

Permintaan dan Struktur Pasar Industri Semen di Kabupaten Pesawaran Lampung (*Demand and Market Structure of the Cement Industry in Pesawaran Lampung Regency*)

Muhidin Sirat¹, Sunarmo², M.Husaini³, Abdurahman⁴, Heru Wahyudi⁵

Universitas Lampung, Lampung^{1,3,5}, Universitas Madura, Jawa Timur⁴, Universitas Al-Azhar Indonesia, Jakarta²

Heru.wahyudi@feb.unila.ac.id



Riwayat Artikel

Diterima pada 8 Oktober 2022

Revisi 1 pada 28 Oktober 2022

Revisi 2 pada 8 November 2022

Disetujui pada 14 November 2022

Abstract

Purpose: This research aims to find demand and market structure for the cement trade industry in Gedong Tataan Subdistrict, Pesawaran District.

Research Methodology: : The analytical method used in this research is quantitative with interviews, questionnaires, literature study, and regression.

Result: Cement prices have a negative significant effect on cement demand, but product quality and consumer services have a positive significant effect on cement demand. The structure of the cement trading services market belongs to a monopolistic market.

Limitations: The limitation of this study is using primary data

Contribution: Some markets set prices according to the wishes of the actors themselves without following company rules, that is what causes some actors to discriminate. because it belongs to a monopolistic market, each company must implement a non-price policy. Meanwhile, from the performance aspect, it shows that the condition is very achieved. Therefore, there must be efforts from traders such as improvements in terms of products, prices, cleanliness of places and storage.

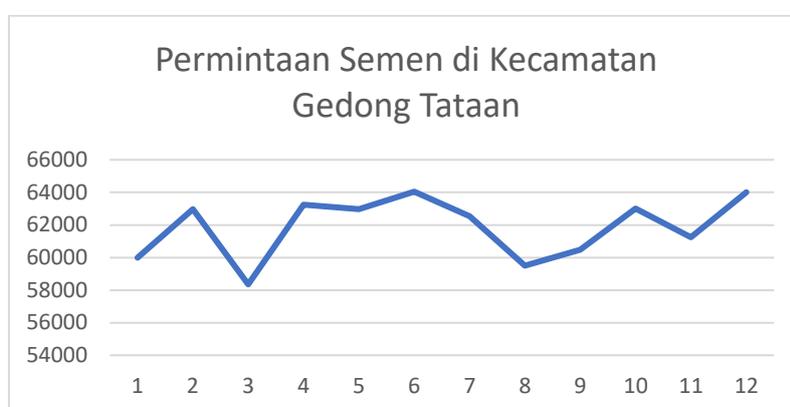
Keywords: *Cement Trading Services, Market, Monopolistic.*

How to Cite: Sirat, M., Sunarmo, S., Husaini, M., Abdurahman, A., Wahyudi, H. (2022). Permintaan dan Struktur Pasar Industri Semen Di Kabupaten Pesawaran Lampung. *Studi Ilmu Manajemen dan Organisasi*, 3(2), 341-351.

