



Struktur, Perilaku, dan Kinerja Usaha Kemiri: Pendekatan SCP di Deli Serdang

Khairani Alawiyah Matondang, Afdhal Hidayat, Christian Rafael Siregar, Rikoni Arseka Pelawi
Ilmu Ekonomi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negri Medan

alawiyah@unimed.ac.id, afdhalhidayat40@gmail.com, christianrafaelsiregar@gmail.com, rikoniarsekapelawi@gmail.com

Abstrak

Kegiatan komersial kemiri berada dalam kondisi pasar yang dipengaruhi oleh persaingan antarprodusen, ketersediaan bahan baku, hubungan dengan pemasok dan pelanggan, serta kemampuan usaha dalam mempertahankan akses pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku usaha, dan kinerja produsen kemiri di Deli Serdang menggunakan pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi kasus pada perusahaan penghasil kemiri. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara dengan informan yang terlibat langsung dalam proses pengadaan bahan baku, produksi, penetapan harga, dan pemasaran. Data tersebut kemudian dianalisis berdasarkan tiga komponen utama dalam kerangka SCP, yaitu struktur, perilaku, dan kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan kemiri yang diteliti menghadapi persaingan dari sekitar tiga usaha sejenis di wilayah tersebut, sementara bahan bakunya diperoleh dari Aceh, Jawa, dan Palembang, dengan kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu. Dalam menjalankan kegiatannya, produsen menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, menjaga kualitas produk, mengelola ketersediaan bahan baku, serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan. Dari segi kinerja, kapasitas produksi dan keberadaan pelanggan tetap merupakan faktor yang mendukung keberlangsungan usaha. Namun, pemanfaatan kapasitas produksi masih menghadapi kendala terkait ketersediaan bahan baku, kondisi cuaca, fluktuasi harga, dan keterbatasan akses kepada pembeli berskala besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapasitas produksi yang ada perlu diimbangi dengan penguatan jaringan pemasaran dan peningkatan pengelolaan pasokan untuk mempertahankan keberlangsungan dan kinerja usaha.

Kata kunci: Struktur Pasar, Perilaku Usaha, Kinerja Usaha, Pendekatan SCP, Kemiri

Abstract

Candlenut commercial activities operate within a market condition influenced by competition among producers, raw material availability, relationships with suppliers and customers, and the business's ability to maintain market access. This study aims to analyze the market structure, business conduct, and performance of candlenut producers in Deli Serdang using the Structure-Conduct-Performance approach. This study uses a descriptive qualitative approach through a case study on a candlenut processing company. Data were collected through observation and interviews with informants directly involved in the processes of raw material procurement, production, pricing, and marketing. The data were then analyzed based on the three main components of the SCP framework, namely structure, conduct, and performance. The results show that the candlenut company studied faces competition from approximately three similar businesses in the region, while raw materials are sourced from Aceh, Java, and Palembang, with a production capacity of around 2 tons per week. In conducting its operations, the producer adjusts prices according to market conditions, maintains product quality, manages raw material availability, and sustains customer relationships. In terms of performance, production capacity and the presence of regular customers remain factors supporting business continuity.

Keywords: Market Structure, Business Conduct, Business Performance, SCP Approach, Candlenut

1. Pendahuluan

Perusahaan yang memperdagangkan komoditas pertanian tidak hanya harus mampu memproduksi barang, tetapi juga memperoleh bahan baku, memelihara hubungan dengan pembeli, menjangkau pasar, dan bersaing dengan perusahaan lain. Hal ini semakin penting karena perusahaan di sektor komoditas pertanian umumnya beroperasi dalam rantai pemasaran yang melibatkan berbagai pelaku. Artinya, harga dan akses pasar dapat dipengaruhi oleh hubungan antarpelaku. Sebagai contoh, (Oksalia et al., 2023) menunjukkan bahwa persoalan yang berkaitan dengan harga, informasi pasar, dan saluran pemasaran berhubungan dengan struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja

pasar. Dalam penelitian tersebut, pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP) digunakan untuk mengkaji bagaimana kondisi struktur pasar dapat memengaruhi perilaku pelaku ekonomi dan hasil yang dicapai dalam kegiatan pemasaran.

Pendekatan SCP juga telah diterapkan pada beberapa komoditas pertanian di Indonesia. (Putriana et al., 2023) menggunakan pendekatan ini untuk menganalisis pemasaran tandan buah segar kelapa sawit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar, perilaku pelaku pemasaran, dan kinerja pada setiap saluran dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi persaingan dan distribusi pendapatan pemasaran. Dalam kasus kopi robusta, (Malenda et al., 2024) juga mengidentifikasi struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar sebagai aspek penting untuk memahami persoalan pemasaran dan posisi tawar pelaku ekonomi. Sementara itu, (Yulianti et al., 2024) menunjukkan bahwa paradigma SCP dapat diterapkan pada tingkat industri yang lebih luas dengan mengkaji indikator struktur dan kinerja industri.

