

Konsentrasi Industri Perdagangan Beras Eceran Dikecamatan Panjang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya

Mela Nopita Sari¹, Emi Maimunah²

^{1,2} Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung
melanopitas1111@gmail.com

Abstract

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

Keywords: The level of concentration, sales amount, business strategi, Capital

Abstrak

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

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

Copyright (c) 2023 Mela Nopita Sari, Emi Maimunah

Corresponding author: Mela Nopita Sari

Email Address: melanopitas1111@gmail.com (Jl. Prof. Dr. Ir. Sumantri Brojonegoro No.1, Gedong Meneng, Kec. Rajabasa)

Received 17 June 2023, Accepted 25 June 2023, Published 5 July 2023

PENDAHULUAN

Industri perdagangan merupakan salah satu jenis usaha yang menjadi penentu aktivitas ekonomi dibagian distribusi (Sutomo & Ratwianingsih, 2017). Keunggulan-keunggulan sektor industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah (value added) yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan (Maimunah, et al). Pada sektor perdagangan terdapat jenis pedagang yaitu pedagang besar dan pedagang eceran. Perdagangan besar (*wholesares*) merupakan sebuah perusahaan yang memiliki aktivitas membeli barang atau jasa dari perodusen atau *supplier* dengan tujuan untuk dijual kembali kepada retailer, kebutuhan bisnis, ataupun wholesaler lainnya. Sedangkan perdagangan eceran

(retailing) merupakan semua aktivitas yang melibatkan perdagangan barang atau jasa pada konsumen akhir untuk dipergunakan yang sifatnya pribadi dan bukan bisnis (Kotler & Armstrong, 2017).

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

Menurut (Iqbal, 2013) dalam industri jasa dapat mencakup perdagangan barang seperti hasil industri, pertanian, pertambangan, maupun jasa keuangan, transportasi, atau perhotelan. Industri jasa pada saat ini khususnya di Indonesia telah berperan penting dalam kegiatan perekonomian dan perkembangannya pun cukup pesat dengan banyaknya industri di sektor jasa yang bertebaran. Berdasarkan pada objek penelitian ini beras termasuk kedalam industri komoditi pokok di Indonesia sehingga beras memiliki segmentasi yang besar dipasaran mengingat target pembelinya meliputi hampir seluruh golongan masyarakat.

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



Gambar 1. Merek Beras Dengan Volume Penjualan Terbesar di beberapa Pasar di Bandar Lampung Selama Seminggu

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

Berdasarkan pada gambar 1 menunjukkan bahwa kelima merek beras diatas merupakan beras yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat. Pada persentase penjualan, beras merek Rojolele terjual dengan jumlah sebanyak 21.539 Kg. berikutnya yaitu beras Tiga Daun dengan jumlah sebesar 6.650 Kg, selanjutnya beras merek Kamboja juga memiliki persentase penjualan tertinggi yaitu sebesar

40.705 Kg, selanjutnya yaitu beras merek Multi memiliki penjualan di masyarakat sebesar 33.495 Kg. Pada umumnya harga eceran beras yang tersebar dipasaran berkisar Rp 9.388 – 12.000,- per kilogram.

Mengingat beras merupakan komoditi pokok sehingga elastisitas harga beras dipasaran bersifat inelastis, meskipun begitu tiap produsen memiliki perbedaan tersendiri pada masing-masing merek yang dibuat dan memiliki target pasar yang berbeda juga, hal ini merupakan penyebab utama adanya perbedaan harga untuk setiap merek beras walaupun berada dalam kategori komoditi yang sama.

METODE

Jenis Penelitian dan Sumber Penelitian

Penelitian ini berbentuk penelitian lapangan yaitu dilakukan dengan menggunakan metode survei yang menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dimana variabel yang digunakan adalah tingkat konsentrasi industri sebagai variabel terikat, jumlah penjualan beras, strategi bisnis, dan modal sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari hasil survei dan wawancara dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder bersumber dari publikasi Badan Pusat Statistik.

Metode Analisis

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

1. pangsa pasar (*market share*)

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

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

Stigler dalam (Teguh, 2016) telah menyatakan bahwa:

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

2. Indeks Konsentrasi

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

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

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

3. Indeks Harfindhal

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

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

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

- a. 0 = Pasar Persaingan sempurna / pasar persaingan murni
- b. 0 – 0,24 = Pasar persaingan monopolistik
- c. 0,25 – 0,49 = Pasar oligopoli ketat
- d. 0,50 – 0,74 = Pasar oligopoli longgar
- e. 0,75 – 1 = Pasar monopoli

Uji Signifikansi Korelasi

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

HASIL DAN DISKUSI

Pengukuran Struktur Pasar

No	Nama Pedagang	Market Share (%)
1	Toko Beras Multi	2,52
2	Toko Ahok	1,79
3	Toko Beras Amanah	1,10
4	Toko Berkah	0,73

Sumber: Data diolah, 2022

Dari data diatas, dapat diketahui jumlah keseluruhan *market share* dari 4 perusahaan terbesar dengan nilai sebesar 6,14%. Dari data diatas juga dapat dilihat bahwa Toko Beras Multi merupakan urutan pertama pedagang beras terbesar dari kategori daftar *Market Share* 4 pedagang terbesar yaitu sebesar 2,52%. Sementara itu, urutan keempat dari kategori daftar *Market Share* 4 pedagang terbesar dimiliki oleh Toko Berkah yaitu sekitar 0,73%.

