

**STRATEGI, DAYA SAING DAN KINERJA PENJUALAN
INDUSTRI MINYAK GORENG KELAPA SAWIT
INDONESIA**



Disertasi Oleh:

Muhammad Teguh

NIM: 01013682025001

Diajukan sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Doktor

pada

Program Studi Ilmu Ekonomi

Kekhususan Ilmu Ekonomi Industri

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA FAKULTAS EKONOMI

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Disertasi : Strategi, Daya Saing dan Kinerja Penjualan Industri
Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia

Nama Mahasiswa : Muhammad Teguh

NIM : 01013682025001

Program Studi : Ilmu Ekonomi

Kekhususan : Ilmu Ekonomi Industri

Menyetujui,
Promotor



Prof. Dr. Taufiq Marwa S.E., M.Si.
NIP 196812241993031002

Co Promotor 1,



Prof. Dr. Bernadette Robiani S.E., M.Sc.
NIP 196402161989032001

Co Promotor 2,



Dr. Mukhlis, S.E., M.Si.
NIP 197304062010121001



Pt. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pajajaran,

Prof. Isnuchadi S.E., MBA., Ph.D.
NIP 19621121989111001

Ketua Program Studi
Doktor Ilmu Ekonomi,



Prof. Dr. Didik Susetyo S.E., M.Si.
NIP 196007101987031003

Tanggal Lulus : 15 Mei 2024

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Teguh
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 8 Agustus 1961
Program Studi : Ilmu Ekonomi
NIM : 01013682025001

Menyatakan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lain.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan gelar yang telah diperoleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 31 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Teguh

NIM 01013682025001

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam perjalanan panjang menyelesaikan disertasi ini tentu saja banyak pihak yang terlibat, baik langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, pada kesempatan yang baik ini saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tim promotor yang telah membimbing, memberikan saran, kritikan, dan arahan dengan penuh kesabaran. Untuk itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada : Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa S.E., M.Si., sebagai ketua tim promotor dan penguji, Ibu Prof. Dr. Bernadette Robiani S.E., M.Sc., sebagai anggota tim promotor dan penguji, dan Bapak Dr. Mukhlis S.E., M.Si., sebagai anggota tim promotor dan penguji. Terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Prof. Dr. Raja Masbar M.Sc., sebagai dosen penguji, Bapak Dr. Suhel S.E., M.Si., sebagai dosen penguji, dan Bapak Dr. Imam Asngari S.E., M.Si., sebagai dosen penguji. Terima kasih atas segala kritik dan saran-sarannya.
2. Rektor Universitas Sriwijaya Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam S.E., M.E., dan Bapak Prof. Dr. Didik Susetyo S.E., M.Si., Ketua Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, dan seluruh civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

-
-
3. Orang tua saya, saudara-saudara saya yang selalu memberikan dorongan dan nasehat kepada saya.

PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah S.W.T. dengan karunia dan rahmat-Nya juga akhirnya saya dapat menyelesaikan menulis disertasi ini yang diajukan sebagai syarat untuk meraih gelar doktor di bidang ilmu ekonomi khususnya ilmu ekonomi industri.

Terima kasih saya ucapkan kepada tim promotor, promotor Profesor Dr. Taufiq Marwa S.E., M.Si., co promotor 1 Profesor Dr. Bernadette Robiani S.E., M.Sc., dan co promotor 2 Dr. Mukhlis S.E., M.Si., yang telah memberikan waktu dan pemikirannya membantu saya menyelesaikan disertasi ini yang telah diajukan dan disidangkan pada sidang promosi guna memperoleh gelar doktor, di Program Pascasarjana Strata 3 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, pada Bidang Ilmu Ekonomi, Kekhususan Ilmu Ekonomi Industri. Berkat bantuannya, akhirnya disertasi ini selesai saya kerjakan dan telah disidangkan pada sidang promosi guna memperoleh gelar doktor pada bidang ilmu ekonomi, kekhususan ilmu ekonomi industri.

