

ANALISIS STRUKTUR PASAR KOMODITAS ANGGUR BALI DI TINGKAT KONSUMEN LOKAL DAN PASCA DIPROSES MENJADI WINE

Pande Putu Cintya Citra Devi¹

Made Kembar Sri Budhi²

I Wayan Wenagama³

^{1,2}Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Udayana (Unud), Bali, Indonesia

email: chintyacitradevi@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata membutuhkan berbagai macam produk pertanian sebagai komplemennya seperti buah-buahan, sayur-sayuran maupun hasil ternak. Namun kenyataannya banyak produk-produk pertanian yang secara alamiah mampu disediakan oleh petani lokal ternyata banyak ditawarkan oleh produsen dari luar Bali bahkan luar negeri. Kondisi ini menjadi tantangan besar bagi petani lokal dan pemerintah daerah untuk memberdayakan petani lokal. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk menganalisis trend luas panen anggur dan untuk menganalisis tren produksi anggur di daerah Bali, (2) untuk menganalisis struktur pasar anggur dari produsen ke tingkat konsumen lokal, dan (3) untuk menganalisis struktur pasar anggur dari tingkat produsen sampai tingkat harga proses akhir dalam bentuk wine. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dengan 20 titik pengamatan. Teknik analisis yang dipergunakan adalah dengan analisis trend dan regresi sederhana, disamping juga dengan menggunakan alat analisis transmisi harga. Hasil penelitian menunjukkan (1) trend produksi luas panen anggur dan produksi anggur meningkat setiap tahunnya dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023, (2) Struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat konsumen bersifat persaingan tidak sempurna yang ditunjukkan oleh nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,54 yang lebih kecil dari satu, dan (3) Struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat pabrik wine bersifat persaingan tidak sempurna yang ditunjukkan oleh nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,81 yang lebih kecil dari satu

Kata kunci: *Harga anggur ditingkat konsumen, harga anggur ditingkat pabrik wine, harga anggur ditingkat produsen*

ABSTRACT

The development of tourism requires a variety of complementary agricultural products such as fruits, vegetables and livestock products. However, the fact is that many agricultural products that are naturally able to be provided by local farmers are offered by producers from outside Bali and even abroad. This condition is a big challenge for local farmers and local governments to empower local farmers. The objectives of this study are (1) to analyze trends in harvest area of grapes and to analyze trends in wine production in the Bali region, (2) to analyze the structure of the wine market from producer to local consumer level, and (3) to analyze the structure of the wine market from the level of producers to the final process price level in the form of wine. The data used in this study are secondary data with 20 observation points. The analysis technique used is trend analysis and simple regression, in addition to using price transmission analysis tools. The results showed (1) the trend of production of wine harvest area and wine production increased every year from 2019 to 2023, (2) The structure of the wine market to the consumer level is imperfect competition which is indicated by the elasticity of price transmission of 0.54 which is smaller than one, and (3) The structure of the wine market up to the level of the wine factory is imperfect competition which is indicated by the price transmission elasticity value of 0.81 which is smaller than one.

Keywords: *Wine price at consumer level, wine price at wine factory level, wine price at producer level*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah lokomotif perekonomian Bali, oleh karenanya perkembangan pariwisata Bali harusnya menarik dan mendorong perkembangan sektor-sektor lainnya. Sektor pendukung pariwisata akan bergerak maju bersama dengan perkembangan pariwisata itu sendiri apabila kondisi ini mampu diciptakan. Sektor pertanian sebagai pendukung pariwisata harusnya dimanfaatkan seluruh potensi yang dimilikinya agar perkembangan sektor pertanian juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Bali. Masyarakat pedesaan Bali tidaklah mungkin dapat menjalankan kehidupannya tanpa pertanian tradisional. Salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam ekonomi sebuah negara adalah pertanian (Jaya Artawan & Wenagama, 2020). Sektor pertanian tradisional masih menjadi andalan kehidupan masyarakat pedesaan di Bali (Dharma Saputra dan Wenagama, 2019).

Perkembangan pariwisata membutuhkan berbagai macam produk pertanian sebagai komplementernya seperti buah-buahan, sayur-sayuran maupun hasil ternak. Pesatnya pertumbuhan pariwisata, harusnya secara linier permintaan terhadap produk pertanian lokal sebagai pendukungnya juga seharusnya juga tumbuh dengan pesat mengikutinya (Boediono, 1982). Produk-produk pertanian yang secara alamiah mampu disediakan oleh petani lokal ternyata banyak disupply atau ditawarkan oleh produsen produk pertanian yang berasal dari luar Bali bahkan luar negeri. Kondisi ini menjadi tantangan besar bagi petani lokal dan pemerintah daerah untuk memberdayakan petani lokal.

Tabel 1. Produksi Anggur Menurut Provinsi Tahun 2018

Provinsi	Produksi Anggur (Ton)			
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
Sumatera Selatan	-	-	-	1
Lampung	-	-	-	1
Jawa Barat	-	3	3	-
Jawa Tengah	3	6	5	4
DI Yogyakarta	-	-	1	-
Jawa Timur	73	116	89	240
Bali	2751	2444	2494	2609
Nusa Tenggara Barat	1	2	2	2
Sulawesi Tengah	3	6	4	4

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi anggur terbesar yaitu Provinsi Bali dari triwulan I sampai dengan triwulan IV tahun 2018. Rata-rata produksi anggur di bawah 10 ton, namun produksi anggur Provinsi Bali mencapai 2609 ton di triwulan IV tahun 2018. Kabupaten Buleleng merupakan salah satu daerah perkebunan anggur terbesar dan juga sebagai tuan rumah dari pabrik minuman anggur tertua di Provinsi Bali. Hal ini menunjukkan bahwa anggur merupakan salah satu sektor yang potensial di Provinsi Bali khususnya Kabupaten Buleleng.