Selain persaingan, akses pasar merupakan faktor lain yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan di sektor komoditas pertanian. Dalam penelitian mereka mengenai pasar rumput laut di Rote Ndao, (Naninuna et al., 2025) menunjukkan bahwa posisi pelaku dalam rantai pemasaran berkaitan dengan struktur pasar, perilaku pelaku, dan kinerja pasar. Pola serupa ditemukan dalam penelitian (Taufiq et al., 2025) mengenai rantai pasok cabai merah keriting. Penelitian tersebut mengidentifikasi akses pasar yang terbatas, ketergantungan pada perantara, dan kekuatan tawar-menawar sebagai beberapa tantangan dalam sistem pemasaran. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan untuk memproduksi barang tidak selalu sejalan dengan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, struktur pasar, perilaku perusahaan, dan kinerja harus dipandang sebagai komponen yang saling berkaitan.

Kemiri termasuk hasil hutan bukan kayu yang bernilai ekonomi dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. (Makkarennu et al., 2023) menunjukkan bahwa kemiri termasuk hasil hutan bukan kayu yang dimanfaatkan oleh masyarakat dan berkontribusi terhadap pendapatan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian (Awaludin et al., 2024), yang menunjukkan bahwa budidaya kemiri dapat berkontribusi terhadap pendapatan rumah tangga petani. Dari perspektif pemasaran, beberapa penelitian di Sulawesi juga telah mengkaji saluran pemasaran, margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran kemiri, antara lain penelitian di Desa Bale, Kabupaten Donggala, dan Desa Uwemanje, Kabupaten Sigi. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemasaran tetap menjadi aspek penting untuk memahami bagaimana nilai kemiri didistribusikan dari produsen hingga pasar.

Situasi yang diuraikan tercermin pada perusahaan yang diteliti dalam studi ini. Perusahaan tersebut telah beroperasi sejak tahun 2017 dan memperoleh bahan bakunya dari Aceh, Jawa, dan Palembang. Terdapat sekitar tiga usaha pengolahan pala serupa lainnya di wilayah sekitar lokasi perusahaan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari para informan, persaingan di antara pelaku pasar relatif adil, dan harga cenderung mengikuti kondisi pasar. Perusahaan memiliki kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu. Namun, kapasitas tersebut belum dapat dimanfaatkan sepenuhnya dan secara optimal karena perusahaan masih menghadapi kesulitan dalam mengakses pabrik-pabrik besar dan pedagang grosir. Sebagian calon pembeli telah memiliki hubungan bisnis dengan produsen lain, sehingga membatasi akses perusahaan terhadap pembeli baru. Di sisi lain, ketersediaan bahan baku dan kondisi cuaca juga dapat memengaruhi kelancaran produksi.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, produsen menyesuaikan harga dengan perkembangan pasar, memastikan kualitas melalui proses pengolahan dan penyortiran, serta mempertahankan hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Untuk menjamin kesinambungan pasokan, bahan baku juga diperoleh dari beberapa wilayah. Dari segi kinerja, kapasitas produksi dan pelanggan tetap yang telah dimiliki membantu perusahaan untuk tetap kompetitif. Namun, fluktuasi harga, kondisi cuaca, ketersediaan bahan baku, dan keterbatasan akses terhadap pembeli berskala besar masih menghambat perkembangan perusahaan. Oleh karena itu, memiliki kapasitas produksi yang cukup besar tidak serta-merta menjamin bahwa perusahaan dapat memperluas pasar dan meningkatkan kinerjanya.

Berdasarkan kondisi tersebut, studi ini menggunakan pendekatan SCP untuk mengkaji hubungan antara struktur pasar, perilaku usaha, dan kinerja produsen pala. Studi ini secara khusus berfokus pada kondisi persaingan, sumber bahan baku, hubungan dengan pemasok dan pembeli, kapasitas produksi, penetapan harga, jaminan kualitas, dan hubungan dengan pelanggan. Kebaruan studi ini terletak pada upayanya untuk menyajikan kondisi tersebut melalui observasi langsung dan wawancara dengan satu produsen pala dalam konteks spesifiknya. Tujuan studi ini bukan untuk melakukan generalisasi terhadap seluruh usaha pala di Deli Serdang, melainkan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana struktur pasar yang dihadapi produsen berkaitan dengan perilaku usahanya dan kinerja yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian tersebut, studi ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku usaha, dan kinerja produsen pala di Deli Serdang dengan menggunakan pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP). Analisis ini berfokus pada kondisi persaingan, asal dan ketersediaan bahan baku, hubungan dengan pemasok dan pembeli, penetapan harga, jaminan kualitas, hubungan dengan pelanggan, kapasitas produksi, serta faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha.

