

INDUSTRI PERDAGANGAN DI INDONESIA: PERKEMBANGAN DAN KINERJA

Malik Cahyadin¹, Sutomo², Lely Ratwianingsih³

1. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia*
2. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia*
3. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret, Indonesia*

E-mail: malikcahyadin@gmail.com; sutomomr@gmail.com; lelyepuns@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the development of trade industry in Indonesia. The data covers secondary data that has been published by BPS and BI. Data method uses descriptive qualitative and ratio of market dominance. The analysis showed that: a) the development of trade industry in Indonesia both wholesale and retail tend to be positive / rising especially retail trade; and b) market dominance in the trading industry in Indonesia can be seen from several aspects, are: gender employers (predominantly male entrepreneurs), the company's network (single), the number of employees (permanent), merchandise sales (household), expenses (purchase of non-food), and income (sales of non-food).

Keywords: retail, wholesale, market dominance
JEL Classification: L81, E32

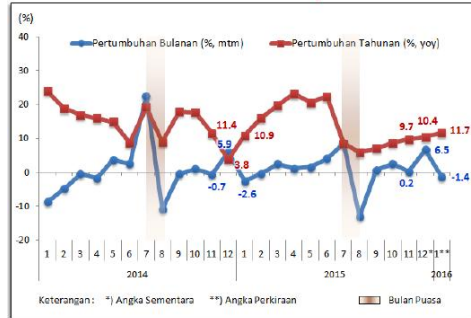
1. PENDAHULUAN

Industri perdagangan merupakan salah satu jenis usaha yang menjadi penentu aktivitas ekonomi disisi distribusi. Untuk itu, studi tentang struktur pasar, efisiensi dan produktivitas pada industri ini menarik dilakukan. Secara empiris beberapa hasil studi tentang industri perdagangan dapat dilihat pada Dragun, Howard and Reynolds (2004); Haskel, Jarmin, Motohashi and Motohashi (2007); Productivity Commission (2011); Sarantopoulos, Kioses and Doukidis (2013). Hasil studi-studi tersebut menunjukkan bahwa industri perdagangan berperan penting dalam siklus bisnis dan aktivitas ekonomi. Peran penting tersebut dapat dalam bentuk pembentukan rantai perdagangan/distribusi maupun harga komoditas.

Gambaran umum perkembangan industri perdagangan di Indonesia salah satunya dapat mengacu pada Survei Penjualan Eceran (SPE) yang dilakukan oleh Bank Indonesia. Pada tahun 2014 – 2015 pertumbuhan penjualan riil di Indonesia menunjukkan indikasi berfluktuasi dengan kecenderungan pertumbuhan tahunan penjualan riil adalah positif (Gambar 1). Data ini memberikan dua informasi penting, yaitu:

- 1) Perkembangan usaha perdagangan di Indonesia cenderung dinamis dan rentan berfluktuasi.
- 2) Secara periode pertumbuhan penjualan bulanan tidak selalu sesuai dengan pertumbuhan penjualan tahunan. Kondisi ini bisa dipengaruhi oleh pola permintaan musiman di Indonesia.

Gambar 1: Pertumbuhan Penjualan Riil di Indonesia Tahun 2014 – 2015 (%)



Sumber: Bank Indonesia, 2015

Rumusan Masalah

Penelitian tentang struktur pasar, efisiensi dan produktivitas industri perdagangan di Indonesia masih perlu dilakukan karena dinamika pasar yang cepat berkembang. Selain itu, penelitian pada industri perlu dilakukan secara komprehensif. Hal ini dibuktikan dari perkembangan usaha perdagangan yang relatif meningkat di Indonesia terutama terkait dengan pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Kondisi ini dapat menjadi dasar penyusunan *road-map* riset dan inovasi penelitian ini.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana perkembangan industri perdagangan di Indonesia?
- 2) Bagaimana dominasi pasar industri perdagangan di Indonesia?
- 3) Menganalisis efisiensi industri perdagangan di Indonesia?

2. TINJAUAN PUSTAKA

Secara teori struktur pasar telah banyak dijelaskan baik itu oleh studi-studi empiris maupun oleh sumber referensi industri. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi proses persaingan. Unsur-unsur struktur pasar meliputi: konsentrasi, diferensiasi produk, hambatan masuk ke dalam pasar, struktur biaya, dan tingkat

pengaturan pemerintah. Struktur pasar penting, karena struktur pasar menentukan perilaku perusahaan yang kemudian menentukan kinerja industri (Jaya, 2001).

Istilah struktur pasar menurut Lipsey (2007) mengarah pada seluruh aspek pasar, seperti jumlah perusahaan dan jenis produk yang dijual, yang mungkin mempengaruhi perilaku dan operasi perusahaan-perusahaan di pasar tersebut. Untuk itu, dapat dikatakan dalam struktur pasar jumlah penjual dan sifat produknya merupakan dimensi yang sangat signifikan dari struktur pasar, kemudian ada juga lainnya seperti mudahnya memasuki industri, sifat dan jumlah produk perusahaan, dan kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan melalui periklanan.

