



Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Usaha Pertukangan Peti Jenazah UD Hosana

Khairani Alawiyah Matondang, Rima Enjelita Br Ginting, Shera Adelia Br Bukit, Icha Paria Sarumpaet
Ilmu Ekonomi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan

alawiyah@unimed.ac.id, rimaenjelitabrginting@gmail.com*, sheraadeliabrbukit@gmail.com,
ichasarumpaet2020@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persaingan usaha yang dihadapi oleh usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana yang berlokasi di Jalan Besar Patumbak–Delitua–Ajibaho, Kecamatan Sibiru-biru. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan data primer yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha. Pembahasan penelitian mencakup kondisi persaingan usaha, penetapan harga, perubahan harga bahan baku, penggunaan alat dalam proses produksi, kualitas dan diferensiasi produk, pelayanan, serta strategi dalam mempertahankan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Hosana menghadapi persaingan terutama dalam hal harga dan kualitas dengan usaha peti jenazah lainnya di sekitar lokasi usaha. Harga peti jenazah yang ditawarkan berkisar antara Rp1.500.000 sampai Rp10.000.000, tergantung pada jenis, ukuran, bahan, dan model peti. Untuk menghadapi persaingan, UD Hosana menerapkan sistem tawar-menawar sesuai dengan kemampuan pelanggan serta menyediakan berbagai pilihan produk. Selain harga, usaha ini mempertahankan daya saing melalui penggunaan bahan yang berkualitas, kerapian pengerjaan, variasi motif, dan pelayanan tambahan berupa ambulans gratis serta pada kondisi tertentu papan bunga. Penggunaan mesin potong kayu, bor, dan alat pertukangan lainnya juga membantu meningkatkan efisiensi proses produksi. Berdasarkan pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP), kondisi persaingan tersebut memengaruhi strategi harga, produksi, kualitas, dan pelayanan UD Hosana. Dengan demikian, persaingan usaha tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kualitas produk, efisiensi produksi, pelayanan, dan kemampuan mempertahankan kepercayaan pelanggan.

Kata kunci: Ekonomi Industri, Persaingan Usaha, Produksi, Peti Jenazah, UD Hosana.

Abstract

This study aims to identify and analyze the business competition faced by UD Hosana, a coffin-making business located on Jalan Besar Patumbak–Delitua–Ajibaho, Sibiru-biru District. This study uses a descriptive qualitative method with primary data obtained through direct interviews with the business owner. The discussion covers business competition, pricing, changes in raw material prices, the use of tools in the production process, product quality and differentiation, customer service, and strategies for retaining customers. The results show that UD Hosana faces competition mainly in terms of price and quality from other coffin-making businesses in the surrounding area. The prices of coffins offered by UD Hosana range from IDR 1,500,000 to IDR 10,000,000, depending on the type, size, materials, and design of the coffin. To deal with competition, UD Hosana applies a bargaining system according to customers' financial abilities and provides various product choices. In addition to price, the business maintains its competitiveness through the use of quality materials, neat workmanship, various designs, and additional services such as free ambulance services and, in certain circumstances, free flower boards. The use of wood-cutting machines, drills, and other carpentry tools also helps improve production efficiency. Based on the Structure-Conduct-Performance (SCP) approach, these competitive conditions influence UD Hosana's pricing, production, quality, and service strategies. Thus, business competition is determined not only by price but also by product quality, production efficiency, customer service, and the ability to maintain customer trust.

Keywords: Industrial Economics, Business Competition, Production, Coffin, UD Hosana.