2. Metode Penelitian.

Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena studi ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi usaha secara langsung dan kontekstual berdasarkan informasi serta pengalaman yang diperoleh dari para pelaku usaha. Desain penelitian deskriptif-kualitatif digunakan ketika penelitian berfokus untuk memberikan gambaran umum mengenai suatu fenomena berdasarkan kondisi yang diamati di lapangan, tanpa diarahkan pada pengujian hubungan sebab-akibat yang kompleks (Steven Hall, 2019)

Studi ini dilaksanakan pada satu unit usaha produksi kemiri yang berlokasi di Jalan Damar, Tembung, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Unit usaha tersebut dipilih secara purposif karena sesuai dengan fokus penelitian dan memiliki informasi yang relevan mengenai pengadaan bahan baku, kegiatan produksi, penetapan harga, serta pemasaran kemiri.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara. Wawancara ditujukan kepada informan yang memahami kegiatan usaha dan terlibat langsung dalam pengadaan bahan baku, produksi, penetapan harga, serta pemasaran. Sementara itu, observasi dilakukan dengan mengkaji secara langsung kondisi usaha dan proses pengolahan kemiri di lokasi penelitian. Penerapan kedua metode tersebut membantu peneliti memperoleh gambaran mengenai praktik usaha dalam kondisi yang sebenarnya (Dunwoodie et al., 2023)

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengelompokkan hasil wawancara dan observasi berdasarkan tiga komponen pendekatan SCP. Pada komponen Struktur, analisis berfokus pada jumlah pesaing di sekitar lokasi usaha, sumber bahan baku, pemasok, pembeli, kapasitas produksi, dan akses pasar. Komponen Perilaku mencakup cara unit usaha menetapkan harga, mempertahankan pelanggan, mengelola persediaan, menjamin kualitas, serta mengolah, menyortir, dan mengemas produk. Sementara itu, komponen Kinerja dianalisis berdasarkan kapasitas produksi, pemenuhan permintaan, kontinuitas

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum Usaha

Perusahaan yang sedang diteliti adalah produsen benih yang telah beroperasi sejak tahun 2017. Kegiatan bisnis mencakup beberapa fase. Pertama, bahan baku diperoleh. Ini diikuti dengan pengolahan, penyortiran, dan pengemasan. Akhirnya, produk dipasarkan kepada pembeli. Urutan kegiatan ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memproses bahan baku tetapi juga terlibat dalam beberapa kegiatan yang terkait dengan persiapan dan pemasaran produk. Setiap fase saling terhubung. Ketersediaan bahan baku membentuk dasar bagi produksi. Pada saat yang sama, kemampuan untuk menarik pembeli sangat penting untuk distribusi barang yang diproduksi.

Bahan baku berasal dari beberapa daerah, yaitu Aceh, Jawa, dan Palembang. Sourcing dari berbagai daerah memberikan perusahaan beberapa opsi untuk sumber bahan baku. Dengan demikian, kebutuhan produksi tidak bergantung hanya pada satu daerah pasokan. Namun, keragaman sumber ini belum sepenuhnya menghilangkan masalah pengadaan bahan baku. Ketersediaan bahan baku dapat berfluktuasi, karena dipengaruhi oleh kondisi produksi dan cuaca di daerah sumber. Ini adalah faktor yang harus dipertimbangkan. Perubahan dalam ketersediaan bahan baku dapat memengaruhi kelancaran operasi pengolahan dan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan volume produksi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu. Kapasitas ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu memproses jumlah benih yang signifikan pada ukuran operasionalnya saat ini. Kapasitas ini adalah potensi yang mendukung keberadaan perusahaan, karena memberikan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pembeli dalam jumlah tertentu. Namun, kapasitas produksi yang ada tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya kriteria untuk menilai kinerja perusahaan. Volume produksi masih bergantung pada ketersediaan bahan baku dan kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan produk kepada pembeli. Oleh karena itu, kemampuan produksi harus dilihat bersamaan dengan kondisi pasokan dan pemasaran yang dihadapi

perusahaan.

Dalam proses produksi, pengolahan dilanjutkan dengan penyortiran dan pengemasan sebelum produk dijual. Penyortiran terjadi sebagai bagian dari persiapan produk untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi kebutuhan pembeli. Pengemasan juga merupakan bagian dari penanganan produk sebelum dikirim kepada pelanggan. Urutan kegiatan ini menunjukkan bahwa perusahaan mengambil beberapa langkah dalam menangani produk setelah bahan baku diperoleh, yang berarti bahwa operasi bisnis tidak terbatas pada pengadaan bahan baku dan proses produksi.

