

II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kebijakan

Perusahaan-perusahaan baik perusahaan industri pada umumnya memiliki kebijakan yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan. Kebijakan adalah panduan untuk mengambil keputusan dan menangani situasi-situasi yang repetitif atau berulang-ulang, kebijakan meliputi pedoman, aturan dan prosedur yang ditetapkan untuk mendukung upaya-upaya pencapaian tujuan yang tersurat (Fred R. David, 2009 : 20). Pengertian lainnya tentang kebijakan adalah rangkaian konsep dan asas yang menjadi pedoman dan dasar rencana dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, kepemimpinan, dan cara bertindak. Istilah ini dapat diterapkan pada pemerintahan, organisasi dan kelompok sektor swasta, serta individu. Kebijakan berbeda dengan peraturan dan hukum. Jika hukum dapat memaksakan atau melarang suatu perilaku (misalnya suatu hukum yang mengharuskan pembayaran pajak penghasilan), kebijakan hanya menjadi pedoman tindakan yang paling mungkin memperoleh hasil yang diinginkan. Kebijakan sebagai serangkaian tindakan atau kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu (Agustino, 2008:7).

2.2 Industri

2.2.1 Pengertian Industri

Industri dapat dijelaskan dalam berbagai aspek, baik dalam lingkup makro maupun dalam lingkup mikro. Secara mikro industri adalah kumpulan dari perusahaan – perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang – barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat. Sedangkan secara makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1994 : 12).

Secara sederhana dalam kamus besar ekonomi (Winarno dan Ismaya, 2007: 252) dijelaskan bahwa definisi industri adalah kegiatan ekonomi dengan memproses atau mengolah bahan-bahan atau barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, seperti mesin, untuk menghasilkan barang jadi atau jasa.

Undang-Undang RI No.5 tahun 1984 tentang perindustrian menjelaskan, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Hasibuan (1994) menjelaskan pengertian industri secara luas yaitu, dapat dalam lingkup makro maupun mikro. Secara mikro industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat yang saling

mengganti sangat erat. Dari segi pembentukan pendapatan yakni cenderung bersifat makro. Industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi batasan industri yaitu secara mikro sebagai kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang sedangkan secara makro dapat membentuk pendapatan.

Menurut *Badan Pusat Statistik (2008)* industri mempunyai dua pengertian : Pengertian secara luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi yang bersifat produktif, dan pengertian secara sempit ialah, industri hanyalah mencakup industri pengolahan yaitu suatu kegiatan ekonomi yang mengubah suatu barang dasar mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi dan atau barang jadi, kemudian membuat barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih bernilai dan sifatnya lebih kepada pemakaian akhir.

2.2.2 Klasifikasi Industri

Berdasarkan klasifikasi industri melalui tenaga kerja, bahan baku dan produksi yang dihasilkan ialah : Badan Pusat Statistik (BPS) membagi industri berdasarkan banyaknya tenaga kerja yang dimiliki sehingga terdapat 4 kelompok industri :

1. Industri besar, memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih.
2. Industri sedang, memiliki tenaga kerja antara 20–99 orang.
3. Industri kecil, memiliki tenaga kerja antara 5–19 orang.
4. Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1–4 orang.

Klasifikasi industri berdasarkan bahan baku adalah :

1. Industri ekstraktif, yaitu industri yang bahan bakunya diperoleh langsung dari alam. Misalnya : industri hasil pertanian, industri hasil perikanan, dan industri hasil kehutanan.
2. Industri nonekstraktif, yaitu industri yang mengolah lebih lanjut hasilhasil industri lain. Misalnya : industri kayu lapis, industri pemintalan, dan industri kain.
3. Industri fasilitatif, atau disebut juga industri tertier. Kegiatan industrinya adalah dengan menjual jasa layanan untuk keperluan orang lain.