1. Pendahuluan

Industri merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang berperan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat melalui kegiatan produksi barang dan jasa. Kegiatan industri tidak hanya dilakukan oleh perusahaan berskala besar, tetapi juga oleh usaha kecil yang menjalankan kegiatan produksi berdasarkan kebutuhan konsumen. Salah satu usaha yang termasuk dalam kegiatan tersebut adalah usaha pertukangan peti jenazah. Meskipun memiliki karakteristik pasar yang berbeda dari usaha pada umumnya, usaha peti jenazah tetap menghadapi persaingan

dengan pelaku usaha sejenis. Persaingan tersebut dapat terlihat melalui harga, kualitas produk, variasi produk, pelayanan, serta kemampuan usaha dalam mempertahankan pelanggan. Persaingan menjadi salah satu kondisi yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha karena keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga oleh cara perusahaan menyesuaikan diri dengan kondisi pasar. Dalam lingkungan usaha yang memiliki beberapa produsen dengan produk sejenis, konsumen memiliki pilihan dalam menentukan produk berdasarkan harga maupun manfaat yang diterima. Penelitian mengenai UMKM menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk dan kualitas pelayanan dapat digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha. Pada penelitian terhadap UMKM catering, misalnya, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.

Dalam kajian ekonomi industri, kondisi persaingan dapat dianalisis melalui pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Pendekatan ini melihat hubungan antara struktur pasar, perilaku perusahaan, dan kinerja yang dihasilkan. Penelitian mengenai industri manufaktur Indonesia menunjukkan bahwa struktur, perilaku, dan kinerja merupakan dimensi penting dalam melihat kondisi persaingan industri. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa pendekatan SCP dapat digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi persaingan dibandingkan hanya menggunakan satu indikator persaingan. Pendekatan SCP juga telah digunakan dalam berbagai penelitian pada sektor industri dan usaha di Indonesia. Penelitian mengenai industri kreatif Indonesia menganalisis kondisi struktur pasar, perilaku pengusaha, dan kinerja industri untuk melihat hubungan antara ketiga unsur tersebut. Sementara itu, penelitian pada industri bawang goreng skala usaha kecil menggunakan pendekatan SCP untuk melihat struktur pasar, perilaku usaha, dan kinerja industri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan SCP dapat digunakan untuk memahami bagaimana kondisi pasar dan perilaku pelaku usaha berkaitan dengan kinerja yang dihasilkan.

Walaupun penelitian mengenai persaingan dan pendekatan SCP telah dilakukan pada berbagai sektor, pembahasan mengenai persaingan pada usaha pertukangan peti jenazah di tingkat usaha lokal masih terbatas. Penelitian terbaru mengenai usaha peti jenazah di Kaweng, Kakas, menunjukkan bahwa pelaku usaha menghadapi tantangan berupa perubahan harga bahan baku dan keterbatasan kapasitas produksi serta menggunakan diferensiasi produk, hubungan dengan pelanggan, dan strategi harga untuk mempertahankan daya saing. Namun, penelitian tersebut memiliki fokus pada strategi pemasaran, sedangkan penelitian ini melihat persaingan usaha secara lebih luas dengan menghubungkan kondisi persaingan, penetapan harga, kualitas produk, proses produksi, pelayanan, dan keberlangsungan usaha melalui pendekatan SCP. Kondisi tersebut juga ditemukan pada usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana yang berlokasi di Jalan Besar Patumbak–Delitua–Ajibaho, Kecamatan Sibiru-biru. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, UD Hosana menghadapi persaingan dengan usaha peti jenazah lainnya, terutama dalam hal harga dan kualitas. Usaha ini menyediakan berbagai jenis peti dengan harga mulai dari sekitar Rp1.500.000 sampai Rp10.000.000, tergantung pada jenis, ukuran, bahan, dan model yang digunakan. UD Hosana juga menerapkan sistem tawar-menawar agar harga dapat disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi pelanggan.