Mengenai pemasaran, perusahaan sudah memiliki pelanggan tetap yang membantu mempertahankan penjualan. Pelanggan tetap telah menciptakan saluran pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan tidak selalu perlu mencari pembeli baru untuk setiap penjualan. Hubungan dengan pelanggan juga merupakan komponen penting dari keberlanjutan perusahaan, karena barang yang diproduksi harus terus didistribusikan agar produksi tetap berjalan. Kondisi-kondisi ini menunjukkan bahwa hubungan perusahaan dengan pembeli adalah aspek penting dari kegiatan operasionalnya.

Namun, perusahaan menghadapi tantangan dalam menjangkau pabrik dan pembeli yang lebih besar. Menurut informan, beberapa pembeli besar sudah menjalin hubungan bisnis dengan produsen lain. Hal ini mengurangi peluang perusahaan untuk menarik pembeli baru di tingkat ini. Situasi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara kemampuan untuk memproduksi produk dan kemampuan untuk memperluas akses pemasaran. Perusahaan mungkin memiliki kapasitas produksi yang memadai. Namun, perluasan penjualan tergantung pada jaringan pembeli yang ada dan hubungan perdagangan di pasar.

Selain tantangan dalam mengakses pembeli, kondisi bahan baku dan cuaca juga merupakan bagian dari lingkungan bisnis yang harus dipertimbangkan. Jika ketersediaan bahan baku berubah, itu juga dapat memengaruhi kegiatan produksi. Pada saat yang sama, kemampuan untuk memasarkan produk menjadi penting, karena hasil produksi harus mencapai pembeli. Oleh karena itu, keberlanjutan perusahaan dipengaruhi oleh hubungan antara pengadaan bahan baku, kemampuan produksi, dan akses pasar. Kondisi-kondisi ini memberikan gambaran awal tentang lingkungan bisnis sebelum diperiksa lebih lanjut menggunakan pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja (SCP).

Berdasarkan representasi ini, perusahaan yang sedang diselidiki memiliki beberapa kondisi yang menghadirkan kekuatan dan tantangan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya. Kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu dan adanya pelanggan yang stabil mendukung operasi bisnis. Fluktuasi dalam ketersediaan bahan baku dan akses terbatas ke pembeli besar adalah kondisi yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diskusi selanjutnya berfokus pada tiga aspek utama dari pendekatan SCP. Struktur membahas kondisi kompetitif, sumber bahan baku, dan posisi perusahaan di pasar. Perilaku mengkaji bagaimana perusahaan merespons kondisi-kondisi ini. Kinerja menganalisis kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan produksi dan pemasaran.

3.2 Struktur Pasar (Structure)

Struktur pasar dalam penelitian ini dikaji berdasarkan beberapa kondisi yang secara langsung dihadapi oleh usaha tersebut, yaitu persaingan di wilayah sekitar lokasi usaha, sumber dan pemasok bahan baku, pembeli, kapasitas produksi, serta akses pasar. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat sekitar tiga usaha kemiri sejenis di wilayah sekitar lokasi penelitian. Para informan menyatakan bahwa persaingan antar pelaku pasar tergolong cukup wajar, sedangkan harga produk cenderung mengikuti kondisi pasar.

Keberadaan beberapa usaha sejenis menunjukkan bahwa produsen yang diteliti tidak beroperasi tanpa persaingan. Namun, tiga usaha yang disebutkan oleh para informan belum cukup untuk menentukan bentuk struktur pasar secara keseluruhan. Penentuan apakah suatu pasar berbentuk oligopoli atau bentuk pasar lainnya memerlukan informasi yang lebih komprehensif, seperti jumlah keseluruhan pelaku pasar, pangsa pasar, tingkat konsentrasi penjualan, serta hambatan masuk ke pasar. Oleh karena itu, penelitian ini tidak menentukan bentuk struktur pasar kemiri secara keseluruhan di Deli Serdang, tetapi berfokus pada kondisi persaingan yang secara langsung dihadapi oleh usaha yang diteliti.

Terkait bahan baku, produsen memperoleh pasokannya dari Aceh, Jawa, dan Palembang. Adanya sumber pasokan dari beberapa wilayah memberikan alternatif bagi usaha tersebut dalam memenuhi kebutuhan bahan bakunya. Namun, kondisi ini tidak sepenuhnya menghilangkan risiko gangguan pasokan. Berdasarkan informasi yang diperoleh, kondisi cuaca dan proses pengeringan di wilayah asal dapat memengaruhi ketersediaan bahan baku yang

siap diolah. Hal ini berarti bahwa meskipun memiliki beberapa pemasok, kelancaran produksi tetap bergantung pada kondisi pasokan di wilayah asal.

