

ABSTRACT

MARKET STRUCTURE OF LAUNDRYIN KAMPUNG BARU UNILA

Bellia Fitri Setiawati

This study aims to analyze the structure of the laundry market, laundry efforts to compete in certain market structures and the suitability of the application of price policies to the strength of business competition in the laundry service industry in Kampung Baru Unila. This study uses primary data by distributing questionnaires to 30 respondents. Data analysis conducted was the Company's Market Share (Market Share), Market Concentration and Market Conduct Analysis. The results showed that the structure of the laundry business market in Kampung Baru Village, UNILA, Bandar Lampung City was included in the category of perfect competition. Laundry business efforts in Kampung Baru Unila compete in certain market structures by increasing pricing policies, product policies, promotion policies and place policies. Suitability of product policy is 77.3%, price policy is 84.7%, promotion policy is 78.4% and place policy is 85%.

Keywords: Market Structure, Laundry Business

ABSTRAK

STRUKTUR PASAR USAHA *LAUNDRY* KILOAN DI KAMPUNG BARU UNILA

**Oleh
Bellia Fitri Setiawati**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar *laundry* kiloan, upaya *laundry* kiloan bersaing di struktur pasar tertentu dan kesesuaian penerapan kebijakan harga terhadap kekuatan persaingan usaha pada industri jasa *laundry* kiloan di Kampung Baru Unila. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 responden. Analisis data yang dilakukan adalah Pangsa Pasar Perusahaan (*Market Share*), Konsentrasi Pasar dan Analisis Perilaku Pasar (*Market Conduct*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar usaha *Laundry* kiloan di Kelurahan Kampung Baru UNILA Kota Bandar Lampung termasuk dalam kategori persaingan sempurna. Upaya usaha *Laundry* kiloan di Kampung Baru Unila bersaing di struktur pasar tertentu dengan meningkatkan kebijakan harga, kebijakan produk, kebijakan promosi dan kebijakan tempat. Kesesuaian kebijakan produk sebesar 77,3%, kebijakan harga sebesar 84,7%, kebijakan promosi sebesar 78,4% dan kebijakan tempat sebesar 85%.

Kata Kunci : Struktur Pasar, Usaha Laundry.