Hhubungan antara perkembangan pariwisata belum tentu berbanding lurus dengan permintaan produk hasil pertanian lokal (Beattie dan Taylor, 1994). Hal ini dapat disebabkan karena berbagai alasan sebagai berikut (1) ketersediaan produk segar maupun olahannya yang diperlukan pariwisata mungkin belum mampu dapat terpenuhi ketersediaannya secara berkesinambungan, (2) standarisasi kualitas yang dipersyaratkan ada kemungkinan belum sesuai dengan standar yang diharapkan, (3) kerjasama yang formal antara para pengusaha pariwisata dengan pengusaha produk pertanian belum terimplementasi secara maksimal, (4) dukungan kebijakan dan

peraturan pemerintah yang secara implisit belum mengakomodasi sinergitas kepentingan kedua belah pihak, (5) kurangnya promosi secara besar-besaran dari keberadaan produk pertanian lokal sehingga segala kelebihan dan keunggulannya kurang memasyarakat di berbagai kalangan baik konsumen maupun pengusaha, dan (6) belum tertanamnya komitmen secara nasional untuk selalu memanfaatkan dan mencintai penggunaan produk dalam negeri.

Berdasarkan atas uraian tersebut, maka dipandang perlu untuk membuat kajian khususnya tentang anggur Bali dilihat dari struktur pasarnya (Susanti, dkk 1995), baik dalam bentuk konsumsi segar di tingkat konsumen lokal, maupun konsumsi setelah diolah menjadi wine anggur. Menurut Sangeeta, dkk (2007) pemahaman tentang karakteristik struktur pasar tersebut akan dapat dipahami, jika terjadi perubahan-perubahan harga anggur keuntungan akan lebih banyak diterima oleh petani anggur atau oleh pengusaha wine. Jika hal ini dapat diketahui secara akademik dan teoritis, akan dapat merekomendasikan arah kebijakan yang mesti dilakukan agar dapat memberikan kontribusi manfaat atau share terhadap pelaku ekonomi petani dan pengusaha. Hal ini akan menjamin motivasi kerja untuk kelangsungan usaha baik di tingkat petani anggur, maupun di tingkat pengusaha wine. Berikut adalah perkembangan luas panen anggur Provinsi Bali tahun 2010-2018

Berdasarkan Tabel 2, ternyata luas panen anggur dalam periode yang bersangkutan berfluktuasi baik dalam jumlah maupun dalam persentase, tahun terakhir yaitu tahun 2018 luas panen anggur mengalami penurunan sebesar 14,01 persen. Hal ini mungkin saja dipengaruhi oleh musim, cuaca atau regenerasi

tanaman yang sudah tua dengan tanaman baru sehingga ada peralihan terhadap luas panen yang terjadi.

Tabel 2. Perkembangan Luas Panen Anggur Provinsi Bali Tahun 2010-2018 (Pohon)

No	Tahun	Luas Panen	Persentase (%)
1	2010	191.246	-
2	2011	373.140	95,11
3	2012	179.038	(52,02)
4	2013	151.484	(15,39)
5	2014	176.487	16,51
6	2015	152.646	(13,51)
7	2016	169.525	11,06
8	2017	167.710	(1,08)
9	2018	144.213	(14,01)

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2019

Luas panen ternyata memiliki korelasi dengan produksi yang dihasilkan. Hal ini adalah logis jika jumlah produksi tergantung pada luas panennya, walaupun tidak selamanya demikian karena jika terjadi kegagalan panen seperti serangan hama, bencana dan lain-lain mungkin saja jumlah produksi tidak berkorelasi dengan luas panen.

Tabel 1.3 Perkembangan Produksi Anggur Provinsi Bali Tahun 2010-2018 (Kuintal)

No	Tahun	Produksi	Persentase (%)
1	2010	111.112	-
2	2011	114.708	3,23
3	2012	96.207	(16,13)
4	2013	91.183	(5,22)
5	2014	100.602	10,33
6	2015	110.394	9,73
7	2016	91.604	(17,51)
8	2017	112.865	23,21
9	2018	102.980	(8,76)

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, 2019

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan bahwa produksi anggur tahun 2010 sampai dengan tahun 2018 berfluktuasi baik dalam jumlah maupun dalam

persentase, tahun terakhir yaitu tahun 2018 produksi anggur mengalami penurunan sebesar 8,76 persen. Hal ini ini didukung oleh data luas panen anggur yang juga mengalami penurunan tahun 2018 yang dipengaruhi oleh musim, cuaca atau regenerasi tanaman yang sudah tua dengan tanaman baru sehingga ada peralihan terhadap luas panen yang terjadi.

Kesinambungan usaha lebih lanjut dalam jangka panjang dapat ditentukan dengan memahami berbagai perkembangan ketersediaan lahan, produk, dan kebutuhan. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan maka penelitian yang akan dilakukan meliputi aspek yang berkaitan dengan antara lain: (1) potensi pertanian tanaman anggur di Bali dalam jangka Panjang, (2) tren pertumbuhan produksi anggur sehubungan dengan potensi yang ada, (3) perkembangan harga anggur di tingkat produsen/petani anggur, (4) perkembangan harga anggur di tingkat konsumen lokal, (5) perkembangan tingkat harga setelah proses lebih lanjut, yakni harga daripada wine anggur, dan (6) rekomendasi yang dapat diajukan baik kepada petani anggur, pengusaha wine dan pemerintah.

Proses produksi dalam sektor pertanian tidak terkecuali proses produksi anggur, dikenal apa yang disebut dengan teori *Leakages*, baik yang menyangkut *Backward leakages* maupun yang berhubungan dengan *Foreward Leakages*. Istilah umumnya dikenal dengan keterkaitan ke belakang dan keterkaitan ke depan. Sektor apapun itu akan mempunyai peran yang penting baik dari sudut produksi, penyerapan tenaga kerja dan kesinambungan usahanya apabila memiliki keterkaitan yang tinggi baik ke belakang maupun ke depannya. Sehubungan dengan sektor pertanian yang dimaksudkan dengan keterkaitan ke belakang adalah

hubungan antara sektor pertanian dengan usaha dan industri yang mendukung sektor pertanian yang dikenal dengan istilah industri hulu, yang termasuk ke dalam industri hulu untuk sektor pertanian adalah semua industri yang menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan oleh sektor pertanian seperti usaha bibit, obat-obatan pemberantas hama, usaha pupuk, serta alat-alat/mesin pertanian. Menurut Debertin dan David (1986), keberadaan sarana produksi pertanian ini harus senantiasa tersedia dalam jumlah, waktu yang tepat serta dengan harga yang memadai. Sementara itu keterkaitan ke depannya adalah yang dikenal dengan industri hilir, adalah semua usaha yang memanfaatkan produk pertanian pasca panen. Disamping untuk konsumsi akhir untuk produk segar, juga yang tidak kalah pentingnya adalah tumbuh suburnya industri-industri yang mengolah hasil pertanian tersebut contoh untuk kasus ini produksi wine anggur. Keberadaan agroindustri saat ini menjadi sesuatu yang sangat penting, karena di samping membantu petani pada saat musim panen juga berperan untuk memberikan nilai tambah terhadap produk pertanian yang ada. Fenomena seperti ini, di saat perekonomian penuh dengan aroma persaingan menjadi suatu keharusan dalam rangka meningkatkan nilai tambah produk.