Kondisi struktur pasar juga tercermin dalam hubungan usaha tersebut dengan para pembelinya. Usaha ini telah memiliki pelanggan tetap, tetapi masih terbatas dalam menjangkau pabrik dan pedagang grosir berskala besar. Menurut para informan, sebagian pembeli besar telah menjalin hubungan bisnis dengan produsen lain. Hubungan yang telah terjalin tersebut menyulitkan usaha ini untuk memperluas jaringan pembelinya. Dengan demikian, posisi usaha dalam pasar tidak hanya dipengaruhi oleh keberadaan pesaing, tetapi juga oleh hubungan bisnis yang telah terbentuk antara produsen dan pembeli.

Temuan ini sejalan dengan (Oksalia et al., 2023), yang menunjukkan bahwa struktur pasar perlu dipertimbangkan bersama dengan saluran pemasaran dan hubungan antarpelaku pasar, karena ketiga faktor tersebut dapat memengaruhi kinerja pemasaran. Dalam kasus komoditas kelapa sawit, (Putriana et al., 2023) juga menunjukkan bahwa kondisi struktur pasar dan hubungan antarlembaga pemasaran berkaitan dengan imbal hasil yang diterima oleh para pelaku dalam saluran pemasaran. Dalam konteks usaha kemiri yang diteliti, hal ini tercermin, di satu sisi, dalam persaingan lokal dan, di sisi lain, dalam keterbatasan akses terhadap pembeli berskala besar.

3.3 Perilaku Usaha (Conduct)

Perilaku bisnis dalam penelitian ini ditinjau berdasarkan cara para produsen merespons kondisi yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya, terutama terkait persaingan, perubahan harga, ketersediaan bahan baku, dan kebutuhan pembeli. Berdasarkan hasil wawancara, perilaku tersebut tercermin dalam penetapan harga, pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, pengelolaan bahan baku, serta upaya menjaga kualitas produk.

Dalam menetapkan harga jual, para produsen mengacu pada harga yang berlaku di pasar. Salah satu responden memberikan contoh bahwa ketika harga di tingkat pembeli grosir atau harga penyerahan berada di sekitar 42.000 rupiah, harga jual perusahaan berada di sekitar 37.000 rupiah. Perbedaan ini menunjukkan bahwa harga yang diperoleh perusahaan berkaitan dengan posisi produsen dalam rantai pemasaran dan kondisi transaksi dengan pembeli. Dengan demikian, produsen tidak sepenuhnya menetapkan harga secara mandiri, tetapi mempertimbangkan harga yang berlaku serta kondisi pasar dalam setiap transaksi.

Selain penetapan harga, hubungan dengan pelanggan juga menjadi bagian dari perilaku bisnis. Perusahaan telah memiliki pelanggan tetap, sehingga sebagian produk dapat disalurkan kepada pembeli yang sudah dikenal tanpa harus terus-menerus mencari pasar penjualan baru. Hubungan tersebut dipertahankan dengan memenuhi kebutuhan pelanggan dan menjaga kualitas produk. Keberadaan pelanggan tetap membantu mempertahankan aktivitas penjualan perusahaan, terutama selama akses terhadap pembeli baru masih terbatas.

Perilaku bisnis juga terlihat dalam proses pengolahan produk. Sebelum dipasarkan, biji kemiri melalui proses pengolahan, sortasi, dan pengemasan. Tahapan-tahapan ini dilakukan untuk menjaga kualitas dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pembeli. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan yang dihadapi perusahaan tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga dengan kemampuan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan serta menjaga kualitasnya secara berkelanjutan.

Dalam pengadaan bahan baku, para produsen memperoleh pasokan dari beberapa wilayah, yaitu Aceh, Jawa, dan Palembang. Pemanfaatan beberapa sumber pasokan memberikan alternatif apabila pasokan dari salah satu wilayah mengalami gangguan. Namun, alternatif tersebut tidak sepenuhnya menghilangkan risiko pasokan karena kondisi cuaca dan produksi di wilayah pemasok masih dapat memengaruhi ketersediaan bahan baku. Dengan kata lain, para produsen berupaya mengurangi ketergantungan pada satu sumber, tetapi tetap menghadapi faktor eksternal yang berada di luar kendali langsung perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Malenda et al., 2024) mengenai pemasaran kopi Robusta, yang menunjukkan bahwa perilaku pelaku pasar dan posisi tawar merupakan komponen penting dalam menghadapi kondisi pasar. Pada perusahaan kemiri yang diteliti, respons terhadap kondisi pasar terlihat dalam bentuk yang lebih sederhana dan praktis, yaitu melalui penyesuaian harga, pemeliharaan hubungan dengan pelanggan, penjaminan kualitas produk, serta pemanfaatan beberapa sumber bahan baku. Respons tersebut membantu perusahaan mempertahankan kegiatan pemasarannya dan menjamin keberlanjutan produksi meskipun akses pasar masih terbatas.