1. Pendahuluan

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 (Sukirno: 2008). Strategi harga merupakan komponen penting dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, hal tersebut disebabkan bahwa dalam memproduksi barang atau jasa wajib produsen menetapkan harga barang dan jasa konsumsi (Malonda & Stephen, 2020). Menurut Lamb et al. (2011), jika harga ditetapkan terlalu tinggi, peluang penjualan akan hilang dan nilai kesan pelanggan akan kurang dari biayanya. Sebaliknya, jika harga ditetapkan terlalu rendah, produk dapat dilihat memiliki nilai yang sangat baik oleh pelanggan, tetapi bisnis tidak akan dapat menghasilkan uang sebanyak mungkin. Disisi lain, kualitas pelayanan merupakan salah satu hal krusial yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan permintaan akan suatu barang. Kualitas layanan, sebagaimana didefinisikan oleh Tjiptono (2009), adalah tingkat keunggulan dan kontrol yang diharapkan atas tingkat keunggulan ini untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika layanan atau jasa yang diterima atau dialami memenuhi harapan, maka kualitas layanan atau jasa tersebut dianggap dapat diterima dan baik. Konsumen akan menganggap kualitas suatu layanan berada pada tingkat optimal jika memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Sektor industri saat ini telah berkembang, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga berdampak pada pertanian, kehutanan, pertambangan, perdagangan, perhubungan, telekomunikasi, pendidikan dan sebagainya. Dalam satu dekade terakhir kita bisa melihat ada begitu banyak pembangunan perumahan, ruko, gedung perkantoran, gedung bisnis, pembangunan ruas-ruas baru jalanan, dan masih banyak lagi. Tentu ini menyimpan potensi bisnis yang sangat luar biasa bagi setiap pelaku usaha di dalamnya. Lampung merupakan provinsi yang menjadi sorotan pembangunan karena kemajuan dalam meningkatkan infrastruktur. Penelitian ini difokuskan pada industri perdagangan semen. Hal ini dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa semen merupakan komoditi yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembangunan. Kecamatan Gedong Tataan terdapat 28 toko bangunan lebih banyak dibandingkan Kecamatan lain yang berada di Kabupaten Pesawaran, Kecamatan Gedong Tataan termasuk jalan lintas masyarakat untuk ke daerah Kabupaten Pringsewu yang merupakan jadi pusat perhatian masyarakat apabila melintasi jalan Kecamatan Gedong Tataan atas pembangunan infrastruktur yang memadai. Terdapat beberapa merek semen yang dijual oleh perusahaan pengecer, semen yang dijual adalah merek semen padang, semen baturaja, semen tiga roda, semen merah putih, dan semen conch.



Gambar 1. Grafik permintaan semen di Kecamatan Gedong Tataan
Sumber : Data Hasil Survey, 2019

Fokus peneliti dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana permintaan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Permintaan mengukur daya beli masyarakat terhadap semen dengan tujuan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur pemerintah dan masyarakat dalam menggunakan semen untuk keperluan pembangunan. Struktur pasar merupakan suatu bahasan yang penting untuk mengetahui perilaku dan kinerja usaha industri. Dalam struktur pasar terdapat tiga elemen pokok yaitu pangsa pasar, konsentrasi, dan hambatan masuk pasar. Pangsa pasar merupakan tujuan perusahaan karena peranannya adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopoli dimana terdapat adanya saling ketergantungan diantara perusahaan-perusahaan tersebut. Kombinasi pangsa pasar perusahaan-perusahaan tersebut membentuk suatu tingkatan konsentrasi dalam pasar (Wulandari, 2007).

Struktur pasar erat kaitannya dengan kinerja usaha untuk dapat mengetahui derajat persaingan pada industri semen di Kecamatan Gedong Tataan maka penelitian struktur pasar dan kaitannya dengan kinerja penting untuk dilakukan. Kirana Jaya (2001) menjelaskan bahwa kinerja dalam kaitan ekonomi memiliki banyak aspek namun para ekonom memusatkan pada tiga aspek pokok yaitu efisiensi, kemajuan teknologi dan keseimbangan dalam distribusi.

2. Tinjauan Pustaka dan pengembangan Hipotesis

Tinjauan Teori

Industri

Industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat. Namun demikian, dari

sisi pembentukan pendapatan secara makro, industri diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1993). Standar pengklasifikasian industri di Indonesia didasarkan pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) atau yang pada awal perkembangannya disebut Klasifikasi Lapangan Usaha Indonesia (KLUI). KBLI mengklasifikasikan seluruh kegiatan ekonomi menjadi beberapa lapangan usaha. Pendekatan KBLI menekankan pada pendekatan kegiatan, yaitu dengan melihat proses dari kegiatan ekonomi dalam barang/jasa dan pendekatan fungsi, yaitu dengan melihat fungsi pelaku ekonomi dalam menciptakan barang/jasa (Badan Pusat Statistik, 2009).

Teori Permintaan

Teori permintaan menjelaskan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Dalam ilmu ekonomi, istilah permintaan mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjukkan pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang yang mau dibeli orang dan harga tersebut. Definisi permintaan adalah jumlah dari suatu barang yang mau dan mampu dibeli pada berbagai kemungkinan harga selama jangka waktu tertentu dengan anggapan hal-hal lain tetap sama ceteris paribus (Gilarso, 2003). Sedangkan menurut Soeharno (2007), permintaan adalah berbagai jumlah (kuantitas) suatu barang dimana konsumen bersedia membayar pada berbagai alternatif barang. Rahardja & Manurung (2002) menyebutkan bahwa permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu dan dalam wilayah tertentu. Menurut Wiratmo (1994), permintaan adalah sebuah daftar atau kurva yang menghubungkan berbagai jumlah yang akan dibeli setiap waktu yang ditentukan pada harga-harga alternative (ceteris paribus).