Berbicara sektor pertanian, bukan saja sering terpengaruh oleh kendala alam, seperti musim dan cuaca juga masih banyak terkendala oleh keberadaan internal di sektor petani sendiri. Masalah keterampilan petani di dalam usaha budi daya pertanian memang perlu terus ditingkatkan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Disamping itu masalah permodalan, keterbatasan sarana produksi yang mampu dikuasai serta permasalahan dasar tentang pemasaran

menjadi masalah krusial yang sampai saat ini masih tetap menghantui petani. Khusus di dalam masalah pemasaran dengan munculnya agroindustri menjadi salah satu alternatif untuk memvariasikan produk yang dipasarkan. Kondisi ini terjadi pada produk hasil pertanian apapun termasuk juga produk hasil pertanian anggur.

Konsumen merupakan setiap orang yang memakai barang ataupun jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga maupun orang lain. Konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya mencari barang-barang konsumsi. Permintaan akan barang dan jasa tersebut dapat digambarkan dengan kurva permintaan. Kurva permintaan menunjukkan seberapa banyak konsumen ingin membeli produk tertentu dan dengan harga tertentu.

Kurva permintaan menunjukkan apa yang terjadi terhadap jumlah permintaan barang ketika harganya berubah-ubah dengan menjaga semua variabel yang lain mempengaruhi pembeli tidak berubah, jika salah satu variabel ini berubah, kurva permintaan akan bergeser. Beberapa faktor yang dapat menggeser kurva permintaan yaitu; pendapatan, harga barang terkait, selera, ekspektasi, dan jumlah pembeli. Kurva permintaan memiliki slope negatif karena ketika harga meningkat, masyarakat akan membeli produk tersebut lebih sedikit daripada ketika harga produk tersebut lebih rendah. Masyarakat lebih memilih untuk mengeluarkan uangnya untuk produk lain (Mankiw, 2013:68).

Produksi adalah penciptaan guna, dimana guna berarti kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia (Doll dan Orazem, 1984). Produksi adalah suatu usaha atau kegiatan untuk menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang (Putong, 2013:169). Produksi merupakan proses kombinasi dan koordinasi

material-material dan kekuatan-kekuatan (*input*, faktor, sumber daya, atau jasa-jasa produksi) dalam pembuatan suatu barang dan jasa yang disebut *output* atau produk (Putong, 2013: 169). Berdasarkan definisi tersebut, maka produksi merupakan suatu proses mengkombinasikan berbagai faktor produksi sehingga dapat menghasilkan barang dan jasa yang lebih berguna untuk memenuhi suatu kebutuhan manusia.

Fungsi produksi adalah suatu hubungan teknis antara faktor produksi (*input*) dengan hasil produksi (*output*) (Putong, 2013: 169). Proses produksi merupakan deskripsi matematis atau kuantitatif dari berbagai macam kemungkinan-kemungkinan produksi teknis yang dihadapi oleh suatu perusahaan/industri. Tingkat kompleksitas fungsi produksi matematis tergantung pada proses produksi dan tingkat keakuratan yang diharapkan, sehingga dalam spesifikasi multiproduksi membedakan antara faktor variabel dan faktor tetap. Produksi akan mempengaruhi konsumen apabila besar kecilnya produksi akan mempengaruhi model permintaan konsumen, setiap terjadinya ketidakseimbangan akan berpengaruh ke harga.

Faktor- faktor produksi pada umumnya tidak lepas dengan adanya jenis faktor produksi. Jenis faktor produksi dapat diklarifikasikan menjadi faktor produksi modal, tenaga kerja, dan bahan mentah. Ketiga faktor tersebut diperkukan dalam setiap proses produksi, dimana ketiga faktor produksi tersebut digabungkan dalam jumlah dan kualitas yang tertentu.

Wine adalah minuman beralkohol yang dibuat dari sari buah anggur (*must*) Wine dibuat melalui fermentasi gula yang ada di dalam buah anggur. Minuman sejenis wine mengandung alkohol 8-15% dan di buat dengan cara fermentai sari

anggur atau buah-buahan lain (Rankine, 1998). Wine ditemukan oleh komposisi bahan baku, proses fermentasi dan perubahan-perubahan yang terjadi baik alami maupun disengaja dalam periode setelah fermentasi selesai (Eliza,2009). Beberapa jenis minuman anggur yaitu, *Red Wine, White Wine, Rose Wine, Sparkling Wine, Sweet Wine, dan Fortified Wine*. Menurut Mankiw (2000), pada industri pembuatan minuman beralkohol, dari buah anggur sudah banyak dimanfaatkan, tetapi pengaruh penambahan gula dan konstanta kecepatan reaksi dalam proses fermentasi anggur ini belum banyak diteliti. Pembuatan *Wine* jenis *Rose Wine* yaitu wine yang berwarna merah muda atau merah jambu yang dibuat dari anggur merah, pada fermentasi ini akan dipelajari kinetika reaksi fermentasi anggur. Penelitian ini diharapkan dapat diperoleh harga kinetika reaksi fermentasi buah anggur, yang nantinya dapat digunakan dalam perancangan alat fermentasinya. Minuman anggur yang sering disebut dengan istilah *Wine* merupakan fermentasi yang menghasilkan alkohol yang mengandung sejumlah senyawa fenolik terutama hiarsinamat dan asam klorogenat. *Red wine* atau anggur merah adalah anggur yang berasal dari buah anggur yang berwarna merah atau hitam (*black grapes*). Warna merah diperoleh dari pencelupan kulit dan biji ke dalam sari buah yang telah diperas untuk difermentasi. Sebaliknya untuk *white wine*, bisa dibuat dari buah anggur jenis apa saja, asalkan selama proses fermentasi kulit dan bijinya sudah dipisahkan dari sari buahnya. Sementara *rose wine* adalah jalan tengah antara merah dan putih. Kulit anggur tetap dibiarkan sebentar melalui proses fermentasi atau jumlahnya dibatasi. *Rose* banyak diminum di musim panas karena rasanya yang menyegarkan dan lebih ringan daripada *red wine*.