1. Hasil Perhitungan Indeks Konsentrasi 4 Pedagang Terbesar

No	Nama Pedagang	Nilai Penjualan	Nilai Penjualan Kumulatif	Tingkat Konsentrasi
1	Toko Beras Multi	177.061.500	177.061.500	2,52
2	Toko Ahok	125.576.220	302.637.720	4,30
3	Toko Beras Amanah	77.551.320	380.189.040	5,41
4	Toko Berkah	51.399.040	431.588.080	6,14

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan indeks konsentrasi dari 4 pedagang terbesar memiliki tingkat konsentrasi sebesar 6,41%, dengan hasil tersebut maka jenis pasar industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang termasuk kedalam kategori pasar persaingan monopolistik.

2. Hasil Perhitungan Indeks Harfindahl

Berdasarkan hasil pengukuran menggunakan indeks *herfindhal*, telah diperoleh angka sebesar 0,001171 (mendekati nol), yang berarti bahwa industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang ini memiliki distribusi variabel/output yang cukup merata atau dapat disimpulkan bahwa bentuk struktur pasar industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang adalah pasar persaingan monopolistik.

3. Hasil Pengukuran Korelasi Jumlah Penjualan dan Tingkat Konsentrasi (X1 - Y)

		Jumlah Penjualan	Tingkat Konsentrasi
Jumlah Penjualan	Pearson Correlation	1	1,000**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	15	15
Tingkat Konsentrasi	Pearson Correlation	1,000**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	15	15

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan dari hasil pengujian diatas, telah didapatkan hasil *pearson product moment* sebesar 1,000 dan signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut memiliki korelasi yang sempurna dan memiliki slope yang positif.

4. Hasil Pengukuran Korelasi Strategi Bisnis dan Tingkat Konsentrasi (X2 – Y)

		X2	Y
X2	Pearson Correlation	1	,152
	Sig. (2-tailed)		,589
	N	15	15
Y	Pearson Correlation	,152	1
	Sig. (2-tailed)	,589	
	N	15	15

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan dari hasil pengujian diatas, telah didapatkan hasil *pearson product moment* sebesar 0,152 dan signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,589 yang berarti bahwa kedua variabel tersebut memiliki korelasi yang sangat lemah dan memiliki hubungan antar variabel yang tidak signifikan, akan tetapi memiliki slope yang positif.

5. Hasil Pengukuran Korelasi Modal dan Tingkat Konsentrasi (X3 – Y)

		X3	Y
X3	Pearson Correlation	1	1,000**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	15	15
Y	Pearson Correlation	1,000**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	15	15

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan dari hasil pengujian diatas, telah didapatkan hasil *pearson product moment* sebesar 1,000 dan signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,000 yang berarti bahwa hubungan kedua variabel tersebut memiliki korelasi yang sempurna dan memiliki slope yang positif.

6. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No Pertanyaan Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	1	Valid
2	0,144	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Seperti yang telah dinyatakan oleh Masrun dalam (Sugiyono, 2019) yang menyatakan bahwa item yang memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut memiliki validitas yang tinggi pula. Syarat minimum untuk dianggap telah memenuhi syarat validitas yaitu apabila $r = 0,03$ maka korelasi terhadap pertanyaan memiliki nilai koefisien korelasi $< 0,03$ maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid.

Dapat dilihat dalam pengujian tadi, maka bisa disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang telah digunakan sebagai instrumen penelitian adalah valid.

7. Hasil Uji Signifikansi Korelasi

Variabel	Signifikansi
Jumlah Penjualan (X1)	0,000
Strategi Bisnis (X2)	0,589
Modal (X3)	0,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan data diatas, telah didapatkan kesimpulan dari hasil pengujian yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Pada variabel X_1 (Jumlah Penjualan) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel tersebut memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel Y (tingkat konsentrasi).
2. Pada variabel X_2 (Strategi Bisnis) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,589 > 0,05$ yang berarti bahwa variabel tersebut korelasi yang sangat lemah terhadap variabel Y (tingkat konsentrasi).
3. Pada variabel X_3 (Modal) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa variabel tersebut memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel Y (tingkat konsentrasi).

KESIMPULAN

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

Setelah diketahuinya bentuk struktur pasar industri perdagangan beras eceran di Pasar Panjang memiliki bentuk pasar persaingan monopolistik, maka disarankan bagi pedagang untuk dapat menerapkan kebijakan non-harga yang akan dapat meningkatkan kemampuan dari perusahaan untuk menguasai pangsa pasar (*market share*) yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan konsentrasi industri perdagangan beras eceran dipasar Panjang.

Melihat dari kondisi dimana strategi bisnis memiliki korelasi yang sangat lemah dan hubungan variabel yang tidak signifikan maka disarankan bagi pedagang untuk tidak menerapkan kerjasama dalam menetapkan harga, pengadaan barang, maupun pemasaran produk untuk dapat meningkatkan kemampuan pedagang dalam menguasai pangsa pasar (*market share*).

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

REFERENSI

- Arsyad, Lincoln. 2010. *Ekonomi Pembangunan, Edisi 5*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Arthathiani, Freshty dkk. *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Industri Tuna Di Indonesia*. Jakarta Utara: Jurnal Sosial Ekonomi dan Perikanan.
- Aisyah, Anis, Siti. 2020. *Pengaruh Biaya Oprasional dan Jumlah Penjualan Jasa Terhadap Laba Bersih (Studi Pasa PT. Nuansa Ilham Prima Sukabumi)*. Sukabumi. STIE PASIM Sukabumi.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2018. *Distribusi Perdagangan Beras Indonesia*. Jakarta. CV DHARMAPUTRA
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Volume Penjualan Beras Eceran Kota Bandar Lampung 2020*. Lampung. BPS Provinsi Lampung.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2020. *Data Kontribusi PDRB Rata-Rata Per Sektor 2014-2018*. Jakarta.

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2002. *Industri Besar dan Sedang*. Jakarta.
- Barney, Jay B, William S. Hesterly. 2008. *Strategic Management and Competitive Advantage*. Second Edition.
- Eviyati,R. Wahyuni, Siti. 2011. *Kepuasan Konsumen Terhadap Pemilihan Kualitas Dan Rasa Beras*. Cirebon : Jurnal Agrijati
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Giyanto. 2010. *Pengaruh Modal Usaha, Tenaga Kerja, Tingkat Pendidikan, Pengalaman Usaha, Jangkauan Pemasaran Dan Krisis Ekonomi Terhadap Keberhasilan Batik Di Kampung Batik Kliwonan Kecamatan Masaran Kabupaten Klaten*. Klaten
- Greer, Douglas F. 1992. *Industrial Organization and Public Policy*. Edisi. Ketiga. Kanada: Maxwell-Macmillan Publishing Company.
- Hanung. Dyah. Wuryaningsih. 2017. *Sistem Pemasaran Beras Siger*. Bandar Lampung : Universitas Lampung.
- Hasibuan, Nurimansjah. 1993. *Ekonomi Industri*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Iqbal, Muhammad Ali. 2013. *Perkembangan Strategi Pemasaran Dalam Industri Jasa*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kusuma Negara.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edotion*. England. Pearson Education Limited.
- Latif, Muhammad dkk. 2018. *Pengaruh Persepsi Tentang Modal Usaha, Lokasi, dan Jenis Dagangan Terhadap Kesejahteraan Pedagang Dijalan Roda (JAROD) Manado*. Manado : Universitas Samratulangi.
- Maimunah, N Herlina, Asih Muwiati, dkk. 2022. *Pendugaan Struktur Pasar dan Efisiensi Tata Niaga Pada Industri Emping Melinjo Di Kabupaten Pesawaran*. Unuversitas Lampung: Jurnal Sosial dan Teknologi.
- Marin, Stephen. 1979. *Advertising : Concentration and Profitability: The Simultaneity Problem*. The Bell Journal Of Economic : Vol 10, Issue 2.
- Miar. Batubara, Kiki Ronaldo. 2019. *Analisis Konsentrasi Rasio Industri Besar dan Sedang Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdapat Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*. Palangkaraya. Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen Vol 16 No.2.
- Mintzeberg, Henry, James Brian Quinn, dan John Voyer. 2007. *The Strategi Process*. Prentice-Hall
- Mufidah. Budiraharjo. Sumarjono. 2017. *Pengaruh Kualitas Dan Harga Terhadap Volume Penjualan Beras Premium Perum Bulog Sub Divisi Refional Wilayah V Kedu*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Munawir. 2004. *Analisis Laporan Keuangan, ED,4*. Yogyakarta: Liberty.
- Nikensari,Sri Indah. 2018. *Ekonomi Industri: Teori dan Kebijakan*. Yogyakarta: Samudra Biru.

- Prawirosentono, Suryadi. 1999. *Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Prof Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Rachman, Benny. Agustian, Adang. Syaifudin, Arif. 2019. *Implikasi Kebijakan Harga Eceran Tertinggi Beras Terhadap Profitabilitas Usaha Tani Padi Dan Harga, Kualitas, Serta Serapan Beras*. Analisis Kebijakan Pertanian.
- Sutomo, Ratwianingsih. 2017. *Industri Perdagangan Di Indonesia: Perkembangan Dan Kinerja*. Universitas Sebelas Maret: Jiep-Vol.17, No 2.
- Teguh, Muhammad. 2016. *Ekonomi Industri*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Yudha, Muhammad Arya. 2020. *Konsentrasi Industri Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pada Industri Pedagangan Mobil Bekas (Showroom) Di Kota Bandar Lampung*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.