Klasifikasi industri berdasarkan produk yang di hasilkan :

1. Industri primer, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang tidak perlu pengolahan lebih lanjut. Barang atau benda yang dihasilkan tersebut dapat dinikmati atau digunakan secara langsung. Misalnya : industri anyaman, industri konveksi, industri makanan dan minuman.
2. Industri sekunder, yaitu industri yang menghasilkan barang atau benda yang membutuhkan pengolahan lebih lanjut sebelum dinikmati atau digunakan. Misalnya : industri pemintalan benang, industri ban, industri baja, dan industri tekstil.
3. Industri tertier, yaitu industri yang hasilnya tidak berupa barang atau benda yang dapat dinikmati atau digunakan baik secara langsung maupun tidak langsung, melainkan berupa jasa layanan yang dapat mempermudah atau membantu kebutuhan masyarakat. Misalnya : industri angkutan, industri perbankan, industri perdagangan, dan industri pariwisata.

Klasifikasi industri yang terdapat dalam undang-undang No.9 tahun 1995 ditetapkan bahwa :

1. Industri kecil adalah jenis usaha kecil yang memiliki aset neto (tanpa gedung dan tanah) tidak lebih dari Rp 200.000.000.
2. Industri menengah adalah usaha yang memiliki aset neto antara Rp. 200.000.000 sampai Rp 10.000.000.000.
3. Industri besar adalah usaha yang memiliki aset neto diatas Rp. 10.000.000.000.

Perindustrian di Indonesia memiliki kelompok – kelompok golongan tertentu, penggolongan yang terkenal dengan nama *Internasional Standard Industrial Classification* (ISIC) mengelompokkan berdasarkan komoditas – komoditas tertentu, sembilan kelompok adalah :

Tabel 5. Daftar Penggolongan Kelompok Industri menurut ISIC

Kode	Penggolongan Kelompok Industri
31	Kelompok industri makanan, minuman, dan tembakau
32	Kelompok industri tekstil dan kulit
33	Kelompok industri kayu dan barang-barang kayu
34	Kelompok industri kertas, barang-barang dari kertas termasuk percetakan dan penerbitan
35	Kelompok industri kimia, barang-barang kimia, termasuk barang-barang dari minyak bumi, karet, dan batu bara
36	Kelompok industri barang-barang galian bukan logam, kecuali minyak bumi dan batu bara
37	Kelompok industri barang-barang dari logam dasar
38	Kelompok industri barang-barang dari logam, seperti mesin-mesin dan peralatan
39	Kelompok industri lain-lain, seperti alat-alat kantor, alat-alat olahraga, dan lain-lain

Sumber : Hasibuan, (1994:14)

2.2.3 Pengertian Industri Kecil

Pengertian usaha kecil menurut UU No 9 tahun 1995 didasarkan atas kekayaan yang dimiliki adalah :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki penjualan hasil tahunan Rp 1.000.000.000,- (satu miliar rupiah).
3. Milik Warga Negara Indonesia.
4. Berdiri Sendiri.

Karakteristik atau ciri-ciri usaha kecil secara umum berdasarkan studi-studi yang dilakukan Milzer serta Musselman dan Hugehs (Sutojo dkk, 1994) dapat disimpulkan bahwa :

1. Kegiatan usaha cenderung tidak formal dan jarang yang memiliki rencana usaha.
2. Struktur organisasi bersifat sederhana.
3. Jumlah tenaga kerja terbatas dengan pembagian kerja yang longgar.
4. Kebanyakan tidak melakukan pemisahan antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan.
5. Skala ekonomi terlalu kecil sehingga sukar menekan biaya.
6. Margin keuntungan sangat terbatas.

Adapun pengertian Industri Kecil menurut berbagai ahli adalah sebagai berikut :

Dinas Perindustrian dan Perdagangan menjelaskan, Industri Kecil adalah industri perdagangan yang mempunyai tenaga kerja diantara 5-19 orang,

sedangkan menurut Badan Pusat Statistika (BPS) menjelaskan bahwa Industri Kecil adalah sebuah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja kurang dari 20 orang, termasuk yang dibayar, pekerja pemilik dan pekerja keluarga yang tidak dibayar. Selanjutnya BPS memberikan kriteria sederhana berdasarkan dari jumlah tenaga kerja atau unit usaha sebagai berikut :

1. Industri rumah tangga dengan tenaga kerja 1-4 orang.
2. Industri kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang.
3. Industri sedang dengan tenaga kerja 20-99 orang.
4. Industri besar dengan tenaga kerja 100 orang lebih.

2.2.4 Deskripsi Keripik

Keripik atau kripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan, atau sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu.