3.4 Kinerja Usaha (*Performance*)

Kinerja perusahaan dalam penelitian ini dikaji secara deskriptif berdasarkan beberapa aspek, yaitu kapasitas produksi, keberadaan pelanggan tetap, kemampuan memenuhi permintaan, dan keberlangsungan kegiatan pemasaran. Kinerja tidak diukur dengan menghitung laba, margin laba, margin harga-biaya, pangsa pasar, atau indikator efisiensi lainnya karena data kuantitatif yang diperlukan untuk perhitungan tersebut tidak dapat dikumpulkan selama penelitian lapangan. Oleh karena itu, analisis kinerja dalam penelitian ini lebih berfokus pada kemampuan perusahaan dalam menjalankan kegiatan produksi dan pemasaran berdasarkan kondisi yang berlaku.

Berdasarkan hasil wawancara, perusahaan memiliki kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu. Kapasitas tersebut menunjukkan bahwa, pada skala operasional yang diamati, perusahaan mampu menghasilkan volume produksi yang relatif besar. Namun, kapasitas produksi yang tersedia tidak selalu dapat dimanfaatkan sepenuhnya. Tingkat pemanfaatan kapasitas masih dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku dan kemampuan perusahaan dalam menarik pembeli. Akses yang terbatas ke pabrik dan perantara besar juga merupakan kondisi yang dapat membatasi penjualan produk dan pengembangan pasar.

Keberadaan pelanggan tetap merupakan faktor yang membantu perusahaan mempertahankan kegiatan penjualannya. Pelanggan yang telah memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan menyediakan saluran penjualan yang relatif lebih dapat diandalkan, sehingga perusahaan tidak sepenuhnya bergantung pada pencarian pembeli baru. Namun, pada saat yang sama, kondisi ini juga menunjukkan bahwa jaringan pemasaran masih dapat diperluas, khususnya untuk meningkatkan akses ke pembeli yang lebih besar.

Kinerja perusahaan juga berkaitan dengan kemampuannya menjamin ketersediaan bahan baku. Pengadaan dari Aceh, Jawa, dan Palembang menyediakan beberapa alternatif sumber pasokan. Namun, kondisi cuaca dan produksi di wilayah pemasok masih dapat memengaruhi jumlah bahan baku yang tersedia. Jika terjadi masalah pasokan, produksi juga dapat terdampak. Selain itu, perubahan harga dan kondisi permintaan merupakan faktor yang harus diperhitungkan sebagai bagian dari kegiatan pemasaran.

Dengan demikian, kinerja perusahaan yang diamati merupakan hasil interaksi antara kemampuan internal perusahaan dan kondisi eksternal yang dihadapinya. Kapasitas produksi dan keberadaan pelanggan tetap mendukung keberlangsungan operasional usaha, sedangkan ketersediaan bahan baku, perubahan harga, kondisi cuaca, dan keterbatasan akses ke pembeli besar merupakan beberapa faktor yang membatasi pemanfaatan kapasitas dan perluasan pasar.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas produksi saja tidak selalu secara langsung menghasilkan peningkatan kinerja perusahaan apabila tidak disertai kemampuan untuk menjual produk ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penguatan jaringan pembeli dan hubungan pemasaran merupakan aspek yang dapat dipertimbangkan untuk memastikan bahwa kapasitas produksi yang ada dapat dimanfaatkan secara lebih optimal. Hal ini sejalan dengan (Taufiq et al., 2025), yang mengidentifikasi keterbatasan akses pasar dan lemahnya daya tawar sebagai permasalahan dalam sistem rantai pasok bahan baku pertanian.

3.5 Keterkaitan *Structure, Conduct, dan Performance*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Struktur, Perilaku, dan Kinerja saling berkaitan dalam perusahaan yang diteliti, khususnya dalam konteks kegiatan operasional sehari-hari. Struktur pasar yang teridentifikasi ditandai oleh keberadaan beberapa pesaing lokal, sumber bahan baku dari berbagai daerah, hubungan dengan pemasok, serta akses yang terbatas terhadap pembeli berskala besar. Kondisi tersebut membentuk lingkungan bisnis yang dihadapi produsen melalui berbagai bentuk respons, seperti menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, mempertahankan pelanggan, mengelola pasokan bahan baku, memastikan kualitas, serta mengolah dan menyortir produk.

Respons tersebut berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan produksi dan menyalurkan produknya kepada pelanggan. Penjaminan kualitas dan pemeliharaan hubungan dengan pelanggan berkontribusi terhadap keberlangsungan penjualan, sementara kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu memungkinkan perusahaan memenuhi permintaan yang ada. Di sisi lain, pemanfaatan kapasitas ini terus dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku, kondisi cuaca, perubahan harga, serta keterbatasan akses terhadap pembeli berskala besar.