Selain persaingan harga, kenaikan harga bahan baku seperti kayu juga menjadi salah satu permasalahan dalam kegiatan produksi. Peningkatan harga bahan baku dapat menyebabkan biaya produksi meningkat dan pada akhirnya memengaruhi harga jual produk. Di tengah kondisi tersebut, UD Hosana berusaha mempertahankan pelanggan dengan menyediakan beberapa pilihan produk, menjaga kualitas bahan dan kerapian pengerjaan, serta memberikan pelayanan tambahan. Usaha ini memberikan layanan berupa ambulans gratis dan pada kondisi tertentu papan bunga gratis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan yang dihadapi UD Hosana tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga dengan kemampuan usaha memberikan nilai tambahan kepada pelanggan. Dari sisi produksi, UD Hosana juga menggunakan berbagai peralatan pertukangan, seperti mesin pemotong kayu dan bor. Penggunaan peralatan tersebut membantu mempercepat proses pekerjaan, menghemat waktu dan tenaga, serta menghasilkan produk yang lebih rapi. Namun, penggunaan alat tetap didukung oleh keterampilan pekerja karena proses perakitan dan penyelesaian peti membutuhkan ketelitian agar produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa efisiensi produksi juga menjadi bagian dari strategi usaha dalam menghadapi persaingan.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* yang menjadi dasar penelitian ini. Penelitian terdahulu lebih banyak membahas persaingan dan penerapan SCP pada industri manufaktur, industri kreatif, industri pangan, maupun usaha jasa, sedangkan kajian mengenai usaha pertukangan peti jenazah pada tingkat usaha lokal masih terbatas. Selain itu, pembahasan mengenai usaha peti jenazah yang menghubungkan persaingan harga dengan

kualitas produk, diferensiasi, efisiensi produksi, pelayanan, dan strategi mempertahankan pelanggan dalam kerangka SCP masih belum banyak ditemukan. Oleh karena itu, penelitian terhadap UD Hosana diperlukan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana usaha kecil menghadapi persaingan berdasarkan kondisi nyata di lapangan.

State of the art penelitian ini terletak pada penggunaan pendekatan ekonomi industri dan SCP untuk melihat persaingan usaha peti jenazah secara menyeluruh, mulai dari kondisi pesaing dan variasi harga, perilaku usaha dalam menentukan harga dan produk, sampai dengan kinerja yang terlihat dari kemampuan mempertahankan pelanggan dan keberlangsungan usaha. *Novelty* penelitian ini terletak pada objek penelitian yang spesifik, yaitu usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana, serta penggabungan aspek harga, kualitas produk, diferensiasi, efisiensi produksi, dan pelayanan dalam menganalisis persaingan usaha. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat persaingan berdasarkan harga, tetapi juga mempertimbangkan faktor lain yang digunakan usaha untuk mempertahankan posisi di tengah persaingan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persaingan usaha yang dihadapi UD Hosana serta strategi yang digunakan dalam menghadapi pesaing dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan konsep ekonomi industri dan pendekatan *Structure-Conduct-Performance* pada usaha kecil, khususnya usaha pertukangan peti jenazah, serta menjadi tambahan informasi mengenai strategi usaha dalam menghadapi persaingan pada tingkat lokal.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan secara langsung kondisi usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana, khususnya mengenai persaingan usaha, penetapan harga, perubahan harga bahan baku, penggunaan alat dalam proses produksi, kualitas produk, pelayanan, dan strategi dalam mempertahankan pelanggan. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap kondisi dan pengalaman usaha berdasarkan informasi yang diperoleh langsung dari pemilik usaha. Penelitian dilaksanakan pada usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana yang berlokasi di Jalan Besar Patumbak–Delitua–Ajibaho, Kecamatan Sibiru-biru. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, yaitu pemilik UD Hosana. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan usaha dan kondisi persaingan yang dihadapi. Wawancara dilakukan dengan membahas beberapa aspek yang berkaitan dengan kegiatan UD Hosana, meliputi persaingan dengan usaha sejenis, penetapan harga peti jenazah, perubahan harga bahan baku, penggunaan alat dalam proses produksi, kualitas dan perbedaan produk, pelayanan kepada pelanggan, serta strategi yang dilakukan untuk menghadapi pesaing. Informasi yang diperoleh dari wawancara kemudian digunakan sebagai dasar dalam menggambarkan kondisi usaha dan menganalisis bentuk persaingan yang dihadapi UD Hosana.

Data hasil wawancara dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan mengelompokkan informasi berdasarkan aspek permasalahan yang diteliti. Selanjutnya, hasil tersebut dikaitkan dengan konsep Ekonomi Industri dan pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Analisis dilakukan dengan melihat kondisi persaingan sebagai bagian dari *structure*, strategi dan tindakan UD Hosana sebagai bagian dari *conduct*, serta kemampuan usaha dalam mempertahankan pelanggan, efisiensi produksi, kualitas produk, dan keberlangsungan usaha sebagai bagian dari *performance*. Dengan cara tersebut, penelitian dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antara kondisi persaingan, perilaku usaha, dan kinerja UD Hosana dalam menghadapi persaingan usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Gambaran Persaingan Usaha UD Hosana

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, UD Hosana merupakan usaha pertukangan peti jenazah yang menghadapi persaingan dengan usaha sejenis di wilayah sekitar. Persaingan yang terjadi tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga mencakup kualitas bahan, model peti, ukuran, kerapian pengerjaan, pelayanan, serta kemampuan usaha dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan pada usaha peti jenazah tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi merupakan gabungan

dari beberapa aspek yang menjadi pertimbangan konsumen. Dalam menghadapi persaingan tersebut, UD Hosana menetapkan harga peti jenazah berdasarkan jenis, ukuran, bahan, dan model yang digunakan. Harga yang ditawarkan berada pada kisaran Rp1.500.000 sampai Rp10.000.000. Pemilik usaha juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan negosiasi sesuai dengan kemampuan dan anggaran yang dimiliki. Strategi tersebut dilakukan agar produk tetap dapat dijangkau oleh konsumen sekaligus mempertahankan keberlangsungan usaha.

Kondisi ini menunjukkan bahwa UD Hosana menggunakan strategi persaingan yang menyesuaikan karakteristik produknya dengan kebutuhan konsumen. Dalam ekonomi industri, perilaku perusahaan dalam menentukan harga, kualitas produk, dan pelayanan merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam menghadapi kondisi pasar dan pesaing. Dengan demikian, keputusan UD Hosana untuk menyediakan beberapa pilihan peti dan memberikan ruang negosiasi dapat dipandang sebagai bentuk perilaku usaha dalam mempertahankan posisi di pasar.

3.2 Persaingan Harga dan Penetapan Harga

Harga menjadi salah satu aspek yang cukup penting dalam persaingan usaha UD Hosana. Berdasarkan hasil wawancara, harga produk disesuaikan dengan jenis peti, ukuran, bahan, dan model yang dipilih oleh konsumen. Kisaran harga yang diberikan menunjukkan bahwa UD Hosana tidak hanya menyediakan satu tingkat harga, tetapi memberikan beberapa pilihan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen. Persaingan harga juga terlihat dari keberadaan usaha baru di sekitar lokasi usaha. Menurut keterangan pemilik UD Hosana, terdapat pesaing yang menawarkan salah satu jenis peti dengan harga sekitar Rp1.000.000. Pemilik juga menyampaikan bahwa usaha tersebut memperoleh bantuan atau subsidi dari pemerintah atau anggota DPR. Informasi mengenai bantuan tersebut merupakan keterangan dari pemilik usaha berdasarkan hasil wawancara dan tidak diverifikasi lebih lanjut dalam penelitian ini.

Perbedaan harga tersebut menjadi tantangan bagi UD Hosana karena konsumen dapat membandingkan harga produk dari beberapa usaha. Namun, UD Hosana tidak hanya merespons persaingan dengan menurunkan harga. Pemilik usaha tetap mempertimbangkan kualitas bahan, ukuran, model, dan biaya produksi dalam menentukan harga. Ketika harga bahan baku kayu meningkat, biaya produksi juga mengalami peningkatan sehingga dapat memengaruhi harga jual produk.

Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan Kotler dan Armstrong (2018) bahwa penetapan harga perlu mempertimbangkan nilai yang diberikan kepada konsumen serta kondisi pasar. Dalam kasus UD Hosana, harga tidak berdiri sendiri karena berkaitan dengan kualitas dan karakteristik produk yang diterima konsumen. Oleh karena itu, persaingan harga yang terjadi tidak dapat dipahami hanya sebagai persaingan untuk menawarkan harga paling rendah, tetapi juga sebagai persaingan antara harga dan nilai produk yang ditawarkan.

3.3 Kualitas dan Diferensiasi Produk

Selain harga, kualitas produk menjadi salah satu cara UD Hosana menghadapi persaingan. Berdasarkan hasil wawancara, perbedaan kualitas dapat dilihat dari bahan yang digunakan, kerapian pengerjaan, ukuran, model, dan motif hiasan pada peti. Konsumen dapat memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan ekonominya. Adanya variasi tersebut menunjukkan bahwa UD Hosana menerapkan diferensiasi produk. Diferensiasi dilakukan dengan memberikan karakteristik tertentu pada produk sehingga produk tidak hanya bersaing berdasarkan harga. Porter (1980) menjelaskan bahwa diferensiasi merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menciptakan keunikan produk yang dapat menjadi dasar dalam menghadapi persaingan. Dalam konteks UD Hosana, diferensiasi terlihat dari pilihan bahan, model, ukuran, serta motif yang dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen. Strategi ini penting karena apabila persaingan hanya dilakukan melalui harga, usaha akan lebih mudah menghadapi tekanan dari pesaing yang menawarkan harga lebih rendah. Dengan mempertahankan kualitas dan memberikan beberapa pilihan produk, UD Hosana memiliki nilai tambah yang dapat menjadi pertimbangan konsumen.

Hasil tersebut juga memperlihatkan bahwa kualitas menjadi salah satu bagian dari perilaku usaha dalam pendekatan SCP. Perusahaan tidak hanya menentukan harga, tetapi juga berusaha menentukan karakteristik

produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dengan demikian, strategi kualitas dan diferensiasi dapat menjadi salah satu cara UD Hosana mempertahankan konsumen di tengah persaingan usaha sejenis.

3.4 Pelayanan sebagai Strategi Persaingan

Persaingan UD Hosana juga dilakukan melalui pelayanan kepada konsumen. Berdasarkan hasil wawancara, UD Hosana memberikan layanan tambahan berupa ambulans secara gratis dan pada kondisi tertentu memberikan papan bunga secara gratis. Pelayanan tersebut menjadi salah satu bentuk nilai tambahan yang diberikan kepada konsumen selain produk utama berupa peti jenazah. Pelayanan tambahan tersebut dapat menjadi pembeda antara UD Hosana dengan usaha lainnya. Dalam kondisi ketika konsumen dapat menemukan produk dengan harga yang relatif berbeda, pelayanan tambahan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam memilih usaha. Kotler dan Armstrong (2018) menjelaskan bahwa nilai yang diterima konsumen tidak hanya berasal dari produk, tetapi juga dapat berasal dari pelayanan yang diberikan perusahaan. Dengan demikian, strategi pelayanan UD Hosana dapat dikategorikan sebagai bagian dari perilaku usaha dalam menghadapi persaingan. Pelayanan ambulans gratis dan pemberian papan bunga pada kondisi tertentu menunjukkan bahwa UD Hosana berusaha memberikan manfaat tambahan kepada konsumen. Strategi ini juga dapat membantu membangun hubungan yang baik dengan konsumen dan mendukung keberlangsungan usaha.

3.5 Efisiensi dalam Proses Produksi

Dalam proses produksi, UD Hosana menggunakan beberapa peralatan seperti mesin pemotong kayu, bor, dan peralatan pertukangan lainnya. Penggunaan peralatan tersebut membantu mempercepat proses pengerjaan, menghemat waktu dan tenaga, serta menghasilkan potongan kayu yang lebih rapi. Walaupun demikian, keterampilan pekerja tetap diperlukan dalam proses pembuatan peti jenazah. Penggunaan alat produksi menunjukkan adanya upaya usaha untuk meningkatkan efisiensi. Efisiensi penting dalam menghadapi persaingan karena biaya dan waktu produksi dapat memengaruhi kemampuan usaha dalam menentukan harga serta memenuhi permintaan konsumen. Apabila proses produksi dapat dilakukan dengan lebih efektif, usaha memiliki peluang untuk mempertahankan kualitas produk sekaligus mengendalikan biaya produksi.

Dalam kasus UD Hosana, teknologi yang digunakan belum sepenuhnya menggantikan keterampilan tenaga kerja. Mesin dan peralatan berfungsi membantu pekerjaan, sedangkan keterampilan pekerja tetap dibutuhkan untuk menghasilkan produk sesuai dengan ukuran, model, dan tingkat kerapian yang diinginkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa efisiensi produksi pada usaha ini merupakan kombinasi antara penggunaan alat dan kemampuan tenaga kerja.

3.6 Hubungan UD Hosana dengan Usaha Lain

Berdasarkan hasil wawancara, UD Hosana tidak melakukan kerja sama secara langsung dengan usaha peti jenazah lainnya. Namun, terdapat hubungan kerja sama dengan usaha lain yang mendukung kebutuhan konsumen, seperti usaha katering, dekorasi bunga, dan musik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persaingan tidak selalu berarti hubungan usaha hanya bersifat saling berhadapan. UD Hosana tetap dapat melakukan kerja sama dengan pelaku usaha lain yang memiliki kegiatan pendukung. Hubungan tersebut dapat memberikan manfaat bagi konsumen karena beberapa kebutuhan yang berkaitan dengan pelayanan dapat dipenuhi melalui jaringan usaha yang berbeda.

Dalam perspektif ekonomi industri, kondisi tersebut memperlihatkan adanya hubungan antara perusahaan dalam suatu lingkungan usaha. UD Hosana bersaing dengan usaha yang menghasilkan produk sejenis, tetapi dapat bekerja sama dengan usaha yang menyediakan produk atau jasa pendukung. Hal ini menunjukkan bahwa posisi suatu usaha dalam pasar dapat melibatkan unsur persaingan sekaligus kerja sama pada bidang yang berbeda.

3.7 Analisis Structure-Conduct-Performance (SCP)

Analisis Structure-Conduct-Performance (SCP) digunakan untuk melihat hubungan antara kondisi pasar, perilaku perusahaan, dan hasil yang diperoleh perusahaan. Mubarak et al. (2022) menjelaskan bahwa pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP) digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara struktur pasar, perilaku

perusahaan, dan kinerja yang dihasilkan. Berdasarkan hasil penelitian, ketiga unsur tersebut dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi persaingan pada UD Hosana.

Structure (Struktur)

Struktur pasar UD Hosana ditandai dengan adanya beberapa usaha yang menghasilkan produk sejenis di wilayah sekitar. Persaingan terlihat dari perbedaan harga dan kualitas produk yang ditawarkan. Adanya usaha baru dengan harga yang lebih rendah menunjukkan bahwa UD Hosana menghadapi tekanan persaingan dalam memperoleh dan mempertahankan konsumen. Struktur persaingan tersebut juga dipengaruhi oleh perbedaan biaya bahan baku dan kemampuan masing-masing usaha dalam menentukan harga.

Conduct (Perilaku)

Perilaku UD Hosana dalam menghadapi struktur pasar tersebut terlihat melalui beberapa strategi, yaitu menetapkan harga berdasarkan jenis, ukuran, bahan, dan model peti; memberikan kesempatan negosiasi kepada konsumen; mempertahankan kualitas dan kerapian produk; menyediakan variasi model; memberikan pelayanan tambahan berupa ambulans gratis dan papan bunga pada kondisi tertentu; serta menggunakan peralatan produksi untuk meningkatkan efisiensi. Strategi tersebut menunjukkan bahwa UD Hosana tidak hanya menggunakan harga sebagai alat persaingan. Perusahaan juga menggunakan kualitas produk, variasi, pelayanan, dan efisiensi produksi untuk mempertahankan konsumen. Hal ini sejalan dengan konsep persaingan yang menempatkan diferensiasi produk dan pelayanan sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam menghadapi pesaing.

Performance (Kinerja)

Kinerja UD Hosana dapat dilihat dari kemampuannya mempertahankan konsumen, menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi pengerjaan, dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa strategi harga, kualitas, pelayanan, dan penggunaan alat produksi digunakan untuk mendukung keberlangsungan usaha. Kinerja tersebut tidak hanya berkaitan dengan keuntungan, tetapi juga dengan kemampuan usaha untuk tetap beroperasi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan mempertahankan kualitas, memberikan pilihan harga, menyediakan pelayanan tambahan, dan meningkatkan efisiensi produksi, UD Hosana berupaya mempertahankan posisinya dalam persaingan usaha peti jenazah.

3.8 Pembahasan Keseluruhan

Berdasarkan hasil penelitian, persaingan yang dihadapi UD Hosana berlangsung melalui beberapa aspek, terutama harga, kualitas, diferensiasi produk, pelayanan, dan efisiensi produksi. Persaingan harga menjadi salah satu tantangan karena terdapat usaha lain yang menawarkan harga lebih rendah. Namun, UD Hosana merespons kondisi tersebut dengan tidak hanya berfokus pada penurunan harga, melainkan mempertahankan kualitas produk dan memberikan pilihan sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan konsumen. Jika dilihat melalui pendekatan SCP, struktur pasar yang dihadapi UD Hosana mendorong munculnya perilaku usaha tertentu, seperti penyesuaian harga, variasi produk, peningkatan kualitas, pemberian pelayanan tambahan, dan penggunaan peralatan produksi. Perilaku tersebut kemudian berhubungan dengan kinerja usaha dalam mempertahankan konsumen dan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan pada usaha pertukangan peti jenazah UD Hosana tidak hanya ditentukan oleh tingkat harga, tetapi juga oleh kemampuan usaha memberikan kualitas, pelayanan, dan nilai tambah kepada konsumen. Temuan ini memperlihatkan bahwa UD Hosana menerapkan strategi persaingan yang bersifat kombinitif. Harga tetap menjadi faktor penting, tetapi kualitas produk, variasi model, pelayanan, serta efisiensi produksi menjadi faktor pendukung dalam mempertahankan daya saing. Oleh karena itu, keberlangsungan UD Hosana dalam menghadapi persaingan tidak hanya bergantung pada kemampuan menawarkan harga yang bersaing, tetapi juga pada kemampuan usaha mempertahankan kualitas dan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa persaingan usaha pada UD Hosana dipengaruhi oleh beberapa aspek, yaitu harga, kualitas produk, variasi model, pelayanan, dan efisiensi proses produksi. Dalam

menghadapi persaingan dengan usaha sejenis, terutama pesaing yang menawarkan harga lebih rendah, UD Hosana tidak hanya mengandalkan strategi harga, tetapi juga menyesuaikan jenis, ukuran, bahan, dan model peti dengan kebutuhan serta kemampuan konsumen melalui sistem negosiasi. Berdasarkan pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP), struktur pasar UD Hosana ditandai dengan adanya beberapa usaha sejenis dengan perbedaan harga dan kualitas produk. Kondisi tersebut mendorong perilaku usaha berupa penetapan harga berdasarkan karakteristik produk, diferensiasi melalui variasi bahan dan model, peningkatan kualitas dan kerapian produk, pemberian pelayanan tambahan berupa ambulans gratis dan papan bunga pada kondisi tertentu, serta penggunaan peralatan produksi untuk meningkatkan efisiensi. Kinerja usaha tercermin dari kemampuan UD Hosana dalam mempertahankan konsumen, menjaga kualitas produk, meningkatkan efisiensi pengerjaan, dan mempertahankan keberlangsungan usaha. Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa daya saing UD Hosana tidak hanya ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh kualitas produk, diferensiasi, pelayanan, dan efisiensi produksi. Kombinasi strategi tersebut menjadi upaya UD Hosana dalam mempertahankan konsumen dan keberlangsungan usaha di tengah persaingan usaha pertukangan peti jenazah di tingkat lokal.