Efisiensi dalam ilmu ekonomi digunakan untuk merujuk pada sejumlah konsep yang terkait pada kegunaan pemaksimalan serta pemanfaatan seluruh sumber daya dalam proses produksi barang dan jasa (Sullivan, 2003).

3. METODE PENELITIAN

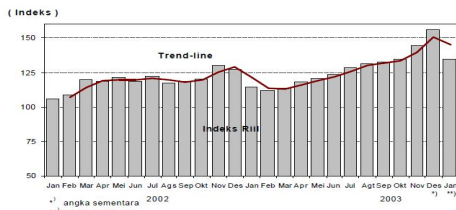
Data yang digunakan merupakan data sekunder. Data tersebut berasal dari publikasi BPS dan Bank Indonesia. Data publikasi BPS dalam bentuk Sensus Ekonomi Sektor Industri Perdagangan Besar dan Eceran tahun 2006. Sementara itu, data publikasi BI dalam bentuk Survei Penjualan Eceran dan Survei Kegiatan Dunia Usaha.

Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dan rasio dominasi pasar. Perhitungan akhir yang akan digunakan yaitu dengan metode HI (*Herfindahl Index*) digunakan untuk menentukan struktur pasar industri perdagangan di Indonesia. Metode ini mengacu pada Rhoades (1993); dan Naldi dan Flamini (2014).

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Perkembangan Industri Perdagangan di Indonesia

Perkembangan industri perdagangan – besar dan eceran – di Indonesia pada tahun 2012 – 2013 cenderung meningkat. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai indeks riil penjualan eceran selama periode tersebut. Indeks penjualan eceran tertinggi dan terendah masing-masing terjadi pada bulan Desember 2013 (sekitar 160) dan bulan Januari 2012 (sekitar 110). Berdasarkan perkembangan indeks penjualan eceran tersebut ada indikasi positif terhadap peningkatan usaha perdagangan eceran di Indonesia (lihat Gambar 2).

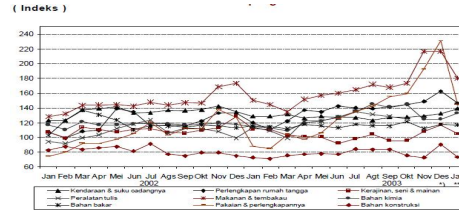
Gambar 2. Indeks Riil Penjualan Eceran di Indonesia Tahun 2002 – 2003



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 3 memberikan informasi lebih rinci indeks penjualan eceran menurut klasifikasi lapangan usaha. Terdapat enam industri yang dijelaskan perkembangan indeks penjualannya, yaitu: industri perdagangan kendaraan dan suku cadangnya; peralatan tulis; bahan bakar; perlengkapan rumah tangga; makanan dan tembakau; pakaian dan perlengkapannya; kerajinan, seni dan mainan; bahan kimia; dan bahan konstruksi. Industri bahan bakar merupakan salah satu industri perdagangan yang berkembang cukup signifikan dengan tren yang meningkat.

Gambar 3. Indeks Riil Penjualan Eceran Menurut Klasifikasi Lapangan Usaha Industri Tahun 2002-2003



Sumber: Bank Indonesia

Tabel 1. Pertumbuhan (m-t-m) Indeks Riil Penjualan Eceran per Kota Tahun 2002-2003 (%)

DISKOPSI	2002												2003												2004				
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep	Ok	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	Sep	Ok	Nov	Des	Jan**			
Jakarta	-0,3	-13,3	-2,6	-1,0	6,7	5,4	5,6	4,4	4,2	-1,3	0,5	10,3	16,8	-24,7	8,9	-10,0	2,0	2,5	1,3	3,7	-7,8	5,4	5,7	9,9	2,4	43,2	6,9	11,5	
Bandung	-8,0	5,2	-1,2	3,3	1,4	-0,6	-0,9	7,8	-5,5	1,7	2,4	1,6	1,6	6,0	-5,8	2,4	-3,0	1,4	-0,5	4,2	1,5	0,3	0,6	3,9	3,0	5,9	3,7	-3,1	
Semarang	-0,8	-2,8	-2,9	0,5	-9,8	-11,0	11,7	5,3	-2,6	-3,1	3,1	19,2	2,2	4,4	-1,9	-10,1	-2,2	1,2	3,7	2,4	2,6	3,9	2,3	0,6	1,7	7,7	7,8	-13,3	
INDEKS TOTAL																													

*) Angka sementara
**) Angka perkiraan
*) Angka perkiraan Indonesia: Selanjutnya akan berdasarkan data HHI dengan tahun dasar tahun 2002=100; pertumbuhan indeks di penjualan bulan Januari 2004 masih menggunakan data HHI bulan Desember 2003 (199=100) sebagai deflator

Sumber: Bank Indonesia

Tabel 1 memberikan informasi tentang pertumbuhan indeks riil penjualan eceran tahun 2002 – 2003. Selama periode tersebut pertumbuhan penjualan eceran tertinggi dan terendah masing-masing terjadi pada bulan Desember 2003 (7,8 persen) dan bulan Januari 2002 (-10,1 persen). Sementara itu, daerah dengan pertumbuhan indeks penjualan eceran tertinggi dan terendah masing yaitu di Kota Semarang sebesar 19,2 persen (November 2003) dan di Kota Jakarta sebesar -13,3 persen (Januari 2002).