Struktur Pasar

Struktur pasar memiliki pengertian penggolongan produsen kepada beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya perusahaan dalam industri dan peranan iklan dalam kegiatan industri (Sukirno 2000). Dalam analisis ekonomi struktur pasar dapat dibedakan dalam empat jenis, yaitu :

Tabel 1. Jenis-jenis utama Struktur Pasar

No.	Struktur	Jumlah Produsen/Jenis Produk	Contoh
1.	Persaingan Sempurna	Banyak sekali, diferensiasi produk hampir tidak ada	Barang hasil pertanian
2.	Persaingan Monopoli	Banyak perusahaan produk diferensiasi	Pada umumnya usaha pengecer
3.	Oligopoli 3.1 Parsial 3.2 Penuh	Perusahaan banyak Perusahaan sedikit	Kretek, sabun, mobil, terigu, kaca lembaran
4.	Monopoli	Dapat satu perusahaan, dapat juga sedikit (kolusi)	Listrik, telpon, baja

Sumber : Industri Hasibuan (1993:11)

Tujuan Perusahaan dan Kinerja Usaha

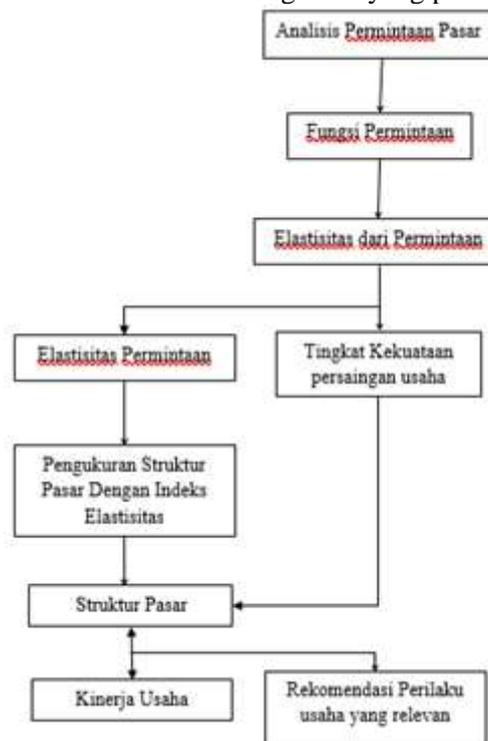
Perilaku perusahaan berhubungan erat dengan tujuan-tujuan perusahaan dan dengan demikian setiap keputusan bisnis yang diambil oleh produsen industri tertentu akan sejalan dengan tujuan-tujuan ekonomi yang telah ditentukan atau ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan (Teguh, 2010). Teori ekonomi mikro menyebutkan bahwa tujuan setiap perusahaan dalam dunia bisnis adalah bertujuan memaksimalkan keuntungan. Menurut Stigler dan Teguh (2013), setiap perusahaan berorientasi kepada keuntungan dan selalu memaksimalkan keuntungan. Masing-masing pelaku pasar (shareholders) didalam kegiatan bisnis dapat saja memiliki ragam tujuan yang berbeda-beda. Bagi perusahaan swasta kemungkinan tujuan utamanya adalah memaksimalkan keuntungan dan apresiasi modal. Selanjutnya, bagi manajemen tujuannya adalah memaksimalkan fungsi tujuan manajemen.

Hypothesis Development

[Tri Puji Nurul Imama \(2010\)](#) meneliti tentang “Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasar Industri Laundry (Skala Kecil dan Mikro) di Kelurahan Gedung Meneng dan Kampung Baru Bandar Lampung”. Hasil pembahasan diketahui bahwa variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini memberikan pengaruh yang signifikan. Struktur pasar yang terjadi adalah oligopoli persaingan longgar.