Terima kasih pula saya ucapkan kepada tim penguji Profesor Dr. Raja Masbar M.Sc., Dr. Suhel S.E., M.Si., Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si., Profesor Dr. Taufiq Marwa S.E., M.Si., Profesor Dr. Bernadette Robiani S.E., M.Sc., Dr. Mukhlis S.E., M.Si., pimpinan sidang Prof. Dr. Mohamad Adam S.E., M.E., dan Prof. Dr. Didik Susetyo S.E., M.Si., yang telah meluangkan waktunya menguji keabsahan dan

kebenaran disertasi saya pada sidang promosi guna memperoleh gelar doktor di bidang ilmu ekonomi di Program Pascasarjana Strata 3 Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, sehingga saya memperoleh gelar doktor di bidang ilmu ekonomi kekhususan ilmu ekonomi industri.

Disertasi ini berjudul, “Strategi, Daya Saing dan Kinerja Penjualan Industri Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia.” Ada tiga pokok persoalan yang dibahas di dalam disertasi ini, yaitu: Pertama, pengaruh strategi harga, strategi ekspor, dan konsentrasi industri terhadap kinerja penjualan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. Kedua, pengaruh konsentrasi industri, potensi permintaan pasar, strategi harga masa lalu, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi harga industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. Ketiga, pengaruh daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia, daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit kelompok 5 negara pesaing ekspor terbesar dunia, konsentrasi industri, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi ekspor.

Dari hasil pembahasan diketahui, baik strategi harga maupun strategi ekspor keduanya secara bersama-sama telah berpengaruh signifikan dan positif dalam menentukan kenaikan kinerja penjualan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. Sebaliknya, faktor konsentrasi industri bersifat tidak menentukan.

Selanjutnya, baik faktor potensi permintaan pasar maupun faktor strategi harga masa lalu keduanya berpengaruh positif dan signifikan dalam menentukan perubahan

strategi harga industri. Sebaliknya, faktor konsentrasi industri memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan dalam menentukan perubahan strategi harga industri. Dari hasil pembahasan yang dilakukan diketahui pula kinerja penjualan industri bersifat tidak menentukan strategi harga industri.

Terakhir, daya saing ekspor yang tinggi dan peran serta perusahaan-perusahaan besar keduanya berpengaruh positif dan signifikan dalam menentukan strategi ekspor industri. Sebaliknya, faktor daya saing ekspor pesaing adalah tidak mempengaruhi perilaku ekspor industri. Begitupun faktor kinerja penjualan industri adalah tidak menentukan strategi ekspor.

Hormat Saya,

Muhammad Teguh

ABSTRAK

Strategi, Daya Saing dan Kinerja Penjualan Industri Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia

Dari pengamatan yang telah dilakukan diperoleh hasil-hasil, bahwa faktor strategi harga, dan faktor strategi ekspor menentukan kinerja penjualan industri secara positif dan signifikan. Faktor strategi harga tersebut ditentukan oleh faktor konsentrasi industri secara negatif dan signifikan, kemudian ditentukan oleh faktor potensi permintaan, dan faktor strategi harga masa lalu secara positif dan signifikan. Selanjutnya, keberhasilan penerapan strategi ekspor ditentukan oleh faktor daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia dan konsentrasi industri secara positif dan signifikan. Sebaliknya, faktor daya saing pesaing tidak berpengaruh terhadap strategi ekspor industri. Ada beberapa tujuan penelitian yang hendak dipelajari dalam penelitian ini, yaitu: *Pertama*, menganalisis pengaruh strategi harga, strategi ekspor, dan konsentrasi industri terhadap kinerja penjualan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. *Kedua*, menganalisis pengaruh konsentrasi industri, potensi permintaan pasar, strategi harga masa lalu, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi harga industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. *Ketiga*, menganalisis pengaruh daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia, daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit kelompok 5 negara pesaing ekspor terbesar dunia, konsentrasi industri, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi ekspor. Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan tersebut, penelitian ini menggunakan metode persamaan simultan yang pengujiannya menggunakan metode 2-SLS (*two stage least squares*). Diperkirakan penjualan produk industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia akan terus mengalami peningkatan mengingat industri ini memiliki keunggulan kompetitif yang kuat, baik bersifat statis maupun bersifat dinamis.