Gambar 4. Indeks Riil Penjualan Eceran Tahun 2012-2014



Sumber: Bank Indonesia

Perkembangan indeks riil penjualan eceran tahun 2012-2014 dijelaskan oleh Gambar 4. Berdasarkan gambar tersebut dapat diketahui bahwa pada bulan-bulan tertentu seperti bulan Juli dan Agustus 2012 nilai indeks penjualan eceran cenderung tinggi. Hal yang sama terjadi pada bulan Juli dan Agustus termasuk Desember tahun 2013. Sementara itu, pada tahun 2014 nilai indeks penjualan eceran relatif tinggi terjadi pada bulan Juli dan Desember.

Tabel 2 menjelaskan pertumbuhan penjualan riil tahun 2013-2014. Pada periode tersebut beberapa industri penjualan eceran yang dihitung nilai pertumbuhannya adalah: suku cadang dan aksesorisnya; makanan, minuman dan tembakau; bahan bakar kendaraan; peralatan informasi dan komunikasi; perlengkapan rumah tangga lainnya; barang budaya dan rekreasi; dan barang lainnya. Pertumbuhan indeks tertinggi dan terendah terjadi pada bulan Desember 2013 sebesar 28,2 persen dan bulan Agustus 2013 sebesar 2,0 persen.

Tabel 2. Pertumbuhan Tahunan Penjualan Riil Tahun 2013-2014 (y-o-y, %)

DESKRIPSI	2013				2014				2015										
	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	
Suku Cadang dan Aksesoris	0,5	2,3	-2,0	-1,1	-0,3	1,0	6,5	-2,4	-3,6	-4,2	-4,2	11,0	11,6	13,7	28,2	15,3	-2,7	-1,7	
Makanan, Minuman & Tembakau	-4,5	6,0	10,3	10,9	23,3	17,0	15,8	19,1	20,7	17,7	7,4	25,2	11,0	19,4	17,2	15,3	5,8	16,5	
Bahan Bakar Kendaraan	13,5	17,1	12,3	13,9	20,6	13,7	17,6	16,1	14,5	10,2	6,0	2,5	4,3	5,6	12,1	14,7	9,7	12,0	
Peralatan Informasi & Komunikasi	35,2	59,6	45,0	59,3	67,2	59,0	32,0	36,1	29,3	33,5	33,5	27,0	39,1	37,6	39,9	27,0	29,0	36,9	
Perlengkapan Rumah Tangga Lainnya	1,1	-0,6	-2,3	18,0	30,2	28,6	10,5	-10,9	-3,6	-8,5	2,1	-8,0	2,6	1,3	-19,5	-22,6	-15,4		
Barang Budaya dan Rekreasi	15,6	7,4	14,8	34,2	40,3	23,1	6,9	0,3	-3,9	-8,4	-11,1	0,8	2,2	1,1	-8,0	-5,1	-11,2	3,9	
Barang Lainnya	7,3	18,3	20,2	31,9	31,8	41,0	41,5	30,9	23,6	20,3	16,1	9,9	-17,1	14,6	12,0	6,5	1,8	1,0	
-low Sumbang	-4,0	16,3	25,9	24,9	21,7	28,5	25,4	29,4	21,2	10,4	11,9	2,0	-21,0	10,5	8,7	10,0	5,9	8,5	
INDEX TOTAL	2,0	11,4	13,9	17,7	28,2	24,0	18,8	16,9	15,9	14,8	8,7	19,2	8,5	17,9	17,6	11,4	4,3	12,8	

Keterangan: *) Angka Sementara **) Angka Perkiraan

Sumber: Bank Indonesia

Tabel 3 menjelaskan pertumbuhan penjualan riil berdasarkan beberapa kota di Indonesia tahun 2013-2014. Para periode tersebut kota dengan pertumbuhan penjualan riil tertinggi dan terendah masing-masing adalah Kota Semarang (dan Purwokerto) pada bulan

Desember 2013 sebesar 80,1 persen dan Kota Denpasar pada bulan Juli 2014 sebesar -48,3 persen. Selama tahun 2014 Kota Denpasar menunjukkan pertumbuhan negatif pada industri penjualan.