Faktor-faktor yang mempengaruhi proses fermentasi yaitu kadar air, kadar gula, nutrient, pH, suhu, volume starter dan waktu fermentasi. Untuk menstimulir pertumbuhan mikroba, medium yang digunakan harus mengandung komponen-komponen yang dibutuhkan oleh mikroba tersebut. Kebutuhan dasar dari mikroba termasuk air, karbon, energi, nitrogen, mineral, dan faktor pertumbuhan seperti vitamin dan beberapa asam amino. Inokulum adalah banyaknya mikroorganisme yang akan ditumbuhkan pada medium fermentasi (Schlegel, 1994).

Pasar merupakan sekelompok pembeli dan penjual dari sebuah produk atau jasa tertentu (Mankiw, 2012). Menurut Susanti, dkk (1995) pasar juga dapat di katakan sebagai tempat atau sarana pertemuan antara permintaan dan penawaran untuk memperoleh kesepakatan di dalam pertukaran barang atau jasa. Pengukuran konsentrasi pasar dapat di lihat melalui kekuatan pasar (*market power*), dimana kekuatan pasar menunjukkan bagaimana struktur dalam industri tersebut.

Organisasi industri adalah bagian dari ekonomi yang menjelaskan bagaimana pasar atau industri dibentuk oleh organisasi tertentu dan bagaimana hal itu mempengaruhi kinerja pasar (Johan, 2015). Menurut Susanti, dkk (1995) struktur adalah susunan bagian-bagian dalam suatu bentuk bangunan. Struktur pasar dalam suatu industri yang mengidentifikasikan derajat persaingan dalam industri. Struktur pasar dalam industri cenderung berubah secara perlahan-lahan, bahkan dapat dianggap tetap atau relatif permanen dalam jangka pendek. Kondisi struktur pasar juga dapat berpotensi mempengaruhi tingkat perubahan teknis dan karenanya kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang (Jun, 2000). Struktur dalam industri setidaknya terkait dengan beberapa hal berikut, seberapa tinggi derajat

konsentrasi penjual, seberapa tinggi derajat konsentrasi pembeli, seberapa tinggi derajat diferensiasi produk, dan seberapa tinggi tingkat kesulitan yang ditemui oleh perusahaan baru untuk masuk kedalam suatu industri (Arsyad, 2014). Struktur pasar merupakan elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan perusahaan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja di dalam pasar. Struktur pasar adalah bahagsa yang penting untuk mengaruhi perilaku dan kinerja industri (Kuncoro,2007:137). Problem utama yang dihadapi oleh produsen di dalam proses produksinya adalah menentukan barapa jumlah produk yang diproduksi serta dijual dengan harga berapa. Masalah ini baru bisa dipecahkan apabila kita sudah mengetahui bentuk pasar yang dihadapi oleh produsen. Karena bentuk pasar yang berbeda menghendaki perilaku yang berbeda dari

produsen terutama dalam usahanya untuk memaksimalkan keuntungan. Secara umum pasar dikategorikan sebagai pasar persaingan sempurna dan tidak sempurna. Persaingan murni termasuk pada pasar persaingan sempurna, dan persaingan tidak sempurna seperti monopoli dan oligopoli. Untuk mengetahui keseimbangan produsen dalam berbagai bentuk pasar yang dihadapi, bagian berikut ini akan menjelaskan karakteristik dari pasar yang dihadapi produsen apakah pasar persaingan murni, pasar monopoli atau pasar oligopoli

Produksi adalah penciptaan guna, dimana guna berarti kemampuan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia (Sudarman, 1989: 55). Produksi adalah suatu usaha atau kegiatan untuk menambah kegunaan (nilai guna) suatu barang (Putong, 2013:169). Fungsi produksi adalah suatu hubungan teknis antara faktor produksi (*input*) dengan hasil produksi (*output*) (Putong, 2013: 169). Proses

produksi merupakan deskripsi matematis atau kuantitatif dari berbagai macam kemungkinan-kemungkinan produksi teknis yang dihadapi oleh suatu perusahaan/ industri. Produksi akan mempengaruhi konsumen apabila besar kecilnya produksi akan mempengaruhi model permintaan konsumen, setiap terjadinya ketidakseimbangan akan berpengaruh ke harga.

Konsumen merupakan setiap orang yang memakai barang ataupun jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga maupun orang lain. Konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya mencari barang – barang konsumsi. Permintaan akan barang dan jasa tersebut dapat digambarkan dengan kurva permintaan. Kurva permintaan menunjukkan seberapa banyak konsumen ingin membeli produk tertentu dan dengan harga tertentu. Kurva permintaan menunjukkan apa yang terjadi terhadap jumlah permintaan barang ketika harganya berubah-ubah dengan menjaga semua variabel yang lain mempengaruhi pembeli tidak berubah. Jika salah satu variabel ini berubah, kurva permintaan akan bergeser. Adapun beberapa faktor yang dapat menggeser kurva permintaan yaitu ; pendapatan, harga barang terkait , selera, ekspektasi, dan jumlah pembeli. Kurva permintaan memiliki slope negatif karena ketika harga meningkat, masyarakat akan membeli produk tersebut lebih sedikit daripada ketika harga produk tersebut lebih rendah. Masyarakat lebih memilih untuk mengeluarkan uangnya untuk produk lain (Mankiw, 2013:68).