[Amanatuz Zuhriyah \(2010\)](#) meneliti tentang” Analisis Permintaan dan Penawaran Susu Segar Di Jawa Timur”. Hasil pembahasan diketahui bahwa variabel harga susu segar, susu bubuk, dan pendapatan perkapita berpengaruh secara nyata. variabel harga susu kental manis tidak berpengaruh secara nyata. variabel jumlah penduduk tidak signifikan. variabel konsumsi perkapita berpengaruh positif. [Ladita Imansyah Putra S. \(2011\)](#), dalam penelitiannya berjudul “Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasar Industri Air Minum Isi Ulang di Bandar Lampung”. Hasil pembahasan diketahui bahwa nilai elastisitas harga dan diperkuat lagi dengan menggunakan perhitungan. Indeks konsentrasi 4 perusahaan terbesar dapat diketahui bahwa struktur pasar yang terjadi pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Kedaton adalah oligopoli persaingan ketat.

[Marsden, Willyo \(2014\)](#), dalam penelitiannya berjudul “Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Semen di Indonesia”. Hasil penelitian diketahui bahwa industri semen di Indonesia memiliki struktur oligopoli dimana perilaku industri jauh dari anti persaingan dan memiliki kinerja yang cukup efisien. Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting.



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan data primer dengan wawancara, survei dan kuisioner. Metode survei, menurut [Sugiyono \(2018\)](#), adalah teknik penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang peristiwa yang terjadi di masa lalu atau sekarang, keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang sosialogi dan variabel psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu. Teknik pengumpulan data dengan observasi (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan temuan penelitian bersifat umum. Sampel yang akan diambil adalah 28 toko bangunan tersebar di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Dengan variabel sebagai berikut:

Tabel 2. Variabel Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
	Variabel yang			
A.	Mempengaruhi Permintaan			
	1. Permintaan Semen	-	Permintaan Semen	Rasio
	2. Harga Semen	-	Harga Semen	Rasio
	3. Kualitas Produk dan Layanan Konsumen	3.1 Kualitas Produk	a. Kualitas semen yang dijual	Ordinal
			b. Kualitas packing	Ordinal
		3.2 Layanan Konsumen	a. kebersihan tempat	Ordinal
	b. Layanan kenyamanan konsumen		Ordinal	
	c. Layanan keramahan terhadap konsumen		Ordinal	
B.	Sub Variabel terkait dengan Kinerja Usaha			
		4.1 Keuntungan	a. Tercapainya target keuntungan	Ordinal
		4.2 Nilai Penjualan	a. Tercapainya target nilai penjualan	Ordinal
		4.3 Stabilitas Produk	a. Tercapainya stabilitas produk	Ordinal
		4.4 Kepuasan Konsumen	a. Tercapainya target kepuasan konsumen	Ordinal

4. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik toko bangunan usaha jasa perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Jumlah pemilik toko bangunan sebanyak 28 Pedagang yang di dapat dari populasi dan sampel jenuh.

Tabel 3. Pemilik Toko Bangunan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	25	89
Perempuan	3	11
Jumlah	28	100

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel, di atas dapat diketahui bahwa pedagang semen yang dibedakan berdasarkan dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 25 Orang (89%), sedangkan perempuan sebanyak 3 Orang (11%).

Tabel 4. Distribusi Pemilik Toko Bangunan Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase (%)
>52 Tahun	4	14
44-51 Tahun	8	29
36-43 Tahun	9	32
28-35 Tahun	7	25
Jumlah	28	100

Sumber : Hasil Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel diketahui bahwa pemilik toko bangunan terbanyak adalah berumur 36-43 Tahun sebanyak 9 Orang (32%), diikuti oleh pemilik toko bangunan yang berumur 44-51 Tahun sebanyak 8 Orang (29%), dan pemilik toko bangunan yang berumur 28-35 Tahun sebanyak 7 Orang (25%). Sedangkan pemilik toko bangunan yang berumur >52 Tahun hanya sebanyak 4 Orang (14%).

Tabel 5. Pemilik Toko Bangunan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Perguruan Tinggi	2	7
SMA/SLTA	18	64
SMP/SLTP	6	21
SD	2	7
Jumlah	28	100

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa frekuensi tertinggi adalah pemilik toko bangunan yang memiliki pendidikan terakhir SMA/SLTA sebanyak 18 Orang (64%), Kemudian berpendidikan tingkat SMP/SLTP sebanyak 6 Orang (21%), diikuti dengan pendidikan tingkat SD sebanyak 2 Orang (7%) dan pendidikan tingkat PT sebanyak 2 Orang (7%).

Tabel 6. Pemilik Toko Bangunan Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
> 10 Tahun	22	79
< 10 Tahun	6	21
Jumlah	28	100

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

Berdasarkan tabel, dapat di ketahui bahwa pemilik toko bangunan di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran pemilik toko bangunan terbanyak adalah pemilik toko bangunan dengan lama usaha lebih dari 10 tahun sebanyak 22 orang (78%), sedangkan jumlah pemilik toko bangunan lama usaha kurang dari 10 tahun hanya sedikit, yaitu sejumlah 6 orang (21%). Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas pedagang semen yang ditemui peneliti adalah pedagang yang telah menjalankan usahanya lebih dari 10 tahun, sehingga mengetahui dengan baik seluruh kondisi usaha industri perdagangan semen yang sedang dijalani.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Pada Pemilik Toko Bangunan

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X2 (Kualitas Produk dan Layanan Konsumen)	Kualitas Produk	0,385	0,3739	Valid
	Kualitas Packaging	0,744	0,3739	Valid
	Kebersihan Tempat	0,395	0,3739	Valid
	Memperhatikan Keingan Konsumen	0,64	0,3739	Valid
	Keramahan Pada Konsumen	0,681	0,3739	Valid
X3 (Variabel Kinerja Usaha)	Target Keuntungan	0,707	0,3739	Valid
	Target Nilai Penjualan	0,773	0,3739	Valid
	Target Pertumbuhan Penjualan	0,812	0,3739	Valid
	Kepuasan Konsumen	0,681	0,3739	Valid

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa terdapat 2 variabel, yaitu X2 kualitas produk dan layanan konsumen, dan X3 variabel kinerja usaha yang di peroleh nilai r hitung dari semua item > r-tabel (0,3739) sehingga dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dalam penelitian dinyatakan valid.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Pada Pemilik Toko Bangunan

Variabel	Cronbach's Alpha	r-tabel	Tingkat Reliabilitas
X2 (Kualitas Produk dan Kualitas Layanan)	0,712	0,3739	Tinggi
X3 (Variabel Kinerja Usaha)	0,794	0,3739	Tinggi

Sumber : data diolah

Berdasarkan Tabel, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel penelitian yaitu variabel selera konsumen dan variabel kinerja usaha menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* Lebih besar dari pada nilai 0,3739. Maka, jawaban-jawaban responden dari 2 variabel tersebut reliable.

Hasil Uji Regresi dan Hipotesis Fungsi Permintaan Semen

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh model fungsi permintaan jumlah permintaan semen usaha jasa perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 Qd &= 14608.86 - 0.3131X_1 + 165.2247X_2 \\
 SE &= 2993.673 \quad 0.060698 \quad 60.7952 \\
 T\text{-Stat} &= 4.879911 \quad -5.158943 \quad 2.717725 \\
 F\text{-Stat} &= 13.96895 \\
 R\text{-Squared} &= 0.527749
 \end{aligned}$$

Uji Hipotesis

Uji t- Statistik

Berikut Tabel 9, uji t-statistik untuk melihat pengaruh secara parsial variabel harga semen, kualitas produk dan layanan konsumen, kinerja usaha terhadap permintaan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran.

Tabel 9. Hasil Uji t-statistik

Variabel	t-statistik	t-tabel ($\alpha= 0,05\%$).	Kesimpulan
X1	-5.1589	2.060	H ₀ ditolak
X2	2.7177	2.060	H ₀ ditolak

Sumber: data diolah

Uji f-statistik

Tabel 10. Hasil Uji F-statistik

F-statistik	F-tabel	Keterangan
13.968	3.34	H ₀ ditolak

Sumber: data diolah

Berdasarkan diatas diperoleh hasil F-statistik (13.968) > F-tabel (3.34), sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka, secara statistik secara bersama – sama variabel harga semen (X1) dan kualitas produk dan layanan konsumen (X2) berpengaruh signifikan terhadap permintaan semen (Y).

Koefisien Determinasi (R-square)

R-square menjelaskan seberapa besar persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Semakin besar R² semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Didalam penelitian ini, diperoleh hasil koefisien determinasi (R²) sebesar 0,52. Hal ini menunjukkan bahwa 52% nilai permintaan semen dipengaruhi oleh harga semen, kualitas produk dan layanan konsumen, sedangkan 48% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan hasil penelitian, permintaan akan usaha jasa perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran masuk kedalam pasar persaingan monopolistik. Elastisitas permintaan harga semen di Kecamatan Gedong Tataan bersifat elastis yang berarti perubahan permintaan akan semen sangat berpengaruh terhadap perubahan harga semen, perusahaan tidak dapat mengambil kebijakan

untuk menaikkan harga. Sehingga, dalam usaha perdagangan semen tidak bisa masuk kedalam kebijakan harga. Untuk mengatasi hal tersebut maka harus di prioritaskan kebijakan non harga untuk meningkatkan kualitas dari permintaan tersebut

Struktur Pasar

Market Share dan Indeks Herfindahl

Hasil Perhitungan Struktur pasar dengan rumus *market share* dan indeks herfindahl dapat dilihat pada tabel 20 berikut.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Struktur pasar dengan rumus *market share* dan indeks herfindahl

Nilai Penjualan (Rp)	Market Share (%)	IHH
3.269.250.000	100	0.0393

Sumber: data diolah.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil perhitungan *Market Share* tidak satupun perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang berarti. Pangsa Pasar (*Market Share*) adalah persentase dari total penjualan pada suatu target pasar yang diperoleh dari suatu perusahaan (potensi pasar dibagi dengan jumlah penjualan). Berdasarkan hasil pengujian kriteria pangsa pasar maka bentuk pasar mengarah pada pasar persaingan monopolistik, perusahaan tersebut mempunyai keunggulan khusus yang tidak dimiliki pedagang lainnya. Struktur pasar persaingan monopolistik mempunyai kapasitas terpasang yang lebihsehingga dalam stuktur pasar pengguna input tidak mencapai titik optimal atau cenderung belum efisien (Hasibuan, 1994) terdapat banyak penjual semen, pedagang semen memiliki sedikit kekuasaan dalam mempengaruhi harga semen, semen mudah masuk ke pasar.

Hasil perhitungan jumlah indeks herfindahl, indeks ini bernilai antara lebih dari 0 hingga 1. Jika IHH mendekati 0, berarti struktur industri yang bersangkutan cenderung ke pasar persaingan monopolistik, sementara jika indeks bernilai mendekati 1, maka struktur industri cenderung bersifat monopoli. Hasil indeks herfindahl adalah 0,03935 dimana IHH mendekati 0 yang menunjukkan bahwa struktur industri cenderung ke pasar persaingan monopolistic, terdapat banyak penjual semen, pedagang semen memiliki sedikit kekuasaan dalam mempengaruhi harga semen, semen mudah masuk ke pasar.

Kondisi Ideal Aspek Kinerja Usaha

Tabel 12 di bawah ini merupakan matriks evaluasi hasil kuisisioner yang menyajikan kondisi kinerja usaha pada usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran serta tingkat pencapaian kondisi yang diharapkan.

Tabel 12. Persentase Pencapaian Kondisi Ideal Aspek Kinerja Usaha

No	Aspek Penelitian	Total Rill	Skor	Total Skor Harapan	Pencapaian Kondisi Ideal (%)
1.	Target Keuntungan	90		112	80,4
2.	Target Nilai Penjualan	89		112	79,5
3.	Target Stabilitas Produk	95		112	84,8
4.	Target Kepuasan Konsumen	96		112	85,7
Jumlah		370		448	330,4
Rata – Rata		92,5		112	82,6

Sumber: Data Hasil Kuisisioner, 2019

Berdasarkan Tabel menunjukkan hasil persentase pencapaian kondisi ideal kinerja usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran dengan rata – rata nilai pencapaian kondisi ideal sebesar 82,6 persen. Dengan kaidah keputusan dengan presentase 81-100% yang menunjukkan sangat tercapai. Serta dilihat dari persentase pencapaian kondisi ideal target keuntungan yaitu sebesar 80,4 persen yang berarti bahwa kondisi ideal yang diharapkan sudah tercapai. Target nilai penjualan juga sudah tercapai dengan nilai pencapaian kondisi ideal sebesar 79,5 persen dengan asumsi bahwa semakin meningkatnya nilai penjualan maka tingkat keuntungan juga semakin tinggi. Stabilitas produk memiliki nilai pencapaian kondisi ideal sebesar 84,8 persen yang juga berarti bahwa kondisi ideal yang diharapkan sudah tercapai. Serta pencapaian kondisi ideal aspek kepuasan konsumen juga cukup besar yaitu sebesar 85,7 persen.

Kinerja usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran menunjukkan kondisi ideal dengan rata – rata sebesar 82,6 persen. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran sudah sangat tercapai. Pedagang dapat meningkatkan kinerja usaha yang lebih efektif berupa kebijakan non harga (peningkatan kualitas semen, peningkatan kualitas layanan, peningkatan kebersihan tempat penjualan, memperhatikan keinginan konsumen, mengadakan promosi, serta menjaga kesetiaan pembeli terhadap produk yang dijual) ketika kebijakan non harga dilakukan secara efektif maka kinerja usaha perdagangan semen dapat meningkat.

Analisis Tingkat Keketatan antara Struktur Pasar dengan Kinerja Usaha

Analisis tingkat keketatan antara struktur pasar dengan kinerja digunakan untuk mengetahui besaran keketatan hubungan antara struktur pasar dengan kinerja usaha. Hasil perhitungan analisis asosiatif struktur pasar dengan kinerja usaha dapat dilihat pada hasil perhitungan korelasi dibawah ini

Tabel 2. Hasil perhitungan analisis tingkat keketatan antara struktur pasardengan kinerja

Correlations

		Marketshare	Kinerjausaha
Marketshare	Pearson Correlation	1	-.070
	Sig. (2-tailed)		.725
	N	28	28
Kinerjausaha	Pearson Correlation	-.070	1
	Sig. (2-tailed)	.725	
	N	28	28

$R_{xy} = -0,070$. Jika negatif artinya korelasi antara kedua variabel tersebut bersifat berlawanan, yang berarti jika terjadi peningkatan nilai X mengalami kenaikan maka Y mengalami penurunan. Semakin suatu perusahaan memiliki kekuasaan pasar (mendominasi pasar) yaitu perusahaan mengarah ke struktur pasar persaingan monopolistik maka akan menurunkan kinerja perusahaan dalam industri. Dengan demikian, kenaikan market share akan menyebabkan penurunan kinerja usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, menggunakan analisis asosiatif kinerja usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran bahwa diperoleh hasil korelasi sebesar -0,070. Maka dapat disimpulkan bahwa market share berhubungan negatif dan lemah terhadap kinerja usaha yang berarti bahwa semakin suatu perusahaan memiliki kekuasaan pasar (dominasi pasar) mengarah ke struktur pasar persaingan monopoli maka akan menurunkan kinerja perusahaan dalam industri.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian diatas, mengenai hubungan permintaan usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran dengan variabel harga semen menunjukkan hubungan yang berpengaruh negative dan signifikan, variabel kualitas produk dan layanan konsumen pengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan semen. Harga semen di Kecamatan Gedong Tataan

Kabupaten Pesawaran memiliki rata – rata harga Rp. 51.446 akan tetapi di beberapa pasar menetapkan harga sesuai dengan keinginan pedagang itu sendiri tanpa mengikuti aturan perusahaan, itulah yang menyebabkan beberapa pedagang melakukan diskriminasi harga. Berdasarkan struktur pasar, maka struktur pasar yang terbentuk pada usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran dengan menggunakan *market share indeks herfindhal* dan *intercept deviasi* menunjukkan bahwa perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran masuk kedalam pasar persaingan monopolistik. Oleh karena itu dalam meningkatkan usaha perdagangan pada masing – masing perusahaan harus diterapkan kebijakan non harga. Sementara itu dari aspek kinerja dan keketatan persaingan usaha yang mana semakin baik kinerja usaha maka semakin baik pula tingkat persaingan yang ada. Di dalam usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran menunjukkan bahwa kinerja usaha sudah kondisi sangat tercapai. Oleh karena itu, harus ada upaya dari pedagang semen dalam mempertahankan dan menaikkan kinerja usahanya seperti perbaikan dalam segi produk, segi harga, segi kebersihan tempat serta keramahan pada konsumen.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Variabel harga semen berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran sesuai dengan teori permintaan ketika permintaan naik maka harga akan mengalami penurunan. Kualitas produk dan layanan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran. Struktur pasar usaha perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran yang diukur menggunakan elastisitas, market share, indeks herfindhal dan intercept deviasi adalah tergolong kedalam Pasar Persaingan Monopolistik. Sementara itu, market share dengan kinerja usaha memiliki hubungan negative dan lemah yang berarti bahwa semakin meningkatnya market share perusahaan maka semakin baik kinerja usahanya.

