
STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI RUMAH TANGGA TERNAK SAPI SONOK DI DESA WARU BARAT, KABUPATEN PAMEKASAN

Widya Nova Lestari, Mardiyah Hayati*, Amanatuz Zuhriyah
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura,
Bangkalan, Indonesia

ABSTRAK

Peternakan merupakan bagian dari sektor pertanian yang berkontribusi dalam pengembangan ekonomi negara. Salah satu wilayah Jawa Timur yang berkontribusi di bidang peternakan adalah Pulau Madura. Kabupaten Pamekasan merupakan penghasil sapi Madura, khususnya sapi sonok yang mencapai 74.815 ekor pada tahun 2017. Pemeliharaan sapi sonok dilakukan berdasarkan kesenangan yang dilihat dari kecantikan, meski memiliki nilai jual tinggi namun kegiatan pemasaran sapi sonok jarang dilakukan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok di Desa Waru Barat, Kabupaten Pamekasan. Populasi pada penelitian ini sebanyak 28 responden. Teknis analisis menggunakan pendekatan struktur, perilaku dan kinerja (SCP). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Struktur pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar oligopsoni dan monopsoni, perilaku pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok dalam penentuan harga dilakukan peternak dan hanya terdapat dua saluran pemasaran yang terbentuk, dan kinerja pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok masih tergolong rendah dengan nilai rata-rata keuntungan yang diperoleh >50%.

Kata kunci: Sapi Sonok, Struktur, Perilaku, Kinerja

STRUCTURE, CONDUCT, AND PERFORMANCE OF THE HOME INDUSTRY OF SONOK CATTLE IN WARU BARAT VILLAGE, PAMEKASAN REGENCY

ABSTRACT

Livestock is part of the agricultural sector that contributes to the country's economic development. One of the areas in East Java that contributes to the livestock sector is Madura. Pamekasan Regency is a producing area of Madura cattle, especially Sonok cattle, which reached 74,815 heads in 2017. The cultivation of Sonok cattle is carried out based on pleasure from a beauty point of view, although it has a high selling value, marketing activities for Sonok cattle are rarely carried out. The purpose of this study is to analyze the structure, conduct and performance of the home industry for Sonok cattle in Waru Barat Village, Pamekasan Regency. The population in this study were 28 respondents. Technical analysis using Structure, Conduct and Performance (SCP) approach. The results of this study indicate that, the market structure of the home industry of Sonok cattle leads to an imperfect competition market, namely the oligopsony and monopsony market, the market behavior of the home industry of Sonok cattle in determining prices is carried out by farmers and there are only two marketing channels formed, and the market performance of the home industry for sonok cattle is still relatively low with an average profit value of >50%

Keywords: Sonok Cattle, Structure, Conduct, Performance

PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri Indonesia diarahkan untuk menyelesaikan masalah sosial ekonomi dasar seperti memperluas lapangan pekerjaan, memenuhi kebutuhan dasar, dan pengentasan kemiskinan. Dalam mengembangkan ekonomi negara perlu menempuh strategi industrialisasi melalui perkembangan ekonomi daerah salah satunya industri kecil (Yuliawati, 2017). Kegiatan industri kecil pada umumnya ditemukan di daerah perkampungan atau sekitar rumah dalam suatu wilayah seperti industri rumah tangga (Zuhri, 2013). Pertumbuhan sektor industri dapat mendorong sektor lain termasuk sektor pertanian yang merupakan sektor paling berpengaruh karena menjadi penyedia input bagi sektor lain. Salah satu bagian dalam sektor pertanian yakni peternakan.

Salah satu wilayah di Jawa Timur yang turut serta dalam peternakan yakni pulau Madura, selain dikenal dengan pulau garam juga dijuluki sebagai pulau sapi karena Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu wilayah penghasil peternakan sapi di provinsi Jawa Timur. Sapi Madura merupakan komoditas dominan dalam sistem usaha tani di Madura karena sebagian besar pulau Madura berupa lahan kering (Hartono, 2012). Sapi Madura termasuk tipe sapi potong lokal plasma nutfah Indonesia yang memiliki keunggulan reproduksi lebih baik daripada jenis sapi lainnya, serta mampu bertahan terhadap perubahan iklim ekstrim dan penyakit caplak (Hartatik et al., 2009). Selain dijadikan sapi potong, masyarakat juga menjadikan sapi sebagai ajang kecantikan (sapi sonok).

Salah satu wilayah pengembangan sapi sonok di Kabupaten Pamekasan dikenal dengan sebutan Papabaru yang merupakan singkatan dari empat Kecamatan khususnya di Sentra Sapi Sonok yaitu Kecamatan Pasean, Pakong, Batumarmar, dan Waru (Papabaru). Agustina (2013) menjelaskan pada tahun 2011 populasi sapi Sonok di Kabupaten Pamekasan mencapai 564 ekor yang terbagi di tiga kecamatan yaitu Kecamatan Waru sebanyak 226 ekor, Kecamatan Batumarmar sebanyak 134 ekor dan Kecamatan Pasean sebanyak 204 ekor. Jika dibandingkan dengan tahun 2011, pada lima tahun terakhir (2013-2017) populasi sapi Sonok mengalami peningkatan karena minat peternak dalam melestarikan sapi sonok juga meningkat, serta harga jual sapi sonok yang tinggi berkisar Rp.5.000.000–Rp.20.000.000 juga meningkatkan motif peternak untuk memelihara sapi sonok (Nurlaila et al., 2018). Peningkatan populasi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Perkembangan Populasi Sapi Sonok Tahun 2013 - 2017 di Kabupaten Pamekasan

Tahun	Populasi/ekor	Perkembangan/ekor
2013	56.562	-
2014	57.239	677
2015	58.229	990
2016	74.107	15.878
2017	74.815	708
Jumlah	320.952	

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2018

Pada tahun 2017, sapi sonok mengalami penurunan perkembangan karena peternak menghadapi permasalahan seperti rendahnya kemampuan manajemen

usaha serta rendahnya pengelolaan faktor produksi (minimnya modal usaha dan tenaga kerja) (Agustina, 2013). Menurut Nurlaila & Zali (2020) faktor lain penyebab menurunnya perkembangan sapi sonok yaitu faktor alam, seperti curah hujan, luas lahan pertanian, jumlah penduduk, dan rumah tangga peternak. Setiap peternak memiliki kepentingan ternak berbeda-beda, ada yang mengartikan sebagai hobi, mata pencaharian (ekonomi), sumber pupuk kandang atau hanya sekedar status sosial.