Wine adalah minuman beralkohol yang dibuat dari sari buah anggur (*must*) Wine dibuat melalui fermentasi gula yang ada di dalam buah anggur. Ada beberapa jenis minuman anggur yaitu, *Red Wine*, *White Wine*, *Rose Wine*, *Sparkling Wine*,

Sweet Wine, dan Fortified Wine. Minuman sejenis wine mengandung alkohol 8-15% dan di buat dengan cara fermentasi sari anggur atau buah-buahan lain (Rankine, 1998). Wine ditemukan oleh komposisi bahan baku, proses fermentasi dan perubahan-perubahan yang terjadi baik alami maupun disengaja dalam periode setelah fermentasi selesai (Eliza,2009). Pada industri pembuatan minuman berakohol, dari buah anggur sudah banyak dimanfaatkan, tetapi pengaruh penambahan gula dan konstanta kecepatan reaksi dalam proses fermentasi anggur ini belum banyak diteliti. Didalam pembuatan *Wine* jenis *Rose Wine* yaitu wine yang berwarna merah muda atau merah jambu yang dibuat dari anggur merah, pada fermentasi ini akan dipelajari kinetika reaksi fermentasi anggur. Dari penelitian ini diharapkan dapat diperoleh harga kinetika reaksi fermentasi buah anggur, yang nantinya dapat digunakan dalam perancangan alat fermentasinya. Minuman anggur yang sering disebut dengan istilah *Wine* merupakan fermentasi yang menghasilkan alkohol yang mengandung sejumlah senyawa fenolik terutama hiarsinamat dan asam klorogenat.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis trend luas panen anggur dan untuk menganalisis tren produksi anggur di daerah Bali, (2) menganalisis struktur pasar anggur dari produsen ke tingkat konsumen lokal, dan (3) menganalisis struktur pasar anggur dari tingkat produsen sampai tingkat harga proses akhir dalam bentuk wine.

METODE PENELITIAN

Desain yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah desain yang sangat sederhana dengan menghubungkan variabel yang satu dengan yang lainnya yang

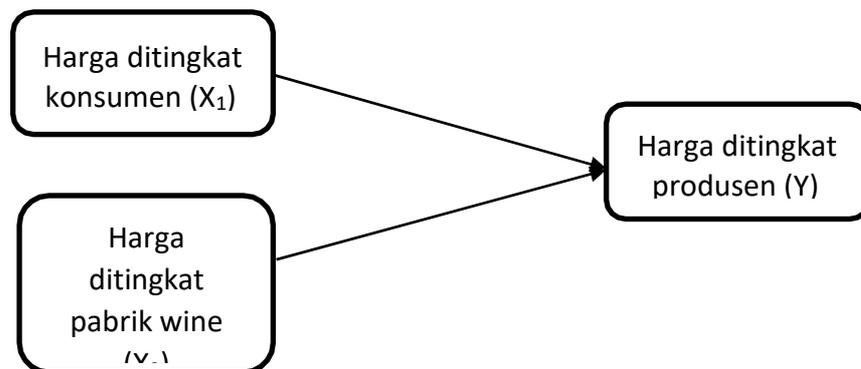
disebut dengan istilah hubungan asosiatif. Hubungan asosiatif disertai dengan wawancara mendalam atau fokus grup diskusi untuk mengkonfirmasi, memperkuat atau menyangkal dari hubungan asosiatif yang ditemukan. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Buleleng. Adapun alasan memilih lokasi ini adalah karena Kabupaten Buleleng pusat berkembangnya tanaman anggur di Bali. Dimana memiliki luas lahan terbesar di Bali.

Objek Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui struktur pasar. Definisi oprasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada variabel, dengan tujuan memberi arti atau menspesifikasikannya. Berdasarkan identifikasi variabel penelitian, definisi oprasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut: (1) Perkembangan luas panen yang di nyatakan dalam satuan hektar, (2) Perkembangan produksi anggur dalam satuan ton, dan (3) Struktur pasar komoditas problem utama yang dihadapi oleh produsen di dalam proses produksinya adalah menentukan barapa jumlah produk yang diproduksi serta dijual dengan harga berapa. Masalah ini baru bisa dipecahkan apabila kita sudah mengetahui bentuk pasar yang dihadapi oleh produsen. Karena bentuk pasar yang berbeda menghendaki prilaku yang berbeda dari produsen terutama dalam usahanya untuk memaksimalkan keuntungan. Dimana dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitiannya adalah struktur pasar komoditas anggur bali di tingkat konsumen lokal dan pasca diproses menjadi wine melalui pendekatan elastisitas transmisi harga.

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sepenuhnya data kualitatif yang diperoleh dari Dinas Pertanian dan institusi terkait yang

menyediakan data dan perkembangan harga anggur di tingkat petani, konsumen lokal dan harga wine. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sumber primer dari pengisian kuisioner oleh responden seputar variabel. Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Data sekunder yang di gunakan dalam penelitian ini di peroleh dari hasil publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Bali dan instansi terkait yang menyediakan data untuk itu.

Populasi menunjukkan keadaan dan jumlah obyek penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu (Teguh, 1999: 125). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitan untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136). Populasi bukan orang saja, melainkan obyek dan benda-benda alam lainnya. Sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populsi, jika jumlah populasi banyak dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua, maka penelitian dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi. Dalam penelitian ini titik pengamatan akan di kembangkan sesuai dengan ketentuan data. (Sugiyono, 2017:137). Teknik analisis yang dipergunakan adalah dengan analisis statistik sederhana berupa trend dan regresi sederhana, disamping juga dengan menggunakan alat analisis tranmisi harga untuk mendeteksi model persaingan yang dihadapi oleh produsen anggur.



