

**PERILAKU PERUSAHAAN DALAM USAHA MENINGKATKAN
KINERJA PADA INDUSTRI EKSPEDISI MUATAN KAPAL LAUT DI
KOTA BANDAR LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

RUDEVIANSYAH. M



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

ABSTRACT

COMPANY BEHAVIOR IN BUSINESS INCREASES PERFORMANCE IN THE EXPEDITION INDUSTRY OF SEA MILLION IN BANDAR LAMPUNG CITY

By

RUDEVIANSYAH MUHAMMAD

The purpose of this study is to determine the level of concentration and know the relationship of corporate behavior with the performance of goods delivery service business in the city of Bandar Lampung. Research methodology used is survey method that is research method which take population as sample. Using questionnaires as a tool for retrieving primary primary data. The results of this study show first, corporate behavior and business performance is quite efficient. Second, using the correlation between corporate behavior and business performance is efficient.

Key words: Business performance, Business development, Company behavior, Coefficient of correlation.

ABSTRAK

PERILAKU PERUSAHAAN DALAM USAHA MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI EKSPEDISI MUATAN KAPAL LAUT DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Oleh

RUDEVIANSYAH MUHAMMAD

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat konsentrasi dan mengetahui hubungan perilaku perusahaan dengan kinerja usaha jasa pengiriman barang di kota Bandar Lampung. Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu metode penelitian yang mengambil populasi sebagai sampel. Menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu untuk mengambil data primer yang pokok. Hasil penelitian ini menunjukkan pertama, perilaku perusahaan dan kinerja usaha sudah cukup efisien. Kedua, menggunakan kolerasi antara perilaku perusahaan dan kinerja usaha sudah efisien.

Kata Kunci: Kinerja usaha, *koefisien kolerasi*, Perilaku Perusahaan, Perkembangan usaha.

**PERILAKU PERUSAHAAN DALAM USAHA MENINGKATKAN
KINERJA PADA INDUSTRI EKSPEDISI MUATAN KAPAL LAUT DI
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

RUDEVIANSYAH. M

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI**

Pada

**Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2017**

Judul Skripsi

: **PERILAKU PERUSAHAAN DALAM USAHA
MENINGKATKAN KINERJA PADA INDUSTRI
EKSPEDISI MUATAN KAPAL LAUT DI KOTA
BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: **Rudeviansyah.M**

No. Pokok Mahasiswa : **1211021104**

Jurusan

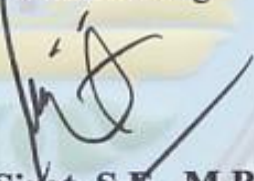
: **Ekonomi Pembangunan**

Fakultas

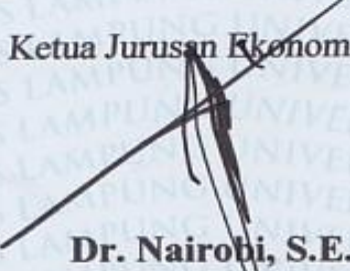
: **Ekonomi dan Bisnis**

MENYETUJUI

1. **Komisi Pembimbing**


Muhiddin Sirat, S.E., M.P.
NIP 19580102 198903 1 003

2. **Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan**


Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP 19660621 199003 1 003

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Muhiddin Sirat, S.E., M.P.**

Penguji I : **Zulfa Emalia, S.E., M.Sc.**

Penguji II : **Dr. Arivina Ratih YT, S.E., M.M.**

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.
NIP 19610904 198703 1 011

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Juli 2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai yang berlaku.

Bandar Lampung, 26 Juli 2017

Penulis



Rudeviansyah Muhammad

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Rudeviansyah.M, penulis dilahirkan pada tanggal 15 Oktober 1994 di Bandar Lampung. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, dari pasangan Rudy Alwi.M dan Evi Waty

Penulis memulai pendidikannya pada tahun 1998 di Taman Kanak-kanak (TK) Pratama di Antasari Bandar Lampung, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di SD Kartika 2 Bandar Lampung pada tahun 2000. Pada tahun 2006, penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Kartika 2 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2009. Tahun 2009, penulis melanjutkan pendidikannya di SMA YP UNILA Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2012. Pada tahun yang sama, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur ujian mandiri.

Pada Januari 2016 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Sumber Jaya , Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran.

MOTTO

“Setiap hari langkah kehidupan begitu cepat, bagaikan pembalap berebut dan melaju menjadi nomor satu, tetapi yang terakhir bukanlah yang terburuk.”

(Anonymous)

“Kesuksesan adalah kemampuan untuk beranjak dari suatu kegagalan ke kegagalan yang lain tanpa kehilangan keinginan untuk berhasil.”

(Sir Wiston Churchill, Great Britain Prime Minister on World War II)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW.

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

Papa dan Mama tercinta, terima kasih telah mendidik, menyayangi, dan mengajarku banyak hal. Selalu memberikan limpahan kasih sayang, do'a yang tak henti, kesabaran, perjuangan dan pengorbanan yang luar biasa. Walaupun tidak sebanding, semoga ini dapat membuat Papa dan Mama bahagia, karena kebahagiaan Papa dan Mama adalah kebahagiaanku dan alasanku untuk tetap berjuang dan bertahan pada situasi tersulit sekalipun.

Kakak dan Adikku, yang selalu memberikan dukungan serta semangat untuk terus berusaha, berjuang dan tidak putus asa.

Seluruh anggota keluarga besar, yang selalu memberi canda tawa.

Almamater tercinta, Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

SANWACANA

Puji syukur kehadiran Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Perusahaan dalam Usaha Meningkatkan Kinerja pada Industri Ekspedisi Muatan Kapal Laut di Kota Bandar Lampung” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak terbantu dan didukung oleh berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Muhidin Sirat, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan

perhatian, motivasi, semangat dan sumbangan pemikiran kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Thomas Andrian,S.E.,M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing, memberikan perhatian, nasihat, motivasi dan semangat selama menjadi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Perusahaan Ekspedisi Muatan Kapal Laut yang telah membantu penulis dalam mencari data penelitian.
8. Papa dan mama tercinta, H.Rudy Alwi.M, dan Hj. Evi Waty. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang diberikan selama ini, serta doa yang tidak pernah putus untuk kebaikan dan kesuksesan anak-anaknya.
9. Kakakku, Reveni Softiani.M.S.IP.,M.H ,Revina Softiana.M.S.E.,M.M dan Adikku Revaldiansyah.M Terimakasih atas dukungan, semangat dan motivasi untuk terus berjuang.
10. Teman setia, Intan Maya Pratiwi.S.AN terima kasih atas dukungan dan menghibur disaat lelah.
11. Teman-teman seperjuangan, Julian Riano, Khanif, Yaser, Ketut, Giovani, Boli, Oji, Rizky, dan Aufar terimakasih untuk bantuan dan perjuangan bersama-sama hingga sampai akhir semester ini. Terimakasih atas kebersamaan yang tak bisa terlupakan.
12. Rombongan Belakang, Jibon,Naufal,Ganang,Fidel, Pindo,Maldi,Robet, Takur, Aulia,Gilang,Fildan dan Loga. Terimakasih atas dukungan dan kebersamaan.

13. Teman mendaki, Anip, Bronx , Acen,Gentry, Muamar,Rendi,Kak Utu,
Termakasih atas canda, tawa, keluh kesah serta kesalahan-kesalahan kecil
yang sering kita perbuat di dalam tenda, Salam Lestari .
14. Keluarga besar HIMEPA. Terimakasih atas pelajaran dan kerjasama serta
kebersamaannya.
15. Keluarga besar BEM FEB Unila. Terimakasih atas dukungan dan
kebersamaan yan tidak bisa terlupakan.
16. Seluruh teman-teman EP 2012 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
17. Kakak tingkat EP 2011 serta adik tingkat EP 2013, 2014, dan 2015.
18. Keluarga KKN Tematik Kecamatan Way Ratai, Kabupaten Pesawaran, Ilmi,
Hendi, Yurista, Bella,Dwi,. Terimakasih untuk 60 hari yang penuh cerita.
19. Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Ekonomi Pembangunan,
khususnya, Mas Feri, Ibu Yati, Mas Ma'ruf, Mas Rohidi dan Pak Kasim
terimakasih atas semua bantuannya.
20. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam
penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Semoga segala bantuan, bimbingan, dukungan dan do'a yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.Aamiin.

Bandar Lampung, 26 Juli 2017

Penulis,

Rudeviansyah Muhammad

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan	9

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Industri	10
B. Klarifikasi jasa	11
C. Pengertian Ekspedisi	12
D. Peran Instansi Terkait.....	12
E. Struktur pasar dan Macamnya.....	15
1. Struktur Pasar Pesaingan Murni dan Pesaingan Sempurna	16
2. Struktur Pasar Monopoli	18
3. Struktur Pasar Oligopoli	19
4. Struktur Pasar Pesaingan Monopolistis	20
F. Konsentrasi Industri	21
G. Pengertian Perusahaan	23
H. Perilaku Perusahaan	23
1. Kebijakan Harga	23
2. Kebijakan Promosi.....	24
3. Kebijakan Peningkatan Kualitas	24
4. Kebijakan Pengadaan Dana dan Modal Usaha	25
5. Kebijakan Promosi dan Pemasaran Jasa	25
I. Kinerja Industri	26
J. Hubungan Perilaku dan Kinerja dalam Perusahaan	26
K. Kerangka Pemikiran	27
L. Hipotesis	28

III. METODE PENELITIAN

A.	Jenis dan Sumber Data	31
B.	Metode Penelitian.....	31
C.	Uji Validitas dan Realibilitas	31
D.	Batasan dan Operasionalisasi Variabel.....	32
E.	Metode Penarikan Sample.....	35
F.	Alat Analisis	35
1.	Pengukuran Variabel Perilaku	35
2.	Pengukuran Variabel Kinerja.....	36
G.	Analisis Korelasi	38

IV. HASIL PERHITUNGAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Perhitungan	40
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
1.1.	Uji Validitas	40
1.2.	Uji Reliabilitas.....	41
2.	Pencapaian Kondisi Ideal Perilaku Perusahaan dan Kinerja Usaha	42
3.	Perhitungan Korelasi Variabel Perilaku Perusahaan	45
B.	Pembahasan	46
1.	Analisis Perilaku Perusahaan dan Kinerja Usaha	46
1.1.	Strategi Harga	47
1.2.	Strategi Promosi.....	47
1.3.	Strategi Peningkatan Kualitas	48
1.4.	Strategi Pengadaan Dana dan Modal Usaha	49
1.5.	Strategi Promosi dan Pemasaran	49
1.6.	Kinerja Industri Jasa EMKL	50
2.	Korelasi Perilaku Perusahaan dengan Kinerja Usaha	51
2.1.	Korelasi Strategi Harga dengan Kinerja Usaha	51
2.2.	Korelasi Strategi Promosi dengan Kinerja Usaha	52
2.3.	Korelasi Strategi Kualitas dengan Kinerja Usaha	52
2.4.	Korelasi Strategi Pengadaan Dana dengan Kinerja Usaha ..	52
2.5.	Korelasi Strategi Pemasaran dengan Kinerja Usaha	53

V. SIMPULAN DAN SARAN

A.	Simpulan	54
B.	Saran-Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1	Perusahaan ekspedisi muatan kapal laut dikota Bandar lampung.....3
2	Tarif Pelayanan ekspedisi muatan kapal laut.....4
3	Jumlah tenaga kerja perusahaan ekspedisi muatan kapal laut..... 6
4	Frekuensi pengiriman barang 7
5	Daftar pengelompokan industri11
6	Penelitian Terdahulu.....29
7	Operasionalisasi Variabel.....33
8	Tabel analisis Deskriptif.....36
9	Hasil survey uji validitas.....40
10	Hasil survey uji reliabilitas.....41
11	Persentase kondisi ideal strategi harga.....42
12	Persentase kondisi ideal strategi promosi.....43
13	Persentase kondisi ideal strategi peningkatan kualitas.....43
14	Persentase kondisi ideal strategi pengadaan dana44
15	Persentase kondisi ideal strategi pemasaran.....44
16	Persentase kondisi ideal kinerja usaha45
17	Hasil Perhitungan korelasi46
18	Hasil Interpretasi koefisien korelasi.....51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1 Saluran Industri Jasa Ekpeditasi Muatan Kapal Laut	12
2 Kerangka Pemikiran	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1	Rekapitulasi kuisionerL1
2	Rekapitulasi kuisioner kinerja (scoring.....L2
3	Rekapitulasi kuisioner kinerja usahaL3
4	Uji ValiditasL4
5	Uji ReliabilitasL5
6	Pencapaian kondisi idealL6
7	Hasil t hitungL7
8	Succesive interval.....L8
9	Hasil korelasi data interval.....L9
10	Rata – rata successive intervalL10
11	Hasil korelasi variabel perilaku dan kinerja usahaL11
12	Tabel TL12

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara berkembang yang menganut sistem perekonomian terbuka. Kegiatan ekspor dan impor turut memengaruhi kondisi perekonomian negara yang menganut sistem perekonomian terbuka. Dewasa ini ekspedisi muat kapal laut mempunyai peran yang sangat penting karena merupakan salah satu unsur yang turut menentukan perkembangan ekspor impor suatu negara. Kemajuan dibidang ekspedisi muat kapal laut memudahkan proses ekspor impor. Selain itu, arus barang dari gudang sampai ke pelabuhan dan pengurusan dokumen di bea cukai dirasakan menjadi lebih lancar dan dapat menyebar lebih luas serta merata. Lancarnya arus perpindahan dan perdagangan barang, menyebabkan makin cepatnya perputaran uang dan barang, sehingga dapat diharapkan adanya distribusi dan pendapatan yang lebih menyebar dan merata, seperti halnya yang dialami di kota Bandar Lampung. Untuk mengekspor barang dalam dilakukan dengan via darat dan laut , tetapi via lautlah yang menjadi primadona dalam ekspor impor di Bandar Lampung karena muatan bias lebih banyak dari pada via udara dari segi biaya pun harganya lebih murah dari pada via udara. Permintaan akan ekspedisi muat kapal laut demikian yang membuat fasilitas ekspor impor banyak berpusat di daerah-daerah yang perekonomiannya relatif lebih maju seperti Pulau Jawa dan Pulau Sumatera, karena fasilitas pengiriman jauh lebih baik daripada di daerah lain.

Menurut Undang-undang No. 6 tahun 1984 tentang Pos dan Giro pasal 3 ayat 3 bahwa, Menteri Perhubungan melimpahkan tugas dan wewenang pembangunan pos dan giro kepada badan yang telah ditugasi mengelola pos dan giro yang dibentuk sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Sebagai industri ekspedisi muat kapal laut di Kota Bandar Lampung, didirikan dengan maksud agar mampu pemeratakan dan meningkatkan arus komunikasi keseluruhan wilayah Indonesia. Sedangkan sebagai lembaga bisnis ekspedisi muat kapal laut, diharapkan mampu menghasilkan keuntungan dengan layanan ekspedisi muat kapal laut yang dilakukan kepada masyarakat demi tetap terjaganya kelangsungan hidup usaha. Ekspedisi muat kapal laut merupakan salah satu industri di Bandar Lampung yang selalu berusaha untuk meningkatkan labanya melalui produk ekspedisi muat kapal laut ke berbagai daerah di Indonesia yang keberadaanya sudah dikenal masyarakat secara luas.

Untuk memenuhi kepuasan konsumen ekspedisi muat kapal laut membuka kantor di berbagai kota di wilayah kota Bandar Lampung, dan kantor tersebut mampu meningkatkan pangsa pasar dan mempermudah konsumen untuk memakai jasa mereka. Kantor bertanggungjawab dibawah kantor cabang utama.

Menurut Tabel 1 perusahaan ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung berjumlah 15 .

Tabel 1. Perusahaan Ekspedisi muat kapal laut di Kota Bandar Lampung, Tahun 2016

No.	Nama Perusahaan	Kantor
1.	PT.Fajar Imani Logistik	1
2.	PT. Harum Sari Utama	1
3.	PT. Silkargo Indonesia	1
4.	PT. Scan Shipping Indonesia	1
5.	PT. Mega Samudera	1
6.	PT.Prima langgeng D.Agung	1
7.	PT. Cahaya Anugerah Rudevi	1
8.	PT. Indogrow I.S	1
9.	PT.Varuna Tirta Prakasya	1
10.	PT. Dolwin Trans Logistik	1
11.	PT. Jalamas Margatama	1
12.	PT. Roma Mas inc	1
13.	PT. Bayu Jala Segara	1
14.	PT.Branda Graha Reksa	1
15.	PT. Mulya Tri Marga	1
JUMLAH		15

Sumber : Asosiasi Logistik Forwarder Indonesia (ALFI)

Setidaknya ada tiga hal penting yang mendorong usaha ekspedisi muat kapal laut membuka di wilayah Pelabuhan Panjang, yaitu :

1. Pelabuhan Panjang adalah Salah satu jalan masuknya expor impor di provinsi lampung. Karena wilayah Pelabuhan Panjang menjadi gerbang masuknya barang barang ekspor impor di wilayah lampung,menjadikan ekspedisi muat kapal laut mudah untuk mengontrol proses pengiriman barangnya .
2. Majunya perekonomian masyarakat Bandar Lampung, sehingga membutuhkan satu pelayanan jasa, terutama ekspedisi muat kapal laut yang cepat, tepat dan terpercaya.
3. Mendorong peningkatan perekonomian Kota Bandar lampung dalam penyedian lapangan pekerjaan dan penerimaan pajak daerah.

Tarif ekspedisi muat kapal laut yang ditawarkan pada pasar sangat berpengaruh pada permintaan ekspedisi muat kapal laut dalam persaingan pasar yang amat ketat. Sehingga harga ekspedisi muat kapal laut bisa berbeda, sesuai dengan yang telah ditetapkan masing-masing perusahaan. Sebagai sampel dapat dilihat tarif masing-masing kota yang sering dituju sebagai sampel yaitu Dalam kota, Lampung Tengah, Way Kanan, Lampung Timur, Mesuji.

Tabel 2. Tarif Pelayanan Ekspedisi muat kapal laut ke Enam Daerah Yang Paling Sering Dituju Tahun 2016.

Daerah Tujuan	Tarif PT. Scan Shipping		Tarif PT.Fajar Imani Logistik	
	20 feet (Rp)	40 feet (Rp)	20 feet (Rp)	40 feet (Rp)
Dalam kota	1.105.000	1.850.000	950.000	1.500.000
Lampung Tengah	4.250.000	4.900.000	4.050.000	4.450.000
Way Kanan	5.650.000	6.235.000	5.300.000	5.980.000
Lampung Timur	5.625.000	6.350.000	5.150.000	6.200.000
Mesuji	7.650.000	8.485.000	7.300.000	8.200.000
Lampung Selatan	2.750.000	3.550.000	2.100.000	3.000.000
Daerah Tujuan	Tarif PT. Cahaya Anugerah Rudevi		Tarif PT.Silkargo Indonesia	
	20 feet (Rp)	40 feet (Rp)	20 feet (Rp)	40 feet (Rp)
Dalam Kota	1.097.000	1.800.000	1.225.000	1.935.000
Lampung Tengah	4.200.000	4.800.000	4.250.000	4.850.000
Way kanan	5.500.000	6.000.000	5.600.000	6.150.000
Lampung Timur	5.500.000	6.500.000	5.650.000	6.700.000
Mesuji	7.500.000	8.500.000	7.600.000	8.735.000
Lampung Selatan	2.500.000	3.150.000	2.600.000	3.200.000
Daerah Tujuan	Tarif PT.Mega Samudera			
	20 feet (Rp)	40 feet (Rp)		
Dalam Kota	1.200.000	1.750.000		
Lampung Tengah	4.325.000	4.945.000		
Way Kanan	5.645.000	6.635.000		
Mesuji	7.650.000	8.625.000		
Lampung timur	5.635.000	6.700.000		
Lampung selatan	2.700.000	3.350.000		

Sumber : Perusahaan Ekspedisi muat kapal laut di Bandar Lampung.

Tabel. 3 menunjukkan bahwa tarif *all in* mencakup biaya *trucking*, jasa *handling* dan pembuatan dokumen lainnya. Tarif ekspedisi muat kapal laut yang ditetapkan oleh PT. Silkargo Indonesia lebih tinggi daripada tarif ekspedisi muat kapal laut yang diberlakukan oleh perusahaan lainnya. Tarif ekspedisi muat kapal laut terendah diberlakukan oleh PT. Fajar Imani Logistik. Hal ini membuat konsumen lebih tertarik untuk menggunakan jasa ekspedisi muat kapal laut yang harganya lebih rendah, akan tetapi hal tersebut tidak terlalu mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan kerjasama. Konsumen tidak mempermasalahkan tarif, yang terpenting adalah jasa pelayanan yang prima, cepat dan handal.

Perusahaan ekspedisi muat kapal laut dalam mendistribusikan jasanya yaitu, dengan menggunakan saluran *three stage chanel* yaitu, Dalam hal ini produsen memilih agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang.. Hal ini adalah ciri utama perusahaan ekspedisi muat kapal laut yaitu Produsen menunjuk agen agar barangnya sampai kepada konsumen.

Kegiatan promosi dilakukan dalam rangka memperkenalkan, mempengaruhi dan mengingatkan pasar agar keinginan untuk menggunakan ekspedisi muat kapal laut yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi yang rata-rata dilakukan oleh perusahaan jasa pengiriman di Kota Bandar Lampung antara lain, dalam bentuk hubungan masyarakat, pembuatan plang nama di setiap kantor, pengecatan pengangkutan daerah antar dengan nama perusahaan masing-masing.

Tabel 3. Jumlah Tenaga Kerja Perusahaan Ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung, Tahun 2016.

No.	Nama Perusahaan	Tenaga kerja
1.	PT.Fajar Imani Logistik	8
2.	PT. Harum Sari Utama	6
3.	PT. Silkargo Indonesia	10
4.	PT. Scan Shipping Indonesia	9
5.	PT. Mega Samudera	7
6.	PT.Prima langgeng D.Agung	6
7.	PT. Cahaya Anugerah Rudevi	7
8.	PT. Indogrow I.S	9
9.	PT.Varuna Tirta Prakasya	6
10.	PT. Dolwin Trans Logistik	7
11.	PT. Jalamas Margatama	8
12.	PT. Roma Mas inc	9
13.	PT. Bayu Jala Segara	6
14.	PT.Branda Graha Reksa	8
15.	PT. Mulya Tri Marga	9
JUMLAH		115

Sumber : Asosiasi Logistik Forwarder Indonesia (ALFI)

Jumlah tenaga kerja industri ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung adalah sebanyak 115 orang yang terdiri dari tenaga kerja administrasi, tenaga pembuatan dokumen Pemberitahuan ekspor barang ,tenaga pembuatan dokumen Pemberitahuan impor barang, tenaga operasional dan pimpinan. Jumlah tenaga kerja terbesar diperkerjakan oleh PT. Silkargo Indonesia yaitu sebanyak 10 orang, hal ini karena perusahaan tersebut mempunyai jumlah paling banyak yang tersebar diseluruh kota Bandar Lampung. Dan jumlah terbanyak kedua direkrut oleh PT. Scan Shipping Indonesia, PT. Indogrow I .S , PT. Roma Mas inc dan PT. Mulya Tri Marga sebanyak 9 orang.

Tabel 4. Frekuensi Pengiriman Barang Oleh Ekspedisi muat kapal laut di Kota Bandar Lampung, (Box/container) perbulan Tahun 2016

No.	Nama Perusahaan	Container
1.	PT.Fajar Imani Logistik	312
2.	PT. Harum Sari Utama	243
3.	PT. Silkargo Indonesia	283
4.	PT. Scan Shipping Indonesia	257
5.	PT. Mega Samudera	277
6.	PT.Prima langgeng D.Agung	252
7.	PT. Cahaya Anugerah Rudevi	279
8.	PT. Indogrow I.S	258
9.	PT.Varuna Tirta Prakasya	275
10.	PT. Dolwin Trans Logistik	232
11.	PT. Jalamas Margatama	266
12.	PT. Roma Mas inc	225
13.	PT. Bayu Jala Segara	278
14.	PT.Branda Graha Reksa	223
15.	PT. Mulya Tri Marga	241
JUMLAH		3892

Sumber : Asosiasi Logistik Forwarder Indonesia (ALFI)

Jumlah frekuensi ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung mencapai 3892 container perbulan. Frekuensi pengiriman yang paling tinggi dikirim oleh PT. Fajar Imani Logistik yaitu sebesar 312 container perbulan. Dan frekuensi tertinggi kedua dikirimkan oleh PT. Silkargo indonesia , sebanyak 283 container perbulan. Yang paling rendah diantara perusahaan ekspedisi muat kapal laut sebanyak 223 container perbulan yaitu dikirimkan oleh PT Branda Graha Reksa. Sebagai pengusaha ekspedisi muat kapal laut penentu keberhasilan perusahaan adalah banyaknya frekuensi pengiriman yang dilakukan perusahaan tersebut. Semakin banyak frekuensi pengiriman maka semakin banyak keuntungan yang diperoleh.

Kesuksesan pemasaran suatu jasa sangat tergantung pada pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen sumber daya manusia, yang dimulai dari perekrutan sampai

pada tahapan promosi dan kompensasi. Setiap karyawan pada perusahaan ekspedisi muat kapal laut di Kota Bandar Lampung mulai dari kurir, sampai pada level manajer harus siap dan dapat melayani para konsumen dengan sebaik-baiknya. Mereka dididik dan dilatih untuk dapat melayani konsumen dari barang (*shipment*) dimuat digudang sampai selesai dimuat dan diantarkan ke pelabuhan panjang tanpa kerusakan, cepat, aman dan efisien.

B. Rumusan masalah

Strategi pelaku usaha dalam meningkatkan volume penjualan serta usaha tergantung pada perilaku dan kinerja usaha yang dilakukan pelaku usaha dalam mengelola usaha sesuai dengan struktur pasar yang dihadapi. Sebaik apapun produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen tanpa didukung oleh pengelolaan yang baik maka keberhasilan usaha semakin kecil. Untuk dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik ada berbagai faktor yang harus diperhatikan antara lain : strategi produksi (pelayanan), strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, strategi sumber daya manusia, strategi proses dan strategi sarana fisik. Dengan kelancaran kegiatan tersebut diharapkan tujuan perusahaan untuk mencapai penjualan dan keuntungan maksimal serta pelayanan yang loyal dapat tercapai. Dari latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penulisan ini adalah :

1. Seberapa baikkah kualitas penerapan kebijakan ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung ?
2. Seberapa baikkah kinerja usaha pada ekspedisi muatan kapal laut di Bandar Lampung ?
3. Bagaimana hubungan antara perilaku dan kinerja usaha ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung ?

C.Tujuan Penulisan

Dalam penulisan ini mempunyai tujuan, untuk mengetahui :

1. Tingkat kinerja industri ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung.
2. Hubungan perilaku perusahaan terhadap kinerja industri ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung.

D.Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi para pengusaha jasa pengiriman dalam mengelola usahanya dan menjadi penentu kebijakan pengembangan industri ekspedisi muat kapal laut oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan di Propinsi Lampung.

E. Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan, berisikan tentang latar belakang, permasalahan, tujuan penulisan, kegunaan penulisan, hipotesis dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka, berisikan tentang tinjauan-tinjauan ekonomi industri dan pengertian yang memiliki kaitan dengan penulisan ini.

Bab III : Metodologi Penelitian, berisikan tentang operasional variabel, metode penarikan sampel, prosedur pengumpulan data, metode analisis, pengujian hipotesis dan kerangka pemikiran.

Bab IV : Hasil perhitungan dan pembahasan berisikan tentang analisis dan pembahasan hasil perhitungan.

Bab V : Kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka, Lampiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Industri

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku dan barang setengah jadi menjadi barang dengan nilai lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri, (Departemen Perindustrian). Disamping itu pengertian tersebut ada pula pengertian lain dari industri yaitu kumpulan dari perusahaan yang mempunyai produksi yang sama. Pengertian industri dalam ruang lingkup ekonomi mikro adalah kumpulan dari perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat, namun dalam segi pembentukan pendapatan yaitu cenderung bersifat makro yaitu industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. (Nurimansjah, 1994:12).

Menurut Badan Pusat Statistik (2002:25), industri adalah usaha kegiatan pengolahan bahan organik atau anorganik menjadi produk baru yang lebih tinggi mutunya, baik dilakukan dengan tangan, mesin ataupun proses kimiawi. Pembuatannya dapat di proses melalui mesin, pabrik ataupun rumah tangga.

Industri dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa sudut tinjauan atau pendekatan. Di Indonesia industri digolongkan berdasarkan kelompok komoditas, berdasarkan skala usaha dan berdasarkan hubungan arus produksinya.

Penggolonganyag paling terkenal dengan nama *International Standard Industrial Classification* (ISIC). Penggolongan menurut ISIC ini didasarkan atas pendekatan kelompok komoditas, yang secara garis besar dibedakan menjadi 9 golongan sebagaimana tercantum pada daftar Tabel 6 berikut :

Tabel 5. Daftar Pengelompokkan Industri menurut ISIC.

Kode	Kelompok Industri
34	Industri kertas dan barang-barang dari kertas, percetakan dan penerbitan
35	Industri kimia dan barang-barang dari bahan kimia, minyak bumi, batu bara, karet dan plastik
36	Industri bahan galian bukan logam, kecuali minyak bumi dan batu bara
37	Industri logam dasar
38	Industri barang dari logam, mesin dan peralatannya
39	Industri Barang dan Jasa

Sumber : Nurimansjah, (1994 : 14)

B. Klasifikasi Jasa

Jasa adalah tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produknya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik.

Industri jasa cukup bervariasi, dari sektor pemerintah hingga lembaga peminjaman (Lembaga Penggadaian) berada di sektor jasa. Sebagian besar sektor bisnis, konsultan, dokter hingga perbankan bergerak di bidang jasa. Jasa bukan hanya bisnis jasa tradisional, yang muncul untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berubah-ubah.

Salah satu cara membedakan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi harapan kualitas jasa pelanggan tepat sasaran. Harapan pelanggan dibentuk oleh

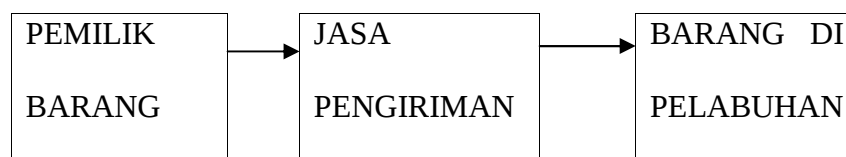
pengalaman lampaunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan memilih penyedia jasa berdasarkan hal-hal lain, jika jasa yang dialami berada dibawah akan membandingkan pelayanan sehingga usaha jasa yang memiliki kelebihan yang lebih baik akan menggunakan usaha jasa tersebut.

C. Pengertian Ekspedisi

Ekspedisi adalah usaha yang ditujukan untuk mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman dan penerimaan barang melalui transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara

Yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi pengepakan, penandaan, pengukuran Penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen, penerbitan dokumen angkutan, perhitungan biaya angkutan, klaim asuransi atas pengiriman barang serta penyelesaian tagihan dan biaya-biaya lainnya berkenaan dengan pengiriman barang-barang tersebut sampai dengan diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya.

Gambar 1 : Saluran Industri Jasa ekspedisi muatan kapal laut.



D. Peran Instansi Terkait

Dalam pelaksanaan kegiatan di pelabuhan panjang ada tiga peran instansi yang terkait di pelabuhan panjang

Ada pun instansi terkait sebagai berikut :

1. Pelabuhan Indonesia II (PELINDO II)

Peranan PELINDO di pelabuhan panjang sebagai berikut :

- Perairan dan kolam pelabuhan untuk lalu lintas pelayaran dan tempat kapal berlabuh;
- Pelayanan pemanduan dan penundaan kapal keluar masuk pelabuhan, olah gerak kapal di dalam kolam serta jasa pemanduan dan penundaan dari satu pelabuhan ke pelabuhan lainnya;
- Fasilitas untuk kapal bertambat serta melakukan bongkar muat barang dan hewan;
- Fasilitas pergudangan dan lapangan penumpukan;
- Terminal konvensional, terminal petikemas, dan terminal curah untuk melayani bongkar muat komoditas sesuai jenisnya;
- Terminal penumpang untuk pelayanan embarkasi dan debarkasi penumpang kapal laut;
- Fasilitas listrik, air minum dan telepon untuk kapal dan umum di daerah lingkungan kerja pelabuhan;
- Lahan untuk industri, bangunan dan ruang perkantoran umum;
- Pendidikan dan latihan yang berkaitan dengan kegiatan kepelabuhanan.
- Jasa Barang serta pusat lalu lintas

2. Kesyahbandar dan otoritas pelabuhan kelas 1 panjang

Peran Kesyahbandar dan otoritas pelabuhan kelas 1 panjang sebagai berikut :

- Pelaksanaan pengawasan dan pemenuhan kelaiklautan kapal, keselamatan, keamanan dan ketertiban di pelabuhan serta penerbitan Surat Persetujuan Berlayar;

- Pelaksanaan pengawasan tertib lalu lintas kapal di perairan pelabuhan dan alur pelayaran;
- Pelaksanaan pengawasan kegiatan alih muat di perairan pelabuhan, kegiatan salvage dan pekerjaan bawah air, pemanduan dan penundaan kapal;
- Pelaksanaan pengawasan keselamatan dan keamanan pelayaran terkait dengan kegiatan bongkar muat barang berbahaya, barang khusus, limbah bahan berbahaya dan beracun (B3), pengisian bahan bakar, ketertiban embarkasi dan debarkasi penumpang, pembangunan fasilitas pelabuhan, pengerukan dan reklamasi;
- Pelaksanaan bantuan pencarian dan penyelamatan (*Search And Rescue/ SAR*), pengendalian dan koordinasi penanggulangan pencemaran dan pemadaman kebakaran di pelabuhan serta pengawasan pelaksanaan perlindungan lingkungan maritim;
- Pelaksanaan pemeriksaan kecelakaan kapal;
- Penegakan hukum di bidang keselamatan dan keamanan pelayaran sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- Pelaksanaan koordinasi kegiatan pemerintahan di pelabuhan yang terkait dengan pelaksanaan pengawasan dan penegakan hukum di bidang keselamatan dan keamanan pelayaran; dan
- Pengelolaan urusan tata usaha, kepegawaian, keuangan, hukum dan hubungan masyarakat.

3. Bea Cukai

Peran bea cukai di pelabuhan panjang sebagai berikut :

- pengumpulan, pengolahan, penyajian, serta penyampaian informasi dan hasil intelijen di bidang kepabeanan dan cukai;
- pengelolaan pangkalan data intelijen dibidang kepabeanan dan cukai;
- pelaksanaan patroli dan operasi pencegahan dan penindakan pelanggaran peraturan perundang-undangan di bidang kepabeamam dan cukai;
- penyidikan tindak pidana dibidang kepabeanan dan cukai;
- pemeriksaan sarana pengangkut;
- pengawasan pembongkaran barang;
- penghitungan bea masuk, cukai, pajak dalam rangka impor, dan denda administrasi terhadap kekurangan/kelebihan bongkar, serta denda administrasi atas pelanggaran lainnya;
- penatausahaan dan pengurusan barang hasil penindakan dan barang bukti;
- pengumpulan data pelanggaran peraturan perundang-undangan kepabeanan dan cukai;
- pemantauan tindak lanjut hasil penindakan dan penyidikan di bidang kepabeanan dan cukai;
- pengelolaan dan pengadministrasian sarana operasi, sarana komunikasi, dansenjata api Kantor Pengawasan dan Pelayanan.

E. Struktur Pasar dan Macamnya

Pengertin struktur pasar pada hakekatnya berarti penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan ciri-cirinya seperti : jenis barang yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri, mudah atau tidaknya keluar atau masuk dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri.

Dalam analisis ekonomi struktur pasar dapat dibedakan dalam empat jenis yaitu :

1. Pasar Monopoli
2. Pasar Oligopoli
3. Persaingan Monopolistik
4. Persaingan Sempurna

Dalam buku Nurimansjah Hasibuan (1993:12) didefinisikan sebagai karakteristik organisasi pasar yang mempengaruhi sifat persaingan dan harga dalam pasar. Bentuk pasar dapat dikatakan persaingan pasar sempurna (*perfectly competitive*), apabila banyak penjual dan pembeli serta produknya homogen. Apabila ada satu penjual didalam pasar maka dinamakan pasar monopoli. Namun bila sedikit perusahaan besar mensuplai barang di pasar maka dikatakan pasar oligopoli. Pasar oligopoli ada dua macam jika produknya berbeda dikatakan oligopoli berbeda (*differentiated oligopoly*), sedangkan bila produknya homogen dapat dikatakan oligopoli murni (*pure oligopoly*).

1. Struktur Pasar Persaingan Murni dan Persaingan Sempurna

Suatu pasar dikatakan persaingan murni apabila dipenuhi tiga syarat penting yaitu : jumlah penjual dan pembeli banyak; barang yang dijual belikan bersifat homogen atau sama; kebebasan untuk membuka usaha atau menutup usaha (*free entry and free exit*). Sedangkan konsep persaingan sempurna didasarkan pada persaingan murni dengan tambahan dua syarat lagi yaitu : pengetahuan penjual dan pembeli tentang keadaan pasar cukup sempurna, kedua mobilitas sumber-sumber ekonomi harus cukup sempurna pula.

Pasar persaingan sempurna dapat didefinisikan sebagai struktur pasar atau industri dimana terdapat banyak penjual dan pembeli dan semua menjual produk yang identik sama (*homogen*). Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang sangat kecil dibandingkan dengan industri atau pasar, sehingga tidak dapat dipengaruhi oleh tingkat harga. Jadi penjual dalam persaingan sempurna harus mengikuti harga yang terjadi di pasar, karena interaksi antara permintaan dan penawaran. Persaingan murni berarti juga persaingan sempurna, hal yang membedakan umumnya dalam persaingan mengabaikan mobilitas sempurna dari sumber daya alam dan pengetahuan sempurna, artinya baik penjual dan pembeli mempunyai informasi pasar yang sempurna terhadap perkembangan pasar (Sadono Soekirno, 1995:230)

Dalam pasar ini permintaan yang dihadapi oleh perusahaan bersifat statis, artinya produsen dapat menjual produk sebanyak-banyaknya yang disukai pada tingkat harga yang berlaku. Jadi tidak ada batas permintaan, namun perusahaan tidak dapat mempengaruhi harga.

Kebanyakan analisis ekonomi menganggap bahwa persaingan sempurna adalah struktur pasar yang lebih ideal dari jeni-jenis pasar lainnya. Ini disebabkan karena kebaikan dari pasar persaingan yang memaksimalkan efisiensi dalam menggunakan sumber-sumber daya. Sumber daya dikatakan efisien bila seluruh sumber daya yang tersedia sepenuhnya digunakan dan corak penggunaannya adalah sedemikian rupa sehingga tidak terdapat corak penggunaan lain yang akan dapat menambah kemakmuran masyarakat (Sadono Soekirno, 1995:254)

2. Struktur Pasar Monopoli

Pasar monopoli adalah suatu model pasar dimana hanya ada satu penjual dan output yang dihasilkan berifat lain dari pada yang lain (tidak ada barang substitusi) serta di pasar terdapat rintangan masuk bagi produsen lain. Kekuatan monopoli membatasi perusahaan lain untuk masuk dalam industri melalui kebijakan harga. Kebijakan harga lewat pengaturan jumlah produk yang dipasarkan dapat menimbulkan kenaikan harga barang dan jasa, dengan kata lain munculnya perlakuan harga yang tidak wajar.

Menurut Nurimansjah (1994:76-77) alasan yang mendorong adanya struktur pasar monopoli yaitu :

1. Terjadinya merjer,beberapa perusahaan besar melebur menjadi satu membawa andil perusahaan meningkatkan posisi lawan semakin melemah dan kemungkinan luas pasar semakin meningkat.
2. Skala ekonomi besar ditunjang efisiensi.
3. Adanya efisiensi dan inovasi .
4. Adanya persaingan tidak sehat, munculnya rintangan masuk bagi perusahaan lain.
5. Adanya satu perusahaan memperoleh hak istimewa dan bagi perusahaan lain sulit memperolehnya.

Menurut Adam Smith monopoli tidak baik, karena terjadinya pengurangan jumlah output kaum monopolis tidak wajar. Sumbangan akan digunakan untuk menjaga dan memperluas kekuasaan dan sebagian lagi akan terbuang percuma, padahal sumberdaya itu dimanfaatkan oleh yang lain untuk kepentingan masyarakat. Secara teknis berjalan wajar dan akan memproduksi lebih sedikit dari yang akan diproduksi oleh kompetitor dengan jumlah input yang sama.

3. Struktur Pasar Oligopoli

Pengertian pasar oligopoli dapat diartikan sebagai kegiatan pasar yang sedikit penjualannya, namun biasa saja kenyataannya yang ada adalah penjualnya banyak dan struktur pasarnya menjadi pasar oligopoli. Begitu juga dengan struktur pasar monopoli dimana jumlah satu penjual tidak relevan lagi dalam kenyataan. Tidak relevannya lagi dalam untuk menilai bahwa pasar monopoli adalah satu penjual maka biasa saja suatu industri besar yang terdiri dari beberapa perusahaan menguasai pasar secara monopoli walaupun pengertian penguasaan ini sendiri tidak 100% menguasai pasar namun setengahnya atau 50% saja.

Batasan pasar oligopoli mengandung pengertian yang bermacam-macam, namun menurut Sadono Soekirno (*Pengantar Teori Mikroekonomi*, 1995:312) pasar oligopoli memiliki kriteria atau ciri-ciri diantaranya :

1. Di pasar ada sedikit penjual, tindakan seorang penjual akan berpengaruh terhadap penjual lainnya.
2. Kekuasaan menentukan harga ada kalanya lemah dan ada kalanya sangat tangguh.
3. Produk-produk dapat distandarisasikan (oligopoli murni/homogen)
4. Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan.

Joe s. juga memiliki ukuran tersendiri yang lebih fleksibel untuk mengukur pasar oligopoli, ukuran tersebut dikelompokkan dalam beberapa tipe yaitu :

1. tipe I, merupakan oligopoli penuh, yaitu 3 perusahaan terbesar menguasai sekitar 87% penawaran komoditi industri tertentu di pasaran atau 9 perusahaan menguasai 99% dari pasar
2. Tipe II, 4 perusahaan terbesar menguasai 72% penawaran atau 8 perusahaan menguasai 75% dari pasar.

3. Tipe III, 4 perusahaan menguasai 61% penawaran atau 8 perusahaan menguasai 45% dari pasar.
4. Tipe IV, 4 perusahaan menguasai 38% penawaran atau 8 perusahaan menguasai 32% dari pasar.
5. Tipe V, 4 perusahaan menguasai 22%, 8 perusahaan menguasai 32% dari pasar barang atau industri.

Apabila ada 4 perusahaan terbesar menguasai hanya sekitar 3%, tidak termasuk dalam pasar oligopoli, tetapi cenderung pada pasar industri yang tidak terkonsentrasi. Atau Machlup menyebutnya sebagai industri poli-poli, banyak penjual tetapi persaingan tidak terjadi. (Nurimansjah, 1994:109).

4. Struktur Pasar persaingan Monopolistis

Persaingan monopoli dapat didefinisikan sebagai suatu pasar dimana terdapat banyak produsen dan konsumen yang menghasilkan barang yang berbeda coraknya (*differentiated product*). Pasar persaingan monopolistis pada dasarnya adalah pasar yang berbeda diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Oleh karena itu dalam persaingan monopolistis terkandung unsur-unsur pasar monopoli dan pasar persaingan sempurna. Umumnya perusahaan-perusahaan dalam pasar persaingan monopolis mempunyai ukuran yang relatif sama besarnya. Keadaan ini menyebabkan produksi suatu perusahaan sedikit kalau dibandingkan dengan keseluruhan produksi perusahaan-perusahaan yang ada dalam industri. (Sukirno, 1985:294).

Persaingan monopoli terjadi bila dalam pasar ada produsen, tetapi ada unsur-unsur pasar diferensiasi produk (produk yang dibedakan) diantara produk-produk yang dihasilkan oleh masing-masing produsen. Dari segi kurva permintaan yang

dihadapi sebuah perusahaan, adanya diferensiasi produk berarti ada kemampuan produsen secara individu untuk mempengaruhi harga jual produknya, betapapun kecilnya pengaruh tersebut.

Kekuasaan perusahaan dalam persaingan monopoli bersumber dari sifat produksi yang dihasilkan. Dalam persaingan ini harga bukan penentu utama dari besarnya pangsa pasar setiap perusahaan. Persaingan merebut konsumen dan menguasai pasar dilakukan dengan memperbaiki mutu pelayanan dan periklanan yang gencar.

F. Konsentrasi Industri

Tingkat konsentrasi industri merupakan alat ukur penting yang bertujuan untuk mengetahui struktur pasar. Pengertian dan istilah konsentrasi adalah suatu gambaran yang penting tentang sejauh mana satu atau beberapa segmen ekonomi mengadakan persaingan. Beberapa sebab yang dapat ditimbulkan konsentrasi industri sebagaimana

telah diuraikan oleh Douglas F. Greer dalam Nurimansjah (1994:123-128), menyatakan bahwa sebab pokok terjadinya konsentrasi industri adalah : nasib baik, sebab teknis, kebijakan pemerintah dan kebutuhan bisnis.

Nasib baik merupakan faktor kedua penyebab teknis dalam konsentrasi industri merupakan faktor yang dapat dikaitkan dengan kondisi sebelumnya. Beberapa hal yang masuk dalam faktor ini antara lain luas pasar, skala ekonomi, kelangkaan akan sumber daya dan pertumbuhan pasar. Sedangkan faktor ketiga dalam hal ini adalah kebijakan pemerintah yang mengatur tentang pembatasan seperti undang-undang anti monopoli, paten, lisensi dan berbagai deregulasi. Kebijakan ini dilakukan pada umumnya berkaitan dengan tujuan dari negara-negara yang

berkeinginan menguasai kekayaan bangsa dan negara untuk kepentingan masyarakat. Bisa juga pemerintah melakukan rintangan masuk untuk melindungi industri dalam negeri dengan alasan :

1. Kapasitas sudah cukup dan tidak perlu ada perusahaan baru yang masuk.
2. Menunjukkan satu perusahaan saja yang boleh beroperasi.
3. Memberi keringanan pada perusahaan tertentu, misal keringanan bea import, subsidi bunga, pasar tertentu yang tidak diperbolehkan dimasuki perusahaan lain.
4. Perusahaan yang berhubungan dengan kepentingan orang banyak (*good publik*) sehingga perlu perlindungan alamiah seperti; air minum, listrik, angkutan umum dan telepon.

Faktor keempat ini menurut Joe's Bain dalam Nurimansjah (1994;127) alat-alat (*equitment*) relatif lebih berdefensiasi yang lain muncul pada industri ologopoli atau

persaingan monopolistik. Dengan diferensiasi dapat mempengaruhi konsentrasi yang berkaitan dengan struktur pasar oligopoli yang menimbulkan persaingan harga, biaya promosi, persaingan mutu dan pelayanan.

Berkaitan dengan faktor keempat ini biasanya perusahaan melakukan merjer untuk produksi yang sejenis dengan maksud untuk menciptakan integrasi vertikal. Namun kesukaran yang akan timbul adalah mengenai jumlah perusahaan yang melakukan merjer. Secara metodologi batasan jumlah perusahaan yang melakukan merjer masih simpang siur dalam pengertian sedikit atau banyaknya perusahaan yang melakukan merjer.

G. Pengertian Perusahaan

Menurut pendapat kansil (2001 : 2) definisi atau perusahaan adalah setiap bentuk badan usaha badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus menerus dan didirikan, bekerja, serta berkependudukan dalam wilayah Negara Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan dan laba.

H. Perilaku Perusahaan

Perilaku biasanya mengacu pada tingkah laku (tindakan atau aksi) perusahaan dalam suatu pasar, keputusan yang mereka buat dan cara di mana keputusan itu dibuat (Daryanto, 2004). Model perilaku yang terkenal antara lain pimpinan harga (price-leadership), kartel, harga ongkos rata-rata (average cost pricing), harga batas (limit pricing) Hasibuan (1993: 129).

Menurut teori ekonomi industri, perilaku industri menganalisis tingkah laku serta penerapan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam suatu industri untuk merebut pangsa pasar dan mengalahkan pesaingnya. Perilaku industri ini terlihat dalam penentuan harga, promosi, koordinasi kegiatan dalam pasar dan juga dalam kebijaksanaan produk. Perilaku terbagi menjadi tiga jenis antara lain, perilaku dalam strategi harga, perilaku dalam strategi produk dan perilaku dalam strategi promosi.

1. Kebijakan Harga

Defenisi harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanan.

Dari sudut pandang perusahaan, harga merupakan unsur terpenting dalam pemasaran yang menghasilkan aliran pemasukan bagi 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 membeli pada pesaing. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga antara lain: keadaan perekonomian, permintaan dan penawaran, elastisitas permintaan, persaingan, biaya yang dikeluarkan, tujuan perusahaan, dan pengawasan pemerintah.

2. Kebijakan Promosi

Promosi menurut Kotler dan Susanto (2000:214) adalah : berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan produknya pada pasar sasaran.

Pengertian promosi tersebut memperlihatkan bahwa peranan promosi sangat penting untuk mempengaruhi konsumen dalam meningkatkan volume pembeliannya terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. 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.

3. Kebijakan Peningkatan Kualitas

Kualitas menurut Kotler (2000:212) adalah : segala sesuatu yang ditawarkan kepasar 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 antara lain meliputi : penetapan segmen/pasar yang dituju, manfaat yang ditawarkan, cara dan waktu penggunaan, bentuk kemasan, merek dan lain-lain.

4. Kebijakan Pengadaan Dana dan Modal Usaha

Pengertian modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan suatu usaha. Modal ini bisa berupa uang dan tenaga (keahlian). Modal uang biasa digunakan untuk membiayai berbagai keperluan usaha, seperti biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk membeli aset, hingga modal kerja. Sedangkan modal keahlian adalah kepandaian seseorang dalam menjalankan suatu usaha.(Topatimasang et al, 2000).

5. Kebijakan Pemasaran Jasa

Promosi menurut Kolter dan Susanto (2000) 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.

Perusahaan industri dapat menggunakan strategi periklanan dengan taktik yang melekat pada strategi tersebut, yaitu mulai dari penyebaran brosur, memasang papan nama merek dagang dengan segala atributnya yang berhubungan, penyebaran informasi tentang merek dan keunggulan produk melalui mulut ke mulut, media surat kabar, media radio, media televisi, kegiatan talkshow dan sampai paket kegiatan demonstrasi produk (Teguh, 2010: 207).

I. Kinerja Industri

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.

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 jalannya proses produksi dalam suatu industri (Nurimansjah, 1991: 17). 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.

J. Hubungan Perilaku dan Kinerja dalam Perusahaan

Hubungan perilaku dan kinerja dalam perusahaan sangat erat kaitannya. Perilaku perusahaan dapat dilihat pada penentuan tingkat harga, promosi, koordinasi kegiatan dalam pasar dan juga dalam kebijakan produk. Dalam pengertian koordinasi terjadi sangat luas seperti kolusi dan kartel.

Selanjutnya dalam kinerja perusahaan adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku perusahaan, antara lain kesempatan kerja, tingkat keuntungan, pertumbuhan industri, pemerataan pendapatan dan kemajuan teknologi. Dalam model analisis industri sisi permintaan pada perilaku perusahaan, aspek yang sangat penting adalah mampu menciptakan tujuh kebijakan pemasaran. Sedangkan pada kinerja perusahaan sisi permintaan mencakup efisiensi dan pemerataan.

Sehingga dalam hubungan kerja, perilaku perusahaan dalam pola kerja internal perusahaan harus dioptimalkan sehingga kekuatan yang terbaik mampu menghadapi pasar. Apabila internal perusahaan sudah mampu dengan optimal menjalankan tugasnya maka tidak diragukan untuk menghadapi dunia kerja luar. Yaitu dunia industri jasa pengiriman maupun dunia industri lainnya. Dengan kata lain untuk menunjang perilaku industri jasa pengiriman barang berjalan dengan baik. Seorang pemimpin usaha mampu menetapkan kebijakan atau strategi yang tepat agar jasa yang ditawarkan dapat dinikmati oleh konsumen dan dapat memberikan kepuasan.

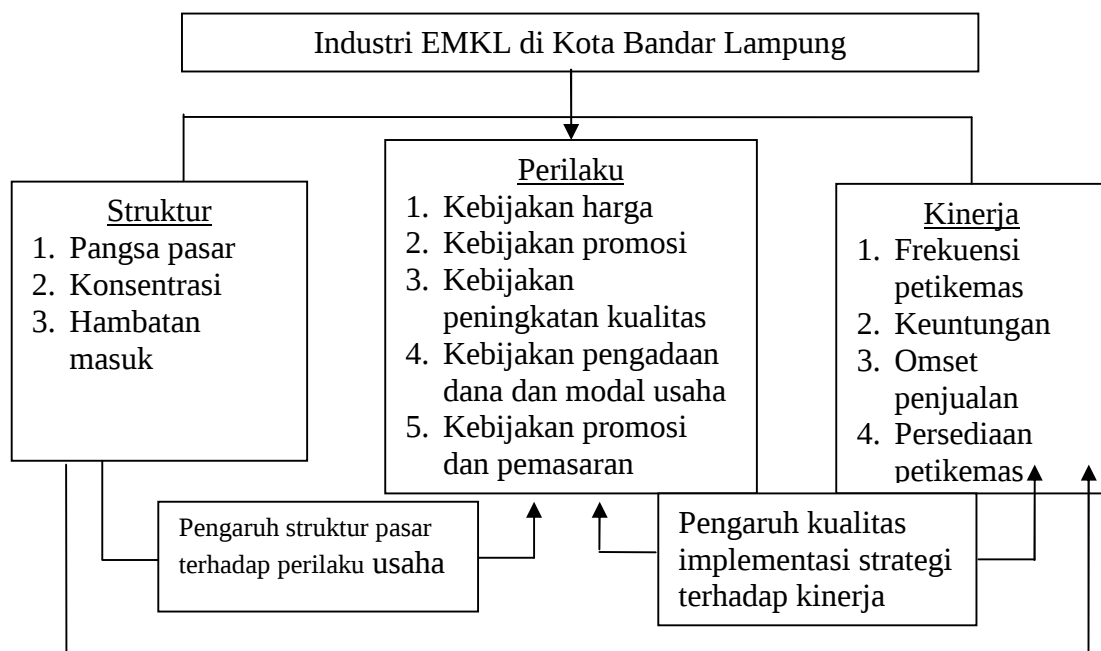
K. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini mengacu pada kerangka *Structure Conduct Performance* (SCP), dimana suatu industri tidak terlepas dari adanya struktur, perilaku dan kinerja itu sendiri. Pada model analisis SCP dikatakan struktur(*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan keragaan atau kinerja(*performance*) industri itu sendiri. kemudian perilaku tersebut akan mempengaruhi kinerja dari industri tersebut.

Perilaku yang terjadi dianalisis dengan oleh perusahaan. Perilaku pasar akan berdampak pada kinerja industri yang mencerminkan tingkat keuntungan dari suatu industri.

Perilaku yang terjadi dianalisis dengan melihat kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan peningkatan kualitas, kebijakan pengadaan dana dan modal usaha serta kebijakan promosi dan pemasaran oleh perusahaan. Perilaku pasar akan berdampak pada kinerja industri yang mencerminkan tingkat keuntungan dari suatu industri.

Gambar 2 : Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasibuan (1993 : 8)

L. Hipotesis

Hipotesis yang digunakan berdasarkan uraian-uraian dan fakta yang telah disajikan pada latar belakang dan permasalahan maka dapat diajukan sebuah hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas perilaku perusahaan yang berada pada posisi kurang tepat

2. Kualitas perilaku perusahaan ekspedisi muat kapal laut di kota Bandar Lampung berhubungan positif terhadap kinerja usaha jasa pengiriman di kota Bandar Lampung.
3. Derajat persaingan konsentrasi industri ekspedisi muat kapal laut di Kota Bandar Lampung berhubungan negatif dengan tingkat profitabilitas.

Tabel 6. Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Variabel	Metode	Hasil
Peran Human Capital Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Empiris	Endri	<i>Human Capital, Human Resources Management, Firm Performance</i>	Regresi berganda	Baik secara teoritikal maupun empiris terhadap keterkaitan antara <i>human capital</i> dan kinerja perusahaan, maka, perusahaan sangat penting untuk melakukan pengelolaan terhadap SDM serta mendukung kinerja yang terbaik
Keterikatan Karyawan Dan Kontribusinya Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan	Rusdin	Kinerja perusahaan, keterikatan karyawan, keterikatan kognisi, keterikatan emosional, keterikatan perilaku	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif (<i>Weighted Means Score</i>) dan inferensial/verifikasi (<i>Structural Equation Modeling</i> (SEM), dengan alasan bahwa analisis ini merupakan pendekatan terintegrasi antara <i>Confirmatory Factor Analysis</i> , <i>Structural Model</i> , dan <i>Path Analysis</i>	hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori perilaku organisasi dari Robbins dan Judge (2013) yang menyatakan keterikatan karyawan (<i>employee engagement</i>) sesungguhnya tumbuh karena diciptakan dan dikembangkan oleh individu-individu yang bekerja dalam suatu organisasi, dan diterima sebagai nilai-nilai yang dipertahankan dan diturunkan kepada setiap anggota baru, yang akan mempengaruhi kinerja mereka dan organisasi tempat mereka bekerja.

Faktor Sumber Daya Manusia Yang Meningkatkan Kinerja Perusahaan Di Kalbar	Rayadi	<i>Human Factors, The Company Performance</i>	Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik.	faktor yang paling besar pengaruhnya dalam meningkatkan kinerja perusahaan adalah penilaian kinerja dengan melakukannya merupakan motivasi karyawan untuk bekerja lebih baik, terlihat dari promosi jabatan yang merupakan peningkatan standar kualitas pekerjaan
Penerapan TQM (Total Quality Management) Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan UMKM	Ari Zaqi Al Faritsy	<i>Total Quality Management , Company Performance , Quality measurement, 5S</i>	Penelitian ini melakukan pengukuran pengaruh penerapan TQM terhadap kinerja perusahaan	Analisis regresi dengan beberapa variabel mensyaratkan uji kolinieritas untuk mengetahui hubungan antara variabel independent yang tidak diperolehkan
Analisis perilaku perusahaan dalam usaha meningkatkan kinerja pada industri jasa pengiriman barang di kota bandar lampung	Tri Utami Dewi	<i>variabel perilaku kebijakkan produk (X_1) dengan variabel kinerja profitabilitas (X_2)</i>	Metode yang digunakan adalah metode regresi berganda	Hasil perhitungan 15 perusahaan terbesar perusahaan mampu menguasai 44,64% dari seluruh penjualan. Dengan kategori konsentrasi cukup tinggi karena mampu mencapai lebih dari 33%, maka masuk dalam pasar oligopoli tipe II menurut penggambaran Carl Keysen (1994).

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder yang diperoleh dari kuisisioner pada perusahaan ekspedisi muatan kapal laut yang ada di kota Bandar Lampung

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yaitu metode penelitian yang mengambil sample dari populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu dalam mengambil data primer yang pokok.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu kuisisioner melakukan fungsi ukurnya. Pengukuran validitas dilakukan dengan analisis Korelasi Product Moment dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuisisioner valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuisisioner tidak valid.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS Versi 16 *for windows* seperti yang tercantum pada lampiran 2 dapat dilihat hasil pengujian validitas.

Dalam menentukan sebuah pertanyaan valid atau tidak, perlu diketahui r_{hitung} yang kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana jumlah populasi sebanyak 15 responden, dengan $df = N - 2 = 13$, dan tingkat signifikansi 95% di dapat angka r_{tabel} sebesar 0.4409. Hal ini berarti semua item pertanyaan dalam kuisisioner adalah valid sehingga dapat digunakan untuk pengumpulan data.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kekonsistenan tanggapan terhadap item pernyataan kuisisioner berdasarkan pemahaman responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang diajukan. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha, dengan menggunakan program SPSS Versi 16 *for windows*. Semakin besar nilai Alphanya, maka semakin tinggi reliabilitasnya dan semakin rendah nilai alphanya maka reliabilitasnya semakin rendah.

D. Batasan dan Operasionalisasi Variabel

Peubah-peubah yang digunakan dala penulisan ini diberikan batasan dan pengertian sebagai berikut :

1. Industri ekspedisi muatan kapal laut adalah kumpulan perusahaan yang mempunyai peran dalam hal pengiriman barang di kota Bandar Lampung.