Kata Kunci: Strategi harga, strategi ekspor, potensi permintaan pasar, strategi harga masa lalu, daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia, konsentrasi industri, daya saing ekspor pesaing.

ABSTRACT

Strategy, Export Competitiveness and Sales Performance of the Indonesian Palm Cooking Oil Industry

There are several research objectives to be studied in this research, namely: Firstly, to analyze the influence of price strategy, export strategy, and industrial concentration on the sales performance of the Indonesian palm cooking oil industry. Secondly, to analyze the influence of industrial concentration, potential market demand, past price strategy, and industrial sales performance on the price strategy of the Indonesian palm cooking oil industry. Thirdly, to analyze the influence of the competitiveness of Indonesia's palm cooking oil exports, the palm cooking oil export competitiveness of the group of the world's 5 largest export competing countries, industrial concentration, and industrial sales performance on export strategy. To answer the research questions posed, this research uses the simultaneous equation method, which is tested using the 2-SLS (the two-stage least squares) method. Based on the results of the analysis that has been carried out, the following results were obtained: The price strategy factor and the export strategy factor determine industrial sales performance positively and significantly. On the other hand, the industrial concentration factor does not determine industrial sales performance. The price strategy factor is determined by the industrial concentration factor negatively and significantly, then by the potential market demand factor and the past price strategy factor positively and significantly. Furthermore, the success of implementing the export strategy is determined by the competitiveness of Indonesian palm cooking oil exports and industrial concentration in a positive and significant manner. On the other hand, competitors' competitiveness factors have no influence on industrial export strategy.

Keywords : Price strategy, export strategy, potential market demand, the past price strategy, the competitiveness of the Indonesian palm cooking oil exports, industrial concentration, competitors' competitiveness factors.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | iv |
| PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR DAN TABEL | xiv |
| 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah | 11 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 12 |
| 1.4. Manfaat dan kebaruan Penelitian | 13 |
| 1.4.1. Manfaat Penelitian | 13 |
| 1.4.2. Kebaruan Penelitian | 15 |
| 2. STUDI KEPUSTAKAAN | 19 |
| 2.1. Landasan Teori | 19 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu | 29 |

| | |
|---|------------|
| 2.3. Alur Fikir | 57 |
| 2.4. Hipotesis | 60 |
| 3. METODE PENELITIAN | 62 |
| 3.1. Ruang Lingkup Penelitian | 62 |
| 3.2. Definisi Variabel Operasional | 63 |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data | 69 |
| 3.4. Teknik Analisis | 70 |
| 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 77 |
| 4.1. Hasil-hasil Penelitian | 77 |
| 4.1.1. Input Produksi | 77 |
| 4.1.2. Produksi dan Konsumsi Minyak Goreng Kelapa Sawit | 86 |
| 4.1.3. Ekspor Minyak Goreng Kelapa Sawit | 89 |
| 4.1.4. Daya Saing Ekspor | 103 |
| 4.2. Pembahasan | 106 |
| 4.2.1. Pengujian Persamaan Simultan | 106 |
| 4.2.2. Kinerja Penjualan Industri dan Faktor-faktor Penentu | 107 |
| 4.2.3. Strategi Harga dan Faktor-faktor Penentu | 112 |
| 4.2.4. Strategi Ekspor dan Faktor-faktor Penentu | 117 |
| 5. KESIMPULAN DAN SARAN | 122 |
| 5.1. Kesimpulan | 122 |
| 5.2. Saran-saran | 123 |