Secara keseluruhan, kapasitas produksi dan keberadaan pelanggan tetap merupakan kondisi yang berkontribusi

terhadap keberlangsungan operasional bisnis. Sebaliknya, keterbatasan kemampuan untuk memperluas jaringan pembeli dan ketidakpastian pasokan masih menjadi tantangan. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan perusahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuannya meningkatkan volume produksi, tetapi juga dengan kemampuannya menjamin ketersediaan bahan baku dan memperluas akses pasar.

Meskipun demikian, hubungan antara Struktur, Perilaku, dan Kinerja dalam penelitian ini tidak boleh dipahami sebagai hubungan sebab-akibat yang telah dibuktikan secara statistik. Pendekatan SCP digunakan sebagai kerangka untuk mengorganisasi temuan dan memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai keterkaitan antara kondisi pasar, respons kewirausahaan, dan hasil usaha berdasarkan informasi yang dikumpulkan di lapangan. Keterbatasan ini harus diperhatikan karena penelitian hanya mencakup satu perusahaan sebagai studi kasus dan tidak didukung oleh data kuantitatif yang mencakup seluruh produsen kemiri di Deli Serdang.

Dibandingkan dengan penelitian SCP mengenai komoditas seperti beras, kelapa sawit, dan kopi yang melibatkan lebih banyak pelaku atau lembaga pemasaran, penelitian ini memberikan perspektif pada tingkat perusahaan. Fokus ini menunjukkan bagaimana satu produsen kemiri merespons kondisi pasar yang ada dan menyesuaikan kegiatan operasional bisnisnya melalui keputusan terkait harga, pelanggan, bahan baku, kualitas, dan pemasaran.

Dengan demikian, pendekatan SCP dalam penelitian ini memberikan gambaran yang lebih spesifik terhadap konteks pengalaman suatu perusahaan dalam menghadapi kondisi pasar dan mempertahankan kegiatan operasionalnya.

4. Kesimpulan

Studi ini menunjukkan bahwa produsen kemiri yang dianalisis di Deli Serdang menghadapi situasi pasar yang ditandai oleh keberadaan beberapa usaha sejenis di wilayah sekitar, pengadaan bahan baku dari berbagai daerah, kapasitas produksi sekitar 2 ton per minggu, serta akses yang masih terbatas ke beberapa pembeli berskala besar. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha dipengaruhi tidak hanya oleh kapasitas produksi, tetapi juga oleh hubungan dengan pemasok, pelanggan, dan pelaku lain dalam lingkungan pasar. Dalam mengelola usahanya, produsen menyesuaikan harga dengan kondisi pasar, menjaga hubungan dengan pelanggan, mengelola sumber bahan baku, serta mempertahankan kualitas produk melalui proses pengolahan, penyortiran, dan pengemasan. Dari segi kinerja, kapasitas produksi dan keberadaan pelanggan tetap merupakan faktor yang mendukung keberlangsungan usaha. Namun, pemanfaatan kapasitas dan kegiatan pemasaran masih terkendala oleh ketersediaan bahan baku, kondisi cuaca, fluktuasi harga, serta terbatasnya akses ke pembeli berskala besar. Hal ini menunjukkan bahwa kapasitas produksi yang tersedia belum sepenuhnya menjamin perluasan pasar, sehingga penguatan jaringan pemasaran dan hubungan dengan pembeli menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha. Pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP) membantu menggambarkan hubungan antara kondisi struktur yang dihadapi usaha, respons yang diterapkan melalui perilaku usahanya, dan kinerja yang dicapai dalam konteks usaha yang dianalisis. Karena penelitian ini hanya mencakup satu usaha sebagai studi kasus, temuannya tidak dimaksudkan untuk mewakili kondisi seluruh industri kemiri di Deli Serdang. Meskipun demikian, hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai kondisi persaingan, pengadaan bahan baku, perilaku penetapan harga, hubungan dengan pelanggan, dan keterbatasan akses pasar dalam usaha kemiri yang diteliti. Penelitian selanjutnya dapat mencakup lebih banyak produsen, pemasok, perantara, dan pembeli untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai struktur dan hubungan antarpelaku dalam industri kemiri. Demikian pula, penggunaan data secara berkala mengenai harga, volume penjualan, biaya produksi, kapasitas produksi, dan pangsa pasar dapat berkontribusi pada analisis yang lebih terukur mengenai struktur, perilaku, dan kinerja industri kemiri.