2. Variabel perilaku industri adalah kebijakkan promosi, kebijakkan harga dan kebijakkan promosi industri ekspedisi muatan kapal laut di kota Bandar Lampung.
3. Variabel kinerja industri adalah persediaan petikemas,keuntungan,omset dan frekuensi petikemas industri ekspedisi muatan kapal laut di kota Bandar Lampung.
4. Frekuensi Pengiriman adalah Sebagai pengusaha ekspedisi muat kapal laut penentu keberhasilan perusahaan yaitu banyaknya frekuensi pengiriman yang dilakukan perusahaan tersebut
5. Biaya Kirim adalah tarif yang didasarkan pada ukuran ton-kilometer, artinya satu ton untuk dikirim sepanjang satu kilometer.
6. Biaya Operasional adalah biaya yang digunakan untuk memperlancar kegiatan perusahaan (biaya : upah, sewa, listrik, telpon, air, berkas/kertas)

Tabel 7. Operasionalisasi Variabel

NO	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SKALA
1.	Variabel perilaku	1.Strategi harga	a.Variasi cara penetapan harga b.Fluktuasi harga yang ditetapkan	Ordinal
		2.Strategi promosi	a.Persentase biaya promosi b.Variasi promosi barang dan jasa (cara/bentuk promosi)	Ordinal
		3.Strategi peningkatan kualitas	a.persediaan peti kemas b.pelayanan jasa terhadap	Ordinal
		a.Kuota layanan		

		jasa b.kualitas layanan	konsumen c.kepuasan konsumen d.daya tarik produsen terhadap konsumen	
		4.Strategi pengadaan dana dan modal usaha	a.kemampuan pemanfaatan SDM yang tersedia b.kemampuan pengadaan sarana produksi c.kemampuan kerja sama dalam pengadaan modal usaha	Ordinal
		5.Strategi promosi dan pemasaran	a.kemampuan pemasaran secara terintegrasi b.kemampuan pemasaran secara horizontal	Ordinal
2	Variabel kinerja	1.kuantitas dan kualitas layanan jasa	a.frekuensi penggunaan peti kemas setiap perusahaan b.kuantitas layanan setiap perusahaan	Ordinal
		2.Profitabilitas kinerja	a.persentase keuntungan	Ordinal
		3.Ketersediaan peti kemas perperusahaan	a.kesediaan peti kemas perusahaan sample	Ordinal

E. Metode Penarikan Sampel

Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan dari perusahaan ekspedisi muatan kapal laut dan masih melakukan usaha dibidangnya. Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut yaitu sebanyak 15 perusahaan ekspedisi muatan kapal laut yang berada di kota Bandar Lampung. Penentuan jumlah sampel tidak perlu dilakukan karena jumlah yang ada yaitu hanya 15 perusahaan seluruhnya dijadikan responden (sensus).

F. Alat Analisis

1. Pengukuran Variabel Perilaku

Pengukuran variabel perilaku perusahaan menggunakan skala ordinal yang ditransformasi menjadi suksesif interval (MSI). Data ordinal ditransformasi menjadi data msi karena data ordinal sebenarnya adalah data kualitatif atau bukan data sebenarnya. Skala Ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok perusahaan tentang fenomena sosial dengan menggunakan lima jenjang pengukuran antara lain :

	Skor :
1. Sangat setuju (kondisi yang sangat diharapkan/terbaik)	5
2. Setuju (kondisi yang diharapkan/baik)	4
3. Ragu-ragu (kondisi yang kurang diharapkan)	3
4. Tidak setuju (kondisi yang tidak diharapkan)	2
5. Sangat tidak setuju (kondisi yang sangat tidak diharapkan)	1

**Tabel 8. Tabel Analisis Deskriptif
(Kualitas Implementasi Perilaku Perusahaan)**

NO.	Aspek Penilaian Variabel Perilaku	Item Pertanyaan	Total Skor Rill	Total Skor Harapan	% Pencapaian Kondisi Ideal
1	Strategi Harga	6		450	
2	Strategi Promosi	1		75	
3	Strategi Peningkatan Kualitas	6		450	
4	Strategi Pengadaan Dana dan Modal Usaha	2		150	
5	Strategi Pemasaran	2		150	
	Jumlah	17		1.275	
	Rata-rata				

2. Pengukuran Variabel Kinerja

Pengukuran variabel kinerja usaha mengubah data menjadi skala interval.

Cara menentukan batas kelas (atas/ bawah) dengan cara menggunakan cara :

Skoring terbesar – skoring terendah

Jumlah kelas tertinggi

Kemudian dibuat skoring untuk masing – masing kelas interval :

Pertanyaan 1 :

223 - 236: 1 (sangat rendah)

237 - 250 : 2 (rendah)

251 - 264 : 3 (sedang)

265 - 278 : 4 (tinggi)

> 280 : 5 (sangat tinggi)

Pertanyaan 2 :

10 - 13 % : 1 (sangat rugi)

14 - 16 % : 2 (rugi)

17 - 18 % : 3 (sedang)

19 -21 % : 4 (untung)

>25% : 5 (sangat untung)

Pertanyaan 3 :

100.000.000 - 125.000.000 : 1 (sangat rendah)

126.000.000 - 150.000.000 : 2 (rendah)

151.000.000 - 175.000.000 : 3 (sedang)

176.000.000 - 200.000.000 : 4 (tinggi)

> 200.000.000 : 5 (sangat tinggi)

Pertanyaan 4 :

1000 - 1400 : 1 (sangat rendah)

1401 - 2800 : 2 (rendah)

1801 - 2200 : 3 (sedang)

2201 - 2400 : 4 (tinggi)

> 2450 : 5 (sangat tinggi)

Karena data variabel kinerja berupa data skala interval, maka tidak perlu dilakukan transformasi data menggunakan msi .

G. Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk menjelaskan kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Korelasi bersifat undirectional yang artinya tidak ada yang ditempatkan sebagai predictor dan respon (IV dan DV).

Angka korelasi berkisar antara -1 s/d +1. Semakin mendekati 1 maka korelasi semakin mendekati sempurna. Sementara nilai negative dan positif mengindikasikan arah hubungan. Arah hubungan yang positif menandakan bahwa pola hubungan searah atau semakin tinggi A menyebabkan kenaikan pula B (A dan B ditempatkan sebagai variabel).

Interprestasi angka korelasi menurut Prof. Sugiyono (2007)

0	–	0,199	: Sangat lemah
0,20	–	0,399	: Lemah
0,40	–	0,599	: Sedang
0,60	–	0,799	: Kuat
0,80	–	1,0	: Sangat kuat

Analisis korelasi parsial antara variabel perilaku terhadap variabel kinerja dan antara tingkat konsentrasi dan tingkat profitabilitas menggunakan Korelasi Pearson (*Product Moment*) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XiY - (\sum Xi)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi product moment

N = jumlah sampel

X = variabel x

Y = variabel y

Untuk menguji signifikan korelasi antara variabel X terhadap Y menggunakan uji

t dengan rumus :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1)$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi hasil perhitungan

n = jumlah sampel

Dengan kriteria pengujian adalah apabila diperoleh t- hitung positif, maka berlaku

:

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}} = H_0$ diterima, H_a ditolak (korelasi signifikan)

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} = H_0$ ditolak, H_a diterima

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada industri jasa ekspedisi muatan kapal laut (EMKL) di Bandar Lampung maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas penerapan kebijakan perilaku dilihat dari lima aspek yaitu kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan peningkatan kualitas, kebijakan pengadaan modal dan usaha dan kebijakan pemasaran.
Kebijakan dengan pencapaian baik adalah kebijakan harga dan kebijakan peningkatan kualitas yang mendapat pencapaian kondisi ideal diatas 70 % sedangkan kebijakan promosi, kebijakan pengadaan modal dan kebijakan pemasaran belum mencapai kondisi baik atau belum mencapai hasil yang memuaskan .
2. Kinerja usaha pada ekspedisi muatan kapal laut di Bandar Lampung baik, hal ini dapat dilihat dari pencapaian kondisi ideal sebesar 72 % .
3. Hubungan antara perilaku dan kinerja usaha ekspedisi muatan kapal laut di Bandar Lampung dapat dilihat dari hasil korelasi. Strategi harga, strategi promosi, strategi peningkatan kualitas dan strategi pemasaran berkorelasi kuat dengan kinerja usaha ekspedisi muatan kapal laut di Bandar Lampung.

Strategi pengadaan modal berkorelasi dengan kinerja usaha ekspedisi muatan kapal laut di Bandar Lampung tetapi lebih lemah dibandingkan empat strategi lainnya.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk peningkatan kinerja industri jasa EMKL di Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Para usaha industri jasa EMKL harus meningkatkan kinerja perusahaannya melalui peningkatan waktu pelayanan kepada konsumen dengan begitu dapat menghasilkan suatu nilai output yang maksimum dengan menggunakan sejumlah input tertentu. Baik secara kuantitas fisik maupun nilai ekonomis (harga).
2. Bagi pihak pengadaan modal usaha, sebaiknya lebih ditambah lagi modal usaha ekspedisi muatan kapal laut agar bisa mendapatkan keuntungan lebih besar .
3. Untuk peneliti selanjutnya, dianjurkan untuk menganalisis pengaruh perilaku perusahaan terhadap kinerja industri dengan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dajan, Anto., 1987. *Pengantar metode Statistika* Jilid II. LP3ES. Jakarta.
- Dumaity., 1994, *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta.
- Hasibuan, Nurimansjah., 1994. *Ekonomi Industri*. LP3ES. Jakarta.
- Hasibuan, Nurimansyah., Prof., Dr. (1993). *Ekonomi Industri : Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. LP3ES. Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2002.. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Nazir, Moh., 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soekirno, Sadono., 1985. *Ekonomi Pembangunan*. LPFE-UI. Jakarta.
- Soekirno Sadono., 1995. *Pengantar Teori Makroekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soekirno Sadono, 1995. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sugiyono, DR, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. PT. Alfabeta. Bandung.
- Soeprapto, J., 1986. *Statistik Teori dan Aplikasi Jilid II*. Erlangga. Jakarta.
- Suparmoko, M. Irawan., 1988. *Ekonomi Pembangunan*. Liberty. Yogyakarta.
- Umar, Husein., 2001. *Strategic Mangement In Action*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Yuhilza, Hanum., 2004, *Analisis Ekonomi industri farmasi Indoneia*. Final Draft, Jakarta.