| | |
|---|-----|
| DAFTAR PUSTAKA | 127 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 141 |
| Lampiran 1: Produksi Industri dan Ketersediaan Bahan Baku | 141 |
| Lampiran 2: Produksi dan Konsumsi Bahan Baku – LM Test | 142 |
| Lampiran 3: Uji Endogenitas TR | 143 |
| Lampiran 4: Uji Endogenitas PP | 144 |
| Lampiran 5: Uji Endogenitas SP | 145 |
| Lampiran 6: Uji Eksogenitas TR | 146 |
| Lampiran 7: Uji Eksogenitas PP | 147 |
| Lampiran 8: Uji Eksogenitas SP | 148 |
| Lampiran 9: Faktor Penentu TR | 149 |
| Lampiran 10: Faktor Penentu PP | 150 |
| Lampiran 11: Faktor Penentu SP | 151 |

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

| | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Memaksimumkan Keuntungan VS Memaksimumkan Penerimaan Penjualan | 22 |
| Gambar 2.2. Diagram Alur Fikir Keterkaitan Antar Faktor Pengamatan Industri Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia | 59 |
| Gambar 4.1. Perkembangan RCAIND, RCAM dan RCAGM, 2004-2022 | 104 |
| Tabel 3.1. Ilustrasi Ringkasan Proses Aturan 2 | 74 |
| Tabel 3.2. Tabel Koefisien Persamaan Simultan | 74 |
| Tabel 4.1. Perkembangan Produksi, Konsumsi, dan Ekspor CPO Indonesia | 80 |
| Tabel 4.2. Perkembangan Produksi, Konsumsi, dan Ekspor CPKO Indonesia | 82 |
| Tabel 4.3. Andil Produksi CPO Dunia | 84 |
| Tabel 4.4. Komposisi Produksi dan Konsumsi Minyak Sawit Indonesia | 87 |
| Tabel 4.5. Andil Impor dan Koefisien ISE Beberapa Negara, Tahun 2021-2022 | 92 |
| Tabel 4.6. Distribusi Ekspor Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia dan Negara Pesaing, Tahun 2004-2022 | 96 |
| Tabel 4.7. Ekspor Minyak Goreng Kelapa Sawit dan Minyak Kelapa Sawit Indonesia, Tahun 2004-2022 | 99 |
| Tabel 4.8. Distribusi dan Pertumbuhan Ekspor Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia ke Beberapa Negara Tujuan, dalam Persen | 101 |

| | |
|---|-----|
| Tabel 4.9. Hasil Uji Simultanitas dan Eksogenitas | 106 |
| Tabel 4.10. Penjualan Industri Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia dan Faktor-faktor Penentunya, Tahun 2004-2020 | 108 |
| Tabel 4.11. Strategi Harga Industri Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia dan Faktor-faktor Penentunya, Tahun 2004-2020 | 113 |
| Tabel 4.12. Strategi Ekspor Minyak Goreng Kelapa Sawit Indonesia dan Faktor-faktor Penentunya, Tahun 2004-2020 | 118 |

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu komponen penting dimensi performansi perusahaan industri adalah penerimaan penjualan. Memaksimalkan penjualan merupakan tujuan penting dari tujuan-tujuan perusahaan (Howe, 1978). Teori tradisional telah menganggap tujuan perusahaan dalam ilmu ekonomi adalah memaksimalkan keuntungan, dan keputusan-keputusan perusahaan atas tingkatan-tingkatan harga dan produksi yang dibuat oleh intrepeneur tunggal yang berada di dalam posisi tersebut adalah diarahkan untuk mencapai keputusan rasional yang benar sesuai dengan yang telah ditentukan. Namun demikian, teori perusahaan modern menggantinya berdasarkan perhitungan manajemen. Tujuan perusahaan memaksimalkan penerimaan penjualan, yang bisa dicapai dengan mendapatkan tingkat laba minimum yang dapat diterima, dan biasanya hal ini dikaitkan dengan ekonom Amerika W.J. Baumol.