Saran

Pedagang semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran harus lebih memperhatikan kualitas dari semen seperti menjaga packing agar tidak rusak karena ketika packing rusak dapat menurunkan kualitas semen yang di jual sehingga meminimalisir keluhan dari konsumen dan meningkatkan penjualan. Pedagang semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran harus bisa menyesuaikan harga jual dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan, sehingga tidak ada kesalahpahaman antara pedagang ke pedagang ataupun dari pedagang ke konsumen langsung. Pedagang semen perlu berusaha dalam meningkatkan penerapan kegiatan promosi serta melakukan promosi yang lebih beragam seperti dengan cara pemasaran langsung, media sosial, menggunakan papan nama toko, ataupun melalui iklan media cetak agar strategi promosi dan layanan konsumen dapat berjalan efektif sesuai dengan yang diharapkan. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa lebih mendalam membahas tentang permintaan perdagangan semen dengan menambahkan variabel pendapatan, variabel harga barang lain dan dapat membahas sisi penawaran akan perdagangan semen di Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sunarmo, S.E., M.Si., M.Husaini, S.E., M.P., Dr. Abdurahman, dan Dr. Heru Wahyudi, M.Si yang telah memberikan banyak masukan bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2009). Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia.
- Gilarso, T. (2003). Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro (Ed. rev.). Kanisius.
- Hasibuan, Nurimansjah.1993. Ekonomi Industri. LP3ES. Jakarta.
- Kirana Jaya, Wihana. 2001. Pengantar Ekonomi Industri : Pendekatan Stuktur Perilaku dan Kinerja. BPFE. Yogyakarta
- Lamb, C. W., Hair Jr, J. F., & Mcdaniel, C. (2011). Marketing. In Climate Change 2013 - The Physical Science Basis (Vol. 1). <http://ebooks.cambridge.org/ref/id/CBO9781107415324A009>
- Malonda, A. D., & Stephen, S. E. (2020). Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid

- Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 395–409.
- Marsden, W. (2014). Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Semen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1).
- Putra, L. I. (2011). Analisis permintaan dan pendugaan struktur pasar industri air minum isi ulang di Bandar Lampung (studi kasus : industri air minum isi ulang Kecamatan Kedaton) [Universitas Lampung]. http://opac.unila.ac.id/ucs/index.php?p=show_detail&id=52703
- Rahardja, P., & Manurung, M. (2002). Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi) (Cet. 1). Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Soeharno. (2007). Teori Mikroekonomi (Ed.1). CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (2008). Teori Pengantar Mikro Ekonomi. Raja GrafindoPersada.
- Teguh, Muhammad. (2013). Ekonomi Industri. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2009). Strategi Pemasaran, edisi kedua, cetakan ketujuh. Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Tri Puji Nurul Imama. (2010). Analisis Permintaan dan Pendugaan Struktur Pasar Industri Laundry (Skala Kecil dan Mikro) di Kelurahan Gedung Meneng dan Kampung Baru Bandar Lampung. Undang-Undang Republik Indonesia No.5 Tahun 1984 tentang : Perindustrian. Biro Humas. Jakarta.
- Universitas Lampung. 2011. Format Penulisan Karya Ilmiah Universitas Lampung. Universitas Lampung. Lampung.
- Wiratmo, M. (1994). Pengantar Ekonomi Makro. Universitas Gunadarma.
- Wulandari, Fitri. (2007). Struktur dan Kinerja Industri Kertas dan Plup di Indonesia : Sebelum dan Pasca Krisis. *Jurnal. STAIN*. Surakarta
- Zuhriyah, A. (2010). Analisis permintaan dan penawaran susu segar di Jawa Timur. *Jurnal Embryo*, 7(2), 130–137.