Tabel 3. Pertumbuhan Tahunan Penjualan Riil per Kota Tahun 2013-2014 (y-o-y, %)

DESKRIPSI	2013				2014				2015										
	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	
Jakarta	-9,7	6,1	-6,9	-0,3	0,4	7,2	0,1	-2,6	-5,6	-1,5	9,3	-5,0	32,1	4,9	7,6	5,8	19,9	8,9	
Bandung	-8,4	4,7	8,3	14,1	32,3	30,1	30,4	47,2	48,6	48,4	25,3	72,0	89,9	73,5	75,1	102,7	41,7	35,2	
Surabaya	13,0	14,7	16,9	13,0	17,4	22,5	22,8	19,0	15,8	11,4	10,3	8,7	6,3	6,8	5,7	7,1	5,5	1,0	
Medan	16,3	11,9	13,0	11,4	8,9	16,5	-5,3	4,2	5,7	7,2	11,2	7,4	0,4	1,9	6,2	3,4	5,6	-10,2	
Semarang**	2,3	15,8	17,8	41,9	80,1	31,1	30,0	6,6	5,2	6,5	3,8	40,6	-4,4	-3,6	0,2	-18,4	-24,9	-8,7	
Banjarmasin	-6,5	-6,8	-6,8	-6,1	7,6	7,4	8,2	8,6	8,0	6,9	7,0	8,9	10,0	10,4	9,7	8,3	6,2	6,5	
Makassar	-4,3	-10,2	-4,4	5,9	-10,3	6,9	8,3	8,9	-5,6	-3,6	2,5	9,0	-4,7	1,1	2,9	4,1	6,2	4,0	
Manado	18,0	13,4	23,0	34,9	71,9	13,7	6,7	16,8	11,5	19,0	19,9	20,3	0,5	15,4	10,3	5,4	-29,0	9,4	
Denpasar	2,3	-8,8	6,3	-39,9	-38,9	-15,3	-14,8	-17,8	-23,1	-44,5	-44,5	-48,3	-41,9	-31,5	-47,8	-6,5	-5,1	21,4	
INDEX TOTAL	2,0	11,4	12,9	17,7	28,2	24,0	18,8	16,9	15,9	14,8	8,7	19,2	8,5	17,9	17,6	11,4	4,3	12,8	

Keterangan: *) Angka Sementara **) Angka Perkiraan ***) Data Semarang dan Purwokerto

Sumber: Bank Indonesia

Perkembangan pertumbuhan penjualan riil tahun 2014-2015 ditunjukkan oleh Tabel 4. Berdasarkan tabel ini dapat diketahui bahwa pertumbuhan penjualan riil di Indonesia tertinggi dan terendah masing-masing terjadi pada bulan April 2015 sebesar 23,1 persen dan bulan Desember 2014 sebesar 3,8 persen. Secara umum perkembangan pertumbuhan penjualan riil selama periode tersebut adalah positif. Hal ini mengindikasikan bahwa selama tahun 2014-2015 ada perkembangan yang tetap baik/positif pada industri perdagangan di Indonesia.

Tabel 4. Pertumbuhan Tahunan Penjualan Riil Tahun 2014-2015 (November) (y-o-y, %)

DESKRIPSI	2014				2015													
	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	
Suku Cadang dan Aksesoris	11,6	13,7	20,5	15,9	-2,1	6,7	1,0	-1,8	-12,8	-11,4	-2,6	8,3	-4,8	-11,0	-11,6	-5,1		
Makanan, Minuman & Tembakau	11,0	16,4	17,2	15,3	5,3	16,4	24,8	25,2	31,4	22,4	32,4	0,0	0,0	9,1	13,1	14,3		
Bahan Bakar Kendaraan Bermotor	4,3	5,6	12,1	14,7	-10,1	-14,2	-20,6	-16,1	-17,1	-10,7	-8,5	-24,7	-28,9	-31,6	-31,6			
Peralatan Informasi dan Komunikasi	36,1	37,6	38,6	27,0	29,8	35,3	28,8	31,9	38,1	30,0	31,7	26,1	18,1	24,2	23,6	24,8		
Perlengkapan Rumah Tangga Lainnya	-8,0	2,8	1,5	-16,5	-21,2	-15,2	-2,6	17,0	12,3	10,6	19,2	-1,7	-0,3	0,8	0,4	7,4		
Barang Budaya dan Rekreasi	2,2	1,1	-0,8	-5,1	-18,9	-11,3	-1,5	4,0	4,4	0,0	4,7	8,3	-11,7	-14,3	-14,6	-14,3		
Barang Lainnya	-17,1	14,0	12,0	3,5	1,7	-2,5	-6,2	-6,2	4,4	12,4	2,0	4,1	-4,4	-7,3	-2,8			
-low Sumbang	-21,6	10,5	8,7	10,0	6,7	6,5	1,9	-5,7	-1,9	-5,8	-6,8	-3,1	-5,9	-12,2	-17,2	-14,3		
INDEX TOTAL	8,9	17,9	17,8	16,4	5,8	16,9	10,0	10,7	23,1	20,6	22,8	8,0	-6,8	7,1	8,1	11,4		

Keterangan: *) Angka Sementara **) Angka Perkiraan

Sumber: Bank Indonesia

Tabel 5. Pertumbuhan Tahunan Penjualan Riil per Kota Tahun 2014-2015 (November) (y-o-y, %)