Dari sisi pendekatan teori, kinerja penjualan industri adalah sangat tergantung kepada strategi-strategi yang dijalankan oleh industri yang bersangkutan. Dalam strategi pemasaran produk yang dihasilkannya, perusahaan industri bisa menjual produk lebih dari satu negara, yaitu di pasaran dalam negeri maupun di pasaran luar negeri. Hasil kajian World Bank memperlihatkan, ada beberapa negara dunia yang

telah membuat perusahaan-perusahaan industri mereka mengalami pertumbuhan yang tinggi, yang didorong oleh adanya ekspor global, diantaranya adalah negara Indonesia, Hungaria, Meksiko, Ethiopia, India, Turki dan Tunisia. Negara yang mengalami pertumbuhan yang tinggi yang mengandalkan ekspor global dan investasi langsung (FDI), yaitu negara-negara Mexico, Ethiopia, dan Turki (Goswami et al., 2019).

Hal tersebut sejalan dengan pendapat para ahli ekonomi lainnya, secara jelas bahwa satu alasan mengapa perusahaan-perusahaan industri menjual produk-produk yang mereka produksi ke pasaran internasional adalah untuk memperluas penjualannya dengan memanfaatkan kesempatan-kesempatan pertumbuhan negara-negara lain. Hal ini adalah penting apalagi di dalam situasi pasar di dalam negeri sedang mengalami pertumbuhan yang lambat, atau tidak ada pertumbuhan sama sekali (F. Barnard et al., 2012; 2021).

Golub (2008) memperlihatkan, perdagangan dunia telah tumbuh lebih cepat selama dekade 1960-an, khususnya diantara eksportir barang dari negara-negara berkembang, *low developing countries* (LDC). Pada pertengahan 1990-an sekitar 10,1 persen penduduk negara berkembang dan negara industri kontribusi barang dagangannya hanya sebesar 0,46 persen dari total ekspor dan sama dengan 0,46 persen dari GDP. Pada tahun 2004/2005 andil ekspor barang dagangannya naik kembali 0,72 persen terhadap total ekspor dan 0,62 terhadap GDP. Sebaliknya, andil ekspor jasa-jasa negara LDC menurun, dan ekspor kepariwisataan meningkat tajam. Terjadinya evolusi upah dan produktivas telah menyebabkan terjadinya perubahan

daya saing. Negara-negara LDC melakukan perbaikan iklim bisnis mereka yang berfokus pada *context of export-processing zones* (EPZs). Ketika ekspor tumbuh, permintaan tenaga kerja meningkat, perusahaan-perusahaan setempat menghendaki tenaga kerja yang lebih berpengalaman dan memiliki kemampuan managerial dan teknologi, maka upah meningkat. Akibatnya, keuntungan komparatif negeri LDC menurun di sebagian besar produk *labor-intensive* dan membaik pada kategori *sophisticated products*. Di negara-negara macam Asia terjadi perbaikan teknologi yang menakjubkan melalui perbaikan ekspor, dan kenaikan upah 10 kali lipat atau bahkan lebih dari itu sejak 1960-an.