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Analisis Struktur Pasar Komoditas Anggur Bali Di Tingkat Konsumen Lokal Dan Pasca Diproses Menjadi Wine

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wilayah Kabupaten Buleleng yang luasnya 136.588 Ha secara administrasi terbagi dalam 9 Kecamatan dengan 129 desa, 19 kelurahan, 550 dusun/banjar dan 58 lingkungan. Secara administrasi batas-batas Kabupaten Buleleng adalah sebagai berikut: Utara : Laut Bali/Laut Jawa, Timur : Kabupaten Karangasem, Selatan : Kabupaten Jembrana, Kabupaten Tabanan, Kabupaten Badung, Kabupaten Bangli, Barat Kabupaten Jembrana

Kabupaten Buleleng memiliki berbagai keunggulan untuk mengembangkan potensi unggulan daerah. Keunggulan tersebut antara lain berupa keunggulan alamiah kecocokan lahan dengan tanaman di atasnya dan kultur masyarakat Buleleng yang senang bekerja, terutama berkebun/berladang/bertani yang erat kaitannya dengan sosial budaya dan keagamaan. Selain itu, juga memiliki keunggulan kompetitif yang perlu terus ditingkatkan dengan meningkatkan teknologi inovatif, efisiensi produksi, dan peningkatan keterampilan sumber daya manusia, keberlanjutan dan ramah lingkungan, produksi bersih dari penggunaan

bahan kimia yang tidak bisa ditoleransi oleh alam, peningkatan upaya-upaya perbaikan dan perluasan aspek pemasaran untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan keunggulan dan potensi yang dimiliki, Kabupaten Buleleng mempunyai beberapa produk unggulan diantaranya : 1) Pertanian hortikultura, yaitu mangga, rambutan dan durian; (mangga, pisang, rambutan, anggur) 2) Perkebunan, yaitu kopi robusta; (tembakau virginia) 3) Peternakan, yaitu sapi dan babi; (+ayam) 4) Perikanan, terdiri dari ikan kerapu, ikan bandeng; 5) Industri kecil/kerajinan, terdiri dari anyaman inovatif dan anyaman bambu.

Trend Luas Panen dan Produksi Anggur

Untuk menguji apakah ditahun-tahun yang akan datang luas panen dan produksi anggur pada Kabupaten Buleleng mempunyai kecenderungan meningkat ataupun menurun akan diuji dengan analisis trend. Metode kuadrat terkecil paling umum dan lebih baik untuk menentukan garis trend. Prinsip dari cara kuadrat terkecil yaitu meminimumkan jumlah kuadrat penyimpangan (selisih) nilai variabel bebas (Y_i) dengan nilai trend/nilai ramalannya.

Tabel 3 Analisis Trend Luas Panen Anggur
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	102329.700	3151.101		32.474	.000
	Trend	253.300	950.093	.094	.267	.797

Dependent Variable: Luas Panen

Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3, maka diperoleh persamaan tren luas panen yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 102329,7 + 253,3(X)$$

Hasil analisis data pada Tabel 3 menunjukkan tren luas panen anggur meningkat setiap tahunnya. Pada Tabel 5 di bawah menunjukkan hasil perhitungan tren luas panen anggur dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hasil tren luas panen anggur tahun 2019 seluas 103849,5 hektar dan terus meningkat sampai di tahun 2023 seluas 104862,7 hektar. Menurut Pandawani dan Widnyana (2020) meningkatnya minat masyarakat dalam menanam anggur karena budidaya anggur dipandang sangat menguntungkan dan memiliki arti penting dalam usaha peningkatan gizi masyarakat, disamping itu juga untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam penyediaan buah-buahan guna menunjang program pariwisata. Peningkatan minat masyarakat untuk menanam anggur merupakan salah satu faktor meningkatnya luas panen anggur.

Tabel 4 Analisis Trend Produksi Anggur

Coefficients^a						
Model		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	195474.300	18894.736		10.345	.000
	Trend	11436.136	5696.977	.579	2.007	.080

a. Dependent Variable: Produksi
 Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4, maka diperoleh persamaan tren produksi yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 195474,3 + 11436,1(X)$$

Tabel 5 Analisis Trend Luas Panen dan Produksi Anggur di Kabupaten Buleleng Tahun 2019-2023

Tahun	Trend Luas Panen Anggur	Trend Produksi Anggur
2019	103849,5	264090,9
2020	104102,8	275527,0
2021	104356,1	286963,1
2022	104609,4	298399,2
2023	104862,7	309835,3

Sumber: data diolah dari persamaan tren

Hasil perhitungan analisis tren pada Tabel 5 menunjukkan tren produksi anggur meningkat setiap tahunnya. Hasil perhitungan tren produksi anggur pada tabel diatas menunjukkan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 tren produksi selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hasil tren produksi anggur tahun 2019 sebesar 264090,9 ton dan terus meningkat sampai di tahun 2023 sebanyak 309835,3 ton.

1) Analisis Regresi Sederhana Struktur Pasar Anggur Sampai Dengan Ditingkat Konsumen

Hasil uji analisis regresi sederhana struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat konsumen ditunjukkan oleh Tabel 6:

Tabel 6 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana Struktur Pasar Anggur Sampai Dengan Ditingkat Konsumen

Model		Coefficients ^a		t	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5666.976	1437.417		3.942	.001
	Harga Ditingkat Produsen	1.217	.258	.744	4.718	.000

a. Dependent Variable: Harga Ditingkat Konsumen
Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Untuk menjawab permasalahan 2 dipergunakan rumus regresi linier sederhana dan elastisitas transmisi harga dengan rumus sebagai berikut:

Regresi sederhana : $Pr = a + bPf$

$$Pr = 5666,976 + 1,217Pf$$

Elastisitas transmisi harga dengan rumus : $Et = \% \Delta Pr / \% \Delta Pf$

$Et =$ Koefisien (rata-rata harga ditingkat produsen/rata-rata harga ditingkat konsumen)

$$\begin{aligned} Et &= 1,271 (5450/12300) \\ &= 1,217 (0,44) \\ &= 0,54 \end{aligned}$$

Dari hasil analisis regresi sederhana dan perhitungan diperoleh elastisitas transmisi harga sebesar 0,54, ini menunjukkan diperoleh nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ($Et < 1$) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat konsumen akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,54% ditingkat produsen atau dapat juga diartikan bahwa perubahan harga ditingkat produsen sebesar 54% dipengaruhi oleh perubahan harga ditingkat konsumen.

Selain menunjukkan besarnya perubahan harga ditingkat produsen dan konsumen, nilai elastisitas transmisi harga juga dapat menyatakan tingkat kompetisi suatu pasar, penampakan atau struktur pasar yang terbentuk. Nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,54 (lebih kecil dari satu) mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar produsen dengan pasar konsumen lemah sehingga struktur pasar yang terbentuk bersifat persaingan tidak sempurna. Hal ini sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini bahwa struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat konsumen bersifat persaingan tidak sempurna.