DESKRIPSI	2014					2015										
	Agst	Sept	Ok	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agst	Sept	Ok	Nov**
Jakarta	-32,1	-8,8	-7,6	-5,8	-11,9	-10,9	-20,5	-17,6	-21,6	-10,1	-18,4	-20,1	-27,6	-20,0	-27,3	
Bandung	68,9	73,5	70,1	58,2	41,3	52,8	68,4	67,3	76,3	72,6	72,4	30,7	34,0	33,4	31,9	33,3
Surabaya	6,3	6,8	5,7	7,1	0,1	-2,6	-0,4	-1,1	-3,7	-0,9	-2,9	-14,9	-5,2	-8,6	-8,4	-2,3
Medan	0,4	7,9	9,2	3,4	-5,3	-12,4	2,7	5,8	0,0	-2,0	-4,0	-6,9	-6,8	-10,4	-10,5	-5,5
Semarang**	-8,4	-3,6	0,2	-10,4	-24,3	-0,1	-21,1	2,9	6,7	-0,7	5,7	-4,7	-20,2	-28,6	-21,3	-18,5
Banjarmasin	10,0	10,4	9,7	6,3	-6,2	-5,6	-5,9	-5,7	-5,0	0,0	-3,9	-4,8	-10,4	-20,3	-8,3	-7,8
Makasar	-4,7	1,1	-2,9	-4,1	-8,2	-3,3	-3,7	-3,4	-2,3	-1,1	-2,6	-2,9	-3,9	-3,9	-4,2	-2,4
Minato	0,5	15,4	10,3	5,4	-15,0	28,5	38,1	30,8	28,3	25,7	31,8	28,5	31,4	28,4	25,9	28,9
Denpasar	-47,9	-37,5	-47,8	-8,5	5,4	-1,7	-5,7	-29,6	-37,8	-0,9	12,1	23,1	0,1	-6,7	7,7	8,0
INDEX TOTAL	6,9	17,9	17,6	11,4	3,8	18,9	16,8	19,7	21,1	20,6	22,3	6,5	5,8	7,1	6,8	11,4

Keterangan: *) Angka Sementara ***) Data Semarang dan Purwokerto

Sumber: Bank Indonesia

Perkembangan pertumbuhan penjualan riil menurut kota di Indonesia pada tahun 2014-2015 dijelaskan pada Tabel 5. Tabel tersebut menginformasikan bahwa pertumbuhan penjualan riil tertinggi dan terendah masing-masing terjadi di Kota Bandung pada bulan April 2015 sebesar 76,3 persen dan Kota Denpasar pada bulan Agustus 2014 sebesar -47,9 persen. Kota-kota yang mempunyai pertumbuhan penjualan riil negatif secara berurutan dengan periode beberapa bulan adalah Kota Denpasar, Makasar, Banjarmasin, Semarang, dan Jakarta.

Dominasi Pasar Industri Perdagangan di Indonesia

Dominasi pasar merupakan posisi/keadaan di mana suatu industri/perusahaan mempunyai proporsi terbesar pada kategori usahanya. Analisis proporsi terhadap industri perdagangan di Indonesia akan dilihat pada beberapa aspek. Aspek-aspek tersebut meliputi jenis kelamin pengusaha (Tabel 6), jaringan perusahaan (Tabel 7), jumlah pekerja (Tabel 8), penjualan barang dagangan (Tabel 9), pengeluaran (Tabel 10), dan pendapatan (Tabel 11).

Proporsi industri perdagangan besar dan eceran menurut jenis kelamin cenderung didominasi oleh pengusaha laki-laki (76-93 persen). Sementara itu, proporsi pengusaha perempuan pada kedua kategori industri perdagangan ter-

sebut adalah 7-24 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa dominasi pasar industri perdagangan di Indonesia adalah pengusaha laki-laki.

Tabel 6. Proporsi Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2006 Menurut Jenis Kelamin Pengusaha (%)

No.	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Laki-Laki	Perempuan
Perdagangan Besar			
1	50101 PB Mobil	94.34	5.66
2	50201 PB Suku cadang dan aksesorisnya	90.18	9.82
3	50301 PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	90.48	9.52
4	51100 PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	84.62	15.38
Perdagangan Eceran			
1	50102 PE Mobil	92.91	7.09
2	50202 PE Suku cadang dan aksesoris mobil	89.87	10.13
3	50302 PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	90.74	9.26
4	50400 PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	79.83	20.17
5	52111 PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	86.19	13.81
6	52112 PE Barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket	76.32	23.68
7	52191 PE Department Store	82.86	17.14
8	52192 PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di Department Store	76.59	23.41

Sumber: BPS, 2008

Proporsi industri perdagangan menurut jaringan usaha pada kategori perdagangan besar dan eceran mempunyai beberapa jenis, yaitu: tunggal/induk, kantor pusat, cabang, perwakilan, dan unit pembantu. Pada kategori industri perdagangan besar dominasi pasar cenderung ada pada jaringan usaha tunggal/induk. Misalnya

adalah jaringan usaha tunggal pada masing-masing industri sebagai berikut: PB mobil sebesar 42,14 persen; PB suku cadang dan aksesorisnya sebesar 75 persen; PB sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya sebesar 51,88 persen; dan PB berdasarkan balas jasa/kontrak sebesar 61,54 persen.

