

**KONSENTRASI INDUSTRI PERDAGANGAN BERAS ECERAN DI
KECAMATAN PANJANG DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA**

(Skripsi)

Oleh

**MELA NOPITA SARI
1711021111**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRACT

**THE CONCENTRATION OF THE RETAIL RICE TRADING INDUSTRY IN
THE PANJANG SUB-DISTRICT AND THE FACTORS THAT INFLUENCE
IT**

BY

Mela Nopita Sari

This study aims to find out how big the level of concentration and the factors that influence it in the retail rice trading industry in Panjang District, Bandar Lampung City in 2022. The analytical method used in this study is the correlation analysis test method. Meanwhile, to measure the concentration level, the Market Share Index, Concentration Index, and Hafindhal Index are used. The dependent variable used in this study is the level of concentration of retail rice trading in Panjang District and the independent variables include the amount of sales, business strategy, and capital. The results of this study indicate that the amount of sales and capital has a positive and significant relationship to the level of concentration of retail rice trade in Panjang District, while the business strategy variable has a positive but not significant relationship to the level of concentration of retail rice trade in Panjang District.

Keywords: *The level of concentration, sales amount, business strategi, Capita*

ABSTRAK

KONSENTRASI INDUSTRI PERDAGANGAN BERAS ECERAN DI KECAMATAN PANJANG DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA

Oleh

Mela Nopita Sari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat konsentrasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya pada industri perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung Tahun 2022. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode uji analisis korelasi. Sedangkan untuk mengukur tingkat konsentrasi digunakan Indeks Market Share, Indeks Konsentrasi, dan Indeks Hafindhal. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat konsentrasi perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang dan variabel bebas meliputi jumlah penjualan, strategi bisnis, dan modal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah penjualan dan modal memiliki hubungan yang positif terhadap tingkat konsentrasi perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang, sedangkan variabel strategi bisnis memiliki hubungan yang positif terhadap tingkat konsentrasi perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang.

Kata Kunci: Jumlah Penjualan, Modal, Strategi Bisnis, Tingkat Konsentrasi

**KONSENTRASI INDUSTRI PERDAGANGAN BERAS ECERAN DI
KECAMATAN PANJANG DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA**

Oleh

MELA NOPITA SARI

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
2023**

Judul Skripsi

**: KONSENTRASI INDUSTRI
PERDAGANGAN BERAS ECERAN
DIKECAMATAN PANJANG DAN
FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHINYA**

Nama Mahasiswa

: MELA NOPITA SARI

No. Pokok Mahasiswa

: 1711021111

Jurusan

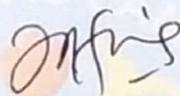
: Ekonomi Pembangunan

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

MENYETUJUI

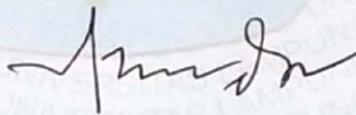
Komisi Pembimbing



Emi Maimunah, S.E., M.Si.
NIP 19800218 200501 2 002

MENGETAHUI

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

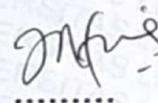


Dr. Neli Aida, S.E., M.Si.
NIP 19631215 198903 2 002

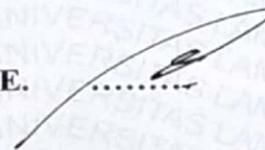
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Emi Maimunah, S.E., M.Si.



Penguji I : Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E.



Penguji II : Zulfa Emalia, S.E., M.Sc.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 1 Agustus 2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah 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, 14 Agustus 2023

Penulis,



Mela Nopita Sari

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Mela Nopita Sari lahir di Kota Metro pada tanggal 13 Mei 1999. Penulis merupakan putri tunggal dari pasangan Bapak Agus Yudi dan Ibu Suhartini. Penulis mengawali pendidikannya di SDN 1 Ketapang pada tahun 2006-2011, dilanjutkan ke SMPN 11 Bandar Lampung pada tahun 2012-2014, dilanjutkan ke SMAN 6 Bandar Lampung pada tahun 2015-2017 di jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). Kemudian pada tahun 2017, penulis diterima di Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur PMPAP.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif mengikuti organisasi yaitu Himpunan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (HIMEPA) sebagai anggota, dan mengikuti organisasi Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) sebagai staff bidang pendidikan dan pengkaderan pada periode 2020. Selain itu, penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) periode 2 di Kelurahan Ketapang, Kecamatan Panjang, Bandar Lampung pada tahun 2020.

MOTTO

“ Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan dia sebaik-baiknya pelindung.”

(QS. Ali ‘Imran 3: ayat 173)

“ Berdoalah kepada Allah dalam keadaan yakin akan dikabulkan, dan ketahuilah bahwa Allah tidak mengabulkan doa dari hati yang lalai. ”

(Riwayat At - Tirmidzi)

“ Tidak ada yang perlu di khawatirkan ketika segala sesuatunya sudah diserahkan kepada Allah.”

(Mela Nopita Sari)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbilalamin

Puji syukur kepada Allah SWT taburan cinta dan kasih sayangMu telah memberikan kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang telah Engkau berikan akhirnya skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada Mama tercinta.

Mama Tercinta

Sebagai bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Mama (Suhartini). Kuucapkan terimakasih yang tiada henti kepada mama yang telah menjadi sosok mama yang luar biasa untuk aku, selalu memberikanku cinta, kasih sayang, mendidikku dengan baik, memberikanku perhatian, motivasi, ridho dan doa-doa yang tiada hentinya diberikan, yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang tertuliskan kata persembahan. Semoga ini dapat menjadi awal untuk dapat membuat mama bangga dan bahagia.

Seluruh orang terdekat dan teman-teman seperjuanganku

Terimakasih atas segala dukungan, doa-doa yang kalian berikan, semangat, dan motivasi kala suka maupun duka, semoga kebaikan selalu menyertai kalian.

**Serta terimakasih untuk Almamater tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Lampung.**

SANWACANA

Bismillahirrahmanirahim,

Alhamdulillahirobilalamin, puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Konsentrasi Industri Perdagangan Beras Eceran Di Kecamatan Panjang dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya” yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Yth. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Yth. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
3. Yth. Ibu Ukhti Ciptawaty, S.E., M.Si selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.
4. Yth. Ibu Emi Maimunah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, motivasi, nasihat, serta waktu untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Yth. Ibu Zulfa Emalia., S.E., M.Sc. selaku dosen penguji dan pembahas yang telah memberikan waktu, ilmu, saran, dan nasihatnya yang membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dr. Asih Murwiati, S.E., M.E. selaku dosen penguji dan pembahas yang telah memberikan waktu, ilmu, saran, dan nasihatnya yang membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membekali ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Seluruh Staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah membantu penulis pada masa perkuliahan.
9. Kepada yang istimewa Mama, yang selalu berjuang, selalu memberikan cinta, kasih sayang, mendoakan, memotivasi, serta memberi dukungan kepadaku.
10. Terimakasih kepada teman-temanku tercinta Herza, Valencia, Nina, dan Yovita yang selalu memberikan dukungan serta bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Terimakasih kepada Pojee, Feli, juga Tanti untuk selalu menjadi pendengar yang baik, memberikan motivasi, dan semangat untuk bisa sampai dititik ini.
12. Teman-teman NKSTHI terimakasih banyak telah menemani masa-masa perkuliahan baik susah maupun senang.
13. Teman-teman EP Angkatan 2017, terimakasih atas kebersamaan dan canda tawa selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
14. Keluarga KSPM khususnya Bidang 2 (Pendidikan dan Pengkaderan) terimakasih atas segala pengalaman dan pembelajaran yang telah diberikan.
15. Teman-teman KKN Kelurahan Ketapang dan Panjang terimakasih banyak atas kerjasama tim selama 40hari.
16. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang sekiranya tidak dapat disebutkan satu-persatu. Penulis mengucapkan terimakasih banyak.
17. Teman-teman seperjuangan di Ekonomi Industri, terimakasih banyak atas segala bantuan yang diberikan, semoga kita sukses kedepannya. Amin
18. Terakhir namun tidak kalah penting, terimakasih pada diriku sendiri karena selalu kuat dan percaya untuk bisa bertahan dan menyelesaikan tugas terpanjang ini dengan baik.

Akhir kata penulis paham betul bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan di dalamnya, oleh karena itu kritik saran yang membangun akan sangat diterima oleh penulis. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak.

Bandar Lampung, 14 Agustus 2023

Penulis,

Mela Nopita Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Pengertian Industri.....	13
2. Struktur Pasar.....	14
3. Teori Konsentrasi Industri.....	20
4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsentrasi...	23
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	27
D. Hipotesis.....	28
III. METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	29
B. Jenis dan Sumber Data.....	29
C. Populasi dan Sampel.....	30
D. Oprasionalisasi Variabel.....	30
E. Uji Validitas.....	31