Karya Otamurodov dkk. (2016) tentang pertumbuhan ekspor menunjukkan, nilai ekspor nominal meningkat sekitar empat kali rata-rata 16,3 persen per tahun selama periode antara 2004 dan 2013. Hasil analisis tingkat industri yang mereka lakukan menunjukkan bahwa ekspor Kazakhstan terutama bergantung pada ekspor empat industri, “makanan dan hewan hidup”, “bahan mentah, tidak dapat dimakan, kecuali bahan bakar”, “bahan bakar mineral, pelumas dan bahan terkait”, dan “barang manufaktur” yang menyumbang 93,8 persen dari total ekspor pada tahun 2013. Pangsa industri bahan bakar mineral, pelumas dan bahan terkait hanya 76,3 persen pada tahun 2013. Temuan yang paling menarik adalah komponen harga berpengaruh negatif, baik untuk dunia maupun untuk semua wilayah. Hasil ini menunjukkan bahwa barang ekspor Kazakhstan tidak kompetitif di pasar dunia meskipun dunia mengalami harga tinggi untuk industri di mana Kazakhstan mengekspor tetapi komponen harga negatif untuk Kazakhstan.

Hasil penelitian Uroos dkk. (2021) tentang ekspor Pakistan menunjukkan, ekspor Pakistan ke dunia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan antara tahun 2003 dan 2020. Ekspor meningkat dari USD 11.9 miliar pada tahun 2003 menjadi USD 22.2 miliar pada tahun 2020, atau naik rata-rata 4 persen. Selanjutnya, dari sisi margin harga dan kuantitas, margin harga menunjukkan pertumbuhan negatif (-17 persen) di semua negara kecuali Afghanistan antara tahun 2003 dan 2020 pertumbuhan kuantitas adalah 24 persen. Tingkat Pertumbuhan tahunan rata-rata kumulatif digunakan untuk menghitung margin harga dan kuantitas antara tahun 2003 dan 2020. Pakistan telah mencatat pertumbuhan ekspor yang positif sejak tahun 2003. Penyebab utama pertumbuhan ekspor Pakistan dalam studi ini adalah melalui margin ekstensif, margin harga, dan margin kuantitas antara tahun 2003 dan 2020. Pertumbuhan ekspor Pakistan terutama dipimpin oleh pertumbuhan kuantitas.

Di negara Kazakhstan, produk ekspor utama negara ini terdiri dari bahan bakar, mineral, logam, sayuran dan bahan kimia. yang memiliki keunggulan lebih dibandingkan dengan mitra utamanya. Ada kecenderungan RCA (*revealed comparative advantage*) Kazakhstan positif selama tahun 2014-2016 dari semua produk yang disebutkan tersebut. Namun demikian, di jenis produk lainnya yang diekspor Kazakhstan ke pasar dunia, hal tersebut belum menunjukkan keunggulan komparatif terhadap pesaingnya. Produk dengan RCA kurang dari satu adalah batu dan kaca, produk makanan, hewan, kulit jangat, aneka tekstil dan pakaian, plastik, kayu, karet, alas kaki dan transportasi (Issabekov, 2019).

Rosita (2017) dari penelitiannya menunjukkan, provinsi di Indonesia yang mampu meraih indeks performansi ekspor (IPER) lebih besar dari 1 hanya 11 provinsi atau 33,3 persen dari seluruh provinsi, sisanya 66,7 persen kurang dari 1. Dengan kata lain, hanya sebagian kecil provinsi di Indonesia yang dapat menunjukkan kinerja yang baik di pengembangan ekspor. Berdasarkan hasil pengujiannya terdapat hubungan jangka panjang antara variabel produk domestik regional bruto (PDRB), ekspor, dan pembentukan modal tetap kotor (GFCF). Dalam jangka panjang dan jangka pendek, ekspor dan GFCF berpengaruh positif terhadap PDRB.

Riyani (2018) menunjukkan, permintaan ekspor komoditas pertanian Indonesia terus meningkat meskipun terjadi kenaikan harga ekspor komoditas pertanian dan tarif impor komoditas pertanian di Cina. Hal ini menunjukkan, bahwa ekspor komoditas pertanian Indonesia ke Cina berdaya saing dan dibutuhkan oleh Cina untuk menjaga keberlangsungan proses industri di negaranya.