Dominasi pasar menurut jaringan usaha pada kategori perdagangan eceran juga terjadi pada jaringan usaha tunggal/induk. Misalnya adalah industri PE mobil sebesar 72,61 persen; PE suku cadang dan aksesoris mobil sebesar 89,43 persen; PE sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya sebesar 60,54 persen; PE bahan bakar kendaraan di SPBU sebesar 84,06 persen; PE minimarket, supermarket dan hypermarket sebesar 48,18 persen; PE barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket sebesar 96,59 persen; PE *department store* sebesar 55,10 persen; dan PE berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di *department store* sebesar 94,20 persen.

Tabel 7. Proporsi Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2006 Menurut Jaringan Perusahaan (%)

No.	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Tunggal	Kantor Pusat	Cabang	Perwakilan	Unit Pembantu
Perdagangan Besar						
1	50101 PB Mobil	42.14	16.98	38.36	0.63	1.89
2	50201 PB Suku cadang dan aksesorisnya	75.00	11.61	11.61	1.79	0.00
3	50301 PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	51.88	8.52	36.34	1.00	2.26
4	51100 PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	61.54	3.85	23.08	11.54	0.00
Perdagangan Eceran						
1	50102 PE Mobil	72.61	5.56	19.73	1.05	1.05

2	50202	PE Suku cadang dan aksesoris mobil	89.43	3.30	5.95	0.44	0.88
3	50302	PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	60.54	6.88	28.80	1.27	2.51
4	50400	PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	84.06	3.60	10.93	0.18	1.23
5	52111	PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	48.18	3.53	46.53	0.82	0.94
6	52112	PE Barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket	96.59	1.15	1.94	0.09	0.22
7	52191	PE Department Store	55.10	5.31	38.37	0.41	0.82
8	52192	PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di Department Store	94.20	2.73	2.39	0.34	0.34

Sumber: BPS, 2008

Dominasi pasar industri perdagangan menurut jumlah pekerja baik untuk kategori perdagangan besar maupun perdagangan eceran adalah pekerja tetap. Nilai proporsi pekerja tetap pada kedua industri tersebut adalah 81-94 persen. Hal ini mengindikasikan bahwa semua industri perdagangan cenderung menggunakan skema pekerja tetap dibandingkan pekerja kontrak. Namun demikian, proporsi pekerja kontrak sebesar 6-19 persen juga perlu dipertimbangkan baik oleh pencari kerja maupun pemerintah. Hal ini disebabkan skema pekerja kontrak tidak dapat men-

jamin kelangsungan/masa depan pekerjaan para pekerja itu sendiri.

Tabel 8. Proporsi Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2006 Menurut Jumlah Pekerja (Tidak Termasuk Pekerja Asing, %)

No.	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Pekerja Tetap	Pekerja Kontrak
Perdagangan Besar			
1	50101 PB Mobil	83.48	16.52
2	50201 PB Suku cadang dan aksesorisnya	92.52	7.48
3	50301 PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	92.96	7.04
4	51100 PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	90.35	9.65
Perdagangan Eceran			
1	50102 PE Mobil	90.15	9.85
2	50202 PE Suku cadang dan aksesoris mobil	93.65	6.35
3	50302 PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	90.61	9.39
4	50400 PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	86.94	13.06
5	52111 PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	88.05	11.95
6	52112 PE Barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket	91.58	8.42
7	52191 PE Department Store	84.77	15.23
8	52192 PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di Department Store	81.21	18.79

Sumber: BPS, 2008

Dominasi pasar industri perdagangan menurut penjualan barang dagangan didasarkan pada wilayah/sasaran penjualan, yaitu: luar negeri, produsen dalam negeri, pedagang dalam negeri, pemerintah/swasta, dan rumah tangga.

Tabel 9 mengkonfirmasi bahwa industri perdagangan besar cenderung dominan pada pasar rumah tangga. Kondisi yang sama terjadi pada industri perdagangan eceran. Dua jenis segmen pasar yang juga relatif tinggi adalah pemerintah/swasta dan pedagang dalam negeri.