F. Uji Signifikansi Korelasi.....	32
G. Metode Analisis.....	33
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Toko Dalam Industri Perdagangan Beras Eceran.....	35
B. Pengukuran Struktur Pasar.....	35
1. Hasil Perhitungan Menggunakan Indeks <i>Market Share</i>	35
2. Hasil Perhitungan Menggunakan Indeks Konsentrasi.....	39
3. Hasil Perhitungan Menggunakan Indeks Harfindahl.....	39
C. Pengukuran Korelasi Jumlah Penjualan dan Tingkat Konsentrasi.	40
D. Pengukuran Korelasi Strategi Bisnis dan Tingkat Konsentrasi.....	42
E. Pengukuran Korelasi Modal dan Tingkat Konsentrasi.....	43
F. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	44
G. Hasil Uji Signifikansi Korelasi.....	45
H. Implikasi Hasil Penelitian.....	45
V. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	46
B. Saran-saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Data Kontribusi PDRB Rata-rata Per Sektor Periode 2017-2020.....	2
2. Banyaknya Jumlah Industri Jasa Perdagangan Beras Eceran di Kota Bandar Lampung.....	5
3. Volume penjualan eceran beras yang diambil dari para pedagang di beberapa pasar Kota Bandar Lampung selama seminggu menurut Merk beras, Oktober 2020 (Kg).....	6
4. Harga Rata-rata Beras di Beberapa Pasar di Bandar Lampung Menurut Jenis/Kualitas, Oktober 2020 (Rp/Kg).....	9
5. Jenis Struktur Pasar.....	15
6. Penelitian Terdahulu.....	25
7. Rangkuman Variabel.....	31
8. Data Lama Usaha Pedagang Beras Eceran di Pasar Panjang.....	35
9. Data Modal Pedagang Eceran di Pasar Panjang.....	36
10. Data Jumlah Penjualan (Kg) Pedagang Beras Eceran di Pasar Panjang...	36
11. Data Total Penjualan Pedagang Beras Eceran di Pasar Panjang.....	37
12. Hasil Perhitungan Indeks <i>Market Share</i>	37
13. Daftar <i>Market Share</i> 4 pedagang Terbesar.....	38
14. Hasil Perhitungan Indeks Konsentrasi 4 Pedagang Terbesar.....	39
15. Hasil Uji Korelasi X_1 dan Y	41
16. Hasil Uji Korelasi X_2 dan Y	42
17. Hasil Uji Korelasi X_3 dan Y	43
18. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	44
19. Hasil Uji Signifikansi Korelasi.....	45

DAFTAR GAMBAR

Halaman

1. Berdasarkan Merek Beras Dengan Volume Penjualan Terbesar di Beberapa Pasar di Bandar Lampung Selama Seminggu, Oktober 2020 (Kg).....	8
2. Kerangka Pemikiran.....	27

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri perdagangan merupakan salah satu jenis usaha yang dapat menjadi penentu aktivitas ekonomi dibagian distribusi, hal ini diungkapkan oleh (Sutomo & Ratwianigsih, 2017). Industri perdagangan ini juga merupakan suatu industri yang melakukan kegiatan jual beli barang maupun jasa, baik dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan perantara seperti pedagang, broker, ataupun agen. Industri perdagangan dapat mencakup kegiatan distribusi dan pemasaran barang dan jasa, serta kegiatan logistik yang terkait dengan proses perdagangan. Pada sektor perdagangan terdapat beberapa jenis pedagang yaitu perdagangan besar dan perdagangan eceran. Perdagangan besar sendiri merupakan golongan yang mencakup perdagangan besar nasional dan internasional atas usaha sendiri ataupun atas dasar balas jasa atau kontrak (perdagangan komisi).

Menurut (Kotler & Armstrong, 2017) Perdagangan besar (*wholesalers*) adalah sebuah perusahaan yang memiliki aktivitas membeli barang atau jasa dari produsen atau *supplier* dengan tujuan untuk dijual kembali kepada *retailer*, kebutuhan bisnis, ataupun wholesaler lainnya. Pedagang besar seringkali secara fisik mengumpulkan, menyortir dan memisahkan kualitas barang dalam ukuran besar, membongkar dari ukuran besar dan mengepak ulang menjadi ukuran yang lebih kecil, misalnya produk farmasi untuk menyimpan, mendinginkan, mengantar dan memasang barang-barang, terlibat dalam promosi penjualan untuk pelanggannya dan perancangan label (Statistik, 2020). Sedangkan dalam perdagangan eceran merupakan pelaku usaha distribusi yang kegiatan pokoknya memasarkan barang secara langsung kepada konsumen.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) perdagangan eceran (*retailing*) merupakan semua aktivitas yang melibatkan perdagangan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi dan bukan bisnis. Perdagangan eceran adalah penjualan kembali (tanpa perubahan teknis), baik barang baru maupun bekas, utamanya kepada masyarakat umum untuk konsumsi atau penggunaan perorangan maupun rumah tangga, melalui toko, departement store, kios, *mail-order houses*, penjual dari pintu ke pintu, pedagang keliling, koperasi konsumsi, rumah pelelangan, dan lain-lain. Pada umumnya pedagang pengecer memperoleh hak atas barang-barang yang dijualnya, tetapi beberapa pedagang pengecer bertindak sebagai agen, dan menjual atas dasar konsinyasi atau komisi (Statistik, 2020).

Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata kontribusi per sektor terhadap PDRB Kota Bandar Lampung, industri perdagangan besar dan eceran di Bandar Lampung yang memiliki rata-rata kontribusi terbesar urutan ketiga dengan persentasi rata-rata 12,08%. Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa struktur perekonomian Kota Bandar Lampung di dominasi oleh sektor pertanian, kehutanan, perikanan serta industri pengolahan. Berikut ini merupakan data kontribusi PDRB rata-rata per sektor pada periode 2017-2020:

Tabel 1.1 Data Kontribusi PDRB Rata-Rata Per Sektor Periode 2017-2020

SEKTOR	Rata-Rata Kontribusi Per Sektor (%)
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	29,44
B. Pertambangan dan Penggalian	5,99
C. Industri Pengolahan	18,29
D. Pengadaan Listrik dan Gas	0,17
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	0,1
F. Konstruksi	9,68
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	12,08
	Bersambung...

Lanjutan...

SEKTOR	Rata-Rata Kontribusi Per Sektor (%)
H. Transportasi dan Pergudangan	5,13
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	1,42
J. Informasi dan Komunikasi	4,74
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	2,09
L. Real Estate	3,06
M,N. Jasa Perusahaan	0,14
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	3,06
P. Jasa Pendidikan	2,78
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0,97
R,S,T,U. Jasa Lainnya	0,91
PDRB	100

Sumber : BPS Kota Bandar Lampung, 2020

Menurut Undang-Undang No 3 Tahun 2014, industri merupakan seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri. Industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat (Hasibuan, 1993). Dalam sebuah proses pembangunan, sektor industri dijadikan sebagai salah satu prioritas pembangunan yang diharapkan memiliki peranan sebagai sektor pemimpin (*leading sector*) bagi pembangunan dari sektor-sektor lainnya (Arsyad, 2010). Maksud dari *leading sector* ini adalah dengan adanya pembangunan industri dapat memacu dan meningkatkan pembangunan pada sektor-sektor lain, seperti halnya pada sektor pertanian dan sektor jasa.

Jasa industri merupakan kegiatan industri untuk melayani keperluan pihak lain, dalam kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain dan pihak pengolah hanyalah melakukan pengolahan yang bertujuan untuk memperoleh imbalan sejumlah uang maupun barang sebagai bentuk balas jasa, seperti halnya perusahaan yang melakukan kegiatan tertentu dibalas dengan jasa tertentu (BPS, 2017). Menurut (Iqbal, 2013) dalam industri jasa dapat mencakup perdagangan

barang seperti hasil industri, pertanian, pertambangan, maupun jasa keuangan, transportasi, atau perhotelan. Industri jasa pada saat ini khususnya di Indonesia telah berperan penting dalam kegiatan perekonomian dan perkembangannya pun cukup pesat dengan banyaknya industri di sektor jasa yang bertebaran. Peranan industri dalam perekonomian tentunya tidak lepas kaitannya dengan pasar yang merupakan tempat terjadinya transaksi, sementara industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dapat menghasilkan suatu barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Keterkaitan industri dan pasar dapat terjadi dalam kegiatan ekonomi, baik dalam hal produksi dan distribusi barang maupun jasa, maupun tingkat persaingan yang terjadi dalam pasar. Industri dan pasar dalam kegiatan ekonomi tentu saja memiliki keterkaitan satu sama lain, dimana barang atau jasa yang diolah dari kegiatan industri kemudian di distribusikan kedalam pasar untuk diperjual belikan.

Menurut (Hasibuan, 1993) dalam arti sempit pengertian pasar adalah pertemuan antara penjual dan pembeli. Sedangkan dalam arti luas, pasar merupakan tempat yang terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama, dipasar tersebut dapat terjadinya pertukaran untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan lainnya (Kotler & Armstrong, 2017). Dalam mekanisme pasar barang atau jasa yang diperjual belikan dapat beraneka ragam, mulai dari yang bersifat primer seperti sandang pangan hingga yang bersifat tersier berupa barang mewah. Berdasarkan pada objek pada penelitian ini, beras termasuk kedalam industri komoditi pokok di Indonesia sehingga beras memiliki segmentasi yang besar dipasaran mengingat target pembelinya meliputi hampir seluruh golongan masyarakat.