Secara umum keripik dibuat melalui tahap penggorengan, tetapi ada pula dengan hanya melalui penjemuran, atau pengeringan. Keripik dapat berasa dominan asin, pedas, manis, asam, gurih, atau paduan dari kesemuanya.

Biasanya keripik pada umumnya berbahan dasar umbi-umbian seperti pisang, singkong, dan kentang ada juga yang berbahan kedelai seperti tempe, semua bahan tersebut diolah dengan proses penggorengan manual, bahkan seperti buah-buahan pun dapat di olah menjadi keripik dengan cara penggorengan vakum, semua bahan dasar ini dapat di peroleh dengan mudah di lingkungan sekitar masyarakat.

Seperti halnya keripik singkong mempunyai prospek yang mengembirakan. Karena dengan harga yang sangat terjangkau konsumen bisa menikmati keripik singkong yang renyah, gurih, dan nikmat. Seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya keripik singkong sebagai makanan ringan yang lezat dan bernilai gizi tinggi, maka permintaan konsumen dan pasar terhadap keripik singkong, contoh lainnya ialah keripik pisang, keripik pisang adalah suatu produk makanan ringan yang terbuat dari irisan buah pisang dan diolah dengan cara digoreng sama halnya seperti pembuatan keripik singkong. Tujuan pengolahan pisang menjadi keripik pisang adalah untuk memberikan nilai tambah dan potensi jual dari buah pisang.

2.3 Peranan Sektor Industri

Sektor Industri merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Kontribusi sektor Industri terhadap pembangunan nasional dari tahun ke tahun menunjukkan kontribusi yang signifikan. Peranan sektor industri dalam pembangunan ekonomi nasional dapat ditelusuri dari kontribusi masing-masing subsektor terhadap laju pertumbuhan ekonomi nasional atau terhadap produk domestik bruto. Oleh karena itu, industri perlu dikembangkan di karenakan :

1. Industri dapat menyerap banyak tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak IKRT (Industri Kecil Rumah Tangga) intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal, sehingga berdampak terhadap penurunannya angka pengangguran, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan,

dan pembangunan ekonomi di suatu wilayah, dari sisi kebijakan IKRT jelas tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, tetapi juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan.

2. Industri kecil dan rumah tangga (IKRT) memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas, meskipun jika dibandingkan dengan industri besar kontribusinya masih jauh lebih kecil (Kuncoro, 2007 : 362).

Beberapa dampak positif industri yang juga menjadi peranan industri kecil dalam kehidupan masyarakat, antara lain :

1. Menambah penghasilan penduduk sehingga meningkatkan kemakmuran.
2. Menghasilkan barang yang beraneka macam jenis yang diperlukan oleh masyarakat dan untuk mengurangi ketergantungan negara pada luar negeri.
3. Memperluas lapangan kerja dan memberi sumbangan devisa bagi negara.

2.4 Perilaku Perusahaan

Perilaku industri adalah pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuannya (Hasibuan, 1994 : 16). Perilaku di setiap perusahaan industri akan berbeda beda tergantung dari kebijakan yang di terapkan oleh pimpinan perusahaan.

Terdapat lima indikator kebijakan industri keripik yaitu : kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama.

1. Produk

Produk menurut Kotler (2009 : 23) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Setiap perusahaan dalam meningkatkan volume penjualannya dan bagian pasar sasaran, perlu mengadakan usaha penyempurnaan dan perubahan produk kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya tarik, keunikan, daya guna dan tingkat kepuasan yang lebih kepada konsumen. Strategi produk perlu untuk menciptakan dan menyediakan produk yang tepat bagi pasar yang dituju. Strategi ini meliputi : penetapan segmen pasar atau pasar yang dituju, manfaat yang ditawarkan, cara dan waktu penggunaan, bentuk kemasan, merek, dan lainnya.

2. Harga

Tjiptono (2004) berpendapat bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Dilihat dari sudut pandang perusahaan, harga merupakan unsur terpenting dalam pemasaran yang menghasilkan aliran pemasukan bagi kas perusahaan. Penetapan harga yang dilakukan perusahaan harus dapat menutupi semua biaya produksi, bahkan lebih dari itu melalui harga yang ditetapkan perusahaan memperoleh keuntungan yang optimal serta mempengaruhi konsumen agar tidak berpindah pada pesaing. Faktor – faktor yang mempengaruhi harga antara lain ialah : keadaan ekonomi,

permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan, biaya yang dikeluarkan, tujuan perusahaan dan pengawasan pemerintah.

