasi dan pengendalian).
- b. Pasal 4 ayat 2 menyebutkan beberapa fasilitasi pengembangan usaha meliputi produksi dan pengolahan; pemasaran; sumberdaya manusia; serta desain dan teknologi.

- c. Pasal 5 ayat 2 menyebutkan bahwa pendekatan dalam pengembangan usaha UMKM adalah koperasi, sentra, klaster, dan kelompok.
- d. Pasal 8 ayat 3 menyebutkan bahwa usaha besar melakukan pengembangan UMKM dalam bentuk keterkaitan usaha; potensi produksi barang dan jasa di pasar domestik; produksi dan penyediaan kebutuhan pokok; produksi yang berpotensi ekspor; produk yang berdaya saing; pengembangan teknologi; dan penumbuhan wirausaha baru.
- e. Pasal 8 ayat 4 menyebutkan bahwa UMKM mengembangkan usaha dalam bentuk jaringan usaha dan kemitraan; usaha yang efisien; inovasi dan peluang pasar; akses pemasaran; teknologi; kualitas produk; dan sumber pendanaan usaha.

Berdasarkan deskripsi studi empiris dan peraturan perundang-undangan diatas maka fokus penelitian ini adalah analisis struktur pasar industri mikro dan kecil (IMK). Kajian ini merupakan bagian dari upaya pengembangan IMK terkait akses pasar. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menganalisis struktur pasar IMK di Indonesia pada tahun 2015. Periode ini digunakan karena akses data hasil survei BPS yang diperoleh adalah tahun 2015.

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan adalah data sekunder dari BPS berupa nilai produksi IMK tahun 2015 dalam satuan rupiah. Jumlah IMK yang akan dianalisis pada penelitian ini adalah sebanyak 27.491 unit usaha dengan perincian sebagai berikut:

- a. IMK Olahan Makanan sebanyak 12.737 unit usaha.
- b. IMK Minuman sebanyak 1.047 unit usaha.
- c. IMK Tembakau sebanyak 655 unit usaha.
- d. IMK Tekstil sebanyak 3.052 unit usaha.
- e. IMK Pakaian Jadi sebanyak 2.959 unit usaha.
- f. IMK Kulit dan Alas Kaki sebanyak 310 unit usaha.
- g. IMK Kayu, Bambu dan Rotan sebanyak 6.127 unit usaha.
- h. IMK Kertas dan Barang Lainnya sebanyak 104 unit usaha.
- i. IMK Percetakan dan Sablon sebanyak 298 unit usaha.
- j. IMK Bahan Kimia dan Kayu sebanyak 202 unit usaha.

Metode analisis data menggunakan Hischman-Herfindahl Index (HHI). Menurut Sheperd (1990) perhitungan struktur pasar menggunakan HHI adalah:

HHI=(Share $Pasar_1$)²+(Share $Pasar_2$)²+(Share $Pasar_3$)²+...(Share $Pasar_3$)² Nilai Maksimum HHI adalah =(100%)²= 100 x 100 = 10.000

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Pasar IMK di Indonesia Tahun 2015

Struktur pasar merupakan salah satu instrumen untuk mengetahui kontribusi/penguasaan masing-masing pelaku usaha IMK di pasar. Kemampuan IMK dalam penguasaan pasar mengindikasikan bahwa akses pasar produk-produknya berkembang dengan baik. Hasil perhitungan HHI yang menjelaskan struktur pasar IMK pada 10 jenis usaha dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Struktur Pasar IMK di Indonesia Tahun 2015

IMK	Rata-rata	HHI	Keterangan
	Market Share		
	(%)		
Olahan Makanan	0,0079	14,3557	
Minuman	0,0955	470,4535	
Tembakau	0,1527	31,8934	
Tekstil	0,0328	58,8707	Cenderung persaingan
Pakaian Jadi	0,0338	40,2539	sempurna (banyak pelaku
Kulit dan Alas Kaki	0,3226	242,4887	usaha dengan <i>market</i>
Kayu, Bambu dan Rotan	0,0163	48,3615	share yang relatif rendah)
Kertas dan Barang Lainnya	0,9615	554,5082	
Percetakan dan Sablon	0,3356	173,2159	
Bahan Kimia dan Kayu	0,4950	797,5848	

Sumber: BPS (diolah)

Tabel diatas memberikan informasi bahwa secara keseluruhan IMK di Indonesia pada tahun 2015 diindikasikan masuk kategori cenderung ke persaingan sempurna. Ada dua indikator yang dapat digunakan yaitu nilai HHI dibawah 1000 dan rata-rata *market share* yang relatif rendah. Nilai rata-rata *market share* yang relatif tinggi hanya terjadi pada IMK kertas dan barang lainnya yaitu sebesar 0,9615%.