Reference

1. Chandra, Y. E. N., Andriani, S. F., Pratiwi, I. C., & Kurniasari, R. (2026). The role of creativity, product quality, and innovation in enhancing MSME competitive advantage. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(1), 153–165. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v14i1.17360>
2. Devie, D., Kwistianus, H., Antonia, A. J., Wijaya, E., & Hatane, S. E. (2022). Does pricing strategy increase the competitive advantage of companies implementing an ABC system? *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(3), 283–301. <https://doi.org/10.12695/jmt.2022.21.3.4>
3. Herman, H., & Suyono. (2023). The role of market orientation and product quality on competitive advantage in micro, small and medium enterprises in Batam City. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 11(2). <https://doi.org/10.33884/jimupb.v11i2.7344>
4. Mubarak, M. K. R., Susanto, J., & Bhinadi, A. (2022). Analisis kinerja industri minyak kelapa sawit di Indonesia menggunakan paradigma Structure Conduct Performance: Studi kasus pada 10 perusahaan minyak kelapa sawit. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(4), 951–964. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.474>
5. Mulia, F., Sari, W. P., Dolok Saribu, A. L. N., & Sari, W. I. (2023). Pengaruh inovasi produk dan keunggulan bersaing terhadap keberhasilan usaha pada UMKM industri makanan dan minuman di Kota Medan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 6(2). <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1965>
6. Nisa, F., & Anisah, H. U. (2023). The role of product quality and product innovation on competitive advantage: A study on nutrition clubs in Banjarmasin, Indonesia. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(6), 1167–1175. <https://doi.org/10.37275/oaijs.v6i6.187>
7. Norvadewi, N., & Zaroni, A. N. (2024). Preserving MSMEs competitive advantage: Moderation by business size. *JASF: Journal of Accounting and Strategic Finance*, 7(1), 39–61. <https://doi.org/10.33005/jasf.v7i1.468>
8. Nurjanah, D. S., Jhoansyah, D., & Saori, S. (2025). Analysis of product innovation, product quality and customer satisfaction on competitive advantage: Survey of MSMEs in Soedirman Street Food Sukabumi. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 8(3). <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7431>
9. Oktavia, A. D., & Sari, D. K. (2024). Market orientation drives competitive edge and performance in Indonesian MSMEs. *Academia Open*, 9(1). <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.7887>
10. Saepumilah, I., Rosyandi, Y., Sartika, S. H., & Aisyah, I. (2022). Analisis SCP (Structure, Conduct, Performance) di industri transportasi online di Indonesia. *JITMI: Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*, 5(1), 27–36. <https://doi.org/10.32493/jitmi.v5i1.y2022.p27-36>
11. Siregar, M. Y., Rafiki, A., & Hidayat, N. (2024). Analysis of service quality, entrepreneurial marketing, and intellectual capital to increasing SME's performance. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 8(3). <https://doi.org/10.24198/jmpp.v8i3.58483>
12. Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage: Evidence from women's MSMEs in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2239423. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
13. Syafiq, I. R., & Hidayat, R. (2023). Measuring the contribution of product quality to competitive advantage in MSME: Case study of Bakmie Ayam Khaizan Tigabelas in 2023. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 3106–3120. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.5006>
14. 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. <https://doi.org/10.23917/jep.v25i1.20483>
15. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
16. Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.