3. Promosi

Promosi menurut Kotler (2002) yaitu suatu kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran. Pengertian promosi ini memperlihatkan bahwa peranan promosi sangat penting untuk mempengaruhi konsumen dalam meningkatkan volume pembeliannya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Tujuan utama promosi adalah memperkenalkan apa manfaat dan kelebihan produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi yang dilakukan perusahaan antara lain adalah besarnya dana yang tersedia untuk melakukan promosi, sifat pasar, jenis produk dan tahap-tahap siklus hidup produk. Cara-cara promosi yang dilakukan adalah : periklanan, personal selling, promosi penjualan, publisitas dan hubungan masyarakat.

4. Pelayanan Konsumen

Pekerja adalah semua orang yang biasanya bekerja disuatu perusahaan atau usaha yang dibedakan atas pekerja produksi dan pekerja lainnya (selain produksi) seperti tenaga administrasi dan keuangan. Pengertian tersebut menjelaskan bahwa semua pekerja berpartisipasi dalam hal produksi produk, memberikan petunjuk kepada pelanggan dan lain-lain. Setiap perusahaan harus tetap memperhatikan penampilan, perilaku dan sikap karyawan ketika melayani pelanggan. Hal-hal tersebut jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap jasa yang disediakan oleh perusahaan maupun penilaian konsumen terhadap perusahaan. Kotler

(2002:83) mendefinisikan pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

5. Kerjasama Integrasi dan Merger

Perilaku integrasi dan merger ternyata bervariasi antar industri. Integrasi secara umum didefinisikan sebagai penggabungan sumber-sumber yang produktif. Integrasi dapat dilakukan melalui merger, yang didefinisikan sebagai penggabungan antara dua perusahaan atau lebih menjadi sebuah perusahaan yang lebih besar. Aktifitas integrasi diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu integrasi vertikal (*vertical integration*), integrasi horizontal (*horizontal integration*) dan merger konglomerat (*aconglomerate merger*). Merger horizontal terjadi bila dua perusahaan atau lebih yang berada di dalam garis bisnis yang sama melakukan penggabungan. Selanjutnya, merger vertikal merupakan penggabungan dua perusahaan atau lebih yang memiliki keterkaitan produksi pada proses berkelanjutan diantara satu perusahaan dengan perusahaan industri lainnya. Terakhir, merger konglomerat yaitu bila dua perusahaan atau lebih yang bergabung tersebut berada di dalam industri yang tidak berhubungan satu dengan yang lainnya.

2.5 Kinerja Perusahaan

Kinerja adalah suatu perbuatan, kegiatan, tindakan dan perbuatan yang ditujukan untuk mencapai sesuatu yang telah ditetapkan dan dikehendaki atau ditargetkan. Dalam konteks yang sama, Departemen Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa kinerja adalah sesuatu yang dicapai atau prestasi yang diperlihatkan. Menurut Kuncoro (2007 : 151), kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Namun, agar lebih terperinci kinerja dapat pula tercermin melalui efisiensi, pertumbuhan(termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, serta kebanggaan kelompok.

Secara umum kinerja usaha kegiatan ekonomi dapat diartikan sebagai penampilan kegiatan dari suatu usaha ekonomi yang dilakukan pada satu periode waktu tertentu, sehingga dengan hal tersebut dapat dianalisis mengenai prestasi dari hasil kegiatan tersebut. Kinerja industri sendiri adalah struktur kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri, antara lain : kesempatan kerja, tingkat laba (*profitabilitas*), pertumbuhan industri, pemerataan pendapatan dan kemajuan teknologi. Kinerja usaha ekonomi berkaitan dengan jalanya proses produksi dalam suatu industri. Oleh sebab itu industri merupakan salah satu sektor yang mempunyai andil besar dalam pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah.