Sebagaimana pendapat Laurin (1986), bahwa efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar dan pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien, maka secara umum dapat disimpulkan bahwa pemasaran anggur yang terbentuk belum efisien dengan struktur pasar yang terbentuk bukan pasar persaingan.

2) Analisis Regresi Sederhana Struktur Pasar Anggur Sampai Dengan Ditingkat Pabrik Wine

Hasil uji analisis regresi sederhana struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat pabrik wine ditunjukkan oleh Tabel 7:

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana Struktur Pasar Anggur Sampai Dengan Ditingkat Pabrik Wine

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1396.104	764.719		1.826	.085
	Harga Ditingkat Produsen	1.065	.137	.877	7.760	.000

a. Dependent Variable: Harga Ditingkat Pabrik Wine
Sumber: Data sekunder diolah, 2020

Untuk menjawab permasalahan 2 dipergunakan rumus regresi linier sederhana dan elastisitas transmisi harga dengan rumus sebagai berikut:

Regresi sederhana : $Pr = a + bPf$

$$Pr = 1396,104 + 1,065Pf$$

Elastisitas transmisi harga dengan rumus : $Et = \% \Delta Pr / \% \Delta Pf$

Et = Koefisien (rata-rata harga ditingkat produsen/rata-rata harga ditingkat pabrik wine)

$$\begin{aligned} Et &= 1,065 (5450/7200) \\ &= 1,065 (0,76) \end{aligned}$$

$$= 0,81$$

Dari hasil analisis regresi sederhana dan perhitungan diperoleh elastisitas transmisi harga sebesar 0,81, ini menunjukkan diperoleh nilai elastisitas transmisi harga lebih kecil dari satu ($E_t < 1$) dapat diartikan bahwa perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik wine akan mengakibatkan perubahan harga sebesar 0,81% ditingkat produsen atau dapat juga diartikan bahwa perubahan harga ditingkat produsen sebesar 81% dipengaruhi oleh perubahan harga ditingkat pabrik wine.

Selain menunjukkan besarnya perubahan harga ditingkat produsen dan pabrik wine, nilai elastisitas transmisi harga juga dapat menyatakan tingkat kompetisi suatu pasar, penampakan atau struktur pasar yang terbentuk. Nilai elastisitas transmisi harga sebesar 0,81 (lebih kecil dari satu) mengindikasikan bahwa transmisi harga yang terbentuk antara pasar produsen dengan pasar pabrik wine lemah sehingga struktur pasar yang terbentuk bersifat persaingan tidak sempurna. Hal ini sesuai dengan hipotesis dalam penelitian ini bahwa struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat pabrik wine bersifat persaingan tidak sempurna.

Sebagaimana pendapat Laurin (1986), bahwa efisien tidaknya suatu sistem pemasaran tidak terlepas dari kondisi persaingan pasar dan pasar yang bersaing sempurna dapat menciptakan sistem pemasaran yang efisien, maka secara umum dapat disimpulkan bahwa pemasaran anggur yang terbentuk belum efisien dengan struktur pasar yang terbentuk bukan pasar persaingan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tren luas panen anggur dan produksi anggur meningkat setiap tahunnya dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023.
- 2) Struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat konsumen bersifat persaingan tidak sempurna. Pergerakan harga konsumen dan produsen, dilihat dari elastisitas transmisi harga sebesar 0,54% yang berarti perubahan harga sebesar 1% ditingkat konsumen akan diikuti oleh perubahan harga sebesar 0,54% ditingkat produsen. Struktur pasar anggur bukan merupakan pasar persaingan dan mengarah pada pasar monopsoni yang ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dari satu. Secara umum dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran anggur belum efisien.
- 3) Struktur pasar anggur sampai dengan ditingkat pabrik wine bersifat persaingan tidak sempurna. Pergerakan harga konsumen dan produsen, dilihat dari elastisitas transmisi harga sebesar 0,81% yang berarti perubahan harga sebesar 1% ditingkat pabrik wine akan diikuti oleh perubahan harga sebesar 0,81% ditingkat produsen. Struktur pasar anggur bukan merupakan pasar persaingan yang ditunjukkan dari nilai koefisien korelasi yang lebih kecil dari satu.

SARAN

Berdasarkan simpulan tersebut maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Mahasiswa, Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber ajar alternatif untuk menambah materi terkait mata perkuliahan terkait.
- 2) Bagi perusahaan petani anggur penelitian ini dapat menjadi masukan untuk meningkatkan jumlah tanaman anggur agar dapat memenuhi permintaan

anggur terhadap konsumen maupun pabrik anggur sehingga dapat meningkatkan produksi.

- 3) Bagi perusahaan wine dapat mengambil alternatif lain untuk mengantisipasi permintaan anggur untuk produksinya dengan mengambil langkah seperti mencari solusi lain untuk memenuhi kebutuhan anggur untuk bahan produksi.
- 4) Untuk menghindari jatuhnya harga pada saat panen raya maka perlu adanya implementasi teknologi pengolahan anggur menjadi beberapa produk olahan yang dapat meningkatkan nilai tambah bagi petani produsen, sehingga mereka tidak hanya menjualnya dalam bentuk buah anggur segar namun yang sudah terolah seperti sirup buah anggur, wine anggur, selai anggur dan lain-lain. Untuk menerapkan itu semua maka dukungan semua pihak yang terkait dengan pemasaran anggur sangat mutlak diharapkan baik pemerintah daerah maupun *stakeholder* lainnya.

REFERENSI

- Anderson, David, 2010, *Cracking The AP Economics Macro & Micro Exams*, New York Random House, Inc
- Arsyad, Lincolin, 1999. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Keempat, Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Bagian Penerbitan STIE YKPN.
- Arsyad, Lincolin., dan Stephanus Eri Kusuma. 2014. *Ekonomiks Industri Pendekatan Struktur Perilaku Dan Kinerja*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- Beattie, R Bruce dan Taylor C. Robert, 1994. *Ekonomi Produksi*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Bhatti, G.A. and Hussain H. (2010) Evidence on Structure Conduct Performance Hypothesis in Pakistani Commercial Banks, *International Journal of*

Business and Management Vol. 5, No. 9; September 2010
www.ccsenet.org

Boediono, 1982. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*, Yogyakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada

Debertin, David L, 1986. *Agricultural Production Economics*, New York: Macmillan Publishing Company.

Dharma Saputra, I Made Alit dan I Wayan Wenagama. 2019. Analisis Efisiensi Faktor Produksi Usaha Tani Cabai Merah di Desa Buahon, Kecamatan Payangan, Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(1):PP:31-60.

Dodge, Eric R, 2010, *Five Step To AP Microeconomics/Macroeconomics*, United State Of Amerika, The MacGrow-Hill Companies

Doll P. Jhon dan Orazem, Frank 1984. *Production Economics*, New York – Chichester – Brisbane – Toronto – Singapore: John Wiley and Sons

Fajrii, Muhammad dan Arman Delis, dkk. Dampak Otonomi Fiskal, Pertumbuhan Ekonomi, dan Keterbukaan Daerah terhadap Ketimpangan Wilayah di Sumatra. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, [S.l.], Agustus 2016. ISSN 2303-0186. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/article/view/27422>> . Date accessed: 30 Agustus 2019.

Ferragina, A.; Pittiglio, R. and Reganatic, F. (2012), “Multinational status and firm exit in the Italian manufacturing and service sectors”, *Structural Change and Economic Dynamics* 23(4), 363– 372.

Fu, X.(Maggie)., Heffernan, S., (2008) The effects of reform on China’s bank structure and performance, *J. Bank Finance*, doi:10.1016/j.jbankfin.2006.11.023

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (VIII). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Irawan, Andi . 2015 *Regional Income Disparities in Indonesia: Measurements, Convergence Process, and Decentralisation*, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 51: 1, 148-149.

Jhingan ML, 2000. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Analisis Struktur Pasar.....[Pande Putu Cintya Citra Devi, Made Kembar Sri Budhi dan I Wayan Wenagama]

Joesron, Tati Suhartati dan Fathorrozi, 2003. *Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta: Salemba Empat: PT Salemba Emban Patria.

Johan, S. (2015). The Structure Of Consumer Finance Industry In Emerging Market (Empirical Evidence : Indonesia 2000-2015) .

Kembar Sri Budhi, Made, 2009, *Nilai Tambah Ekonomi Dan Nilai Tambah Sosial*, Denpasar, PT Panacom

Kurniawan, Robi & Managi, Shunsuke. 2018. *Economic Growth and Sustainable Development in Indonesia: An Assessment. Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 54, No. 3, 2018: 339–361

Laurin, J.U. 1986. *Ekonomi Ubi Kayu di Jawa*. Penerbit Sinar Harapan. Jakarta.

Mankiw N. Gregory, 2000. *Teori Makroekonomi*, Edisi Keempat, Alih Bahasa Imam Nurmawan, Jakarta: Erlangga

Mankiw N. Gregory, Euston Quah dan Peter Wilson, 2012, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Jakarta, Salemba Empat

Muslim, E.; Evertine V.; Nurcahyo R., (2008). Structure, Conduct and Performance Analysis in Palm Cooking Oil Industry in Indonesia Using Structure Conduct Performance Paradigm (SCP). Proceeding International Seminarl on Industrial Enggineering and Management, Santika Hotel, Jakarta. ISSN 1978-774X

Pervan, M., Kramarie, TP., Pavid I., (2011). Changes of Market Structure and Competition in theCroatian (Non) Life Insurance Industry. The Business Review Cambridge (17)

Pirayoff, Ron, 2004, *Economics Micro & Macro*, New York Wiley Publishing

Rankine, B 1998. *Making Good Wine: A Manual of Winemaking Practice for Australia and New Zealand*. Publishing by The Macmillan Company of Australia.

Sangeeta K, Christine Parrott, Chuck Martie, dan Raymond Miller, *Macroeconomics/Microeconomics*, New York, Kaplan Publishing

- Sayogyo, 2002. Pertanian dan Kemiskinan, *Jurnal ekonomi Rakyat*, Th 1 NO. 1, Maret 200. Hal 34
- Seran, Sirilius. 2017. Hubungan Antara Pendidikan, Pengangguran, dan Pertumbuhan Ekonomi dengan Kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 10 No. 1 Februari 2017. Available at: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/issue/view/2412>>. Data accessed: 1 September 2019.
- Sing, J. (2011), "Inward Investment and Market Structure in an Open Developing Economy: A Case of India's Manufacturing Sector", *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 2(6), 286-297.
- Suartha, Nyoman dan Murjana Yasa I.Gst Wayan. 2017. Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Migrasi Masuk Terhadap Pertumbuhan Penduduk dan Alih Fungsi Bangunan Penduduk Asli Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Februari 2017.
- Suharyanto. Parwati, Ida Ayu Putu. & Rinaldi, Jemmy. 2008. Analisis Pemasaran dan Tataniaga Anggur di Bali. Balai Pengkajian Teknologi Pertanian Bali, 1-16
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Susanti, Hera, M Ikhsan dan Widyanti, 1995, *Indikator-Indikator Makroekonomi*, Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI Bekerja sama dengan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat FE UI
- Sutomo, Slamet dan Nina S.S. 1987. "Distribusi Pendapatan dan Pola Pengeluaran Rumah Tangga: Pengamatan Berdasarkan SNSE Indonesia 1975 dan 1980". *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*. Jakarta: Vol. 35, No.4, Desember.
- Swasono, Yudo dan Anindita, Anung 2004, Kondisi Ketenagakerjaan Pada Masa Krisis dan Era globalisasi, *Jurnal Ketenagakerjaan* Volume 9. No1, hal 3-6
- Taufik, Muhammad. 2014. Pengaruh Investasi Dan Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Serta Penyerapan Tenaga Kerja Provinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*. Vol. 7 No 2. Agustus 2014. Available at: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jekt/issue/view/1629>>. Data accessed: 1 September 2019

Analisis Struktur Pasar.....[Pande Putu Cintya Citra Devi, Made Kembar Sri Budhi dan I Wayan Wenagama]

Teguh Mohamad, 1999, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Umberger, Wendy J. 2015. *Market-Channel Choices of Indonesian Potato Farmers: A Best–Worst Scaling Experiment*. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, Vol. 51, No. 3, 2015: 461–77