Kondisi peternakan sapi sonok di Desa Waru Barat masih tergolong usaha rumah tangga karena dalam penyediaan input masih relatif sederhana, dimana tenaga kerja yang digunakan merupakan tenaga kerja keluarga, modal yang dimiliki terbatas sehingga kerap kali peternak menjual sapi untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan pembelian bakalan (Kariyasa, 2005). Kegiatan pemasaran hanya dilakukan saat ada kontes sapi sonok saja. Bahkan, ada peternak yang tidak mau menjual sapi saat kontes karena hanya menjadikan sapi sonok sebagai hobi bukan sebagai nilai ekonomi. Sehingga, kegiatan pemasaran sapi sonok jarang dilakukan mengingat kontes sapi sonok dilakukan setahun sekali. Meskipun sapi sonok memiliki nilai jual tinggi, namun biaya perawatan yang dibutuhkan juga tinggi. Hal ini menyebabkan pengeluaran peternak tidak sebanding dengan keuntungan yang didapat karena pendapatan peternak tidak menentu. Menurut Nugroho et al., (2019) permasalahan penting dalam ekonomi peternak sapi dalam sistem pertanian skala kecil adalah kontribusinya terhadap pendapatan peternak. Permasalahan lain yang dihadapi oleh peternak sapi sonok yakni, peternak berperan sebagai *price taker* sehingga pembeli memiliki posisi lemah dalam penentuan harga. Dari kondisi tersebut perlu adanya pengelolaan usaha ternak sapi sonok di Desa Waru Barat yang berlandaskan pada prinsip-prinsip bisnis dengan memperhatikan berbagai aspek untuk mencapai keuntungan maksimal. Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja industri rumah tangga ternak sapi sonok agar industri rumah tangga ternak sapi sonok di kawasan Waru Barat mengalami keberlanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Sadono (2002), industri secara umum didefinisikan sebagai perusahaan bidang ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Sedangkan secara teori ekonomi, industri merupakan beberapa perusahaan penghasil barang sejenis yang berkumpul dalam suatu pasar. Liana (2008) menambahkan bahwa industri memiliki tujuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat membentuk pendapatan. Dari pendapat para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa industri merupakan suatu tempat yang terdiri dari beberapa perusahaan barang atau jasa yang menghasilkan keuntungan bagi pengelolanya.

Industri dibagi menjadi dua macam yaitu industri makro dan mikro, salah satu industri mikro yaitu industri rumah tangga. Industri rumah tangga merupakan industri yang sistem produksinya masih skala rumah perorangan bukan di suatu pabrik. Produksi industri rumah tangga melihat kearifan lokal serta sumber daya wilayah setempat (Ananda & Jallil, 2016). Kimbal (2015) mengartikan industri rumah tangga sebagai unit konsumtif dan produktif

keluarga yang masih menggunakan tenaga kerja keluarga bukan profesional, saling menanggung pekerjaan, makanan serta tempat untuk berlindung.

Sapi Madura merupakan jenis sapi hasil persilangan banteng (*Bos javanicus*) dengan sapi ongole (*Bos indicus*) (Lutvanyah et al., 2017). Kondisi fisik sapi Madura berbeda dengan sapi jenis lainnya karena memiliki warna tubuh kuning kecoklatan sampai merah bata dengan bentuk tubuh kecil sampai sedang dan moncong berwarna hitam. Selain fisik, sapi Madura memiliki keunggulan lain yaitu mampu bertahan hidup saat kondisi terbatas pakan dan iklim yang panas, serta resisten terhadap parasit baik (Nurgartiningih, 2010). Sapi Madura dikembangkan menjadi beberapa tipe, yakni sapi tipe pedaging/komersial (sayur), pekerja, dan sapi budaya seperti sapi sonok dan karapan. Kedua sapi pilihan untuk budaya tersebut akan dijadikan sebagai sapi unggulan sedangkan, sapi Madura yang tidak memiliki kriteria sebagai sapi budaya akan dijadikan sapi potong seperti pada umumnya (Nurlaila & Zali, 2020). Semua sapi Madura dikategorikan sebagai sapi *pajhangan/taccek* yang kemudian diseleksi dan dikelompokkan berdasarkan kondisi fisik sebagai pejantan unggul, sapi sonok, dan sapi pajangan. Semua sapi merupakan sapi pajangan, tetapi sapi pajangan belum tentu bisa menjadi sapi sonok (Efendy, 2014).

Menurut Agustina (2013) sapi sonok diartikan sebagai sepasang sapi pajangan betina yang diseleksi berdasarkan keindahan tubuh dan mampu jalan berpose seperti peragawati. Budidaya sapi sonok dikhususkan untuk kesenangan serta mempunyai nilai ekonomi yang tinggi (Rafi'i et al., 2021). Pembudidayaan sapi sonok yang dilakukan oleh masyarakat Madura, salah satunya di Kabupaten Pamekasan bertujuan untuk budaya dan ekonomi. Nilai ekonomi sapi dilihat dari pertumbuhannya, bobot badan, ukuran tubuh, serta kualitas reproduksi kelahiran pedet (anak sapi) yang menjadi poin penting. Selain itu, peternak juga mendapatkan keuntungan dari harga jual sapi sonok yang tinggi apabila menang di kontes sapi sonok serta dapat mengangkat status sosial (Nurlaila & Kutsiyah, 2012). Peternakan sapi di Madura melarang adanya perkawinan silang antara sapi lokal Madura dengan sapi luar Madura. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan kemurnian dan pelestarian sapi Madura sebagai sapi lokal Indonesia (Siswijono et al., 2013).

Pendekatan *Structure, Conduct, dan Performance (SCP)* merupakan cabang ilmu ekonomi industri yang digunakan pada analisis pemasaran (fungsi pemasaran) untuk menghubungkan variabel struktur, perilaku dan kinerja dengan menekankan seluruh sistem yang efisien pada seluruh subsistem (Martin, 2002). *Structure, Conduct, dan Performance (SCP)* memiliki hubungan linier karena setiap variabelnya saling berkaitan, pendekatan SCP digunakan untuk mengetahui persaingan antar produsen dalam industri dengan melihat dari sisi struktur, perilaku dan kinerja industri tersebut (Rizkyanti, 2010). Aninditya (2004) Menambahkan bahwa SCP digunakan untuk mengetahui sebab akibat dari sistem pemasaran yang tidak efisien

Struktur (*structure*) pasar didefinisikan dengan melihat rasio konsentrasi pasar. Konsentrasi atau rasio pasar digunakan untuk mengukur besar kecilnya

distribusi pangsa pasar suatu industri, serta menggambarkan kondisi pangsa pasar dalam menghadapi rintangan (Nurhasanah, 2019). Salvatore (2012) mengungkapkan bahwa struktur pasar mengacu pada struktur pasar persaingan, dimana penjual dan pembeli melakukan interaksi yang berhubungan dengan posisi tawar menawar, diferensiasi produk, dan struktur biaya. Sehingga, struktur pasar menjadi karakter utama yang dapat mempengaruhi penentuan harga pasar dan strategi persaingan.

Struktur pasar diklasifikasikan menjadi pasar kompetitif, pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli/oligopsoni, dan pasar monopoli (Aninditya, 2004). Pasar kompetitif atau pasar persaingan sempurna merupakan jenis pasar dengan kondisi penjual dan pembelinya banyak dan produk yang dijual bersifat homogen. Persaingan ini terjadi apabila penjual dan pembeli secara aktif memaksimalkan keuntungan atas dasar harga yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Lain halnya dengan pasar monopoli yang terbentuk apabila terdapat penjual tunggal tanpa ada pesaing, tidak terdapat barang pengganti, penentuan harga yang kuat dan pasar dikuasai satu industri. Pasar monopolistik merupakan bentuk pasar yang terdapat banyak produsen dengan produk yang dihasilkan tidak homogen, melainkan terdiferensiasi, dimana barang yang dihasilkan serupa tetapi berbeda dalam beberapa aspek. Sedangkan pasar oligopoli terdiri dari hanya sedikit produsen dalam suatu industri (pasar). Dalam pasar oligopoli terdapat penawaran jenis barang yang bersifat homogen dan beberapa perusahaan menguasai pasar, umumnya jumlah perusahaan lebih dari dua dan kurang dari sepuluh, jenis produknya yang bersifat homogen, adanya kompetisi non harga serta pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi (Jaya, 2001).

Untuk mengetahui kondisi struktur industri dalam pasar terdapat elemen-elemen penting yakni pangsa pasar (*market share*) industri yang diukur berdasarkan persentase dari total penjualan yang berkisar antara 0%-100%. Rasio konsentrasi (*concentration ratio-4*) dinilai dari penggabungan empat industri terbesar berdasarkan pada nilai output yang dihasilkan terhadap total output industri. Penggabungan tersebut akan menunjukkan gambaran umum penjual terhadap konsumen dalam kekuatan posisi tawar menawar (Firmansyah et al., 2021). *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH) juga merujuk pada struktur pasar yang bertujuan untuk mengetahui posisiimbangan tawar menawar antara peternak (penjual) terhadap pembeli dengan menjumlahkan semua kuadrat *market share* industri (Pratama et al., 2017). IHH menjadi alat pengukuran struktural standar untuk menilai intensitas persaingan industri (Spiegel, 2021).

Perilaku (*conduct*) menunjukkan cara industri dalam menempatkan situasi di pasar, industri tersebut akan terlibat sebagai penjual atau pembeli. Perilaku tersebut bersifat persaingan (*competitive*) atau kerjasama (*collusive*) akan terbentuk dari cara industri dalam menentukan harga jual, promosi dan pengiklanan produk, serta pengembangan usaha. Namun, strategi penentuan harga tidak sepenuhnya bisa mengartikan keadaan persaingan, karena produsen akan melakukan alternatif lain seperti strategi produk, pengiklanan untuk bersaing, dan memperkenalkan produk yang dimiliki (Nurhasanah, 2019). Sedangkan

menurut Lilimantik (2011) perubahan harga bisa terjadi karena adanya perkembangan harga produk, biaya pemasaran dan biaya lain secara keseluruhan. Penggunaan kekuatan sumber daya ekonomi yang dilakukan oleh produsen dapat mempertahankan persaingan dalam suatu industri.

Kinerja (*performance*) adalah hasil akhir dari keseluruhan bentuk pendekatan SCP yang menunjukkan kemampuan produsen atau industri dalam menciptakan keuntungan, efisiensi, dan pendapatan. Hasil dari kinerja pasar dipengaruhi oleh semua elemen dari struktur dan perilaku industri, dimana hasil tersebut identik dengan kemampuan industri dalam menguasai pasar atau mendapatkan keuntungan. Kinerja (*performance*) mengukur efisiensi yang biasanya diinterpretasi oleh rasio *market power* (apabila kekuatan pasar suatu industri semakin besar, maka efisiensinya semakin rendah). Ukuran kinerja juga didefinisikan dari keuntungan perusahaan atau profitabilitas (Pratama et al., 2017). Perhitungan kinerja industri menggunakan analisis *Price Cost Margin* (PCM) yang bertujuan untuk mennguraikan hubungan antara struktur pasar dengan kinerja industri.

Penelitian terkait pendapatan sapi sonok dan sapi karapan di Desa Pasongsongan yang dilakukan oleh Ambarwati & Ratna (2019) menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan peternak sapi sonok sebesar 4.551.078 rupiah lebih rendah dibandingkan dengan pendapatan sapi karapan yang sebesar 7.0228.306 rupiah. Namun, jika dilihat dari R/C ratio usaha sapi sonok lebih tinggi dari sapi karapan yakni sebesar 1,07 sedangkan sapi karapan 1,04. Besarnya R/C ratio menunjukkan efisiensi ternak sapi sonok lebih besar daripada sapi karapan tetapi, keduanya tetap dinyatakan efisien atau layak untuk dikembangkan.

Frastika et al., (2020) menganalisis *Structure, Conduct, Performance* (SCP) Pada Industri Peternak Telur Bebek Di Desa Kencong. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan, struktur pasar industri peternak telur bebek dengan persentase *market share* (MS) yang mengarah pada pasar oligopoli ketat dengan nilai CR4 sebesar 60% dan nilai IHH sebesar 0,1255. Peneliti menggunakan perhitungan *Capital to Labour Ratio* (CLR) untuk menilai perilaku industri untuk membandingkan pengeluaran untuk modal dengan pengeluaran untuk tenaga kerja. Hasil CLR sebesar 89,15% yang menunjukkan bahwa perusahaan termasuk pada perusahaan padat modal. Sedangkan, nilai kinerja perusahaan berdasarkan perhitungan PCM sebesar 3,192 yang menunjukkan bahwa efisiensi perusahaan peternak telur bebek di Desa Kencong masih rendah.

Penelitian Arthatiani et al., (2020) juga menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pasar industri tuna di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar industri ikan tuna segar dan ikan tuna beku jika dilihat berdasarkan nilai persentase IHH, CR4 termasuk ke dalam pasar oligopoli, sedangkan komoditas tuna olahan termasuk ke dalam pasar oligopoli yang sangat ketat atau cenderung monopoli. Nilai *Minimum Efficiency Scale* (MES) seluruh komoditas tuna di atas 10% yang menunjukkan hambatan masuk industri tinggi. Analisis perilaku pasar industri tuna menunjukkan bahwa harga tuna ditentukan oleh *buyer* pada negara tujuan yang dilihat berdasarkan jenis komoditasnya, sudah

melakukan berbagai diferensiasi produk terutama untuk tuna beku dalam orientasi ekspor, strategi promosi yang dilakukan dengan melakukan pengiriman sampel produk dan melakukan promosi pada berbagai pameran perdagangan internasional. Kinerja pemasaran industri tuna dinilai dari nilai *Price Cost Margin* (PCM), namun hanya tuna olahan dan tuna beku yang dapat dianalisis dan menunjukkan bahwa industri tuna masih menguntungkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Desa Waru Barat, Kecamatan Waru, Kabupaten Pamekasan. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu berdasarkan kondisi Desa Waru yang merupakan salah satu sentra sapi sonok di Kabupaten Pamekasan. Pengumpulan data menggunakan metode *survey*, wawancara, dan penyebaran kuesioner dengan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dengan menjadikan peternak sebagai narasumber untuk memperoleh data utama. Data kedua yaitu data sekunder yang diperoleh dari instansi pemerintahan atau lembaga terkait untuk melengkapi data primer.

Populasi pada penelitian ini sebanyak 28 responden yang terdiri dari 21 peternak dan 7 pedagang sapi sonok. Sehingga, penentuan sampel menggunakan dua metode yaitu metode sampel jenuh (*sensus*) untuk menentukan banyaknya sampel peternak. Sampel jenuh merupakan teknik penentuan sampel yang seluruh jumlah populasi digunakan sebagai sampel (Ambarwati & Ratna, 2019). Sedangkan, metode kedua menggunakan metode *snowball* untuk menentukan sampel pedagang sapi sonok. *Snowball* sampling adalah teknik penentuan sampel yang awal mulanya kecil kemudian menjadi besar (Sugiyono, 2016). Metode analisis yang digunakan yakni teknik analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja (SCP) bertujuan untuk mengetahui struktur, perilaku dan kinerja industri rumah tangga sapi sonok. Proses menganalisis data tersebut dengan cara menelaah seluruh data yang terkumpul melalui kuesioner yang diajukan saat wawancara.

Dalam perhitungan struktur pasar alat analisis yang digunakan yaitu alat analisis pangsa pasar (*market share*), *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH) dan CR4 (*concentration ratio-4*). Pendekatan pangsa pasar (*market share*) dapat dijabarkan dengan rumus dibawah ini:

$$MS = \frac{Si}{Stot} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Dimana, MS adalah *market share*, Si menunjukkan jumlah penjualan industri rumah tangga ternak sapi sonok ke-i, sedangkan Stot merupakan jumlah total penjualan industri rumah tangga ternak sapi sonok. Kriteria pangsa pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok (Shephard dalam Safitri et al., 2021) yaitu:

- 1) Monopoli/monopsoni murni, jika industri rumah tangga ternak sapi sonok memiliki nilai pangsa pasar sebesar 100%.
- 2) Oligopsoni ketat, jika terdapat 4 industri rumah tangga ternak sapi sonok yang dominan memiliki nilai pangsa pasar sebesar 60-100%.

- 3) Oligopsoni longgar, jika terdapat 4 perusahaan industri rumah tangga ternak sapi sonok yang dominan dengan nilai pangsa pasar sebesar $40 \leq 60\%$.
- 4) Monopolistik, jika terdapat banyak pesaing dan tidak ada satupun yang memiliki nilai pangsa pasar lebih dari 10%.

Apabila pangsa pasar suatu industri tinggi, maka industri memiliki kekuatan pasar yang tinggi atau dikatakan sebagai monopsoni penuh. Sedangkan, jika nilai pangsa pasar industri tersebut kecil, maka kekuatan monopsoni pasar yang dimiliki industri juga kecil (Khavidhurrohmaningrum, 2013).

Analisis *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH) dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IHH = (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 + \dots + (Kr_n)^2 \dots\dots\dots(2)$$

Dimana, IHH merupakan *Indeks Hirschman Herfindahl*, n menunjukkan banyaknya jumlah pedagang sapi sonok yang terdapat pada suatu wilayah. Sedangkan Kr merupakan pangsa pembelian komoditas dari pedagang sapi sonok ke - i (i=1,2,3,...n). Kriteria IHH yakni, apabila nilai IHH = 1 menunjukkan bahwa pasar mengarah pada pasar monopoli atau monopsoni. Apabila nilai IHH = 0, maka pasar dikategorikan sebagai pasar persaingan sempurna. Jika, nilai $0 < IHH < 1$, artinya kondisi pasar mengarah pada pasar oligopoli atau oligopsoni (Baladina, 2012).

Pengukuran rasio konsentrasi melihat dari empat industri terbesar (CR4) di industri rumah tangga ternak sapi sonok. Pengukuran tersebut menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CR_4 = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4 \dots\dots\dots(3)$$

Adapun kriteria dari CR4 yakni, jika nilai $CR_4 < 0,4$ maka struktur pasar bersifat persaingan sempurna atau persaingan monopolistik. Apabila nilainya $0,4 \leq CR_4 \leq 0,8$ maka termasuk pada struktur pasar oligopoli atau oligopsoni. Sedangkan, jika nilai $CR_4 > 0,8$ maka struktur pasar cenderung pada struktur pasar monopoli atau monopsoni (Firmansyah et al., 2021).

Analisis perilaku pasar dilakukan secara deskriptif untuk mendapatkan informasi cara perusahaan dalam menerapkan strategi untuk merebut pangsa pasar dan memenangkan persaingan. Hal-hal yang perlu dianalisis meliputi strategi harga dan saluran pemasaran yang terbentuk (Jaya, 2001). Perilaku pasar tidak memiliki nilai konstan karena selalu mengalami perubahan.

Analisis kinerja pasar diukur secara kuantitatif dengan menggunakan analisis *Price Cost Margin* (PCM), dengan rumus persamaan:

$$PCM = \frac{\text{nilai tambah}}{\text{nilai output}} \times 100\% \dots\dots\dots(4)$$

Dimana, PCM merupakan keuntungan pedagang sapi sonok. Nilai tambah yaitu hasil pengurangan dari nilai output dengan nilai input. Sedangkan, nilai output merupakan nilai penjualan. PCM memiliki kriteria, apabila nilai $PCM <$

50% maka, kinerja pasar termasuk pada level rendah, sedangkan jika nilai PCM > 50% termasuk pada level tinggi atau memiliki keuntungan yang tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa dari 7 orang responden, sebanyak 43% yang berusia 51-60 tahun. Persentase tersebut menunjukkan bahwa usia responden termasuk dalam usia produktif. Hal ini sesuai dengan pernyataan Cahyono (2011) bahwa usia 15-64 tahun termasuk dalam usia produktif yang lebih mudah menerima inovasi dan memiliki kemampuan kerja lebih baik dibandingkan usia yang lebih tua.

Tabel 2
Karakteristik Pedagang Sapi Sonok

Kriteria	Rentang	Jumlah (orang)	Persentase (%)	Total
Usia	30-40	1	14	7
	41-50	2	29	
	51-60	3	43	
	61-70	1	14	
Tingkat Pendidikan	SD	5	71	7
	SMP	1	14	
	SMA	1	14	
Pengalaman Usaha	≤10	4	57	7
	11 sampai 20	2	29	
	>20	1	14	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Sedangkan, jika dilihat dari tingkat pendidikan terakhir pedagang sapi sonok di Desa Waru Barat adalah tingkat SD dengan persentase sebanyak 71%, sehingga dapat diartikan bahwa tingkat pendidikannya masih tergolong rendah. Pedagang sapi sonok masih menganggap bahwa pendidikan tidak mempengaruhi usaha maupun budidaya sapi sonok, karena pengetahuan pedagang atau peternak masih mengikuti tradisi usaha turun temurun dari orang tua. Wirdahayati dalam Dedimus et al. (2020) juga menjelaskan bahwa pedagang yang memiliki tingkat pendidikan rendah cenderung mengikuti tradisi dari orang tua dan sulit menerima perkembangan inovasi.

Pedagang sapi sonok juga memiliki pengalaman usaha yang tergolong rendah yakni kurang dari sepuluh tahun dengan total sebanyak 4 orang. Jika dilihat dari jangka pengalaman pedagang sapi sonok, menunjukkan bahwa masih kurang berpengalaman dalam berdagang sapi sonok. Hal ini disebabkan karena peternak sapi sonok masih menganggap sapi sonok sebagai hobi bukan sebagai nilai ekonomi, sehingga penjualan sapi sonok jarang dilakukan. Selain itu, pedagang sapi sonok di Desa Waru Barat mayoritas tidak hanya menjual sapi sonok saja melainkan juga menjual sapi madura lainnya seperti sapi potong.

Analisis Struktur Pasar Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Pengukuran struktur pemasaran industri rumah tangga ternak sapi sonok di Desa Waru Barat menggunakan pendekatan konsentrasi pasar yang terdiri dari tiga analisis yakni, analisis pangsa pasar (*market share*), analisis *Indeks Hirschman Herfindahl* (IHH), dan analisis *concentration ratio for biggest four* (CR4). Berikut hasil perhitungan dari ketiga analisis tersebut:

Pangsa Pasar (*Market Share*)

Berdasarkan hasil perhitungan analisis *market share* pada tabel 5, dapat diketahui bahwa dari tujuh pedagang sapi sonok di Desa Waru Barat terdapat empat pedagang yang memiliki nilai pangsa pasar tinggi. Perhitungan *market share* dari seluruh pedagang tersebut menjelaskan besarnya penguasaan yang dimiliki pedagang ternak sapi sonok.

Tabel 3
Perhitungan Pangsa Pasar Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Pedagang	Kapasitas Pembelian (Ekor/Th)	Konsentrasi Rasio (Kr)	MS (%)
Pedagang 1	4	0,22	0,22
Pedagang 2	1	0,06	0,06
Pedagang 3	3	0,17	0,17
Pedagang 4	6	0,33	0,33
Pedagang 5	2	0,11	0,11
Pedagang 6	1	0,06	0,06
Pedagang 7	1	0,06	0,06
TOTAL	18	1	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil analisis pangsa pasar tersebut sejalan dengan kondisi di lapang yang dilihat dari penjualan sapi sonok oleh peternak sebanyak satu ekor pertahun, kemudian dibeli oleh pedagang dengan kapasitas pembelian setiap pedagang kurang dari sepuluh ekor. Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa pedagang 4 dan pedagang 1 memiliki persentase pangsa pasar yang tinggi, yakni sebesar 33% dan 22%. Jika dilihat dari perhitungan pangsa pasar dari keempat pedagang yang memiliki kapasitas pembelian tertinggi di Desa Waru Barat menunjukkan nilai sebesar 83%. Persentase tersebut menunjukkan bahwa struktur pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok di Desa Waru Barat mengarah pada pasar oligopsoni ketat, karena terdapat empat perusahaan dominan dengan nilai pangsa pasar sebesar 60-100%. Dalam struktur pasar oligopsoni pedagang memiliki kekuatan dalam penentuan harga sapi sonok, hal ini sesuai dengan keadaan pemasaran sapi sonok di Desa Waru Barat, dimana pedagang sapi sonok menjadi lembaga penentuan harga (*price taker*). Sedangkan, konsumen tetap dalam transaksi jual beli sapi sonok yaitu para peternak di Kecamatan Waru yang memiliki kesamaan hobi memelihara sapi sonok.

Indeks Hirschman Herfindahl (IHH)

Indeks Herfindahl Hirschman (IHH) merupakan penjumlahan hasil kuadrat *Market Share* dari setiap perusahaan yang ada di dalam industri dibagi dengan total *Market Share* yang ada di dalam industri (Arsyad, 2014). Hasil perhitungan IHH pada industri rumah tangga ternak sapi sonok dapat dilihat pada perhitungan di bawah ini:

$$\begin{aligned}
 IHH &= (Kr_1)^2 + (Kr_2)^2 + (Kr_3)^2 + (Kr_4)^2 + (Kr_5)^2 + (Kr_6)^2 + (Kr_7)^2 \\
 IHH &= (0,22)^2 + (0,06)^2 + (0,17)^2 + (0,33)^2 + (0,11)^2 + (0,06)^2 + (0,06)^2 \\
 &= (0,0484) + (0,0036) + (0,0289) + (0,1089) + (0,0121) + (0,0036) + (0,0036) \\
 &= 0,2091
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Indeks Hirschman Herfindahl (IHH) pada industri rumah tangga ternak sapi sonok sebesar 0,209. Besarnya nilai IHH tersebut menunjukkan bahwa, industri rumah tangga ternak sapi sonok tergolong pada pangsa pasar oligopsoni karena termasuk dalam kriteria nilai $0 < IHH < 1$. Hasil analisis dari penelitian Firmansyah et al., (2021) menunjukkan bahwa struktur pasar ternak sapi dan kerbau di pasar ternak Kabupaten Batanghari juga termasuk dalam pasar oligopsoni karena IHH sebesar 0,098.

Concentration Ratio For Biggest Four (CR4)

Rasio konsentrasi atau *concentration ratio for biggest four (CR4)* berhubungan erat dengan pangsa pasar suatu industri, sehingga rasio konsentrasi didefinisikan sebagai besarnya pangsa pasar yang dikuasai oleh perusahaan terbesar dalam industri. Analisis rasio konsentrasi terdiri dari gabungan keempat pedagang sapi sonok yang memiliki nilai pangsa pasar terbesar.

Tabel 4
Perhitungan Concentration Ratio for Biggest Four (CR4) Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Nama Pedagang	Kapasitas Penjualan (ekor/th)	Kr
Pedagang 4	6	0,33
Pedagang 1	4	0,22
Pedagang 3	3	0,17
Pedagang 5	2	0,11
TOTAL	15	0,83

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pada Tabel 4 perhitungan CR4 industri rumah tangga ternak sapi sonok menunjukkan hasil sebesar 0,83. Besarnya nilai tersebut apabila dilihat berdasarkan kriteria penilaian, maka industri rumah tangga ternak sapi sonok termasuk pada pangsa pasar monopsoni karena nilai pangsa pasar dari keempat pedagang tersebut termasuk dalam kriteria $CR4 > 0,8$. Lain halnya dengan penelitian Agus (2015) yang menunjukkan bahwa pasar (industri) komoditas daging sapi di Kabupaten Banyumas termasuk dalam pasar oligopoli ketat karena nilai CR4 lebih dari 40%.

Analisis Perilaku Pasar Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Analisis yang digunakan untuk menentukan perilaku industri ternak sapi sonok dalam pasar terdiri dari saluran pemasaran dan strategi harga industri rumah tangga ternak sapi sonok.

Saluran Pemasaran yang Terbentuk

Pada pemasaran sapi sonok terdapat dua saluran pemasaran, yakni:

(1) Peternak (penjual) - peternak (pembeli)

Pelaku industri rumah tangga ternak sapi sonok menerapkan saluran pemasaran pertama ketika ada kontes sapi sonok, dimana peternak satu menjadi produsen dan peternak lainnya bertindak sebagai konsumen. Pada kontes tersebut peternak memamerkan kecantikan sapi dan peternak lain akan membelinya, sehingga transaksi pemasaran akan terjadi. Selain itu, juga disebabkan karena masing-masing peternak memiliki karakteristik penilaian kecantikan sapi sonok tersendiri, maka sering kali pembeli langsung datang ke rumah pedagang sapi sonok sehingga tidak ada penilaian produk pasti dalam pasar.

(2) peternak - pedagang desa - pasar/peternak

Saluran kedua terjadi apabila kondisi sapi sonok sudah tidak lagi masuk kedalam kriteria sapi sonok, sehingga peternak akan menjual ke pedagang desa yang nantinya akan dijual ke pasar. Selain itu, alasan peternak menjual ke pedagang desa karena kebutuhan ekonomi. Saat pandemi covid-19 peternak sapi sonok menjual sapi kepada pedagang meskipun sapi tersebut masih masuk dalam kriteria sapi sonok, hal ini dilakukan peternak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya saat pandemi. Apabila kondisi sapi sonok masih masuk dalam kriteria sapi sonok, maka pedagang desa akan menjual kembali ke peternak lainnya. Sapi yang sudah tidak lagi masuk kriteria sapi sonok (tidak bisa disonokkan) dapat dilihat dari bentuk fisik seperti berat badan, ukuran, usia sapi dan berapa kali melahirkan.

Strategi Harga

Salah satu faktor penting dalam industri yaitu harga. Dalam penetapan harga jual sapi sonok tidak ada kebijakan harga standar dari pemerintah, melainkan ditentukan oleh peternak yang bertindak sebagai produsen. Pada awal perdagangan, pedagang sapi sonok mematok harga untuk sapi sonok yang akan dijual, kemudian akan terjadi proses tawar menawar dengan pembeli. Penentuan harga sapi dari pedagang dilihat dari kualitas sapi yang dimilikinya. Dalam penetapan kualitas sapi sonok juga tidak ada ketentuan pasti hanya pada umumnya saja seperti kecantikan, umur, bentuk fisik, dan asal keturunan karena setiap penjual memiliki kriteria cantik tersendiri. Namun, Efendy (2014) menjelaskan karakteristik sapi yang baik dan memiliki nilai jual tinggi yakni postur tubuh besar, punuk besar, badan panjang, kulit merah bata, jinak dan tanduk rapi melengkung menyerupai huruf "U". Kualitas sapi selain dijadikan sebagai penentu harga, juga menjadi hal utama dalam penerapan strategi harga yang dilakukan oleh pedagang.

Harga anakan sapi sonok (*pedet*) yang berumur 9-11 bulan sebesar 20.000.000 - 25.000.000 rupiah, sedangkan harga indukan sapi sonok sebesar 30.000.000 - 45.000.000 rupiah. Sejalan dengan hasil analisis struktur pasar yang mengarah pada pasar oligopoli yang mana terjadi persaingan harga dari sebagian konsumen. Penetapan harga terjadi karena adanya dorongan kerja sama pada perilaku pasar, karena harga merupakan senjata efektif dalam suatu persaingan dan juga bagian kritis yang harus dikontrol (Kirana, 2003).

Analisis Kinerja Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Analisis kinerja industri menggunakan analisis *price cost margin* (PCM). Analisis PCM salah satu indikator untuk memperkirakan keuntungan kasar industri serta mengukur kemampuan industri untuk meningkatkan harga diatas biaya produksi (Lipczyński, 2005 dalam Wurryanto, 2011).

Tabel 5
Perhitungan PCM Industri Rumah Tangga Ternak Sapi Sonok

Pedagang	Output (Rp)	Input (Rp)	Nilai Tambah (Rp)	PCM (%)
Pedagang 1	63.000.000	30.681.667	32.318.333	51,30
Pedagang 2	15.000.000	13.548.333	1.451.667	9,68
Pedagang 3	255.000.000	41.653.333	213.346.667	83,67
Pedagang 4	270.000.000	33.721.000	236.279.000	87,51
Pedagang 5	25.000.000	23.968.333	1.031.667	4,13
Pedagang 6	17.000.000	13.925.000	3.075.000	18,09
Pedagang 7	16.500.000	15.154.333	1.345.667	8,16
TOTAL				262,54
RATA-RATA				37,50

Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan perhitungan PCM seluruh pedagang sapi sonok di Desa Waru Barat pada Tabel 5 menunjukkan bahwa pedagang 4 memiliki nilai PCM tertinggi sebesar 87,51%. Sedangkan, nilai PCM terendah sebesar 4,13% yang dimiliki oleh pedagang 5. Namun, jika dilihat dari total rata-rata nilai PCM dari tujuh pedagang yaitu sebesar 38%, mengartikan bahwa kinerja industri rumah tangga ternak sapi sonok di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan masih berada di tingkat rendah karena nilai rata-rata PCM kurang dari 50%. Menurut Firmansyah et al., (2021) apabila nilai PCM tinggi maka pangsa pasar juga tinggi, hal ini terjadi karena terdapat hubungan yang saling mempengaruhi antara struktur dan kinerja. Begitu juga apabila nilai CR4 tinggi maka nilai PCM akan tinggi.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian struktur, perilaku dan kinerja industri rumah tangga ternak sapi sonok yang dilakukan di Desa Waru Barat Kabupaten Pamekasan dapat disimpulkan bahwa: 1) berdasarkan struktur pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna yaitu pasar oligopsoni ketat dan monopsoni, 2) perilaku pasar industri rumah tangga ternak sapi sonok dalam penentuan harga, peternak memiliki kekuatan dan hanya

terbentuk dua saluran pemasaran dimana seorang pedagang sapi sonok juga merupakan peternak sapi sonok, 3) berdasarkan kinerja industri rumah tangga ternak sapi sonok dilihat dari nilai rata-rata keuntungan yang masih berada di tingkat rendah karena kurang dari 50%. Saran dari penelitian ini yaitu diharapkan produsen dapat menekankan dalam penggunaan biaya output dan input sehingga keuntungan yang diperoleh akan seimbang dan kinerja ternak sapi sonok menjadi tinggi. Kinerja yang tinggi juga akan menunjukkan keterkaitan dengan struktur pasar yang hanya dikuasai oleh beberapa industri. Selain itu, penulis mengharapkan kepada peneliti lain untuk mengulas lebih lanjut terkait budidaya ternak sapi sonok Madura.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. Kurniati. (2013). *Budidaya Sapi Sonok Di Kecamatan Waru Pamekasan*.
- Ambarwati, D. W., & Ratna, P. (2019). Analisis Pendapatan Usaha Sapi Sonok Dan Sapi Karapan Di Desa Pasongsongan Kabupaten Sumenep. *Seminar Nasional Optimalisasi Sumberdaya Lokal Di Era Revolusi Industri 4.0*.
- Aninditya, Ratna. 2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus. Surabaya.
- Ananda, R., & Jallil, A. (2016). Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik (Doctoral dissertation, Riau University). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1-15.
- Arthatiani, F. Y., Luhur, E. S., Suryawati, S. H., & Kurniawan, T. (2020). Analisis Struktur, Perilaku Dan Kinerja Pasar Industri Tuna Di Indonesia. *J. Sosek KP*, 15(1), 69-82.
- Baladina, N. (2012). Analisis Struktur, Perilaku, Dan Penampilan Pasar Wortel Di Sub Terminal Agrobisnis (STA) Mantung (Kasus pada Sentra Produksi Wortel di Desa Tawang Sari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang). *AGRISE*, XII(2), 1412-1425.
- Cahyono, S. A. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Petani Menyadap Pinus Di Kawasan Hutan Dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Gombang. *Tekno Hutan Tanaman*, 4(2), 49-56.
- Dedimus, M., Randu, S., Suek, F. S., Komang, I. G., & Wirawan, O. (2020). Pemberdayaan Peternak Sapi Pola Paronisasi melalui Pembuatan Pupuk Bokashi di Desa Oeletsala, Kabupaten Kupang. *Agrokreatif*, 6(1), 15-23.
- Efendy, J. (2014). Karapan Sapi dan Sapi Sonok Sebagai Faktor Pendukung Terjaganya Kemurnian Sapi Madura di Pulau Madura. *Prosiding Seminar Nasional Pertanian Ramah Lingkungan Mendukung Bioindustri Di Lahan Sub Optimal, September*, 134-266.
- Firmansyah, Hoesni, F., Pahantus, M., & Afriani, H. (2021). Analisis Structure-Conduct-Performance Pasar Ternak Sapi Dan Kerbau Untuk Meningkatkan Efisiensi Pemasaran. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5 (September).
- Frastika, F. D., Wijyantini, B., & Gunawan, Y. (2020). *Analisis Structure Conduct Performance (SCP) Pada Industri Peternak Telur Bebek Di Desa Kencong*.
- Hartatik, T., Mahardika, D. A., Satya, T., Widi, M., & Baliarti, E. (2009). Karakteristik Dan Kinerja Induk Sapi Silangan Limousin-Madura Dan Madura Di Kabupaten Sumenep Dan Pamekasan. *Buletin Peternakan*, 33(3), 143-147.

- Hartono, B. (2012). Peran Daya Dukung Wilayah Terhadap Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Madura. *Ekonomi Pembangunan*, 13(2), 316–326.
- Jaya, Wihana Kirana. (2001). *Ekonomi Industri*. BPFE, Yogyakarta. Perekonomian Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Kariyasa, K. (2005). Sistem Integrasi Tanaman-Ternak Dalam Perspektif Reorientasi Kebijakan Subsidi Pupuk dan Peningkatan Pendapatan Petani. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 3(1), 68–80.
- Khavidhurrohmaningrum. (2013). Strategi Dan Perilaku Industri Pengolahan Di Kota Semarang Tahun 2007-2011. *Economics Development Analysis Journal*, 2(3), 220–233.
- Kimbal, R.W. 2015. *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil Sebuah Studi Kualitatif*. Penerbit : Depublish, Yogyakarta.
- Liana, L. (2008). Struktur, Memperkokoh Nasional, Perekonomian. *Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Sebagai Sarana Memperkokoh Struktur Perekonomian Nasional*, 15(2), 98–106.
- Lilimantik, E. (2011). Struktur, Perilaku dan Penampilan Pasar Usaha Budidaya Ikan Mas (*Cyprinus carpio*) Dalam Karamba di Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan Structure , Conduct and Marketing Performance of Aquaculture Goldfish (*Cyprinus carpio*) Effort at Karamba. *J-PAL*, 1(2), 103–108.
- Lutvanyiah, S., Perwitasari-Farajallah, D., & Farajallah, A. (2017). Morphological Characters Comparison of Sonok and Madura Cattle. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 22(1).
- Nugroho, T., Maharani, D., & Widi, T. S. M. (2019). Identifying The Stakeholders And Sustainability Indicators For Sonok Breeding System. *ISTAP*.
- Nurgiantiningsih. (2010). Sistem Breeding dan Performans Hasil Persilangan Sapi Madura di Madura. *J. Ternak Tropika*, 11(2), 23–31.
- Nurhasanah, D. T. (2019). Analisis Structure Conduct Dan Performance Pada Industri Tape Di Kabupaten Bondowoso. *Kebaruan Dan Kode Etik Penelitian*, 278–288.
- Nurlaila, Kurnadi, Zali, & Nining. (2018). Status Reproduksi Dan Potensi Sapi Sonok Di Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*, 6(3), 147–154.
- Nurlaila, S. dan, & Kutsiyah, F. (2012). Potret Selintas Sapi Sonok di Eks Kawedanan Waru Kabupaten Pamekasan. *Hayati*, 9(5), 216–382.
- Nurlaila, S., & Zali, M. (2020). Faktor Mempengaruhi Peningkatan Populasi Sapi Madura di Sentra Sapi Sonok Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Ilmu Dan Teknologi Peternakan Tropis*, 7(1), 21.
- Pratama, M. R., Kornita, S. E., & Paili, E. A. (2017). Analisis Structure Conduct Performance (SCP) Pada Industri Kecil Dan Menengah Makanan Olahan Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pada IKM Tahu di Kecamatan Payung Sekaki). *JOM Fekon*, 4(1), 661–675.
- Rafi'i, Subhan, A., & Jamalullail. (2021). The Meaning of Sapi Sonok Culture for Madura Community. *769 International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPST)*, 28(2), 105–111.
- Rizkyanti, A. (2010). Analisis Struktur Pasar Industri Karet Dan Barang Karet Periode Tahun 2009. *Media Ekonomi*, 18(2).

-
- Sukirno, Sadono, 2002. *Makro Ekonomi Modern*, P.T.Rajawali Grafindo Persada: Jakarta.
- Safitri, R. P., Riana, F. D., & Widyawati, W. (2021). Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar Benih Jagung (*Zea Mays L.*) Di Amerika Serikat, India, Dan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (JEPA)*, 5(4), 1019–1036.
- Siswijono, S. B., Nurgiartiningsih, A., & Hermanto. (2013). *Pengembangan Model Kelembagaan Konservasi Sapi Madura*. Universitas Brawijaya Malang.
- Spiegel, Y. (2021). The Herfindahl-Hirschman Index and the Distribution of Social Surplus. *Journal of Industrial Economics*, 69(3), 561–594.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Widiati, R., & Kusumastuti, T. A. (2013). *Manajemen Agribisnis: Aplikasi Pada Industri Peternak* (B. S. Hertanto (ed.); 1st ed.). CGS Press PT Citra Gama Sakti.
- Yuliawati, L. (2017). Analisis Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica*, 1(2), 267.
- Zuhri, S. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3).