Tabel 9. Jumlah Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2006 Menurut Penjualan Barang Dagangan (Unit Usaha)

No	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Luar Negeri	Produsen DN	Pedagang DN	Pemerintah/Swasta	Rumah Tangga
Perdagangan Besar						
1	50101 PB Mobil	1	20	49	89	136
2	50201 PB Suku cadang dan aksesorisnya	4	22	60	35	76
3	50301 PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	3	21	94	105	358
4	51100 PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	1	8	17	11	11
Perdagangan Eceran						
1	50102 PE Mobil	5	78	320	351	963
2	50202 PE Suku cadang dan aksesoris mobil	2	48	189	113	389
3	50302 PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	5	145	552	483	2190
4	50400 PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	3	246	1048	475	2012
5	52111 PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	4	99	559	206	1637
6	52112 PE Barang-barang yang utamanya makanan,	18	444	4430	365	5859

		minuman atau tembakau selain di supermarket					
7	52191	PE Department Store	1	11	71	33	226
8	52192	PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di Department Store	3	48	582	57	801

Sumber: BPS, 2008

Tabel 10 menjelaskan proporsi industri perdagangan di Indonesia menurut pengeluaran. Berdasarkan data di tabel tersebut dapat diketahui bahwa ada lima jenis pengeluaran pada industri perdagangan di Indonesia, yaitu: pembelian makanan, pembelian non makanan, pembayaran *fee* waralaba, transportasi, dan pengepakan. Secara umum jenis pengeluaran pembelian non makanan cenderung dominan pada industri perdagangan besar. Kondisi ini juga terjadi pada industri perdagangan eceran. Beberapa kasus pada industri perdagangan eceran menunjukkan bahwa pengeluaran untuk pembelian makanan juga relatif tinggi. Misalnya adalah PE minimarket, supermarket dan hypermarket; dan PE barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau. Sementara itu, jenis pengeluaran dalam bentuk pembayaran *fee* waralaba merupakan pengeluaran terendah untuk semua jenis industri perdagangan.

Tabel 10. Proporsi Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2016 Menurut Pengeluaran (%)

No.	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Pembelian Makanan	Pembelian Non Makanan	Pembayaran Fee Waralaba	Transportasi	Pengepakan
-----	---	-------------------	-----------------------	-------------------------	--------------	------------

Perdagangan Besar							
1	50101	PB Mobil	1.65	97.72	0.00	0.51	0.13
2	50201	PB Suku cadang dan aksesorisnya	0.00	98.75	0.00	1.15	0.10
3	50301	PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	0.51	99.16	0.00	0.14	0.18
4	51100	PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	19.17	66.33	0.00	2.65	11.84
Perdagangan Eceran							
1	50102	PE Mobil	0.16	99.07	0.00	0.65	0.12
2	50202	PE Suku cadang dan aksesoris mobil	1.24	97.76	0.00	0.72	0.28
3	50302	PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	0.52	98.52	0.00	0.82	0.14
4	50400	PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	1.13	98.69	0.00	0.13	0.05
5	52111	PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	73.06	25.68	0.35	0.51	0.39
6	52112	PE Barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket	56.06	43.04	0.05	0.58	0.27
7	52191	PE Department Store	29.05	70.23	0.00	0.47	0.25
8	52192	PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau tembakau selain di Department Store	28.05	71.07	0.00	0.65	0.24

Sumber: BPS, 2008

Tabel 11 menjelaskan proporsi industri perdagangan di Indonesia menurut pendapatan. Ada beberapa jenis pendapatan dalam industri tersebut, yaitu: penjualan makanan, penjualan non makanan, komisi, pendapatan dari kegiatan lainnya, dan pendapatan lainnya. Jenis pendapatan yang berasal dari penjualan non makanan cenderung do-

minan baik pada industri perdagangan besar maupun eceran. Sementara itu, pendapatan yang juga relatif besar yang berasal dari penjualan makanan terjadi pada PE minimarket, supermarket dan hypermarket; dan PE barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau.

Tabel 11. Proporsi Industri Perdagangan di Indonesia Tahun 2006 Menurut Pendapatan (%)

No.	Klasifikasi Buku Lapangan Usaha Indonesia	Penjualan Makanan	Penjualan Non Makanan	Komisi	Kegiatan Lainnya	Pendapatan Lainnya
Perdagangan Besar						
1	50101 PB Mobil	1.67	96.47	0.68	0.64	0.54
2	50201 PB Suku cadang dan aksesorisnya	0.00	98.93	0.54	0.19	0.34
3	50301 PB Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	0.53	97.19	0.18	1.54	0.56
4	51100 PB Berdasarkan balas jasa/kontrak	16.43	71.35	10.96	0.82	0.45
Perdagangan Eceran						
1	50102 PE Mobil	0.11	98.47	0.37	0.61	0.44
2	50202 PE Suku cadang dan aksesoris mobil	0.33	98.39	0.10	0.33	0.86
3	50302 PE Sepeda motor, suku cadang dan aksesorisnya	0.64	97.61	0.31	1.01	0.42
4	50400 PE Bahan bakar kendaraan di SPBU	1.10	98.61	0.07	0.15	0.06
5	52111 PE Minimarket, Supermarket dan Hypermarket	70.69	26.35	0.59	2.02	0.35
6	52112 PE Barang-barang yang utamanya makanan, minuman atau tembakau selain di supermarket	56.39	41.80	0.32	1.20	0.30
7	52191 PE Department Store	25.59	68.02	0.93	5.38	0.08
8	52192 PE Berbagai macam barang yang utamanya bukan bahan makanan, minuman atau	28.54	69.14	0.17	1.95	0.20

		tembakau selain di Department Store					
--	--	-------------------------------------	--	--	--	--	--