Mengingat beras merupakan komoditi pokok sehingga elastisitas harga beras dipasaran bersifat inelastis. Meskipun begitu tiap-tiap produsen yang memproduksi beras tentu memiliki perbedaan tersendiri pada masing-masing merek yang dibuat dan memiliki target pasar yang berbeda juga, hal ini merupakan penyebab utama adanya perbedaan harga untuk setiap merek beras walaupun berada dalam kategori komoditi yang sama. Adanya berbagai macam varian beras yang tersedia dipasaran, industri perdagangan beras juga

mencakup skala besar (produsen dan distributor) maupun eceran dimana dalam data kontribusi PDRB rata-rata per sektor pada tabel 1.1 untuk sektor perdagangan besar dan eceran menyumbang setidaknya 12,08% dari total kontribusi PDRB. Beras eceran merupakan beras yang dijual secara terpisah dalam jumlah yang kecil, biasanya beras eceran ini dijual di pasar tradisional, toko-toko kecil, maupun warung-warung, yang umumnya dioperasikan oleh pedagang kecil. Dalam penelitian ini dilakukan survei terlebih dahulu di beberapa pasar di Kota Bandar Lampung untuk mengetahui berapa banyak jumlah industri jasa perdagangan beras eceran di Kota Bandar Lampung. Berikut ini merupakan data jumlah pedagang beras eceran di pasar-pasar yang tersebar di Kota Bandar Lampung:

Tabel 1.2 Banyaknya jumlah industri jasa perdagangan beras eceran di Kota Bandar Lampung

Nama Pasar	Lokasi	Jumlah Pedagang
1. Pasar Bawah	Jl. Pemuda, Tanjung Karang Timur	3
2. Pasar Tugu	Jl. Hayam Wuruk, Tanjung Karang Timur	23
3. Pasar Way Halim	Jl. Rajabasa Raya, Kedaton	8
4. Pasar Baru/ SMEP	Jl. Batu Sangkar, Tanjung Karang Pusat	2
5. Pasar Pasir Gintung	Jl. Pisang, Tanjung Karang Pusat	9
6. Pasar Tamin	Jl. Tamin, Tanjung Karang Pusat	18
7. Pasar Gudang Lelang	Jl. Ikan Bawal, Teluk Betung Selatan	9
8. Pasar Cimeng	Jl. Hasyim Ashari, Teluk Betung Selatan	7
9. Pasar Ambon	Jl. RE. Martadinata, Teluk Betung Selatan	3
10. Pasar Kangkung	Jl. Hasanuddin, Teluk Betung Selatan	11
11. Pasar Panjang	Jl. Yos Sudarso, Panjang	35
12. Pasar Tani	Jl. Melati, Kemiling	7
13. Pasar Terminal Kemiling	Jl. Imam Bonjol, Kemiling	1
14. Pasar Bambu Kuning	Jl. Bukit Tinggi, Tanjung Karang Pusat	4
15. Pasar Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang	12
16. Pasar Rajabasa	Jl. Kapten Abdul Haq, Rajabasa	5
17. Pasar Korpri	Perum. Korpri, Sukarame	3
18. Pasar Untung	Jl. Untung, Labuan Ratu	6
19. Pasar Koga	Jl. Teuku Umar, Kedaton	9
20. Pasar Tempel Garuntang	Jl. Gatot Subroto, Sukaraja	4
21. Pasar Tempel Way Dadi	Jl. Pembangunan, Sukarame	16

Bersambung...

Lanjutan...

22. Pasar Tempel Way Kandis	Jl. Ratu Dibalau, Tanjung Senang	14
23. Pasar Tempel Stasiun	Jl. Untung Surapati, Labuhan Ratu	3
24. Pasar Tempel Cahaya	Jl. Urip Sumoharjo, Way Halim	2

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 1.2 diketahui bahwa terdapat sebanyak 24 total pedagang beras eceran yang tersebar di Kota Bandar Lampung, dengan jumlah pedagang beras terbesar berada di Pasar Panjang yaitu sejumlah 35 pedagang atau 16,36% dari total populasi pedagang beras eceran di Kota Bandar Lampung.

Pengambilan sampel pada penelitian ini akan menggunakan metode sampel bersyarat atau penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (*Purposive Sampling*) dengan beberapa merek beras yang dipilih yakni, Rojolele, Tiga Daun, Kamboja, dan Multi. Alasan keempat merek beras tersebut dipilih sebagai pertimbangan sampel dikarenakan merek beras tersebut merupakan merek beras yang memiliki penjualan paling banyak dengan perkiraan tahun yaitu tahun 2020. Berikut ini merupakan volume penjualan eceran beras (Kg) selama seminggu menurut beberapa pasar di Bandar Lampung:

Tabel 1.3 Volume penjualan eceran beras yang diambil dari para pedagang di beberapa pasar Kota Bandar Lampung selama seminggu menurut Merk beras, Oktober 2020 (Kg)

No.	Jenis/ Merk Beras	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	Bandar Lampung
1.	AAI	102	-	-	102
2.	AB	876	-	-	876
3.	AK	366	-	-	366
4.	Apel	-	-	438	438
5.	AW	-	397	-	397
6.	BMW	-	-	219	219
7.	Bunga	-	-	2.144	2.144
8.	BungaPesawaran	458	-	-	458
9.	Dewi Sri	204	-	-	204
10.	Dua Kelapa	-	-	1.400	1.400
11.	Dua Koki	-	397	-	397
12.	Elang	-	-	2.188	2.188

Bersambung...

Lanjutan...

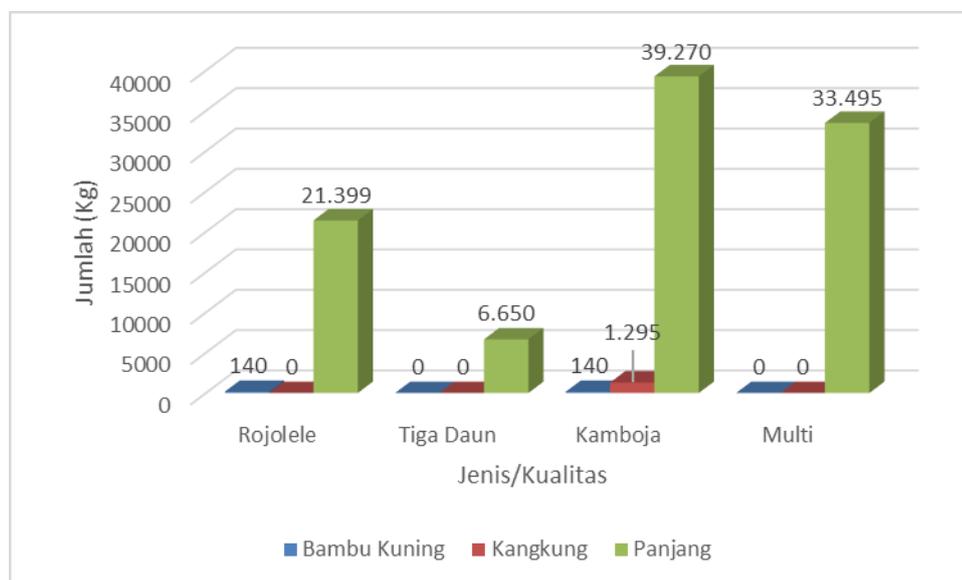
No.	Jenis/ Merk Beras	Bambu Kuning	Kangkung	Panjang	Bandar Lampung
13.	GS	-	-	438	438
14.	Jaya Padi	-	-	438	438
15.	Jempol OK	-	-	1.006	1.006
16.	Kamboja	-	1.705	10.605	12.310
17.	Kelinci	71	-	-	71
18.	Kembang	-	-	438	438
19.	Kepala Singa	-	-	44	44
20.	Manggis	-	595	6.693	7.288
21.	Mawar	-	2.896	1.093	3.989
22.	Merpati	61	-	-	61
23.	MK	-	-	175	175
24.	Multi	-	-	7.849	7.849
25.	Mutiara	112	-	-	112
26.	MYS	-	-	44	44
27.	Nemo	51	-	-	51
28.	NN	-	-	1.138	1.138
29.	PJ	-	-	88	88
30.	PK	-	-	88	88
31.	Prambanan	356	-	-	356
32.	RA	30	-	-	30
33.	Raja Udang	1.731	2.142	262	4.135
34.	Ramos	-	1.190	569	1.759
35.	Ratu Koki	-	-	44	44
36.	Rojolele	489	5.394	9.712	15.595
37.	Sania	-	397	218	615
38.	SB	1.436	-	131	1.567
39.	SJ	-	396	17	413
40.	SK	-	-	87	87
41.	SP	-	-	306	306
42.	SW	153	-	-	153
43.	Tiga Daun	-	397	14.192	14.589
44.	Udang	-	-	18	18
45.	Udang Top	-	159	-	159
46.	Venak	-	-	831	831
Jumlah		6.496	16.065	62.913	85.474

Sumber : Statistik Volume Penjualan Eceran Beras Kota Bandar Lampung, 2020

Berdasarkan pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa terdapat beberapa merek beras yang memiliki penjualan tertinggi dipasar, urutan pertama yaitu merek beras Rojolele yang memiliki volume penjualan selama seminggu sebanyak 15.597 kg, kemudian untuk merek beras Tiga Daun memiliki penjualan sebanyak 14.590 kg, selanjutnya merek beras Kamboja dengan volume penjualan mencapai 12.311 kg, berikutnya merek beras multi dengan volume penjualan mencapai 7.849 kg, beras merek Raja Udang dengan volume penjualan mencapai 4.136 kg, dan urutan terakhir yaitu merek beras Mawar dengan volume penjualan mencapai 3.990 kg. Pada tabel diatas juga menunjukkan bahwa penjualan beras terbanyak berada di pasar Panjang dengan total keseluruhan sebesar 62.913 kg.

Setelah diperkecil kembali telah diperoleh sebanyak lima merek beras yang memiliki tingkat penjualan tertinggi, berikut ini merupakan data volume penjualan beras terbesar selama seminggu menurut pasar dan jenis/kualitas :

Gambar 1. Berdasarkan Merek Beras Dengan Volume Penjualan Terbesar di beberapa Pasar di Bandar Lampung Selama Seminggu, Oktober 2020 (Kg)



Sumber : Statistik Volume Penjualan Eceran Beras Kota Bandar Lampung, 2020

Berdasarkan pada gambar 1 menunjukkan bahwa kelima merek beras diatas merupakan beras yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Pada persentase penjualan, beras merek Rojolele terjual dengan jumlah sebanyak 21.539 Kg.

berikutnya yaitu beras Tiga Daun dengan jumlah sebesar 6.650 Kg, selanjutnya beras merek Kamboja juga memiliki persentase penjualan tertinggi yaitu sebesar 40.705 Kg, selanjutnya yaitu beras merek Multi memiliki penjualan di masyarakat sebesar 33.495 Kg. Pada umumnya harga eceran beras yang tersebar dipasaran berkisar Rp 9.388 – 12.000,- per kilogram. Berikut ini merupakan data harga beras eceran dari beberapa merek beras yang telah disebutkan pada data diatas:

Tabel 1.4 Harga Rata-rata Beras di beberapa Pasar di Bandar Lampung Menurut Jenis/Kualitas, Oktober 2020 (Rp/Kg):

Pasar	Kamboja	Tiga Daun	Multi	Rojolele
Bambu Kuning	11.900	11.900	11.000	9.900
Kangkung	11.500	11.500	11.000	9.900
Panjang	11.833	11.833	11.000	9.933
Harga Rata-Rata	11.744	11.744	11.000	9.911

Sumber : Statistik Volume Penjualan Beras Kota Bandar Lampung, 2020

Pada data tersebut menunjukkan harga rata-rata beras eceran yang paling rendah adalah merek beras Rojolele dengan harga berkisar Rp 9.911,-/Kilogram, sedangkan harga tertinggi beras eceran yaitu merek beras kamboja dan Tiga Daun dengan harga sebesar Rp 11.744,-/Kilogram. Adapun perbedaan harga yang terjadi di tiap pasar meskipun merk beras yang dijual sama adalah akibat dari kebijakan harga maupun non-harga yang ditetapkan masing-masing penjual dipasar tersebut. Selain menjadi nilai tukar dari produk maupun jasa, harga merupakan bagian penting dalam perdagangan, hal tersebut juga dapat menjadi penentu keberhasilan tiap pedagang. Apabila harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka dapat menyebabkan penjualan akan menurun, sementara itu apabila harga ditetapkan terlalu rendah maka dapat mengurangi keuntungan yang akan diperoleh oleh pedagang.

Selain itu, permasalahan yang sering muncul dalam perdagangan beras adalah adanya perbedaan kualitas, jenis, dan ketersediaan beras antara lain dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu, adanya perbedaan musim panen dan musim peceklik, perubahan jenis beras yang dihasilkan dari wilayah produsen, perbedaan jenis dan

kualitas beras yang disalurkan pemerintah ke pasar, serta perubahan permintaan masyarakat. Adapun faktor yang mempengaruhi konsentrasi industri perdagangan beras eceran adalah adanya faktor jumlah penjualan, dimana jumlah penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Dapat diketahui bahwa jumlah pedagang beras khususnya dipasar Panjang adalah yang tertinggi dibandingkan seluruh pasar lain di Kota Bandar Lampung. Seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.2 tingginya jumlah pedagang beras dipasar Panjang mengindikasikan tingkat konsentrasi yang tinggi, dan seharusnya hal ini berhubungan secara positif terhadap jumlah penjualan beras. Menurut (Saftiana, 2014) menyimpulkan bahwa profitabilitas bergantung pada konsentrasi pasar, dalam hal ini berarti semakin tinggi tingkat konsentrasi pada pasar maka jumlah penjualan akan semakin meningkat, khususnya diserap oleh perusahaan-perusahaan yang paling memiliki pangsa tertinggi.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi konsentrasi industri perdagangan beras eceran selanjutnya adalah strategi bisnis, dimana strategi bisnis ini merupakan sebuah tindakan yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Dalam penelitian ini, strategi bisnis memiliki hubungan yang sangat lemah terhadap tingkat konsentrasi industri perdagangan beras eceran. Menurut (Yudha, 2020) menyatakan hubungan antara strategi bisnis terhadap tingkat konsentrasi memiliki hubungan yang signifikan dan positif, akan tetapi kedua hubungan kedua variabel tersebut sangat lemah. Oleh sebab itu, pedagang beras tidak dapat menerapkan kerjasama dengan pedagang lainnya dalam penetapan harga, pengadaan barang dagang, maupun pemasaran produk.

Setelah itu, faktor yang mempengaruhi konsentrasi industri perdagangan beras eceran adalah modal, dimana modal digunakan untuk membeli persediaan beras yang harus disediakan oleh masing-masing toko. Apabila jumlah modal semakin ditingkatkan maka dapat menambah jumlah barang dagang pada toko dan juga dapat meningkatkan nilai penjualan bagi pedagang. Menurut (Munawir, 2004)

pada umumnya modal suatu perusahaan dapat berasal dari hasil operasi perusahaan, serta keuangan dari penjualan hasil produksi perusahaan. Maka besar kecilnya modal sangat berpengaruh pada tingkat konsentrasinya. Sedangkan dalam (Miar & Batubara, 2020) menyatakan bahwa dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsentrasi.

Berdasarkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu, apabila dikaitkan dengan kondisi yang terjadi di Pasar Panjang dapat diketahui bahwa jumlah pedagang beras khususnya di Pasar Panjang adalah yang tertinggi dibandingkan seluruh pasar lain di Kota Bandar Lampung. Seperti yang dapat dilihat pada tabel 1.2 tingginya jumlah pedagang beras di Pasar Panjang mengindikasikan tingkat konsentrasi yang tinggi, dan seharusnya hal ini berhubungan secara positif terhadap jumlah penjualan beras seperti yang ditunjukkan pada tabel 1.3 dan gambar 1 tingginya jumlah penjualan akan berdampak pada tingginya modal usaha yang dibutuhkan dan strategi bisnis yang diterapkan, sehingga kedua hal tersebut dapat diasumsikan berhubungan secara positif terhadap tingkat konsentrasi seperti halnya yang terjadi pada jumlah penjualan.

B. Rumusan Masalah

Adapun masalah yang muncul pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk struktur pasar industri perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang khususnya wilayah Pasar Panjang Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana hubungan antar jumlah penjualan beras, strategi bisnis, dan modal terhadap tingkat konsentrasi pada perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang khususnya wilayah Pasar Panjang Kota Bandar Lampung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan dalam rumusan masalah, maka terdapat tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana bentuk struktur pasar industri perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang khususnya wilayah Pasar Panjang Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui bagaimana hubungan antar jumlah penjualan beras, strategi bisnis, dan modal terhadap tingkat konsentrasi pada perdagangan beras eceran di Kecamatan Panjang khususnya wilayah Pasar Panjang Kota Bandar Lampung.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diberikan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis sebagai syarat kelulusan Strata 1 (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Dapat menambah pengetahuan penulis dalam bidang industri, khususnya industri perdagangan beras eceran di Kota Bandar Lampung.
3. Dapat dijadikan rujukan atau acuan untuk penelitian yang akan dilakukan dikemudian hari terkait topik atau bahasan yang sama.

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Kajian Pustaka

1. Pengertian Industri

Industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat (Hasibuan, 1993). Pengertian industri menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1984 tentang perindustrian, Industri merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadu barang dengan nilai yang tinggi untuk penggunaannya. Selain itu, industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumberdaya alam secara optimal.

Kelompok industri merupakan bagian utama dalam kegiatan industri, yaitu kelompok industri hulu atau sering disebut sebagai kelompok industri besar, kelompok industri hilir, dan kelompok industri kecil. Adapun pengelompokan industri tersebut adalah bagian dari suatu kelompok industri yang mempunyai ciri umum sama dalam proses produksinya (Undang-Undang RI No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian).

Industri didasarkan pada banyaknya tenaga kerja dibedakan menjadi 4 golongan, yaitu:

- a) Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 100 orang atau lebih,
- b) Industri sedang, memiliki jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang,
- c) Industri kecil, memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang,

- d) Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang (BPS, 2002).

Lebih lanjut, industri dalam arti sempit merupakan kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis (homogen) dimana dalam hal itu terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, bentuk akhir, dan konsumen akhir (Hasibuan, 1993). Adanya keterkaitan industri dan pasar juga tercermin dalam tingkat persaingan yang terjadi di pasar. Industri yang memiliki tingkat persaingan tinggi akan terus berusaha untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dipasar yang sama. Sebaliknya, industri yang memiliki tingkat persaingan rendah akan cenderung tidak terlalu terpengaruh oleh dinamika pasar dan tidak terlalu bersaing dengan perusahaan lain di pasar yang sama.

2. Struktur Pasar

Struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Secara sederhana pasar dapat diartikan dengan pertemuan antara penjual dan pembeli (Hasibuan, 1993). Pengertian penjual disini telah mencakup setiap individu perusahaan dalam industri, sedangkan pengertian pembeli telah tergabung dalam sejumlah pembeli. Menurut Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan Toko modern menyatakan bahwa pasar merupakan area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu yang dapat disebut sebagai pasar perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Menurut (Kotler, 1997) menyatakan bahwa pasar merupakan tempat yang terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama. Pengertian pasar apabila dipandang secara nyata dapat dilihat pada suatu lokasi yang terjadinya tempat transaksi jual beli, sedangkan pasar apabila dipandang secara abstrak pasar merupakan kontak ratusan maupun ribuan perusahaan dalam suatu industri yang melakukan transaksi dalam satu waktu.

Menurut beberapa pengertian pasar yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian pasar dalam arti sempit merupakan tempat penjual dan pembeli bertemu, dalam hal ini lebih condong ke arah pasar tradisional. Selain itu, pengertian pasar dalam arti luas yakni proses transaksi antara penjual dan pembeli, hal ini lebih condong ke arah pasar modern. Selanjutnya pengertian pasar secara umum merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Pasar merupakan suatu indikator dalam menentukan tingkat kekuatan pasar suatu perusahaan. Pasar homogen merupakan pasar yang hanya menjual satu jenis barang (khusus) kepada para konsumen dalam suatu wilayah, adapun pasar homogen ini adalah hubungan antara banyak orang yang bertansaksi antara penjual dan pembeli di satu lokasi, dimana penjual menyediakan barang ataupun jasa dan pembeli adalah yang membutuhkan barang atau jasa. Contoh barang homogen pada komoditas pangan adalah gula, jagung, susu, kedelai, beras, gandum, dan lainnya. Joe S Bain dalam (Hasibuan, 1993) mengartikan struktur pasar merupakan bentuk karakteristik organisasi pasar yang dapat mempengaruhi sifat kompetisi maupun persaingan harga didalam pasar.