2.6 Penelitian Terdahulu

Menurut Kusumantoro (2010) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Industri Mebel di Kota Bandar Lampung (Suatu Kajian Tentang Perilaku Perusahaan Mebel)” yang berisi tentang ketepatan perilaku perusahaan industri mebel di Bandar Lampung. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana ketetapan perilaku pengusaha industri mebel di Kota Bandar Lampung yang dilihat dari : kebijakan produk, kebijakan penentuan harga, kebijakan non harga, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama. Penelitian ini menggunakan alat analisis pengukuran Variabel Perilaku dan uji validitas. Uji validitas angket digunakan koeralasi *product moment*.

Hasil perhitungan dinyatakan bahwa ketetapan perilaku perusahaan dilihat dari kebijakan produk yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan industri Mebel di Bandar Lampung diperoleh hasil 70,64%, dari kebijakan harga diperoleh hasil 71,14%, dari kebijakan non harga diperoleh hasil 53,5%, dari kebijakan pelayanan diperoleh hasil 72,22% dan dilihat dari kebijakan kerja sama diperoleh hasil 70,60%. Ketepatan perilaku perusahaan yang paling kuat adalah kebijakan pelayanan yaitu sebesar 72,22% dari pencapaian skor harapan, sedangkan ketepatan perilaku perusahaan yang masih sangat kurang adalah kebijakan non harga yaitu dalam melakukan promosi atau iklan dengan pencapaiannya hanya sebesar 53,5%. Ketepatan perilaku perusahaan industri Mebel di Bandar Lampung secara menyeluruh adalah sebesar 67,62%.

Penelitian yang dilakukan oleh Noviani (2010) yang berjudul “Analisis Usaha Industri Kerupuk Kerecek Pati Skala Rumah Tangga di Kabupaten Klaten” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya biaya, penerimaan, keuntungan, profitabilitas, efisiensi dan risiko usaha industri kerupuk kerecek pati skala rumah tangga di Kabupaten Klaten (Kasus di Kecamatan Pedan). Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu Desa Keden Kecamatan Pedan karena satu-satunya sentra usaha industri kerupuk kerecek pati skala rumah tangga di Kabupaten Klaten.

Pengambilan responden dilakukan dengan teknik sensus dan diperoleh responden yang berjumlah 20 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan pencatatan. Analisis data yang digunakan meliputi analisis biaya, penerimaan, keuntungan dan profitabilitas, analisis efisiensi usaha serta analisis risiko.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa total biaya rata-rata yang dikeluarkan pengusaha kerupuk kerecek pati dalam satu bulan selama bulan Februari 2010 sebesar Rp 9.561.581,63. Penerimaan rata-rata yang diperoleh pengusaha adalah sebesar Rp 11.387.600,00 dan keuntungan rata-rata yang diperoleh pengusaha kerupuk kerecek pati sebesar Rp 1.826.018,37 dengan nilai profitabilitas sebesar 19,10%. Usaha industri kerupuk kerecek pati yang dijalankan selama ini sudah efisien yang ditunjukkan dengan R/C rasio lebih dari satu yaitu sebesar 1,19. Besarnya nilai koefisien variasi (KV) pada usaha

industri kerupuk krecek pati adalah 0,74. Hal ini dapat diartikan bahwa usaha industri kerupuk krecek pati yang dijalankan memiliki peluang kerugian dan dikatakan usaha ini berisiko tinggi dengan me-nanggung kerugian tertinggi sebesar Rp 885.517,54 per bulan.

Penelitian selanjutnya yaitu oleh Burhan dan Suman (2008) yang berjudul “Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Pasar Pupuk di Jawa Timur”. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis struktur pasar bersubsidi pupuk di Jawa Timur, (2) menganalisis kebutuhan pupuk bersubsidi yang harus dialokasikan untuk pertanian mereka, (3) untuk mengamati jika ada penyimpangan pupuk bersubsidi saat pendistribusian. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa struktur pasar memiliki karakteristik sebagai berikut : akses informasi pasar umumnya cukup bahkan di antara distributor pada tingkat yang sama tetapi tidak di antara tingkat yang berbeda.

Dilihat dari sudut pandang perilaku pasar, ditemukan bahwa ada perilaku yang mengakibatkan beberapa penyimpangan dalam saluran distribusi. Ini adalah hasil struktur pasar yang ditandai dengan oligopolistik di alam.