Berdasarkan nilai HHI dapat diurutkan dari nilai tertinggi sampai terendah. Nilai tertinggi terjadi pada IMK Bahan Kimia dan Kayu; Kertas dan Barang Lainnya; Minuman; Kulit dan Alas Kaki. Sementara itu, nilai terendah terjadi pada IMK Olahan Makanan; Tembakau; Pakaian Jadi; Kayu, Bambu dan Rotan; dan Tekstil.

Data rata-rata *market share* menunjukkan bahwa nilainya tertinggi dan terendah masing-masing terjadi pada IMK Kertas dan Barang Lainnya dan IMK Olahan Makanan. Kedua IMK tersebut dapat menjadi IMK dengan dua pendekatan fasilitasi oleh pemerintah. IMK dengan *market share* yang relatif tinggi mendapat fasilitasi peningkatan kualitas produk dan akses pasar internasional. Sementara itu, IMK dengan *market share* yang masih rendah mendapat fasilitasi peningkatan kuantitas dan kualitas produk, dan akses pasar domestik.

2. Interpretasi Ekonomi

Kondisi struktur pasar IMK di Indonesia tahun 2015 mengindikasikan bahwa jumlah pelaku usaha yang banyak belum mampu mendorong peningkatan akan penguasaan pasar terutama di pasar domestik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha perlu didorong untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk. Ketersediaan produk yang mencukupi dengan kualitas terstandar diharapkan akan mendorong peningkatan *market share* IMK.

Penelitian empiris yang menjadi rujukan penelitian ini juga menjelaskan pentingnya peningkatan produk untuk akses pasar. Proses ini dapat dicapai oleh IMK dengan memperbaiki proses produksi dan pemasaran yang tepat dan berkesinambungan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan evaluasi dan rujukan bagi pelaku usaha dan pemerintah dalam pengembangan usaha IMK.

Pemerintah juga dapat menerapkan UU Nomor 20 tahun 2008 dan PP Nomor 17 Tahun 2013 dalam rangka pengembangan usaha, peningkatan akses pasar, dan kesinambungan usaha IMK. Selain itu, pemerintah dapat meningkatkan peran aktif pelaku IMK supaya berperan lebih aktif dalam akses pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Struktur pasar IMK di Indonesia tahun 2015 mengindikasikan pasar persaiangan sempurna. Hal ini dapat dilihat dari nilai HHI dibawah 1000. Selain itu, nilai rata-rata *market share* IMK tersebut relatif rendah. IMK yang mempunyai nilai HHI tertinggi

adalah IMK Bahan Kimia dan Kayu sedangkan IMK dengan nilai HHI terendah adalah IMK Olahan Makanan.

Penelitian ini merekomendasikan bahwa pemerintah dapat menyusun strategi pengembangan yang berbeda pada IMK dengan HHI dan market share yang rendah dan tinggi. IMK dengan HHI dan market share tinggi dapat difasilitasi peningkatan kualitas produk dan pengembangan akses pasar ke luar negeri. Sementara itu, IMK dengan HHI dan market share rendah dapat difasilitasi peningkatan kuantitas dan kualitas produk (termasuk standarisasi produk) serta akses ke pasar domestik termasuk pameran produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Dilling-Hansen, Mogens, 2017. SMEs: Peter Pan Syndrome or Firms not Grown Up? Creativity, Business Skills and Economic Growth of Danish Entrepreneurial Firms. *Athens Journal of Business and Economics* Vol. 3 No. 1 pp. 7-19.
- Laforet, Sylvie, 2008. Size, Strategic, And Market Orientation Affects on Innovation. Journal of Business Research 61 pp. 753–764.
- Lantu, Donald Crestofel, Mochamad Sandy Triady, Ami Fitri Utami, dan Achmad Ghazali, 2016. Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. Jurnal Manajemen Teknologi 15(1) halaman 77-93.
- Mulandi, Lawrence Muema, 2013. Structure And Strategy In Small And Medium-Size Restaurants Within The Central Business District In Nairobi County In Kenya. University Of Nairobi.
- Martin, Stephen, 2002. Advanced Industrial Economics: Solutions Manual. Second Edition. University of Amsterdam.
- Mutonyi, Sarah and Amos Gyau, 2013. Measuring performance of small and medium scale agrifood firms in developing countries: Gap between Theory and Practice. Conceptual paper. the 140th EAAE Seminar, "Theories and Empirical Applications on Policy and Governance of Agri-food Value Chains," Italy.
- OECD, 2000a. Small and Medium-sized Enterprises: Local Strength, Global Reach. Policy Brief.
- 2000b. Enhancing The Competitiveness of SMEs Through Innovation. Conference for Ministers responsible for SMEs and Industry Ministers. Italy. , 2004. Promoting Entrepreneurship And Innovative Smes In A Global Economy:

Towards A More Responsible And Inclusive Globalisation. 2nd OECD Conference Of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). Turkey.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
- Sato, Yuri, 2015. Development of Small and Medium Enterprises in the ASEAN Economies. *BEYOND* pp. 155-181.
- Sheperd, William C., 1990. Market Structure of The Economics of Industrial Organization. Prentice- Hall.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah