

**ANALISIS PENDUGAAN STRUKTUR PASAR PADA INDUSTRI JASA  
LAUNDRY KILOAN DI BANDAR LAMPUNG**

**Skripsi**

Oleh

**Anggun Aprilia  
1811021026**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

## **ABSTRACT**

### ***Market Structure Estimation Analysis in the Kilo Laundry Service Industri in Bandar Lampung***

**By**

**Anggun Aprilia**

*This study aims to analyze the market structure of the laundry service industry (by weight) in Labuhan Ratu District, Bandar Lampung City. The research employs a descriptive quantitative method with a survey approach involving 46 laundry business operators. The data collected were analyzed using the Herfindahl Index (IHH) to determine the prevailing market structure. The results show that the Herfindahl Index value is 0.024, indicating that the market structure falls into the category of monopolistic competition. This implies that there are many businesses competing in the industry, offering similar products differentiated by service quality and pricing. In such a condition, service innovation and customer satisfaction become the main keys to business sustainability. This study is expected to serve as a reference for entrepreneurs, suggesting that the laundry business is a viable investment option. It also encourages the government to distribute business permits fairly. For future researchers, broader studies are recommended, and for academics, the findings provide insights into the characteristics of the laundry industry in formulating appropriate policies and strategies.*

**Keywords:** *Market Structure, Kilo Laundry, Herfindahl Index, Monopolistic Competition*

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS PENDUGAAN STRUKTUR PASAR PADA INDUSTRI JASA LAUNDRY KILOAN DI BANDAR LAMPUNG**

**Oleh**

**Anggun Aprilia**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar pada industri jasa laundry kiloan di Kecamatan Labuhan Ratu, Kota Bandar Lampung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 46 pelaku usaha laundry kiloan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan Indeks Herfindahl (IHH) untuk mengukur struktur pasar yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai IHH sebesar 0,024 yang mengindikasikan bahwa struktur pasar berada pada kategori pasar persaingan monopolistik. Hal ini berarti bahwa terdapat banyak pelaku usaha yang bersaing dalam industri tersebut, namun dengan produk yang serupa dibedakan berdasarkan kualitas layanan, harga. Dalam kondisi ini, inovasi layanan dan kepuasan pelanggan menjadi kunci utama keberlangsungan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha bahwa usaha laundry ini layak menjadi pilihan investasi, bagi pemerintah diharapkan memberikan perizinan usaha secara merata, dan untuk peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang lebih luas, serta bagi akademisi dalam memahami karakteristik industri laundry kiloan dalam merumuskan kebijakan dan strategi yang tepat.

**Kata Kunci:** Struktur Pasar, Laundry Kiloan, Indeks Herfindahl, Persaingan Monopolisti

**ANALISIS PENDUGAAN STRUKTUR PASAR PADA INDUSTRI JASA  
LAUNDRY KILOAN DI BANDAR LAMPUNG**

Oleh

**Anggun Aprilia  
1811021026**

**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  
2025**

Judul Skripsi : ANALISIS PENDUGAAN STRUKTUR PASAR  
PADA INDUSTRI JASA LAUNDRY KILOAN  
DI BANDAR LAMPUNG

Nama Mahasiswa : *Anggun Aprilia*

Nomor Pokok Mahasiswa : 1811021026

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



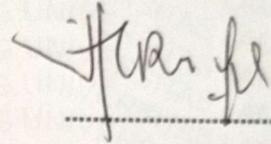
2. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

*[Signature]*  
**Dr. Arivina Ratih/Y.T., S.E., M.M.**  
NIP 19800705 200604 2 002

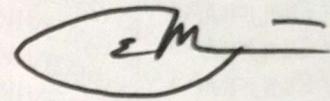
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

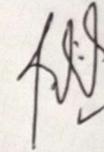
Ketua : Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si.



Penguji I : Prof. Dr. Marselina S.E., M.P.M.



Penguji II : Dr. Arivina Ratih Y.T., S.E., M.M.



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Maret 2025

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa Skripsi ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan bukan merupakan penjiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, makasaya siap dan sanggup untuk menerima hukuman / sanksi yang berlaku.

Bandar Lampung, April 2025  
Penulis,

  
Anggun Aprilia  
1811021026

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama Anggun Aprilia dilahirkan di Tanjung Karang, pada tanggal 28 April 2000. Penulis merupakan anak ke Dua (terakhir) dari dua bersaudara dari pasangan Alm. Bapak Junaidi dan Ibu Erna Yanti. Pendidikan yang telah ditempuh penulis yaitu TK Tut Wuri Handayani 2006 Sekolah Dasar Negeri (SDN) 02 Gunung Terang diselesaikan pada tahun 2012, Sekolah Menengah Pertama (SMPN) 10 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan di Sekolah Menengah Atas (SMAN) 16 Bandar Lampung Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) dan diselesaikan pada tahun 2018. Adapun kegiatan yang diikuti yaitu Pramuka.

Penulis melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi (PTN) Universitas Lampung di Jurusan Ekonomi Pembangunan melalui jalur SBMPTN pada tahun 2018. Selama menjadi Mahasiswa, penulis aktif dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh fakultas dan lembaga kemahasiswaan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulis juga diamanatkan menjadi pengurus UKM-F MAHEPEL Unila (Mahasiswa Ekonomi Pecinta Lingkungan) Sekretaris umum periode 2019/2020, sekretaris umum periode 2020/2021, Ketua Divisi Air 2021/2022, Anggota Humas 2021/2022, Ketua Dewan Pembina Organisasi 2022/2023, Ketua Dewan Pembina Organisasi 2023/2024 serta turut berperan aktif dalam berbagai kegiatan kepecintaalaman, Lingkungan Hidup dan Volunteer Kepanitaan Kejuaraan Stand up paddle (PUMIC/PODSI )

## MOTTO

“(Ingatlah) ketika kamu lari dan tidak menoleh kepada siapa pun, sedangkan Rasul (Muhammad) memanggilmu dari belakang. Oleh karena itu, Allah menimpakan kepadamu kesedihan demi kesedihan agar kamu tidak bersedih hati (lagi) terhadap apa yang luput dari kamu dan terhadap apa yang menimpamu.

Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

(QS. Ali Imran: 153)

“Dan antara ransel-ransel kosong dan api unggun yang membara, aku terima ini semua melampaui batas-batas hutanmu, melampaui batas-batas jurangmu.”

(soe hok gie)

“Hidup adalah keberanian meghadapi tanda tanya.”

(Anggun Aprilia)

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, serta puji syukur kepada Allah SWT, kupersembahkan karya Skripsi ini untuk orang-orang tersayang:

Untuk laki-laki terhebat, Penyemangat terbesar dalam hidupku Alm. Bapak Junaidi yang sangat aku sayangi, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan, yang ingin ku kabulkan cita-citanya demi keberhasilan

Untuk perempuan terhebat Ibu Ernayanti, yang sangat aku sayangi tiada hentinya selama ini memberiku semangat dorongan, ketulusan, kesabaran nasehat dan kasih sayang terimakasih tak terhingga semua pengorbananmu,

Kakak-kakak ku Zevi Octasari S.Pd dan Khoirul Aswan ST terimakasih banyak atas segalanya yang selalu mendukung, menyemangati dan selalu mendoakan kesuksesanku

Terimakasih juga untuk keponakan kecilku Xabina Medina Zevan menjadi penghibur ditengah keluarga kecil ini

Almamater tercinta, Jurusan Ekonomi Pembangunan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univeristas Lampung

## SANWACANA

Alhamdulillahirobbil ‘alamin, segala puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis pendugaan struktur pasar pada industri jasa laundry kiloan di Bandar Lampung yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, Peranan,dan bantuan selama proses penyelesaian skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Neli Aida, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Arivina Ratih Y.T, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, dan dosen pembahas yang telah memberikan arahan, pelajaran, bimbingan, masukan dan perhatian yang sangat berharga bagi penulis.
4. Bapak Dr. Heru Wahyudi, S.E., M.Si.. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran serta, memberikan arahan, ilmu, dan saran kepada penulis hingga skripsi ini selesai.

5. Ibu Prof Dr. Marselina S.E., M.P.M. selaku dosen pembahas yang telah memberikan arahan, pelajaran, bimbingan, masukan dan perhatian yang sangat berarti bagi penulis.
6. Bapak Muhidin Sirat S.E., M.P. yang telah memberikan pelajaran Hidup, bimbingan, motivasi, Tiada henti kepada penulis.
7. Ibu, Dr. Lies Maria Hamzah, S.E., M.Si. dan Bapak Muhammad Husaini, S.E., M.P. selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan.
8. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmunya selama penulis menuntut ilmu di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Lampung.
9. Untuk para staff, pegawai, dan jajaran satpam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Terima kasih atas seluruh bantuan yang diberikan selama ini kepada penulis.
10. Kepada Bapak/Ibu. Pemilik Usaha Laundry kiloan di Bandar Lampung kecamatan Labuhan Ratu . telah membantu dan bersedia memberikan izin untuk melakukan penelitian
11. Ayah dan Ibuku tercinta, Alm. Bapak Junaidi dan Ibu Ernayanti yang selalu memberikan doa dan usaha. Peluk kasih Peluk cinta Tak terhingga Terima kasih untuk segalanya yang terbaik bagimu. yang sangat aku sayangi, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan. yang ingin ku kabulkan cita-citanya demi keberhasilanku
12. Untuk kakak pertama dan satu satunya Zevi Octasari S.pd dan suami Khoirul Aswan S.T telah banyak membantu
13. Untuk Keponakan kecil Onta, Xabina Medina Zevan yang selalu menghibur ditengah keluarga kecil ini
14. Terima kasih untuk sahabat segalanya, Lily Indriani Amd, farm yang sama sama berjuang susah duka senang bahagia
15. Terima kasih Untuk Sahabat Ekonomi Pembangunan 2018 kelas EP genap Pejuang SE, Anggi Rosalia S.E, Annisa Fatmawati S.E, Nurike Fransiska S.E, Lystia Pandjaitan S.E , Evi Angraini S.E, Arya Pratama S.E, Novan Dwi S.E,

16. Terima kasih Untuk komplek geng Ririn,Sasa,Jovan Teman kecil sampai nanti
17. Terima kasih Untuk Cabe terong Squad Pramuka angkatan XII setia menunggu penutupan ini Marina, Syifa, Diny, Ayu, Mushaliyah, Chessya, Dalfa, Riza, Dika, Diko,Taufik
18. Terima kasih Untuk Apcerder MHPL Annisa Fatmawati S.E, Ayu Susanti S.ak, Nadya Ashakina S.M, Febi Riska Saputri S.ak untuk semangat motivasi selama perkuliahan, Semangat berorganisasi, keceriaan, tangisan,kerja keras, kalian yang terbaik!!!
19. Terima kasih Untuk kak Arif Irawan, Elizabeth Tiesya Tempat Cerita Tiada Henti, terimakasih waktunya selama ini
20. Kontrakan Brader Kak pulung, kak Mentil, kak barus, kak Gopek, Kak baong, Kak Mamen, Kak Gepeng, Kak Rio, Kak Bonglet, Kak Gendang Untuk semua pengalaman , menyisakan waktu menyusuri hutan, pantai untuk melepas penat zett kata dia.. dan Terimakasih untuk pertanyaan kapan selesai dan memberi doa agar skripsi ini selesai
21. Saudara- saudaraku angkatan XX MAHEPEL Unila, Warek, Ceman, Sulan, Suber, Jengis,Suong, Sudah kuat sampai akhir .
22. Terima kasih untuk keluarga besar MAHEPEL Unila Kak Sodew. Adik Bolik, Kak Gita Kurniawan Putra, Kak Hasrun Afandi Umpusinga, Kak Napi, Kak Unyil, Kak Yudi, yang tidak bisa disebutkan satu persatu kakak-kakak senior dari angkatan pendiri – Angkatan XXVI adik-adikku di MEHEPEL Unila . Lestari!!!

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka penulis memohon maaf atas kesalahan yang ada dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, April 2025  
Penulis

Anggun Aprilia

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> ...	<b>7</b>
A. Kajian Pustaka .....	7
1. Pengertian Industri .....	7
2. Pengertian Jasa .....	8
3. Pengertian Perdagangan.....	10
4. Konsep Pasar Umum (Luas) dan Pasar Parsial (Sempit) .....	11
5. Teori Permintaan.....	12
6. Konsep Permintaan Individual Konsumen dan Permintaan Pasar....	17
7. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Produk.....	17
8. Pendekatan Struktur Pasar, Perilaku dan Kinerja .....	20
9. Penelitian Terdahulu .....	24
B. Kerangka Pemikiran.....	25
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Waktu dan tempat .....	26
C. Definisi Operasional Variabel .....	26
D. Populasi Penelitian .....	27
E. Metode Pengumpulan Data.....	27
F. Uji Signifikansi .....	28
G. Metode Analisis Data.....	28
1. Analisis Stuktur Pasar .....	29
2. Aspek kualitas layanan jasa laundry .....	29

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	32
B. Hasil Uji Signifikansi.....	34
C. Hasil Perhitungan dan Pembahasan .....	35
1. Perhitungan Struktur Pasar .....	35
2. Perhitungan Kualitas Layanan .....	35
D. Implikasi Penelitian.....	39
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>42</b>
A. Simpulan .....	42
B. Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>49</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Bandar Lampung 2019-2023 .....	1
Tabel 2. Laundry dikota Bandar Lampung .....	4
Tabel 3. Jumlah Pemilik Laundry Kiloan ( Jenis Kelamin).....	27
Tabel 4. Jumlah Pemilik Laundry Kiloan Berdasarkan Tingkat pendidikan .....	33
Tabel 5. Jumlah Pemilik laundry kiloan (Lama usaha).....	34
Tabel 6. Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 7. Hasil Uji Reabilitas .....	34
Tabel 8. Hasil Perhitungan Indeks Herfindhal .....	34
Tabel 9. Aspek Kualitas Layanan jasa laundry kiloan di Labuhan Ratu .....	37

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Kurva Permintaan.....	16
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	25

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Industri merupakan kegiatan mengolah mentahan menjadi produk jadi bernilai tambah guna mendapat keuntungan (Hasibuan, 1993). Jasa sama seperti barang, ialah produk industri. Pertumbuhan ekonomi di suatu negara disebut sebagai ukuran tingkat keberhasilan kinerja pemerintah, lembaga, dan instansi terkait, oleh karena itu setiap negara akan berusaha untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (Marselina, 2022) Proses industrialisasi berfungsi sebagai sarana guna menaikkan derajat hidup masyarakat sekaligus kualitas hidup. Peningkatan kualitas sumber daya selain itu pun erat kaitannya ke industri

Kota Bandar Lampung ialah pusat industri, termasuk bidang jasa. Dalam kehidupan mahasiswa, khususnya di daerah perkotaan seperti Bandar Lampung, kebutuhan akan jasa laundry kiloan semakin meningkat. Mahasiswa umumnya memiliki jadwal yang padat dengan perkuliahan, tugas, organisasi, serta kegiatan lain, sehingga mencuci pakaian sendiri sering kali dianggap kurang praktis dan memakan waktu. Oleh karena itu, laundry kiloan menjadi solusi yang banyak diminati karena menawarkan kemudahan dan efisiensi.

Tabel 1. Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Bandar Lampung 2019-2023

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah penduduk (jiwa)</b>	<b>Laju pertumbuhan penduduk (%)</b>
2019	1051500	1,71
2020	1166066	2,70
2021	1184949	2,16
2022	1209937	2,13
2023	1100109	0,66

*Sumber: BPS, Data diolah 2024*

Tabel 1 menampilkan bahwa ada kenaikan total penduduk di Bandar Lampung selama 2019-2023. Besarnya penduduk membuat makin ketat kompetisi guna mendapat pekerjaan. Kini, Bandar Lampung ialah pusat dagang, jasa, Dengan terus meningkatnya jumlah pertumbuhan penduduk , secara langsung juga diikuti dengan meningkatnya kebutuhan akan produk industri di Bandar Lampung.

Pada penelitian identifikasi pusat pertumbuhan dan interaksi spasial di provinsi Lampung Bandar Lampung masuk pada kuadran pertama adalah daerah cepat maju daerah dan cepat tumbuh yaitu daerah yang memiliki tingkat PDRB Perkapita dan laju pertumbuhan yang lebih unggul dibandingkan dengan wilayah referensi. untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikota Bandar Lampung (Emalia dan Farida 2018)

Bisnis laundry kiloan di Bandar Lampung terus berkembang pesat dan meningkat seiring dengan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi terhadap layanan pencucian pakaian dua model bisnis laundry yang populer adalah laundry kiloan dan laundry coin. laundry kiloan menawarkan layanan yang sangat nyaman pelanggan cukup menyerahkan dan mengambil pakaiannya, laundry kiloan menghasilkan pendapatan yang lebih stabil pelanggan biasanya datang secara rutin, misalnya seminggu sekali, untuk mencuci pakian mereka dalam jumlah besar.

Di Kecamatan Labuhan Ratu , Bandar Lampung, terdapat banyak usaha laundry kiloan yang menawarkan berbagai layanan dengan harga yang bervariasi. Namun, preferensi mahasiswa dalam memilih laundry tidak hanya didasarkan pada harga, tetapi juga pada faktor lain seperti kualitas pencucian, waktu penyelesaian, pelayanan, dan lokasi. Selain itu, tingkat kepuasan mahasiswa terhadap layanan laundry kiloan dapat mencerminkan kualitas jasa yang diberikan oleh penyedia layanan serta memengaruhi keberlanjutan usaha tersebut.

Perubahan gaya hidup mahasiswa yang semakin mengutamakan kepraktisan menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatnya penggunaan jasa laundry kiloan. Kesibukan dalam perkuliahan, organisasi, pekerjaan sampingan, serta

kehidupan sosial membuat mahasiswa lebih memilih menggunakan laundry daripada mencuci sendiri dengan musim hujan yang dapat berlangsung dalam jangka waktu yang tidak menentu.

Pada musim hujan, mahasiswa yang mencuci pakaian sendiri sering kali mengalami kesulitan dalam mengeringkan pakaian karena kurangnya sinar matahari. Hal ini menjadi salah satu alasan utama mengapa banyak mahasiswa lebih memilih menggunakan jasa laundry kiloan yang memiliki fasilitas pengering pakaian. Dengan demikian, kondisi cuaca yang tidak menentu turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap layanan laundry di kalangan mahasiswa.

Sebagian besar mahasiswa yang merantau di Bandar Lampung tinggal di kos atau kontrakan dengan ruang yang terbatas. Banyak kos-kosan yang tidak memiliki area jemuran yang memadai, sehingga mencuci dan menjemur pakaian sendiri menjadi tantangan tersendiri. Selain itu, beberapa kos memiliki aturan tertentu mengenai penggunaan air dan fasilitas bersama, yang membuat mahasiswa lebih memilih menggunakan jasa laundry agar lebih praktis dan tidak merepotkan. Faktor ini semakin memperkuat peran laundry kiloan sebagai kebutuhan utama bagi mahasiswa yang tinggal di tempat dengan ruang terbatas. ebagian besar mahasiswa perantau tinggal di kos atau kontrakan dengan ruang yang terbatas. Tidak semua kos menyediakan fasilitas mencuci dan jemuran yang memadai, sehingga mahasiswa kesulitan untuk mencuci sendiri.

keberadaan laundry kiloan memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Bisnis ini menciptakan peluang usaha bagi pemilik laundry serta membuka lapangan pekerjaan bagi pekerja, seperti pencuci, penyetrika, dan kurir antar-jemput pakaian. Dengan meningkatnya permintaan dari mahasiswa, industri laundry di Labuhan Ratu terus berkembang dan menjadi salah satu sektor usaha yang cukup menjanjikan. Namun, di sisi lain, persaingan antar-laundry semakin ketat, sehingga pemilik usaha perlu terus meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan pelanggan. Untuk itu kita perlu mengetahui keadaan pasar pada laundry kiloan Di Bandar Lampung

Labuhan Ratu ialah kawasan pemukiman mahasiswa. Survei memberi tahu bahwas di Kampung Baru ada 46 kilo laundry. banyak jasa itu sebab pelajar amat butuh jasanya. Laundry kiloan di wilayah itu amat menarik perhatian mahasiswa melalui pemberian harga amat rendah. semakin modern kehidupan, kebutuhan jasa laundry kiloan juga semakin banyak, usaha laundry menysar semua kalangan mulai anak kost, pelajar.

Tabel 2. Laundry Dikota Bandar Lampung

No	Wilayah	Jumlah
1.	<b>Labuhan Ratu</b>	<b>46</b>
2.	Rajabasa	32
3.	Sukarame	27
4.	Kemiling	24
5.	Teluk betung barat	23
6.	Teluk betung utara	20
7.	Teluk betung timur	19
8.	Kedaton	18
9.	Tanjung karang barat	18
10.	Tanjung karang pusat	17
11.	Teluk betung selatan	17
12.	Way halim	16
13.	Tanjung karang timur	15
14.	Tanjung seneng	15
15.	Langkapura	14
16.	Panjang	13
17.	Kedamaian	11
18.	Sukabumi	10
19.	Bumi waras	9
20.	Enggal	6
Jumlah	Bandar Lampung	370

*Sumber: Hasil Peneiliti 2023*

laundry kiloan di Labuhan Ratu berjumlah 46 laundry. Banyaknya jumlah laundry di Labuhan Ratu dikarenakan banyak mahasiswa yang membutuhkan jasa tersebut. Laundry kiloan di lingkungan Labuhan Ratu sangat menarik perhatian mahasiswa dengan memberikan harga yang sangat murah semakin modern kehidupan masyarakat era sekarang, kebutuhan jasa laundry kiloan juga semakin banyak, usaha laundry menyasar semua kalangan mulai anak kost, pelajar.

Pasar memiliki fungsi, salah satunya untuk menetapkan nilai. Dalam ekonomi pasar, harga merupakan alat pengukur nilai, yang merupakan fungsi permintaan konsumen. Struktur pasar adalah karakteristik pasar yang mempunyai sifat kompetisi dan harga di pasar. Persaingan yang dimaksud adalah kekuatan suatu perusahaan untuk mempengaruhi pasar dan mekanisme pasar. Makin kecil pengaruh perusahaan secara individual untuk mengubah harga, maka semakin tinggi tingkat persaingan pasar { Wahyudi et al., 2022; Sukirno:2008}.

Pasar dicirikan tiga hal yakni banyak usaha yang ada, tipe produk, dan masuk perusahaan ke suatu industri. Peningkatan aktivitas industri dalam suatu perekonomian tentu akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. (Ratih et al., 2023)

Permasalahannya adalah belum banyak informasi terhadap struktur pasar jasa laundry, Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pendugaan Struktur Pasar Industri Jasa Laundry Kiloan Di Kota Bandar Lampung”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:  
Bagaimanakah struktur pasar pada industri jasa laundry kiloan Di Bandar Lampung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk mengetahui bagaimana struktur pasar pada industri jasa laundry kiloan di Bandar Lampung

### **D. Manfaat Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian, diharapkan riset ini memberi kebermanfaatan:

1. Bagi peneliti berikutnya, penelitian ini diupayakan bisa berguna menjadi referensi atau perbandingan penelitian berikut
2. Bagi Pemerintah Penelitian ini bermanfaat sebagai bahan informasi bagi pemerintah daerah dalam menetapkan kebijakan yang akan di terapkan guna menunjang kegiatan ekonomi dalam pasar yang ada di Kota Bandar Lampung.
3. Bagi Masyarakat Luas Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi pada penelitian selanjutnya, khususnya bagi peneliti yang ingin membahas tentang permintaan dan pendugaan struktur pasar jasa laundry kiloan di Kota Bandar Lampung.

## **II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS**

### **A. Kajian Pustaka**

#### **1. Pengertian Industri**

Menurut UU No. 5 Tahun 1984 tentang perindustrian. Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Dari sudut pandang teori ekonomi mikro Hasibuan mendefinisikan, industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling menggantikan yang sangat erat. Namun demikian, dari sisi pembentukan pendapatan secara makro industri dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1993:12).

Salah satu sistem klasifikasi industri yang telah dikenal dan digunakan secara luas adalah sistem Standard Industrial Classification (SIC) yang didasarkan pada data sensus dan pengklasifikasian perusahaan berdasarkan produk dasar yang dihasilkan. Sedangkan di Indonesia pengelompokan industri dilakukan dengan berdasarkan pengelompokan industri bagi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berikut merupakan pengklasifikasian industri menurut Bursa Efek Indonesia (BEI)

### **Pengklasifikasian Industri Menurut Kategori Dalam KLBI 2020**

- a. Pertanian, kehutanan, dan perikanan
- b. Pertambangan dan penggalian
- c. Industri pengolahan
- d. Pengadaan listrik, gas, uap/air panas dan udara dingin
- e. Treatment air, treatment air limbah, treatment dan pemulihan, material sampah, dan aktivitas remediasi,
- f. Konstruksi
- g. Perdagangan besar dan eceran: reparasi dan perawatan mobil sepeda motor
- h. Pengangkutan dan pergudangan
- i. Penyediaan akomodasi dan penyediaan makan minum
- j. Informasi dan komunikasi
- k. Aktifitas keuangan dan asuransi
- l. Real estat
- m. Aktifitas profesional, ilmiah, dan teknis
- n. Aktifitas penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi ketenagakerjaan, agen perjalanan dan penunjang usaha lainnya
- o. Administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan social wajib
- p. Pendidikan
- q. Aktivitas kesehatan manusia dan aktivitas social
- r. Kesenian, hiburan, dan rekreasi
- s. Aktivitas jasa lainnya
- t. Aktivitas rumah tangga sebagai pemberi kerja : aktivitas yang menghasilkan barang dan jasa oleh rumah tangga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sendiri
- u. Aktivitas badan internasional dan badan ekstra internasional lainnya

Sumber: Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia (BPS,2020)

## **2. Pengertian Jasa**

Jasa industri adalah kegiatan industri yang melayani keperluan pihak lain. Pada kegiatan ini bahan baku disediakan oleh pihak lain sedangkan pihak pengolah hanya melakukan pengolahannya dengan mendapat imbalan sejumlah uang.

Industri jasa adalah industri yang menghasilkan suatu bentuk produk yang bersifat tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan akan sesuatu. Ciri-ciri yang membedakan industri jasa dan industri barang adalah intangibility, variability, inseparability dan perisability (Kotler & Amstrong, 2008:68)

Dari definisi yang telah dijabarkan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan, suatu kegiatan yang tidak berwujud dan cepat hilang serta tidak dapat dimiliki. Secara umum jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dimana produk yang ditawarkan bias berupa produk fisik maupun tidak dimana jika produk ini berupa produk fisik yang didalam tahapanya akan melalui beberapa perubahan sehingga nantinya akan memuaskan keinginan konsumen/ pelanggan tersebut.

#### 1) Karakteristik Jasa

Perusahaan harus mempertimbangkan empat karakteristik jasa tertentu ketika merancang program pemasaran antara lain:

##### a) Tidak berwujud jasa

Jasa tidak bias dilihat, dicicipii, dirasakan, didengar atau dibau sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidak pastian, pembeli mencari “tanda” dari kualitas jasa pelayanan. Mereka mengambil kesimpulan mengenai kualitas dari tempat, orang, harga, peralatan, dan konsumsi yang dapat mereka lihat. Tugas penyedia jasa adalah membuat jasa adalah membuat jasa dapat berwujud dalam satu atau beberapa cara.

##### b) Jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya apakah penyedia tadi adalah orang atau mesin. Interaksi penyedia jasa maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil jasa

##### c) Keragaman jasa

Kualitas jasa bergantung pada yang menyediakan jasa, waktu, tempat, dan bagaimana cara mereka disediakan.

d) Tidak tahan lamanya jasa

Jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang. Tidak tahan lamanya jasa bukanlah masalah apabila permintaan selalu ada.

2) Jenis jenis jasa

Menurut Lovelock jasa pada dasarnya dapat dibedakan menjadi 3 macam (dalam Sudarminto, 2002) yang membedakannya yaitu:

a) Rented goods service

Konsumen menyewa dan menggunakan suatu produk untuk ditetapkan selama jangka waktu tertentu konsumen hanya dapat menggunakan produk tersebut, sedangkan kepemilikannya tetap pada pihak perusahaan atau perorangan yang menyewakannya

b) Owned goods service

Produk-produk yang dimiliki konsumen dikembangkan atau dirawat oleh perusahaan jasa.

c) Non goods service

Jenis ini jasa bersifat tidak berbentuk produk fisik ditawarkan pada pelanggan

### 3. Pengertian Perdagangan

Menurut UU No. 07 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. Perdagangan merupakan tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi. Berdasarkan sifatnya perdagangan terbagi menjadi dua macam yaitu perdagangan yang bersifat nasional dan yang bersifat internasional. Dikatakan bersifat nasional, apabila terjadi antara penjual dan pembeli dalam wilayah Negara yang sama, sedangkan perdagangan yang bersifat internasional, apabila terjadi antara penjual dan pembeli yang bertempat tinggal didalam wilayah negara yang berlainan (perdagangan antarnegara). Perdagangan dibagi dalam beberapa jenis, yaitu :

- a. Menurut pekerjaan yang dilakukan pedagang:
  - 1) Pedagang mengumpulkan (produsen-tengkulak-pedagang besareksportir);
  - 2) Pedagang menyebarpenekan (importir–pedagang besar – pedagang menengah konsumen).
  
- b. Menurut jenis barang yang diperdagangkan
  - 1) Perdagangan barang (yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan jasmani manusia, seperti hasil pertanian, perternakan, pertambangan dan pabrik); 2) Perdagangan buku, musik dan kesenian;
  - 2) Perdagangan uang dan surat – surat berharga (bursa efek).
  
- c. Menurut daerah atau tempat perdagangan itu dijalankan
  - 1) Perdagangan dalam negeri (perdagangan nasional)
  - 2) Perdagangan luar negeri (perdagangan ekspor perdagangan Import)
  - 3) Perdagangan meneruskan (perdagangan transito) yaitu perdagangan yang mendatangkan barang dari luar negeri untuk dijual kembali keluar negeri.

Pelaku dalam aktivitas perdagangan dikenal dengan istilah pedagang. Menurut Peraturan Daerah No. 10 Tahun 1998) pedagang adalah orang yang menjalankan usaha berjualan, usaha kerajinan atau usaha pertukangan kecil. Secara garis besar pedagang dibagi kedalam dua macam yaitu :

- a. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli barang secara grosir kepada pedagang yang lebih kecil (retail) untuk diecerkan kepada konsumen.
- b. Pedagang kecil (eceran) adalah pedagang yang membeli barang secara grosir kepada pedagang besar untuk diecerkan kepada konsumen.

#### **4. Konsep Pasar Umum (Luas) dan Pasar Parsial (Sempit)**

Menurut para ahli dibidang pemasaran, seperti yang dikemukakan oleh Kotler (1997), mengenai definisi pasar adalah “ Pasar yaitu terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan

kebutuhan dan keinginan itu”. Pasar (dalam arti luas) adalah tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual, di mana barang/jasa atau produk dipertukarkan antara pembeli dan penjual. Ukuran kerelaan dalam pertukaran tersebut biasanya akan muncul suatu tingkat harga atas barang dan jasa yang dipertukarkan tersebut (Ehrenberg dan Smith 2003). Pasar terbentuk dari proses pertemuan sampai terjadinya kesepakatan. Menurut Hakim (2012), Pasar parial (dalam arti sempit ) memiliki beberapa jenis, antara lain :

- 1) Pasar konsumsi adalah pasar yang menjual barang – barang untuk keperluan konsumsi. Seperti menjual beras, sandal, lukisan dan lainnya.
- 2) Pasar faktor produksi adalah pasar yang menjual barang-barang untuk keperluan produksi. Misalnya menjual mesin-mesin untuk alat produksi barang, lahan untuk pabrik dan lainnya.
- 3) Pasar menurut jenis barang yang dijual dapat dibagi menjadi misalnya, pasar ikan, pasar buah, pasar daging dan lain-lainnya. Istilah pasar banyak mendapatkan perhatian selama bertahun-tahun. Pada dasarnya pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan pertukaran atas barang dan jasa. Selain itu, pasar dapat pula diartikan sebagai himpunan para pembeli aktual dan potensial dari suatu produk. Dalam hal demikian pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan dan keinginan tertentu yang sama. Pasar secara fisik adalah tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau sebagian badan jalan. Selanjutnya pengelompokkan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen (Kotler 1997)

## **5. Teori Permintaan**

### **a. Pengertian Teori Permintaan**

Teori Permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang ingin dan mampu dibeli oleh konsumen, pada berbagai tingkat harga, dan pada waktu tertentu. Pada setiap kegiatan transaksi dalam perekonomian pastinya akan terdapat dua aspek yang saling berhubungan, yaitu permintaan (Demand) dan penawaran (Supply). Permintaan dan penawaran akan saling bertemu dan akan

membentuk satu titik pertemuan dalam satuan harga dan kuantitas (jumlah barang).

Menurut Haryati (2007), kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara harga barang (*ceteris paribus*) dengan jumlah barang yang diminta. Kurva permintaan menggambarkan tingkat maksimum pembelian pada harga tertentu, *ceteris paribus* (keadaan lain tetap sama). Kurva permintaan menggambarkan harga maksimum yang konsumen bersedia bayarkan untuk barang bermacam-macam jumlahnya per unit waktu. Konsumen tidak bersedia membayar pada harga yang lebih tinggi untuk sejumlah tertentu, tetapi pada jumlah yang sama konsumen bersedia membayar dengan harga yang lebih rendah. Konsep ini disebut dengan kesediaan maksimum konsumen mau bayar atau *willingness to pay*. Pergeseran Kurva Permintaan Sesuai dengan hukum permintaan, kurva permintaan dapat bergeser ke kanan atau ke kiri, jika keadaan lain yang *ceteris paribus* tidak dipenuhi. Apabila pendapatan seseorang bertambah, maka permintaan barang cenderung bertambah, sehingga kurva bergeser ke kanan. Sebaliknya apabila pendapatan seseorang turun, maka permintaan juga turun hal ini akan menggeser kurva ke arah kiri.

fungsi permintaan (*demand function*) adalah persamaan yang menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan sesuatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhi. Dengan fungsi permintaan akan suatu barang dituliskan sebagai berikut:

$$D_x = f(P_x, P_y, M, S)$$

Keterangan :

$D_x$  = Jumlah barang yang diminta

$P_x$  = Harga barang itu sendiri

$P_y$  = Harga barang lain yang mempengaruhi

$M$  = Pendapatan

$S$  = Selera

Hukum Permintaan menyatakan bahwa jumlah barang yang diminta dalam suatu periode waktu tertentu berubah berlawanan dengan harganya, jika hal lain diasumsikan tetap (Samuelson,1998:112). Sehingga semakin tinggi harganya semakin kecil jumlah barang yang diminta atau sebaliknya semakin kecil harganya maka semakin tinggi jumlah barang yang diminta (McEachern, 2000:9)

b. Jenis-Jenis Barang Dalam Teori Ekonomi

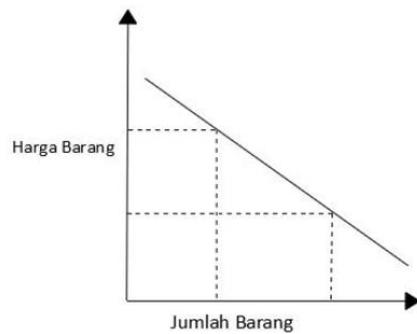
- 1) Barang Normal adalah Semua barang yang permintaannya akan bertambah ketika pendapatan masyarakat bertambah. Yang juga berarti bahwa barang tersebut memiliki elastisitas permintaan positif. Istilah normal tidak merujuk pada kualitas barang tersebut.
- 2) Barang Giffen adalah : Barang yang apabila harganya turun justru permintaannya ikut turun dan naiknya harga barang giffen justru menaikkan jumlah barang yang diminta.
- 3) Barang Spekulasi adalah : Barang-barang yang diharapkan dimasa mendatang akan mengalami kenaikan harga.
- 4) Barang Inferior adalah : Barang yang permintaannya justru berkurang bila pendapatan seseorang bertambah tinggi. Dimana para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan akan mengurangi pengeluarannya untuk barang-barang inferior dan menggantikannya dengan barang lain yang lebih baik mutunya. Barang inferior juga diartikan sebagai barang dengan kualitas rendah atau barang pengganti yang lebih terjangkau untuk barang yang lebih mahal.
- 5) Barang Substitusi atau yang dapat disebut barang pengganti adalah barang pemuas kebutuhan yang dapat menggantikan barang lain dengan fungsi dan kegunaannya yang sama seperti pulpen dan pensil.
- 6) Barang Komplementer atau yang sering disebut dengan barang pelengkap adalah barang yang kegunaannya dapat saling melengkapi satu sama lain.
- 7) Barang Prestise adalah: barang-barang yang dapat memberikan rasa bangga dan mampu meningkatkan harga diri bagi pemiliknya karena

barang tersebut bernilai tinggi dimata masyarakat. Dimana semakin mahal harganya semakin meningkat permintaannya

c. Kurva Permintaan

Kurva permintaan adalah suatu grafik yang menunjukkan hubungan antara harga suatu barang atau jasa dan jumlah atas barang atau jasa yang diminta (ceteris paribus). Bentuk umum kurva permintaan turun dari kiri-atas ke kanan bawah. Namun pergeseran kurva permintaan tersebut tidak berlaku untuk tiga macam barang yaitu barang giffen, barang spekulasi dan barang prestise. Kurva permintaan dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu kurva permintaan individu dan kurva permintaan pasar (agregat). Kurva permintaan individu merupakan kedudukan titik-titik yang menghubungkan berbagai harga suatu komoditas dan kuantitas komoditas yang dibeli oleh setiap individu. Kurva permintaan pasar (agregat) merupakan penjumlahan permintaan-permintaan individu atas suatu barang dan jasa dalam berbagai tingkat harga.

Permintaan yang dinyatakan dalam hubungan matematis dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya disebut fungsi permintaan. Fungsi permintaan menghubungkan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Seperti ilustrasi pada gambar 1, kurva permintaan terbentuk dari kombinasi harga (P) dan jumlah barang yang diminta (Q). Harga pada mulanya sebesar 3 dengan jumlah barang yang diminta sebesar 400. Kemudian terjadi kenaikan harga dari 3 ke 5 diikuti oleh penurunan jumlah barang yang diminta dari 400 ke 100. Kurva yang demikian disebabkan oleh sifat hubungan antara harga dan jumlah yang diminta, yang mempunyai sifat hubungan yang terbalik (Sadono Sukirno, 1994). Berikut ini dapat dilihat bahwa gambar kurva permintaan sebagai berikut :



Gambar 1. Kurva Permintaan

- d. Faktor- faktor yang mempengaruhi permintaan Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan selain harga menurut (McEachern, 2000) adalah sebagai berikut :
- 1) Kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan terhadap permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.
  - 2) Selera dan Preferensi Selera adalah determinan permintaan non harga, karena kesulitan dalam pengukuran dan ketiadaan teori tentang perubahan selera, biasanya kita mengasumsikan bahwa selera konstan dan mencari sifat-sifat lain yang mempengaruhi perilaku.
  - 3) Harga Barang-barang Berkaitan Substitusi dan komplementer dapat didefinisikan dalam hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berkaitan. Jika barang x dan y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang y turun maka harga x tetap, konsumen akan membeli barang x lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika barang x dan y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, dimana penurunan harga barang y akan menaikkan permintaan barang x dan kenaikan harga barang y akan menurunkan permintaan barang x .
  - 4) Perubahan Dugaan Tentang Harga Relatif di Masa Depan Dugaan tentang harga-harga relatif di masa depan memainkan peranan yang penting dalam menentukan posisi kurva permintaan. Jika semua harga naik 10% pertahun

dan diduga akan terus berlangsung, laju inflasi yang telah diantisipasi ini tidak lagi berpengaruh terhadap posisi kurva permintaan

- 5) (jika harga diukur dalam bentuk relatif sumbu vertikal). Penduduk Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.
- 6) Penduduk Sering kali kenaikan jumlah penduduk dalam suatu perekonomian dengan asumsi pendapatan perkapita konstan menggeser permintaan pasar ke kanan ini berlaku untuk sebagian besar barang.

## **6. Konsep Permintaan Individual Konsumen dan Permintaan Pasar**

Permintaan terhadap sesuatu barang dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu permintaan yang dilakukan oleh seseorang dan permintaan yang dilakukan oleh semua orang dalam pasar. Oleh karena itu, dalam analisis perlu dibedakan antara kurva permintaan perseorangan dan kurva permintaan pasar. Untuk memperoleh kurva permintaan pasar, kurva permintaan berbagi individu dalam pasar harus dijumlahkan. (sukirno, 2009:10).

## **7. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Produk**

Besar kecilnya permintaan terhadap suatu barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Soekartawi (2002), bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang substitusi atau komplementernya, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan, elastisitas barang. Selanjutnya Daniel (2002), menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah permintaan terhadap suatu barang meliputi : harga, harga barang lain, selera, jumlah penduduk, tingkat pendapatan dan selera.

Sehubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan. Kelana (1996) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga, selera, dan preferensi (taste and preferensi), harga barang lain yang berhubungan,

perubahan ekspektasi atau pemikiran relatif dimasa yang akan datang, perubahan pendapatan, dan perubahan jumlah konsumen (change in the number of consumer).

Berdasarkan uraian yang dikemukakan sebelumnya, jelas bahwa permintaan itu dipengaruhi oleh faktor harga, tingkat pendapatan, selera, jumlah penduduk, dan harga barang pengganti (substitusi). Sehubungan dengan hal tersebut, kaitannya dengan variabel yang diamati dalam penelitian ini, maka faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dapat diuraikan sebagai berikut:

**a. Harga barang itu sendiri**

Pengaruh berbagai faktor terhadap permintaan atas suatu barang sulit untuk dilakukan secara sekaligus. Oleh sebab itu, dalam membicarakan mengenai teori permintaan, ahli ekonomi membuat analisis yang lebih sederhana. Didalam analisis tersebut dianggap bahwa permintaan atas suatu barang terutama dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri. Oleh karena itu, dalam teori permintaan yang terutama dianalisis adalah berkaitan diantara permintaan suatu barang tersebut. Didalam analisis tersebut dimisalkan faktor-faktor lain tidak mengalami perubahan atau ceteris paribus. Tetapi dengan pemisalan tersebut bukan berarti faktor-faktor lain diabaikan (Sukirno, 2010:76).

Hubungan antara harga dan jumlah permintaan merupakan hubungan yang terbalik, sehingga dalam kurva permintaan akan mempunyai kemiringan negatif. Hubungan terbalik ini berarti bila harga suatu barang naik turun, maka permintaan akan meliputi harga barang lain. Hubungan ini dikenal dengan hukum permintaan (Salvantore, 1998). Sifat hubungan seperti ini disebabkan oleh kenaikan harga yang menyebabkan para pembeli mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti.

**b. Harga Barang Lain** Terjadinya perubahan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap permintaan barang lain. Keadaan ini terjadi jika kedua barang tersebut mempunyai hubungan yang saling menggantikan (substitusi) dan saling melengkapi (komplementer). Bila dia tidak berhubungan (natural/independent), maka tidak akan ada saling berpengaruh yang dimaksud dengan barang yang saling 21 menggantikan adalah sifat dua barang

yang jika salah satunya meningkat, kuantitas barang lainnya yang diminta akan meningkat ( Daniel, 2002).

#### **b. Selera atau kebiasaan**

Selera atau kebiasaan juga dapat mempengaruhi suatu barang. Selera konsumen yang bermacam-macam terhadap suatu barang akan menimbulkan munculnya barang-barang lain dipasar melalui spesialisasi produk, yang mengakibatkan bentuk pangsa pasar tersendiri (monopolistik) bagi selera-selera tertentu sehingga semakin tinggi selera suatu konsumen, akan mengakibatkan naiknya permintaan barang tersebut.

#### **c. Perkiraan Harga di Masa yang akan datang**

Apabila terdapat perkiraan harga suatu barang akan naik dimasa yang akan datang, akan mendorong para konsumen untuk membeli sebnayak-banyaknya barang pada saat yang sekarang. Sehingga permintaan dalam jangka pendek akan meningkat (Mandala dan Prathama, 2002:28).

Menurut Sukirno (1994), berdasarkan terhadap perubahan tingkat pendapatan berubah, berbagai jenis dapat dibedakan kedalam empat golongan yaitu barang inferior, barang esensial, barang normal dan barang mewah. Namun miller dan meiners (2002) membedakan jenis barang tersebut menjadi dua, yaitu barang normal dan barang inferior.

- 1) Barang Normal adalah suatu barang yang apabila ia mengalami kenaikan dalam permintaan sebagai akibat dari kenaikan pendapatan. Ada dua pendapatan meningkat, yaitu 1) pertambahan pendapatan akan menambah daya beli atau kemampuan untuk membeli suatu barang, dan 2) pertambahan pendapatan memungkinkan para pembeli menukar konsumsi mereka dari barang yang kurang baik mutunya ke barang yang lebih baik.
- 2) Barang Inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang-orang yang berpendapatan rendah. Para pembeli yang mengalami kenaikan pendapatan dan mengurangi pengeluaran untuk membeli barang inferior dan menggantinya dengan barang yang lebih baik mutunya.

## **8. Pendekatan Struktur Pasar, Perilaku dan Kinerja**

### **a. Struktur Pasar**

Struktur pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyak nya perusahaan dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri (Sukirno 2016:231). Pada analisa ekonomi pasar di bedakan berdasarkan empat jenis, yaitu :

#### 1) Pasar Persaingan Sempurna

Pasar Persaingan Sempurna merupakan struktur pasar yang paling ideal, karena dianggap sistem pasar ini adalah struktur pasar yang akan menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang atau jasa yang tinggi (optimal) efisiensinya. Dalam analisis ekonomi sering dimisalkan bahwa perekonomian merupakan pasar persaingan sempurna. Akan tetapi dalam prakteknya tidaklah mudah untuk menentukan jenis industri yang struktur organisasinya digolongkan kepada pasar persaingan sempurna yang murni, yaitu yang ciricirinya sepenuhnya bersamaan dengan dalam teori. Menurut Sadono Sukirno (2000:201) ciri-ciri pasar persaingan sempurna antara lain :

- a) Perusahaan adalah pengambil harga (price taker) yang berarti
- b) suatu perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan ataupun mengubah harga pasar.
- c) Setiap perusahaan mudah melakukan keluar masuk pasar.
- d) Menghasilkan barang serupa
- e) Terdapat banyak perusahaan di pasar

#### 2) Pasar Monopoli

Monopoli adalah suatu bentuk pasar di mana hanya terdapat satu perusahaan saja dan perusahaan ini menghasilkan barang yang tidak mempunyai barang pengganti yang sangat dekat. Keuntungan yang di dapat oleh perusahaan monopoli adalah keuntungan melebihi normal dan diperoleh karena terdapat hambatan yang sangat tangguh yang di hadapi perusahaan-perusahaan lain

untuk memasuki industri tersebut. Ciri-ciri perusahaan monopoli menurut sadono sukirno (2016:267) yaitu :

- a) Pasar Monopoli adalah industri satu perusahaan. Hanya ada satu saja perusahaan dalam industri tersebut.
- b) Tidak mempunyai barang pengganti yang mirip, barang yang dihasilkan oleh perusahaan monopoli tidak dapat di gantikan oleh barang lain yang ada dalam pasar. Barang tersebut merupakan satu-satunya jenis barang yang seperti itu dan tidak terdapat barang mirip (close substitusi) yang dapat menggantikan barang tersebut.
- c) Tidak terdapat kemungkinan untuk masuk ke dalam industri.  
Sifat ini merupakan sebab utama yang menimbulkan perusahaan yang mempunyai kekuasaan monopoli. Keuntungan perusahaan monoli tidak akan menyebabkan perusahaan-perusahaan lain memasuki industri tersebut.
- d) Dapat mempengaruhi penentuan harga. Perusahaan monopoli merupakan satu-satunya penjual di dalam pasar, maka penentuan harga dapat di kuasanya. Oleh sebab itu perusahaan monopoli di pandang sebagai penentu harga dan price setter.
- e) Promosi iklan kurang di perlukan. Oleh karena itu perusahaan monopoli adalah satu-satunya perusahaan di dalam industri, ia tidak perlu mempromosikan harganya dengan menggunakan iklan. Pembeli yang memerlukan barang diproduksinya terpaksa membeli daripadanya.

### 3) Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrem, yaitu persaingan sempurna dan monopoli. Oleh sebab itu sifat-sifat nya mengandung unsur-unsur sifat pasar monopoli, dan unsur-unsur sifat persaingan sempurna. Pasar persaingan monopolistik dapat didefinisikan sebagai salah satu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (differentiated products). Ciri-ciri pasar persaingan monopolistik menurut sadono sukirno (2000:201) antara lain:

- a) Terdapat banyak penjual. Terdapat banyak penjual dalam pasar persaingan monopolistik, namun demikian ia tidaklah sebanyak seperti dalam pasar persaingan sempurna. Apabila di dalam pasar sudah terdapat beberapa puluh perusahaan, maka pasar persaingan monopolistik sudah mungkin wujud.
  - b) Barangnya bersifat berbeda corak. Ciri ini merupakan sifat yang paling penting dalam membedakan pasar persaingan monopolistik dengan pasar persaingan sempurna. Produksi dalam pasar persaingan monopolistik berbeda coraknya (*differentiated product*) dan secara fisik mudah di bedakan di antara produksi sesuatu perusahaan dengan produksi perusahaan lainnya.
  - c) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga. Kekuasaan mempengaruhi harga oleh perusahaan monopolistik bersumber dari sifat barang yang dihasilkannya, yaitu yang bersifat berbeda corak atau *differentiated product*. Perbedaan ini menyebabkan para pembeli bersifat memilih, yaitu lebih menyukai barang dari sesuatu perusahaan tertentu dan kurang menyukai barang yang dihasilkan perusahaan lainnya.
  - d) Masuk kedalam industri relatif mudah. Perusahaan yang masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak akan mengalami banyak kesukaran. Hambatan yang akan di hadapi tidaklah seberat seperti di oligopoli dan monopoli.
  - e) Persaingan mempromosikan penjualan sangat aktif. Karena dalam pasar persaingan monopolistik barang yang dijual bercorak. Ini menimbulkan daya tarik dari pembeli.
- 4) Pasar Oligopoli
- Pasar oligopoli hanya terdiri dari sekelompok kecil perusahaan. Biasanya struktur dari industri dalam pasar oligopoli adalah: terdapat beberapa perusahaan raksasa yang menguasai sebagian besar pasar oligopoli. Beberapa perusahaan golongan yang pertama (yang menguasai pasar) sangat saling mempengaruhi satu sama lain, karena keputusan dan tindakan oleh salah satu daripadanya sangat mempengaruhi perusahaan lainnya. Sifat saling

mempengaruhi (mutual interdependence) ini merupakan sifat yang khusus dari perusahaan dalam pasar oligopoli yang tidak di dapati dalam bentuk pasar lainnya. Ciri-ciri pasar oligopoli menurut sadono sukirno (2000) antara lain :

- a) Menghasilkan barang standar maupun barang berbeda corak. Adakalanya perusahaan dalam pasar oligopoli menghasilkan barang standar (standardized product). Di samping itu banyak pula pasar oligopoli yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang berbeda corak (differentiated product). Barang seperti itu pada umumnya adalah barang akhir.
- b) Kekuasaan menentukan harga adakalanya lemah dan adakalanya sangat tangguh. Dari dua kemungkinan ini, yang mana yang akan terwujud tergantung kepada bentuk kerjasama diantara perusahaan-perusahaan dalam pasar oligopoli. Tanpa adanya kerja sama kekuasaan menentukan harga menjadi lebih teratas.
- c) Pada umumnya perusahaan oligopoli perlu melakukan promosi secara iklan. Iklan secara terus menerus sangat di perlukan oleh perusahaan oligopoli yang menghasilkan barang yang berbeda corak. Kegiatan promosi iklan yang sangat aktif tersebut adalah untuk dua tujuan, yaitu menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.

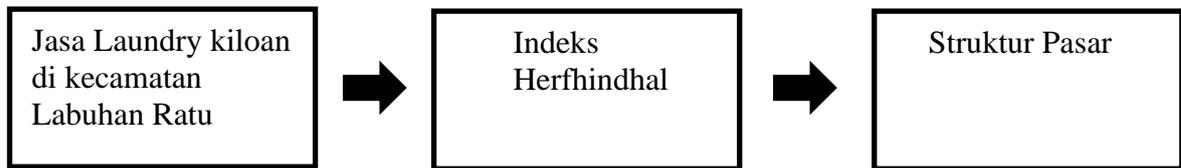
## **9. Pelitian Terdahulu**

- 1) Penelitian Nurul Tri puji (2010) terkait “Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasarnya Laundry di Kel. Gedung Meneng dan Kp. Baru”. Hasil diperoleh dalam penelitian ini adalah berdasarkan indeks konsentrasi dan indeks herfindal, dapat disimpulkan bahwa struktur pasar pada industri laundry dikelurahan gedung meneng dan kampung baru adalah oligopoly longgar
- 2) Penelitian Hanina Nabila (2020) “Pendugaan Struktur Pasar Perdagangan Semen Gedong Tatatan”. Metode yang digunakan yakni linier berganda. Variabel harga, kualitas produk, juga pelayanan. Temuan riset menemukan harga semen berpengaruhnya negatif-signifikan, kualitas dan layanan

berpengaruh positif/signifikan pada permintaan semen di Gedong Tataan. Sehingga, struktur pasar yaitu monopolistik.

- 3) Penelitian Syifana Utami (2021) terkait “Pendugaan Struktur Pasar Usaha Dagang Daging Sapi Bandar Lampung”. Metode yang digunakan yaitu linier berganda. Variabelnya yakni harga, harga substitusi, juga preferensi. Riset ini yaitu positif/signifikan bagi permintaan daging sapi Bandar Lampung. Struktur pasar yaitu monopolistik.
- 4) Shandi Farizki (2019) meneliti “Struktur Pasar Usaha Industri Fotografi di Bandar Lampung”. Struktur pasar industri fotografi di Bandar Lampung yakni monopolistik, dimana penetapan strategi harga amat berperan bagi kinerja usaha suatu perusahaan, beberapa factor perilaku usaha lainnya diketahui mampu mempengaruhi kinerja usaha, strategi harga, dan strategi kualitas layanan
- 5) Aldy Oktaviano (2020) meneliti “Analisis Serta Pendugaan Struktur Pasar dan Kinerja Usaha Pada Industri Jasa Barbershop Bandar Lampung”. Riset ini menemukan harga barbershop berpengaruh negatif-signifikan, harga pangkas rambut dan selera berpengaruh positif-signifikan pada permintaan jasa barbershop kota Bandar Lampung, kinerja usaha sudah baik
- 6) Miya Lestari (2022) menunjukkan harga carwash berpengaruh negatif-signifikan. Dan kualitas berpengaruh positif dan signifikan. Market share berpengaruh positif-signifikan pada kinerja usaha dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dapat dinyatakan bahwa kinerja usaha pada industri carwash sudah baik

## B.Kerangka Pemikiran dan Hipotesis



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu di atas, maka diduga Struktur Pasar Jasa Laundry kiloan Di Bandar Lampung pada tahun 2023 diukur dengan Indeks Herfindahl, adalah pasar persaingan monopolistik. Dengan karakteristik:

- a) Terdapat banyak penjual. Terdapat banyak penjual dalam pasar persaingan monopolistik,
- b) Barangnya bersifat berbeda corak. Ciri ini merupakan sifat yang paling penting dalam membedakan pasar persaingan monopolistik dengan pasar persaingan sempurna.
- c) Perusahaan mempunyai sedikit kekuasaan mempengaruhi harga. Kekuasaan mempengaruhi harga oleh perusahaan monopolistik bersumber dari sifat barang yang dihasilkannya, yaitu yang bersifat berbeda corak atau differentiated product.
- d) Masuk kedalam industri relatif mudah. Perusahaan yang masuk ke dalam pasar persaingan monopolistik tidak akan mengalami banyak kesukaran..

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu dengan menggunakan perhitungan pangsa pasar. Penelitian ini di golongkan metode survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner , metode pengumpulan data dan struktur pasar data yang digunakan data primer yang diperoleh dari jasa laundry kiloan dikecamatan Labuhan Ratu kota Bandar Lampung . data primer merupakan data dari sumber pertama dari individu seperti hasil wawancara dan hasil penelitian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti.

#### **B. Waktu dan tempat**

Pendekatan guna mengidentifikasi wilayah penelitian dilakukan secara sengaja yakni (*purposive sampling*), dimana pemilihan berdasarkan pertimbangan khusus mengenai objek sesuai tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan di 46 jasa laundry kiloan di Bandar Lampung kecamatan Labuhan Ratu pada bulan juli tahun 2023.

#### **C. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel dimaksudkan untuk menghindari kekeliruan persepsi dalam menginterpretasikan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel yaitu sebagai berikut.

1. Struktur Pasar ketetapan persaingan usaha dihitung dengan Indeks Herfindahl dengan indicator nilai penjualan menggunakan skala Rasio
2. Aspek kualitas Layanan pada laundry kiloan di Bandar Lampung terdiri dari mempertimbangkan usul Konsumen, kebersihan tempat, pelayanan yang

ramah,fasilitas ruangan,kerapihan,pemberian diskon atau potongan harga, menggunakan skala Rasio pengukuran skoring dalam Kualitas Layanan pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengelompokkan nilai jawaban responden sesuai dengan urutan nilai mulai dari terbesar hingga yang terkecil, dan sebaliknya.

#### **D.Populasi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan Populasi yang diambil adalah jumlah jasa laundry dalam kecamatan terpilih mengambil 1 kecamatan yang paling banyak populasi industri jasa laundry kiloan sebagai sampel dan yang ditentukan adalah pemilik 46 jasa laundry kiloan di kecamatan Labuhan Ratu .

#### **E.Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Studi Literatur**

Studi Literatur dilakukan dengan penelusuran kepustakaan untuk menggali konsep dan memahami uraian tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah penelitian.yaitu Informasi diperoleh dari berbagai sumber, seperti jurnal ilmiah, hasil penelitian, sumber referensi dan buku panduan baik cetak maupun elektronik referensi kajian pustaka mengenai penegertian industri, pengertian jasa, pengertian perdagangan, konsep pasar umum (Luas) dan pasar parsial (Sempit), teori permintaan, permintaan pasar,pendekatan struktur pasar,

##### **2. Teknik Wawancara**

Teknik wawancara proses tanya jawab secara langsung yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk memperoleh informasi – informasi. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti (Teguh, 2010). Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik 46 industri jasa laundry kiloan di Kecamatan Labuhan Ratu Kota Bandar Lampung. ).

Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer untuk mendapatkan hasil harga dan aspek kualitas layanan.

## **F.Uji Signifikansi Instrumen Penelitian**

### **1.Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu kuisisioner melakukan fungsi ukurnya dan agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut (Sugiyono, 2010:267). 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.

### **2.Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi tanggapan terhadap item pernyataan kuesioner berdasarkan pemahaman responden terhadap pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan (Sugiyono, 2010:354).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing- masing variabel yang diuji dengan menggunakan program SPSS.

## **G.Metode Analisis Data**

### **1. Analisis Stuktur Pasar**

Ini berguna dalam menelaah struktur pasar industri jasa laundry di Kecamatan Labuhan Ratu , diukur dengan Indeks Herfindahl, menilai seberapa terkonsentrasi suatu industri, dihitung dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar keseluruhan perusahaan yang terlibat. Untuk mengukur sejauh mana konsentrasi pembeli dalam suatu area pasar, sehingga memungkinkan kita guna membangun penilaian yang seimbang terhadap posisi tawar pembeli sesuai dengan formulasi *indeks Orris C Herfindhal*.

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

Sumber: Hasibuan (1994)

Detail:

n = Total Populasi

x = Rerata Penjualan (Rp)

T = Totalnya Rerata Penjualan Tiap Bulan (Rp)

IH = Indeks Herfindahl (%)

Kriterianya yaitu:

–	0	= persaingan murni/sempurna
–	0,01 – 0,24	= persaingan monopolistik
–	0,25 – 0,49	= oligopoli ketat
–	0,5 – 0,74	= oligopoli longgar
–	0,75 – 1,00	= monopoli

## 2. Analisis Aspek kualitas layanan jasa laundry di kota Bandar Lampung

Aspek kualitas Layanan diukur dengan skoring dalam Kualitas Layanan pada penelitian ini dilakukan dengan cara mengelompokkan nilai jawaban responden sesuai dengan urutan nilai mulai dari terbesar hingga yang terkecil, dan sebaliknya. Kuisisioner untuk mendapatkan data jumlah Kualitas Layanan berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka data untuk Kualitas Layanan Berikut merupakan rancangan analisis Kualitas Layanan :

### 1. Mempertimbangkan Usul Konsumen

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

**2. Kebersihan Tempat**

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

**3. Pelayanan Yang Ramah**

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

**4. Fasilitas Ruangan**

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

**5. Kerapihan**

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

**6. Pemberian Diskon atau Potongan Harga**

Sangat Menerapkan	skor 5
Menerapkan	skor 4
Cukup Menerapkan	skor 3
Kurang Menerapkan	skor 2
Tidak Menerapkan	skor 1

## **V. SIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Struktur Pasar Industri Laundry Kiloan di Bandar Lampung Berdasarkan perhitungan Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH) sebesar 0,024 industri jasa laundry kiloan di Bandar Lampung termasuk dalam kategori pasar persaingan monopolistik. Struktur pasar ini menunjukkan bahwa terdapat banyak pelaku usaha yang bersaing, dengan masing-masing menawarkan layanan yang berbeda dalam aspek harga, kualitas, dan fasilitas tambahan

2. Preferensi konsumen dalam menggunakan jasa laundry kiloan dihasilkan ditentukan oleh harga, tetapi juga oleh faktor non-harga seperti pada aspek yang memiliki nilai paling tinggi yaitu kerapihan (178) pelayanan yang ramah (158), kebersihan tempat (151), mempertimbangkan usul konsumen (137) pemberian diskon (132) dan yang paling rendah fasilitas ruangan (132).

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk berbagai pihak terkait, baik bagi pelaku usaha, pemerintah, maupun penelitian selanjutnya:

1. Bagi Pelaku Usaha Laundry Kiloan, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, tidak hanya dari aspek hasil cucian, tetapi juga pada kenyamanan tempat usaha, keramahan dalam melayani pelanggan, dan ketepatan

waktu penyelesaian laundry. Inovasi dalam pelayanan seperti sistem layanan antar-jemput atau penggunaan aplikasi pemesanan juga dapat menjadi nilai tambah dalam memenangkan persaingan pasar. Layanan Antar Jemput Banyak usaha laundry yang kini menawarkan layanan antar jemput pakaian, membuat pelanggan lebih nyaman tanpa harus keluar rumah. Ini adalah keunggulan kompetitif yang memberikan kenyamanan ekstra bagi pelanggan. Laundry Ramah Lingkungan (Eco-friendly) Beberapa laundry menggunakan bahan kimia ramah lingkungan dan mesin cuci hemat energi, memberikan alternatif yang lebih baik bagi pelanggan yang peduli terhadap kelestarian lingkungan. Penyemprotan Aroma Beberapa laundry menambahkan aroma khas pada pakaian yang dicuci, memberikan pengalaman sensorial yang lebih menyenangkan bagi pelanggan. Bahan Deterjen atau Pewangi Custom Beberapa laundry menawarkan pilihan pewangi atau deterjen sesuai preferensi pelanggan, bahkan memungkinkan mereka memilih aroma tertentu untuk pakaian mereka. Dengan berbagai inovasi ini, laundry tidak hanya berfungsi sebagai tempat mencuci pakaian, tetapi menjadi bagian dari pengalaman layanan pelanggan yang lebih menyeluruh.

2. Bagi Pemerintah Daerah, khususnya Dinas Perdagangan dan Dinas UMKM, diharapkan dapat memberikan pelatihan, pendampingan, serta fasilitas akses modal bagi pelaku usaha laundry kiloan agar mereka dapat meningkatkan kapasitas usaha serta mampu bersaing secara sehat dalam pasar yang kompetitif. Pemerintah juga diharapkan dapat memfasilitasi promosi dan kemitraan usaha antar-laundry dalam bentuk koperasi atau komunitas usaha kecil menengah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada lingkup wilayah penelitian yang hanya mencakup Kecamatan Labuhan Ratu. Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan studi lanjutan dengan cakupan yang lebih luas, meliputi seluruh wilayah Kota Bandar Lampung atau bahkan antar-kota, guna memperoleh gambaran struktur pasar yang lebih menyeluruh. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, strategi pemasaran digital, atau analisis SWOT untuk memperkaya hasil kajian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad. 1995. *Ekonomi Mikro*. BPFE. Yogyakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Badan Pusat Statistik. Tentang “Industri”. Jakarta. Indonesia
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2021. *Jumlah Penduduk Dan Laju Pertumbuhan Penduduk di Kota Bandar Lampung Tahun 2017-2021*. BPS: Kota Bandar Lampung. Diakses tanggal 11 Oktober 2022
- Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung. 2023. *Kontribusi Industri Pengolahan terhadap PDRB Kota Bandar Lampung Atas Dasar Harga Berlaku*. BPS Kota Bandar Lampung: Lampung. Diakses tanggal 11 Oktober 2022.
- Badan Pusat Statistik 2020 klasifikasi buku lapangan usaha indonesia.*
- BPK. 1984. “Undang - Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1984 Tentang Perindustrian.” (1): 1–5. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/46975/uu-no-5-tahun-1984>.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: *The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71.
- Dinas Perindustrian Kota Bandar Lampung. 2021. *Jumlah Usaha Industri di Kota Bandar Lampung Tahun 2017-2021*. BPS Kota Bandar Lampung: Lampung. Diakses tanggal tanggal 11 Oktober 2022
- Dinas Permodalan Kota Bandar Lampung. 2023. *Jumlah Usaha laundry di Kota Bandar Lampung Tahun 2023*.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta
- Ehrenberg dan Smith 2003, *Modern labor economics: Theory and public pol*
- Emalia, Z., & Farida, I. (2018). *Identifikasi pusat pertumbuhan dan interaksi*

*spasial di provinsi LAMPUNG. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan, 19(1).* <https://doi.org/10.18196/jesp.19.1.4100>

Farizky shandi 2019. *Analisis Struktur Pasardan pengaruhnya terhadap kinerja usaha Industri Fotografi dikota bandarlampung Jurnal Ilmiah.* Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung

Gianyar, Universitas Udayana Gujarati. 2010. *Dasar- dasar Ekonometrika 1.* Jakarta: Salemba Empat.

Gujarati, Damondar N. 2010. *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi kelima.* Jakarta. Penerbit : Salemba Empat.

Hasibuan, 1993:12 Hasibuan, N. 1993. *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi.* Jakarta : LP3S.

Hakim, Abdul 2012. *Teori Ekonomika.* Jelajah nusantara. Tangerang

Kelana. S. 1996. *Teori Ekonomi Mikro.* PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta Kuncoro,

Kuncoro, Mudrajat. 2007 “*Ekonomika Industri Indonesia*”. ANDI. Yogyakarta

Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu. Jakarta. Prentice Hall

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited.

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi ke-11)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Lestari, Miya. 2021. *Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Industri carwash di Bandar Lampung .* Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung

Mandala Manurung dan Prathama Rahardja, 202, *Pengantar Ilmu Ekonomi,* Jakarta : LPFE-U

Mankiw G. 2012. *Pengantar Ekonomi Mikro Principles of Economics.* Jakarta: Salemba Empat

Marselina. (2022). *determinan produk domestik bruto di asia tenggara (Vol. 2, Issue 2).*

- McEachern, William. 2001. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Miller, R. J and Roger E Meiners. 2000. *Teori Mikroekonomi Intermediate*. Jakarta: P T. Raja Grafindo Persada.
- Nicholson, W. 1998. *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions. Seventh Edition Amherst Collage*. USA: Dryden Press.
- Nurul, Tri Puji 2010 . *Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Industri Laundry (skala kecil dan mikro) dikota bandarlampung Jurnal Ilmiah*. Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung
- Octaviano Aldy 2020. *Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar Industri barbershop dikota bandarlampung Jurnal Ilmiah*. Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung
- Pindyck, Robert, 2007. *Mikroekonomi Edisi Keenam*. Jakarta: Indeks.
- Ramadhan, H., Nirmala, T., Aida, N., Arivina Ratih, dan, Studi Ekonomi Pembangunan, P., & Lampung, U. (2023). *analisis pertumbuhan ekonomi terhadap emisi gas karbon dioksida pada negara G20* (Vol. 03, Issue 01). <https://journal.unbara.ac.id/index.php/klassen>
- Rismayani. 1999. *Aplikasi Segmen Pasar dan Pemasaran*. Medan
- Salvatore, O.1998 *Teori Ekonomi Mikro*. Terjemahan Rudy Sitompul. Erlangga. Jakarta
- Samuelson, Paul A., dan Nordhaus, William D. 2008. *Microeconomics*. McGraw-Hill.
- Sirat, M., Wahyudi, H., & Artikel, R. (n.d.). *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi (SIMO) Permintaan dan Struktur Pasar Industri Semen di Kabupaten Pesawaran Lampung (Demand and Market Structure of the Cement Industri in Pesawaran Lampung Regency)*. 3(2), 341–351. <https://doi.org/10.35912/simo.v3i2.1508>
- Stanton, W. J. (2001). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta).

- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung : CV. Alfabeta
- Sukirno, Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikro ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Syifana, Utami 2021. *Analisis Permintaan Dan Pendugaan Struktur Pasar pada usaha daging sapi dikota bandarlampung Jurnal Ilmiah*. Program Sarjana Ekonomi Universitas Lampung
- Teguh, Muhammad. 2014. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Rajawali Pers
- Tjiptono, F. (2012). *Manajemen Pemasaran Strategik* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi..
- Undang-Undang Republik Indonesia. 2014. “Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan.” *LN.2014/No. 45, TLN No. 5512, LLSETNEG:56HLM:1–5*  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38584/uu-no-7-tahun-2014>.
- Widarjono, Agus., Ph.D. 1990. *Ekonometrika Pengantar Aplikasinya*. Edisi Keempat. UPP STIM. YKPN : Yogyakarta.
- Winardi, 1988, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, Tarsito, Bandung
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.