Sumber: BPS (2008)

5. KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN, DAN BATASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Perkembangan industri perdagangan di Indonesia baik itu perdagangan besar maupun eceran cenderung positif/meningkat terutama perdagangan eceran.
- 2) Dominasi pasar pada industri perdagangan di Indonesia dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu: jenis kelamin pengusaha (dominan pengusaha laki-laki), jaringan perusahaan (tunggal/induk), jumlah pekerja (tetap), penjualan barang dagangan (rumah tangga), pengeluaran (pembelian non makanan), dan pendapatan (penjualan non makanan).

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas ada beberapa saran yang dapat dirumuskan, yaitu:

- 1) Pelaku usaha industri perdagangan perlu menjaga dan mengembangkan usaha minimal sesuai capaian hasil Sensus Ekonomi tahun 2006. Sementara itu, pemerintah pusat maupun daerah perlu melakukan pengaturan, pengawasan dan pembinaan terhadap pengembangan dan perkembangan industri perdagangan.
- 2) Pelaku usaha industri perdagangan cenderung mampu mempertahankan dominasinya pada masing-masing aspek yang telah diteliti pada penelitian ini. Namun demikian, mereka juga perlu melakukan evaluasi dalam rangka fleksibilitas dalam penetrasi pasar.

3)

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, Melvin. (2012). Decision-Making using the Analytic Hierarchy Process (AHP) and SAS/IML. *SESUG Paper* SD-04.
- Coelli, et. al. (2005). *An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis*. Second Edition. USA: Springe.
- Daniel, Moehar (2002). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Dragun, Dmitry, Elizabeth Howard and Jonathan Reynolds (2004 April). Assessing the Productivity of the UK Retail Sector. Oxford Institute of Retail Management. University of Oxford.
- Goldin, Ian (1990). Comparative Advantage: Theory and Application to Developing Country Agriculture. *OECD Working Paper* No. 16, June.
- Gumbau, Mercedes and Joaquín Maudos (2000 May). Profitability, Market Structure and Efficiency: An Application To The Spanish Industry. First Edition. *WP-EC* 2000-05 the Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE).
- Hall, Robert E. (1986). Market Structure and Macroeconomic Fluctuations. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2.
- Haskel, Jonathan, Ron S. Jarmin, and Kazuyuki Motohashi. (2007). Retail Market Structure and Dynamics: A Three Country Comparison of Japan, the UK and the US. *NBER/CRIW* July 16-17.
- Jaya, Wihana Kirana. (2001). *Ekonomi Industri*. Edisi 2. Yogyakarta: PT BPFE-Yogyakarta.
- Lipsey, Richard G. (2007). *Microeconomics*. USA: Prentice Hall.
- Martin, Stephen. (2002). *Advanced Industrial Economics (second edition): Solution Manual*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Naldi, Maurizio and Marta Flamini. (2014). Interval Estimation of the Herfindahl-Hirschman Index Under Incomplete Market Information. UK Sim-AMSS 16th International Conference on Computer Modelling and Simulation.
- Pilat, Dirk. (1996). Competition, Productivity and Efficiency. *OECD Economic Studies* No . 27.
- Productivity Commission. (2011). *Economic Structure and Performance of the Australian Retail Industry*,.Report no. 56, Canberra.
- Rhoades, Stephen A. (1993 March). The Herfindahl-Hirschman Index. Federal Reserve Bank of St. Louis.
- Saaty, Thomas L. (2008). Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. *Int. J. Services Sciences*, Vol. 1, No. 1.
- Sarantopoulos, P., L. Kioses, and G. Doukidis. (2013 February). Productivity and Efficiency in Grocery Retail. *IELKA's White Paper Series*, Athens.
- Serin, Vildan and Abdulkadir Civan. (2008). Revealed Comparative

- Advantage and Competitiveness: A Case Study for Turkey towards the EU. *Journal of Economic and Social Research* 10(2) 2008, 25-41.
- Shaik, Saleem, Albert J. Allen, Seanicaa Edwards and James Harris. (2009). Market Structure Conduct Performance Hypothesis Revisited Using Stochastic Frontier Efficiency Analysis. *Agribusiness & Applied Economics* 649 September.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Sullivan, Arthur and Steven M. Sheffrin (2003). *Economics: Principles in Action*. USA: Pearson Prentice Hall.
- Syverson, Chad. (2004 March). Market Structure and Productivity: A Concrete Example. *The seminar at the NBER Summer Institute*.
- Utkulu, Utku and Dilek Seymen. (2004). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness: Evidence for Turkey *vis-à-vis* the EU/15. *the European Trade Study Group 6th Annual Conference, ETSG*, Nottingham, September