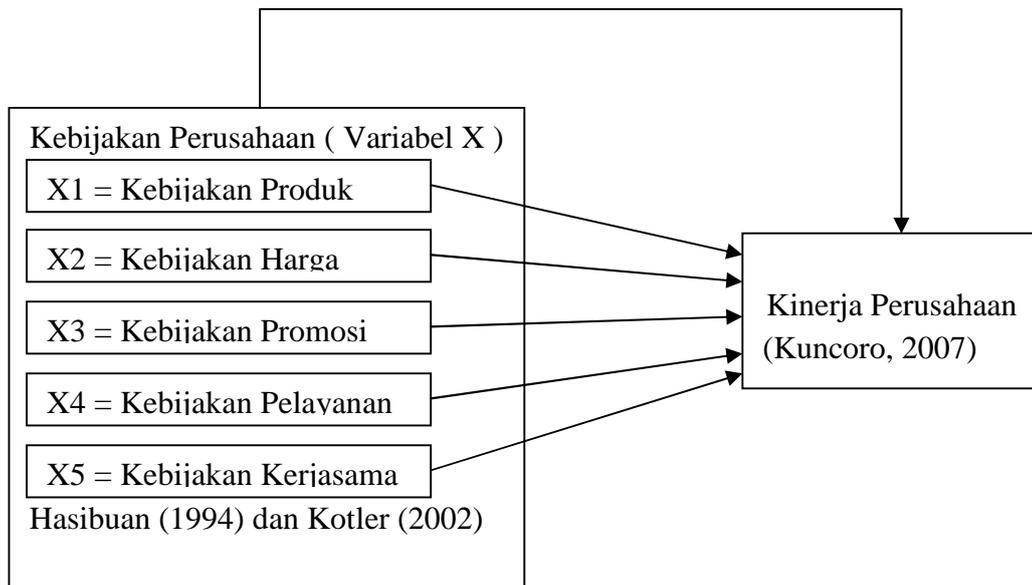
Struktur pasar dan perilaku mengakibatkan tingkat harga pupuk jauh di atas harga eceran tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah, namun petani terpaksa membeli karena mereka membutuhkan. Metode yang digunakan adalah Pendekatan *Structure, Conduct, dan Performance Markets* (SCP).

Dalam model SCP yang dinamik, model diasumsikan mempunyai hubungan interdependensi atau simultan diantara struktur pasar, perilaku pasar dan kinerja pasar. Struktur pasar dan perilaku pasar akan mempengaruhi kinerja pasar.

Begitu pula sebaliknya kinerja pasar akan mempengaruhi struktur dan perilaku pasar dalam jangka panjang.

2.7. Kerangka Pemikiran

Pembahasan dalam penelitian ini yang pertama adalah pengenalan industri keripik di Kecamatan Kedaton Bandar Lampung itu sendiri, dan kemudian menjelaskan variabel bebas yaitu X_1 adalah “Kebijakan Produk”, X_2 adalah “Kebijakan Harga”, X_3 adalah “Kebijakan Promosi”, X_4 adalah “Kebijakan Pelayanan” dan X_5 adalah “Kebijakan Kerjasama” yang dihubungkan dengan variabel terikat yaitu Y sebagai “Kinerja Perusahaan”.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis tentunya memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan maksimal. Proses dalam mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus mengimplementasikan kebijakan yang tepat bagi

perusahaan. Perusahaan-perusahaan seperti di sentral keripik ini memiliki kebijakan-kebijakan yaitu seperti kebijakan produk, harga, pelayanan, promosi dan kebijakan kerjasama yang di implementasikan oleh masing-masing perusahaan telah diterapkan sesuai dengan apa yang diharapkan demi peningkatan kinerja perusahaan.

2.8. Hipotesis

1. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan produk yang ditetapkan terhadap kinerja industri.
2. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan harga yang ditetapkan terhadap kinerja industri.
3. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan promosi yang ditetapkan terhadap kinerja industri.
4. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan pelayanan yang ditetapkan terhadap kinerja industri.
5. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara kebijakan kerjasama yang ditetapkan terhadap kinerja industri.
6. Diduga terdapat pengaruh signifikan antara keseluruhan kebijakan (kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama) terhadap kinerja industri.