Reference

1. Awaludin, M., Nurliani, N., & Adam, A. M. T. (2024). ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI KEMIRI (*Aleurites moluccana*) DAN KONTRIBUSINYA TERHADAP PENDAPATAN RUMAH TANGGA PETANI (Studi Kasus pada Hutan Kemasyarakatan (HKM) di Desa Parado Rato, Kecamatan Parado, Kabupaten Bima, Nusa Tenggara Barat). *Wiratani: Jurnal Ilmiah Agribisnis*, 7(1), 37. <https://doi.org/10.33096/wiratani.v7i1.335>
2. Dunwoodie, K., Macaulay, L., & Newman, A. (2023). Qualitative interviewing in the field of work and organisational psychology: Benefits, challenges and guidelines for researchers and reviewers. *Applied Psychology*, 72(2), 863–889. <https://doi.org/10.1111/apps.12414>
3. Makkarennu, M., Alam, S., & Pratiwi, R. (2023). Pengelolaan Dan Kontribusi Hhbk Kemiri Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Kphl Selayar. *Perennial*, 18(2), 29–38. <https://doi.org/10.24259/perennial.v18i2.20792>
4. Malenda, M., Nurmalina, R., & Rosiana, N. (2024). Sistem Pemasaran Kopi Robusta di Kota Pagar Alam Sumatera Selatan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 49–62. <https://doi.org/10.29244/jai.2024.12.1.49-62>
5. Naninuna, P. H., Nendissa, D. R., Theresia Kiak, N., Pellokila, M. R., & Tshilowa, P. F. (2025). Structure, conduct, and performance analysis of the seaweed market in eastern Indonesia: a case study from Rote Ndao. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i3.14212>

- 6(1), 11–19. <https://doi.org/10.33474/jase.v6i1.23849>
6. Oksalia, E. P., Asmarantaka, R. W., & Yusalina, Y. (2023). Efisiensi Pemasaran Beras dengan Pendekatan Structure Conduct Performance. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 87–104. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.87-104>
 7. Putriana, E., Kurniati, D., & Yurisinthae, E. (2023). Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 75–86. <https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.75-86>
 8. Steven Hall, L. L. (2019). Qualitative Description as an Introductory Method to Qualitative Research for Master's-Level Students and Research Trainees. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(5), 55. <https://doi.org/10.1177/16094069241242264>
 9. Taufiq, F. F., Hidayat, S. I., & Tondang, I. S. (2025). Analyzing the Efficiency of the Curly Red Chili (*Capsicum annuum* L.) Supply Chain: A Structure-Conduct-Performance Approach in East Payakumbuh Subdistrict. *Agriecobis : Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 8(02), 191–200. <https://doi.org/10.22219/agriecobis.v8i02.41992>
 10. Yuliati, L., Adenan, M., Prianto, F. W., Wibisono, S., & Komariyah, S. (2024). The Structure-Conduct-Performance Paradigm in the Indonesian Manufacturing Industry. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 69–83. <https://doi.org/10.23917/jep.v25i1.20483>
 - McWilliams, A., & Smart, D. L. (1993). Efficiency v. Structure-Conduct-Performance: Implications for Strategy Research and Practice. *Journal of Management*, 19(1), 63–78. DOI: [10.1177/014920639301900105](https://doi.org/10.1177/014920639301900105).
 11. Oksalia, E. P., Asmarantaka, R. W., & Yusalina, Y. (2023). Efisiensi Pemasaran Beras dengan Pendekatan Structure Conduct Performance. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 87–104. DOI: [10.29244/jai.2023.11.1.87-104](https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.87-104).
 12. Putriana, E., Kurniati, D., & Yurisinthae, E. (2023). Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Tandan Buah Segar (TBS) Kelapa Sawit. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 11(1), 75–86. DOI: [10.29244/jai.2023.11.1.75-86](https://doi.org/10.29244/jai.2023.11.1.75-86).
 13. Othman, L., Raharja, S. J., Maulina, E., & Muftiadi, A. (2019). Measuring Competitive Advantage of Palm Oil Industry in Indonesia Using the Structure Conduct Performance Paradigm. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 93(9), 117–126. DOI: [10.18551/rjoas.2019-09.12](https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-09.12).
 14. Setiawan, M. (2023). Measuring the Competition Index in the Indonesian Manufacturing Industry: The Structure–Conduct–Performance Paradigm. *Sustainability*, 15(15), 11726. DOI: [10.3390/su151511726](https://doi.org/10.3390/su151511726).
 15. Yuliati, L., Adenan, M., Prianto, F. W., Wibisono, S., & Komariyah, S. (2024). The Structure-Conduct-Performance Paradigm in the Indonesian Manufacturing Industry. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan*, 25(1), 69–83. DOI: [10.23917/jep.v25i1.20483](https://doi.org/10.23917/jep.v25i1.20483).