Tabel 2.1 Jenis Struktur Pasar

Jenis Pasar	Kondisi Pasar
Monopoli Murni	Suatu perusahaan yang memiliki 100 persen dari pangsa pasar.
Perusahaan yang dominan (persaingan murni)	50-100 persen dari pangsa pasar dan tanpa pesaing yang kuat.
oligopoli Ketat	Penggabungan empat perusahaan terkemuka yang memiliki pangsa pasar 60-100 persen, kesepakatan diantara mereka untuk mendapatkan harga relatif mudah.
Oligopoli Longgar	Penggabungan empat perusahaan terkemuka yang memiliki pangsa pasar 40 persen, kesepakatan diantara mereka untuk mendapatkan harga sebenarnya tidak mungkin.
Pasar Persaingan Monopolistik	Memiliki banyak pesaing yang efektif, tidak satupun yang memiliki lebih dari 10 persen pangsa pasar.
Persaingan Murni	Memiliki lebih dari 50 pesaing yang mana tidak satupun yang memiliki pangsa pasar.

Sumber: Jaya, 2001

a. Persaingan Sempurna

Di dalam kajian teori ekonomi mikro diketahui, para ahli ekonomi sering menggunakan istilah yang saling bergantian antara struktur pasar persaingan sempurna dan struktur pasar persaingan murni guna menggambarkan keadaan struktur pasar bersaing. Perbedaan sebenarnya hanya terletak pada karakteristik mobilitas faktor dan pengetahuan tentang keadaan pasar yang dimiliki oleh masing-masing elemen dimensi struktur pasar yang bersangkutan. Struktur pasar persaingan sempurna memberlakukan asumsi-asumsi formal sebagai berikut:

1. Di dalam pasar dianggap terdapat banyak jumlah penjual yang tidak satupun diantaranya dapat memengaruhi harga dan output pasar. Banyak perusahaan yang terdapat di dalam pasar, namun ukurannya relatif kecil sehingga masing-masing perusahaan industri tidak saling memengaruhi satu dengan lainnya
2. Produk yang dijual pasar bersifat homogen, karena setiap produk yang ditawarkan oleh produsen di dalam pasar memiliki corak dan kegunaan yang sama walaupun mereka tampil dengan berlainan merek dagang. Pihak konsumen di dalam pasar pada gilirannya akan memiliki pilihan yang luas terhadap suatu produk untuk membelinya. Di dalam pasar yang sering terjadi adalah walaupun produk yang dijual oleh produsen adalah sama merek dan sama kegunaannya, namun demikian produk-produk yang ditawarkan dalam pasar tersebut memiliki tampilan produk yang berbeda-beda.
3. Produsen/ penjual dianggap sebagai *price taker*, dimana masing-masing penjual yang berada di dalam pasar dianggap mengetahui keadaan kurva permintaan dan penawaran para pesaingnya yang terdapat di dalam pasar. dengan begitu, mereka tidak saling mencurigai satu sama lainnya, dan mereka juga mengetahui benar berapakah besarnya output yang harus mereka sediakan guna memenuhi kebutuhan pasar sehingga apapun tindakan yang mereka jalankan tidak akan memengaruhi keadaan pasar.
4. Setiap perusahaan sejenis dapat secara bebas untuk keluar/ memasuki pasar. Mobilitas perusahaan untuk keluar/ memasuki pasar tidak memerlukan

ongkos sehingga sumber-sumber ekonomi dapat berpindah-pindah tanpa ada rintangan.

b. Oligopoli

Dalam struktur pasar oligopoli terdapat sedikit penjual yang menjual produk substitusi (barang pengganti), artinya yang mempunyai kurva dengan elastisitas silang yang tinggi. Perusahaan dalam industri tertentu hanya sedikit, maka terdapat rintangan untuk memasuki industri tersebut. Adapun beberapa model perilaku dalam industri oligopoli yang terkenal diantaranya adalah pimpinan harga, kartel, harga-ongkos rata-rata, harga batas dan Model *Sylos Labini*. Tetapi dalam struktur pasar oligopoli yang besaing sendiri, ketidakpastian yang sangat tinggi, menyebabkan perusahaan-perusahaan kecil ataupun yang baru masuk tidak mungkin dapat bersaing secara langsung, oleh karena itu perilaku pimpinan harga ini termasuk dalam struktur pasar oligopoli yang kolusif (Hasibuan, 1993). Namun dalam struktur pasar oligopoli yang terdiri dari perusahaan yang dominan, perilakunya menjadi contoh atau indikator untuk diikuti oleh perusahaan lain dalam rangka untuk menghindari risiko. Terdapat karakteristik dalam struktur pasar oligopoli yaitu:

1. Hanya sedikit perusahaan dalam industri (*few number of firms*)
2. Produk homogen atau terdiferensiasi (*homogen or differentiated product*)
3. Ada sedikit penghalang bagi perusahaan baru untuk masuk pasar.
4. Pengambilan keputusan yang saling memengaruhi (*interdependence decisions*)

Kelebihan pasar oligopoli:

1. Memberi kebebasan memilih bagi pembeli.
2. Mampu melakukan penelitian dan pengembangan produk.
3. Lebih memperhatikan kepuasan konsumen karena adanya persaingan penjual.

4. Adanya penerapan teknologi baru.

Kekurangan pasar oligopoli:

1. Menciptakan ketimpangan distribusi pendapatan.
2. Harga yang stabil dan terlalu tinggi bisa mendorong timbulnya inflasi.
3. Bisa timbul pemborosan biaya produksi apabila ada kerjasama antar oligopolis karena semangat bersaing kurang.
4. Bisa timbul eksploitasi terhadap pembeli dan pemilik faktor produksi.
5. Sulit ditembus/dimasuki perusahaan baru.
6. Bisa berkembang kearah monopoli.

c. Pasar Monopoli

Pasar monopoli dapat didefinisikan sebagai struktur pasar dimana penjual tunggal memproduksi suatu komoditas yang tidak memiliki barang substitusi yang dekat. Struktur pasar monopoli merupakan bentuk ekstrim daripada struktur pasar industri persaingan tidak sempurna. Kehadiran industri yang memiliki struktur pasar monopoli di dalam pasar pada umumnya tidak disukai oleh masyarakat secara luas, dikarenakan industri monopoli ini kerap kali menimbulkan kerugian bagi kelangsungan hidup perekonomian sehingga keadaan perekonomian cenderung tidak sehat, selain dapat mendatangkan keuntungan bagi sekelompok masyarakat juga dapat mendatangkan kerugian kepada masyarakat secara luas.

Menurut Robinson dalam (Teguh, 2016) menyatakan bahwa kehadiran industri monopoli didalam pasar, disatu sisi selain dapat menimbulkan kerugian juga disisi lain keberadaan industri monopoli ini dapat mendatangkan keuntungan. Industri monopoli dianggap merugikan dikarenakan adanya kehendak monopolis untuk memaksimalkan keuntungan yang dapat diperolehnya sehingga monopolis sering melupakan hajat hidup kepentingan banyak orang. Harga jual yang seharusnya rendah menjadi lebih tinggi dikarenakan adanya *monopoly power* yang dimiliki monopolis, hal tersebut mengakibatkan surplus konsumen menjadi menurun. Namun demikian, pada sisi lain kehadiran industri monopoli di dalam

pasar dapat menimbulkan keuntungan apabila monopoli takut kehilangan bagian pasar yang telah dikuasai. Menurut (Hasibuan, 1993) terdapat 6 alasan yang mendorong hadirnya struktur pasar monopoli, diantaranya sebagai berikut:

1. Terjadi praktek *marger* antar perusahaan.
2. Skala ekonomi yang besar yang ditunjang dengan efisiensi.
3. Efisiensi dan inovasi.
4. Fasilitas pemerintah.
5. Terjadinya persaingan yang tidak sehat.
6. Suatu perusahaan memperoleh hak-hak istimewa dalam mengelola input, bagi perusahaan lain sukar untuk memperolehnya.

d. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik merupakan sebuah struktur pasar dimana terdapat cukup banyak penjual dan pembeli yang dapat dengan mudah keluar masuk pasar dengan barang yang diperdagangkan sifatnya terdiferensiasi dengan sedemikian rupa (Hall & Lieberman, 2004). Teori pasar persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) yang dikembangkan karena adanya ketidakpuasan terhadap analisis model persaingan sempurna (*perfect competition*) maupun monopoli. Struktur pasar persaingan monopolistik ini hampir sama dengan pasar persaingan sempurna, karena di dalam industri terdapat banyak perusahaan yang bebas keluar masuk. Akan tetapi, produk yang dihasilkan tidak homogen, melainkan terdiferensiasi (*differentiated product*). Adanya perbedaan barang dari satu produk dengan produk lainnya tidak terlalu besar, karena diferensiasi ini mendorong perusahaan untuk melakukan persaingan non-harga. Meskipun demikian, output yang dihasilkan akan sangat mungkin saking menjadi substitusi.

Pada pasar persaingan monopolistik, faktor harga bukan merupakan faktor yang bisa mendongkrak penjualan. Kemampuan pedagang dalam menciptakan citra yang baik pada pelanggan dapat membuat pelanggan-pelanggan tersebut mau membeli produk yang di hasilkan meskipun dengan harga yang mahal, hal

tersebut akan sangat berpengaruh dalam perusahaan. Menurut (Baye, 2000) Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki struktur pasar persaingan monopolistik apabila memiliki syarat berikut ini:

1) Terdapat banyak penjual

Perusahaan pada pasar persaingan monopolistik memiliki ukuran yang relatif sama besarnya. Hal ini menyebabkan produksi suatu perusahaan relatif sedikit dibandingkan dengan keseluruhan produksi dalam pasar

2) Barang berbeda corak

Produksi dalam pasar persaingan monopolistik memiliki corak yang berbeda (*differentiated product*) serta secara fisik dapat mudah dibedakan antara produksi suatu perusahaan dengan perusahaan lain.

3) Adanya kebebasan keluar masuk industri

Perusahaan yang akan masuk dan menjalankan usaha tidak hanya mendapatkan hambatan seperti yang terdapat dalam oligopoli dan monopoli, tetapi juga tidak semudah seperti pada persaingan sempurna.

Pada struktur pasar monopolistik mengandung persaingan sempurna karena didalam pasar monopolistik ini terdapat banyak penjual dan tidak ada satu pun yang memiliki pangsa pasar yang cukup besar. Adapun perbedaan pasar monopolistik dan pasar persaingan sempurna adalah terletak pada diferensiasi produk (tidak identik), di sisi lain dalam pasar persaingan sempurna produk yang dijual merupakan barang yang identik dan homogen.

3. Teori Konsentrasi Industri

Konsentrasi industri merupakan jumlah penjualan mempengaruhi bentuk pasar (pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli). jumlah penjualan diukur dengan rasio konsentrasi (*concentration ratio* atau CR) (Miar & Batubara, 2020). Tingkat konsentrasi menghitung persentase penjualan di pasar dari jumlah beberapa perusahaan yang ada di pasar. Pengukuran tingkat konsentrasi membutuhkan metode-metode yang dapat dijadikan

indikator persaingan dalam pasar. Menurut (Teguh, 2016) menyatakan bahwa tingkat konsentrasi merupakan situasi yang memperlihatkan derajat penguasa pasar oleh perusahaan-perusahaan industri yang berada dalam pasar, masing-masing jenis struktur pasar memiliki derajat konsentrasi penguasa pasar yang berbeda sesuai dengan jenis struktur pasar yang mereka miliki. Tingkat Konsentrasi juga merupakan penggabungan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopoli, dimana mereka telah menyadari terdapat saling ketergantungan. Pada pernyataan (Jaya, 2001) pangsa pasar yang lebih tinggi besarnya akan mengarah pada kekuatan monopoli, begitupun sebaliknya untuk pangsa pasar yang lebih kecil menunjukkan hal yang sebaliknya. Konsentrasi industri dapat diartikan sebagai presentase yang dikuasai oleh perusahaan relatif terhadap pangsa pasar lokal. Jika suatu pasar terdapat tingkat konsentrasi yang cukup tinggi maka dapat diartikan bahwa pasar tersebut memiliki persaingan yang cenderung rendah dan hal ini dapat mengarah kepada bentuk pasar monopoli. Sebaliknya jika memiliki persaingan yang cenderung rendah, maka pasar tersebut memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi dan semakin memengaruhi kepada pasar oligopoli.

Pada konsentrasi industri ini memiliki kaitan yang sangat erat dengan pangsa pasar, konsentrasi industri merupakan kumpulan pangsa pasar yang dikuasai oleh perusahaan-perusahaan tersebut maka cukup tinggi konsentasi industrinya. Sebagaimana halnya yang telah dikemukakan oleh (Hasibuan, 1993) dimana *Carl Keysan* dan *Donald F Turner* mereka membuat dua kelompok oligopoli yaitu oligopolis yang menguasai sebagian penjualan atau seluruh penjualan, sebagai berikut:

1. Oligopoli kelompok pertama yaitu 8 perusahaan terbesar tidaknya menguasai pasar 1 jenis industri. Ukuran alternatifnya yaitu 20 perusahaan menguasai 75%.
2. Oligopoli kelompok kedua terjadi bila 8 perusahaan menguasai sekurangnya 33% output pasar bila 8 perusahaan menguasai pasar kurang dari 33% maka industri tersebut tidak terkonsentrasi. *Hirschmann* menggunakan ukuran andil 4 perusahaan (CR_4) namun beliau tidak menyebutkan ukuran derajat industri opligopoli yang diamatinya.

Stigler dalam (Teguh, 2016) menyatakan apabila 4 perusahaan menguasai sekitar 60% pangsa pasar, maka jenis pasar ini disebut sebagai oligopoli, sebaliknya jika 4 perusahaan hanya menguasai dibawah 60% pangsa pasar, maka jenis pasar ini disebut sebagai persaingan monopolistik.

Analisis yang digunakan untuk mengetahui struktur pasar pada industri beras eceran di Kota Bandar Lampung dapat diukur dengan menggunakan indeks *market share*, indeks *herfindahl* dan indeks konsentrasi.

1. Pangsa Pasar Perusahaan (*Market Share*)

Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri, berkisar antara 0 hingga 100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Menurut literatur neo-klasik, landasan posisi pasar perusahaan adalah pangsa pasar yang diraihinya.

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{tot}} \times 100\%$$

Dimana:

ms_i : pangsa pasar perusahaan i (persen),

s_i : penjualan perusahaan i (juta rupiah),

s_{tot} : Penjualan total seluruh perusahaan (juta rupiah).

2. Indeks Herfindahl

Alat analisis ini bertujuan untuk mengetahui derajat konsentrasi pembeli dari suatu wilayah pasar, sehingga bisa mengetahui gambaran imbang posisi tawar menawar pembeli. Menurut (Teguh, 2016) apabila angka indeks *Herfindahl* semakin mendekati 0 berarti distribusi output/variabel yang diamati antar perusahaan industri yang diamati semakin merata, sebaliknya bila angka indeks Herfindahl mendekati 1 berarti distribusi semakin pincang atau tidak merata. Perumusan indeks herfindahl menurut *Orris C. Herfindahl* sebagai berikut :

$$IH = \sum_{i=1}^{n-k} \left(\frac{x_i}{T} \right)^2$$

sumber : Hasibuan, (1994)

Keterangan:

- n = jumlah perusahaan yang terdapat dalam suatu industri
- x = nilai penjualan rata-rata (RP)
- T = total nilai penjualan rata-rata perbulan dalam industri (RP)
- IH = Indeks Herfindahl (%)

Menurut (Teguh, 2016) apabila angka indeks Herfindahl semakin mendekati 0 berarti distribusi output/variabel yang diamati antar perusahaan industri yang diamati semakin merata, sebaliknya bila angka indeks Herfindahl mendekati 1 berarti distribusi semakin pincang atau tidak merata.

3. Indeks Konsentrasi Industri

Indeks konsentrasi diukur dengan menggunakan formula:

$$CR_n = \frac{\text{Nilai Penjualan 'n' Perusahaan}}{\text{Nilai Penjualan Total Perusahaan}}$$

Dimana : CR_n = Tingkat Konsentrasi 'n' terbesar (persentase)

Stigler dalam (Hasibuan, 1993) menyatakan bahwa:

- a. Apabila 4 perusahaan menguasai sekitar 60% jumlah penjualan pasar, maka jenis pasar ini disebut oligopoli.
- b. Apabila 4 perusahaan menguasai kurang dari 60% jumlah penjualan di pasar, maka jenis pasar tersebut tidak terkonsentrasi (pasar persaingan monopolistik).

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Konsentrasi

(Hasibuan, 1993) telah menyatakan kembali pandangan *Douglas F. Greer* pada tahun 1984 yang menjelaskan bahwa terdapat sekitar empat faktor pokok yang mempengaruhi konsentrasi, yaitu:

- a. Faktor “nasib baik” (*lucky factor*)
- b. Faktor teknis
- c. Faktor kebijakan pemerintah

- d. Faktor kebutuhan bisnis, sehingga terdapat kebijaksanaan perusahaan untuk mengambil keputusan tertentu.

Faktor nasib baik dalam kajian industri di ilustrasikan hanya memiliki beberapa perusahaan saja yang tertarik untuk melakukan kegiatan investasi. Disisi lain, pihak perusahaan industri lainnya tidak tertarik untuk memasuki pasar hal tersebut disebabkan oleh tingginya jumlah dana investasi yang dikeluarkan, ataupun tingkat keuntungan yang akan diperoleh calon pesaing adalah rendah titik sebagai akibatnya, dalam kegiatan bisnis ini hanya beberapa perusahaan saja yang dapat melakukan kegiatan investasi sehingga konsentrasi industri terlihat menjadi tinggi dan beberapa perusahaan tersebut pada akhirnya menjadi dominan dalam pasar.

Faktor jumlah penjualan juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat konsentrasi, dimana jumlah penjualan merupakan total dari unit barang maupun jasa yang telah terjual dalam periode waktu tertentu. Jumlah penjualan juga dapat diartikan sebagai hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Menurut (Aisyah, 2020) menyatakan bahwa jumlah penjualan adalah suatu ukuran yang dapat menunjukkan seberapa besar dari jumlah barang ataupun jasa yang berhasil dijual atau digunakan. Hal ini juga berguna untuk mengukur kinerja perusahaan dan mengevaluasi strategi pasar yang digunakan. Dalam penelitian ini jumlah penjualan memiliki pengaruh yang positif terhadap tingkat konsentrasi. Selanjutnya, faktor strategi bisnis dapat mempengaruhi tingkat konsentrasi, dimana strategi bisnis adalah sebuah tindakan yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya. Strategi bisnis merupakan salah satu bagian penting dalam perusahaan karena dapat mendukung untuk mencapai suatu tujuan. Strategi bisnis juga dapat mempengaruhi kesuksesan masing-masing perusahaan karena dapat dikatakan sebagai rencana untuk jangka panjang bagi perusahaan.

Faktor lainnya adalah modal, dana yang digunakan untuk memulai ataupun mengembangkan sebuah usaha bisnis, hal tersebut dapat berupa uang tunai, aset, atau pinjaman yang digunakan untuk membeli barang, membayar gaji, maupun menutup biaya operasional dalam perusahaan. Menurut (Latif, et al., 2018) modal adalah faktor yang penting dalam suatu kegiatan usaha, tanpa modal yang cukup dapat berpengaruh terhadap kelancaran usaha dan juga dapat mempengaruhi

pendapatan yang akan diperoleh. Konsep dalam konsentrasi merupakan sebuah gambaran yang penting dari taraf atau derajat, untuk melihat sejauh mana satu atau beberapa segmen ekonomi yang mengadakan persaingan.

B. Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Metode	Hasil
1	Struktur Dan Perilaku Pasar Beras Surabaya	Fanny Septya, Sri Widayanti, Sudiyarto, Indra Tjahaja Amir (2018)	Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif	Berdasarkan hasil analisis, struktur pasar beras di tingkat penggilingan dan pedagang eceran termasuk pasar persaingan dengan konsentrasi lemah, sedangkan di tingkat pedagang pengumpul dan pedagang besar termasuk pasar persaingan dengan konsentrasi sedang.
2	Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Industri Tuna di Indonesia	Freshty Yulia Arthatiani, Estu Sri Luhur, dkk. (2020)	Metode analisis struktur pasar	Hasil analisis struktur pasar menunjukkan bahwa komoditas tuna memiliki struktur pasar oligopoli, meskipun untuk komoditas tuna olahan dapat dikategorikan oligopoli ketat cenderung monopoli. Analisis perilaku pasar menunjukkan bahwa penentuan harga tuna ekspor dilakukan oleh buyer dan promosi dilakukan melalui ajang pameran perdagangan serta pengiriman sampel kepada calon buyer. Perhitungan indikator kinerja pasar menunjukkan bahwa kinerja pemasaran tuna beku lebih baik dibandingkan tuna olahan.

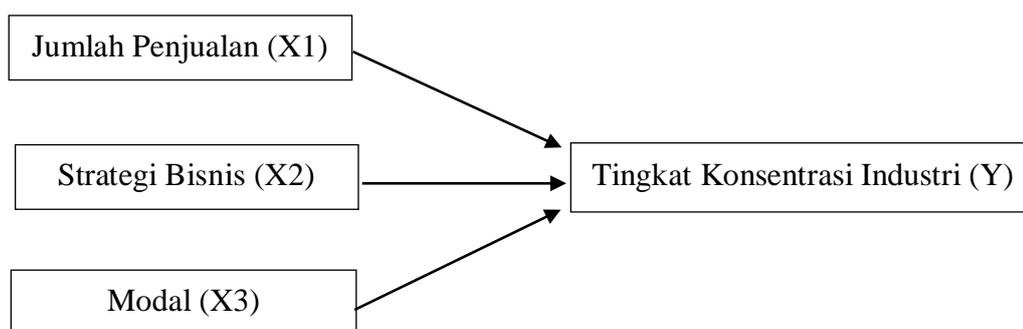
3	Analisis Struktur Pasar, Perilaku Padi pada Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali.	Dewi Yuniarti, Endang Siti Rahayu, dan Mohamad Harisudin (2019)	Metode dasar penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analitik. Penelitian ini menggunakan analisis pangsa pasar, konsentrasi pasar, Herfindahl-Hirschman Indeks (HHI).	Hasil analisis menunjukkan bahwa 28 petani menjual hasil panen kepada 6 penggilingan padi, 16 petani menjual kepada 2 pedagang pengumpul desa, dan 6 petani menjual kepada koperasi. Struktur pasar padi organik yang terbentuk adalah oligopsoni.
4	Analisis Struktural, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa	Ardi Rumallang, Jumiati, Akbar, dan Nadir (2019)	Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei, dan menggunakan penentuan sampel snowball sampling. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif.	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Struktur Pasar (Market structure) secara kualitatif termasuk pasar persaingan sempurna ; (2) Perilaku pasar membentuk tiga saluran pemasaran yaitu pemasaran I (Produsen-konsumen), Pemasaran II (Produsen – pedagang pengumpul – pedagang pengecer – konsumen) dan Pemasaran III (produsen – pedagang Pengumpul – pedagang pengecer – konsumen) ; serta (3) kinerja pemasaran yang paling banyak memperoleh keuntungan yaitu pemasaran III.

5	<i>Analysis of the Structure, Conduct, and Market Performance of Gambier in West Sumatra, Indonesia.</i>	Muhammad Hendri, Rhmat Syahni,dkk. (2020)	<i>This study uses data analysis descriptively to determine the market structure, market conduct, and market performance.</i>	<i>Based on the number of end buyers (exporters) in West Sumatra, which are relatively small, only 16 companies compared to the number of sellers, this study concluded Gambier market structure tends to be monopsony. The market concentration analysis obtained a CR4 value of ≥ 0.8, which means low competition in the gambier commodity market. The market entry barriers analysis obtained an average value of MES of 35%, indicating the existence of barriers to market entry for new competitors.</i>
---	--	---	---	---

C. Kerangka Pemikiran

Perdagangan beras eceran di Kota Bandar Lampung merupakan sebuah target pasar bagi seluruh masyarakat. Pada penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah pedagang beras eceran berada pada pasar monopoli, pasar persaingan sempurna, oligopoli longgar, atau oligopoli ketat. Selain itu, pada penelitian ini juga bertujuan untuk melihat gambaran mengenai hubungan jumlah penjualan, strategi bisnis, dan modal, terhadap tingkat konsentrasi industri.

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah penulis jabarkan diatas, maka terbentuklah hipotesis sebagai berikut :

1. Dengan menggunakan indeks *market share*, indeks harfindhal, dan indeks konsentrasi, diduga struktur perdagangan beras eceran di Pasar Panjang Kota Bandar Lampung memiliki pasar persaingan monopolistik.
2. Diduga terdapat korelasi atau hubungan positif antara jumlah penjualan beras, strategi bisnis, dan modal, terhadap tingkat konsentrasi industri pedagang beras eceran di Pasar Panjang Kota Bandar Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah kajian mengenai tingkat penjualan beras ecerean yang berada di Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung khususnya disekitaran wilayah pasar Panjang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yang dilaksanakan pada bulan Januari 2022.

B. Jenis dan Sumber data

Penelitian ini berbentuk penelitian lapangan yaitu dilakukan dengan menggunakan metode survei yang menggunakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif, dimana variabel yang digunakan adalah tingkat konsentrasi industri sebagai variabel terikat, jumlah penjualan beras, strategi bisnis, dan modal sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Pada penelitian ini digunakan pula data primer dan skunder :

1 Data Primer

Data ini diperoleh dengan menggunakan metode survei dan wawancara langsung terhadap pemilik usaha dengan menggunakan kuisisioner yang telah disiapkan. Menurut (Teguh, 2016) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.

2 Data Sekunder

Data ini diperoleh dari data instansi terkait, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS) berupa data PDRB Kota Bandar Lampung, Dinas Perindustrian perdagangan Kota Bandar Lampung, juga literatur-literatur terkait sebagai data pendukung penelitian.

C. Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) mengatakan bahwa populasi suatu bidang umum, terdiri atas objek atau topik dengan kualitas dan karakteristik tertentu, dan ditentukan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri pedagang beras eceran yang berada di Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung khususnya disekitaran wilayah pasar panjang, yaitu dengan banyak pedagang sebanyak 35 pedagang beras eceran. (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode sampel bersyarat atau penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (*Purposive Sampling*) dengan pertimbangan berikut:

1. Rojolele
2. Tiga Daun
3. Kamboja
4. Multi

Alasan keempat merek beras tersebut dipilih sebagai pertimbangan sampel dikarenakan merek beras tersebut merupakan merek beras yang memiliki penjualan paling banyak dengan perkiraan tahun yaitu tahun 2020. Setelah dilakukan survei telah didapatkan hasil sampel sebanyak 15 pedagang beras yang telah memenuhi pertimbangan yang telah ditetapkan.

D. Oprasionalisasi Variabel

Definisi operasionalisasi variabel merupakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dengan memberi batasan-batasan pada objek yang akan diteliti, dapat dilihat sebagai berikut :

Keterangan :

Variabel : Y : Tingkat Konsentrasi Industri
 X₁ : Jumlah Penjualan Beras
 X₂ : Strategi Bisnis
 X₃ : Modal

Tabel 3.1 Rangkuman Variabel

	Variabel	Definisi	Satuan
1	Tingkat Konsentrasi Industri (Y)	Situasi yang memperlihatkan derajat penguasaan pasar oleh perusahaan-perusahaan yang berada dalam pasar.	Rasio
2	Jumlah Penjualan Beras (X ₁)	Hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.	Kilogram
3	Strategi Bisnis (X ₂)	Tindakan yang dilakukan atas dasar pengambilan keputusan oleh perusahaan untuk mencapai target dan tujuan bisnisnya.	Ordinal
4	Modal (X ₃)	Kapasitas ketersediaan modal per bulan.	Rupiah

E. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) Uji validitas bertujuan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas penelitian ini digunakan untuk dapat mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan yang digunakan dalam penelitian, khususnya data yang memiliki skala ordinal. Menurut (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa suatu instrumen yang valid atau sah memiliki validitas yang tinggi.

F. Uji Analisis Korelasi

Pada penelitian ini menggunakan pengujian tingkat signifikansi dari uji korelasi *product moment*, dimana pada pengujian ini dapat digunakan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan dari dua variabel yang berskala interval maupun rasio. Menurut (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa pada pengujian ini akan mengembalikan nilai koefisien korelasi dengan nilai berkisar antara -1, 0 dan 1.

-1 : terdapat korelasi negatif yang sempurna

0 : tidak ada korelasi

1 : terdapat korelasi yang sempurna

Dalam pengujian tersebut dapat diuji dengan menggunakan rumus berikut ini:

$$r = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x \cdot \Sigma y)}{\sqrt{[n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Σx : Jumlah total dari variabel x

Σy : Jumlah total dari variabel y

Σx^2 : Kuadrat jumlah total dari variabel x

Σy^2 : Kuadrat jumlah total dari variabel y

Σxy : Hasil perkalian dari jumlah total variabel x dan y

Menurut (Syofian, 2013) menyatakan bahwa untuk melakukan pengujian menggunakan SPSS, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

1. Jika angka signifikansi dibawah $< 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut signifikan.
2. Jika angka signifikansi diatas $> 0,05$ maka hubungan antar variabel tersebut tidak signifikan.

Menurut pernyataan (Syofian, 2013) besaran hubungan antar variabel juga dibagi menjadi beberapa kriteria, sebagai berikut:

1. 0 = Tidak ada korelasi antar variabel
2. 0 – 0,25 = Korelasi sangat lemah
3. 0,25 – 0,5 = Korelasi cukup
4. 0,5 – 0,75 = Korelasi kuat
5. 0,75 – 0,99 = Korelasi sangat kuat
6. 1 = Korelasi sempurna

G. Metode Analisis

Metode analisis merupakan sebuah analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dikemukakan pada bab 1:

1. Analisis Struktur Pasar

Analisis struktur pasar merupakan analisis yang digunakan untuk dapat mengetahui bentuk struktur pasar yang berada pada industri perdagangan beras eceran di Kecamatan Kota Bandar Lampung khususnya Pasar Panjang diukur dengan menggunakan pangsa pasar (*market share*).

a. pangsa pasar (*market share*)

Indeks *market share* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MS = \frac{\text{Nilai Penjualan Perusahaan}}{\text{Nilai Penjualan Total Perusahaan}}$$

Stigler dalam (Teguh, 2016) telah menyatakan bahwa:

- apabila terdapat 4 perusahaan menguasai sekitar 60% pangsa pasar, maka jenis pasar dapat disebut dengan oligopoli,
- begitu pula sebaliknya apabila terdapat 4 perusahaan yang hanya menguasai kurang dari 60% pangsa pasar, maka jenis pasar tersebut tidak terkonsentrasi (pasar persaingan monopolistik).

b. Indeks Konsentrasi

Dalam perhitungan struktur pasar juga dapat diukur dengan menggunakan indeks konsentrasi dengan menggunakan rumus berikut:

$$CR_n = \frac{\text{Nilai Penjualan 'n' Perusahaan}}{\text{Nilai Penjualan Total Perusahaan}}$$

Dimana : CR_n = Tingkan Konsentrasi 'n' terbesar (persentase)

c. Indeks Harfindhal

Selain itu, perhitungan struktur pasar juga dapat menggunakan indeks harfindhal menurut Harfindhal yakni dengan rumus berikut:

$$IH = \frac{\text{Nilai Penjualan}}{\text{Nilai Penjualan Total Industri}}$$

Menurut (Teguh, 2016) telah menyatakan bahwa kaidah dalam keputusan indeks harfindhal berbentuk angka dengan kisaran antara 0 hingga 1, jika IH (Indeks Harfindhal) mendekati angka 0 maka hal tersebut berarti variabel/output telah terdistribusi dengan merata, sedangkan apabila IH semakin mendekati angka 1 maka hal tersebut berarti variabel/output tidak terdistribusi secara merata. Pada pernyataan tersebut angka besaran pada IH dapat dibagi menjadi beberapa jenjang, yakni sebagai berikut:

1. 0 = Pasar Persaingan sempurna / pasar persaingan murni
2. 0 – 0,24 = Pasar persaingan monopolistik
3. 0,25 – 0,49 = Pasar oligopoli ketat
4. 0,50 – 0,74 = Pasar oligopoli longgar
5. 0,75 – 1 = Pasar monopoli

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari uraian dari hasil perhitungan, pengujian hipotesis, maupun pembahasan tingkat konsentrasi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang, maka terdapat beberapa pokok pikiran yang dijadikan kesimpulan, yaitu:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian telah menunjukkan bahwa perdagangan beras eceran di Pasar Panjang merupakan struktur pasar persaingan monopolistik.
2. a. Hasil dari hubungan jumlah penjualan (X1) dan tingkat konsentrasi (Y) adalah memiliki korelasi yang sempurna.
b. Hasil dari hubungan strategi bisnis (X2) dan tingkat konsentrasi (Y) adalah memiliki korelasi yang kuat.
c. Hasil dari hubungan modal (X3) dan tingkat konsentrasi (Y) adalah memiliki korelasi yang sempurna.

B. Saran – saran

1. Setelah diketahuinya bentuk struktur pasar industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang memiliki bentuk pasar persaingan monopolistik, maka disarankan bagi pedagang untuk dapat menerapkan kebijakan non-harga yang akan dapat meningkatkan kemampuan dari perusahaan untuk menguasai pangsa pasar (*market share*) yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan konsentrasi industri perdagangan beras eceran dipasar Panjang.
2. Melihat dari kondisi dimana strategi bisnis memiliki korelasi yang kuat dan hubungan variabel yang signifikan maka disarankan bagi pedagang untuk dapat menerapkan kerjasama dalam menetapkan harga, pengadaan barang, maupun pemasaran produk untuk dapat meningkatkan kemampuan pedagang dalam menguasai pangsa pasar (*market share*).

3. Melihat kondisi dimana modal memiliki korelasi yang sangat kuat sehingga dapat mempengaruhi nilai penjualan perusahaan, maka disarankan bagi pedagang jika ingin menguasai pangsa pasar, maka setidaknya pedagang harus menambah jumlah modal yang dimilikinya, hal ini bertujuan untuk memperbesar usaha/bisnis yang dijalankan, dengan semakin besarnya skala usaha yang dimiliki maka akan semakin mudah bagi pedagang untuk menarik kepercayaan konsumen yang mana hal ini akan berdampak pada peningkatan nilai penjualan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincoln. 2010. *Ekonomi Pembangunan, Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Arthatiani, Freshty dkk. *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Industri Tuna Di Indonesia*. Jakarta Utara: Jurnal Sosial Ekonomi dan Perikanan.
- Aisyah, Anis, Siti. 2020. *Pengaruh Biaya Oprasional dan Jumlah Penjualan Jasa Terhadap Laba Bersih (Studi Pada PT. Nuansa Ilham Prima Sukabumi*. Sukabumi. STIE PASIM Sukabumi.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. *Distribusi Perdagangan Beras Indonesia*. Jakarta. CV DHARMAPUTRA.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Data Kontribusi PDRB Rata-Rata Per Sektor 2014-2018*. Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2002. *Industri Besar dan Sedang*. Jakarta.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Volume Penjualan Beras Eceran Kota Bandar Lampung 2020*. Lampung. BPS Provinsi Lampung.
- Barney, Jay B, William S. Hesterly. 2008. *Strategic Management and Competitive Advantage*. Second Edition.
- Eviyati,R. Wahyuni, Siti. 2011. *Kepuasan Konsumen Terhadap Pemilihan Kualitas Dan Rasa Beras*. Cirebon : Jurnal Agrijati
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Giyanto. 2010. *Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha, Jangkauan Pemasaran Dan Krisis Ekonomi Terhadap Keberhasilan Batik Di Kampung Batik Kliwonan Kecamatan Masaran Kabupaten Klaten*. Klaten
- Greer, Douglas F. 1992. *Industrial Organization and Public Policy*. Edisi. Ketiga. Kanada: Maxwell-Macmillan Publishing Company.
- Hanung. Dyah. Wuryaningsih. 2017. *Sistem Pemasaran Beras Siger*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Hasibuan, Nurimansjah. 1993. *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.

- Hendri, Muhammad dkk. 2020. *Analysis of the Structure, Conduct, and Market Performance of Gambier in West Sumatra, Indonesia*. Padang: Andalas University.
- Hitt, Michael A. 2001. *Strategic Management Competitiveness and Globalization*. Canada: Cengage Learning.
- Iqbal, Muhammad Ali. 2013. *Perkembangan Strategi Pemasaran Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kusuma Negara.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edotion. England*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu*. Jakarta: Prentice Hall.
- Latif, Muhammad dkk. 2018. *Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Dijalan Roda (JAROD) Manado*. Manado : Universitas Samratulangi.
- Marin, Stephen. 1979. *Advertising : Concentration and Profitability : The Simultaneity Problem*. The Bell Journal Of Economic : Vol 10, Issue 2.
- Miar. Batubara, Kiki Ronaldo. 2019. *Analisis Konsentrasi Rasio Industri Besar dan Sedang Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*. Palangkaraya. Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol 16 No.2.
- Mintzeberg, Henry, James Brian Quinn, dan John Voyer. 2007. *The Strategi Process*. Prentice-Hall
- Mufidah. Budiraharjo. Sumarjono. 2017. *Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum Bulog Sub Divisi Refional Wilayah V Kedu*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan, ED,4*. Yogyakarta: Liberty.
- Nikensari,Sri Indah. 2018. *Ekonomi Industri: Teori dan Kebijakan*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Prawirosentono, Suryadi. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFPE.
- Prof Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Rachman, Benny. Agustian, Adang. Syaifudin, Arif. 2019. *Implikasi Kebijakan Harga Eceran Tertinggi Beras Terhadap Profitabilitas Usaha Tani Padi Dan Harga, Kualitas, Serta Serapan Beras*. Analisis Kebijakan Pertanian.
- Rosmadi, Maskarto Lucky N. 2021. *Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19*. Bandung: STIE Kridatama Bandung.
- Rumallang, Ardi dkk. 2019. *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Erelembang Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa*. Makasar: Jurnal Agrikultur.
- Saragih, Alexandro Ephannuel. Tinaprilla, Netti. 2017. *Sistem Pemasaran Beras Di Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Saftiana, Yulia. 2014. *Analisis Hubungan Rasio Konsentrasi, Intensitas Iklan, Dan Profitabilitas Industri Kosmetik Di Indonesia*. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar, Edisi Ketiga*. Rajawali Pers : Jakarta.
- Sutomo, Ratwianingsih. 2017. *Industri Perdagangan Di Indonesia: Perkembangan Dan Kinerja*. Universitas Sebelas Maret: Jiep-Vol.17, No 2
- Teguh, Muhammad. 2016. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Taufiq, Abukosim. 2009. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Stok Beras Di Sumatra*. Palembang: Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
- Yudha, Muhammad Arya. 2020. *Konsentrasi Industri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pada Industri Pedagangan Mobil Bekas (Showroom) Di Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Yuniarti, Dewi dkk. 2019. *Analisis Struktur dan Perilaku Padi pada Pemasaran Beras Organik di Kabupaten Boyolali*. Jawa Tengah: Universitas Sebelas Maret.