Sejumlah penelitian lainnya di negara berkembang menunjukkan, bahwa liberalisasi impor telah menyebabkan pengurangan margin harga-biaya, PCM (*Price-Cost Margins*) atau *markup* dalam industri persaingan tidak sempurna. Goldar dan Aggarwal (2005) dari penelitiannya menemukan, bahwa penurunan tarif dan penghapusan pembatasan kuantitatif pada impor manufaktur memiliki efek pro-persaingan yang signifikan pada industri India, terutama industri terkonsentrasi, cenderung mengurangi *markup* atau PCM. Penurunan tarif dan penghapusan pembatasan kuantitatif pada impor manufaktur memiliki efek pro-persaingan yang

signifikan pada industri India, terutama industri terkonsentrasi, cenderung mengurangi *markup* atau PCM.

Begitupun Amador dkk. (2015) menunjukkan, kinerja ekonomi Eropa setelah tahun 2008 dipengaruhi oleh krisis ekonomi dan keuangan Internasional dan krisis utang negara. Guncangan ini berdampak pada ekonomi secara berbeda-beda, tergantung pada kondisi makro ekonomi sebelumnya dan daya saing perusahaan serta kondisi pasar yang mendasarinya. Hasil penelitian mereka menemukan bahwa PCM telah menurun baik untuk ekonomi Eropa yang tertekan dan tidak tertekan, meskipun pada tingkat yang berbeda-beda, dengan yang pertama lebih terpengaruh daripada yang terakhir. Selain itu, mereka menemukan adanya peningkatan tajam dalam penyebaran *markup* di negara-negara yang tertekan. Hasilnya menunjukkan bahwa persentil yang lebih tinggi dari distribusi PCM yang tidak terlalu terpengaruh oleh krisis. Bagi negara-negara tertentu menunjukkan bahwa PCM di antara perusahaan-perusahaan muda umumnya lebih rendah dan lebih tersebar daripada di perusahaan-perusahaan tua. Sementara ukuran perusahaan tampaknya tidak menjadi masalah untuk tingkat PCM, ternyata ini penting untuk ketahanan mereka, karena perusahaan yang lebih besar mengalami reaksi yang lebih ringan terhadap krisis.

Mohd Fazli, dkk. (2013) membuktikan kembali kebenaran pandangan Baumol dengan melakukan studi terhadap 24 perusahaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) di beberapa negara ASEAN seperti; Thailand, Malaysia, and Philippines and 69 perusahaan di Jepang. Hasil penelitiannya menunjukkan, Jepang memiliki pertumbuhan penjualan yang signifikan tetapi memperoleh keuntungan minimal

dalam industri ICT. Jepang lebih fokus pada citra merek daripada meningkatkan keuntungan bisnis mereka. Hal ini bertolak belakang dengan pandangan negara-negara ASEAN yang mengharapkan *profit taking*.

Montero dan Urtasun (2014) memperlihatkan, sejak tahun 2007 *markup* harga-ongkos (*price-cost markups*) tahun (1995-2011) mengalami peningkatan yang sebelumnya sempat stabil, yang menjelaskan perilaku periode krisis yang terjadi. Perekonomian Spanyol dicirikan dengan kompetisi produk industri yang lemah. Adanya tekanan keuangan mengharuskan mendorong perusahaan industri meningkatkan margin keuntungan, dan ini menyebabkan perekonomian makin memburuk.

Hasil penelitian Toni dkk. (2017) memperlihatkan, perusahaan industri dengan penerimaan penjualan di atas R\$ 2,400,000.00 memiliki margin keuntungan lebih tinggi dari 10 persen, sedangkan perusahaan industri penerimaan penjualannya di bawah angka tersebut memiliki margin keuntungan di bawah 10 persen. Hampir semua industri yang diamatinya memiliki margin keuntungan yang tinggi dan hanya 2,7 persen sampel penelitiannya yang memiliki margin keuntungan yang negatif.

Hubungan antara tingkat keuntungan dan kinerja penjualan ini dapat pula dilihat sebagai berikut. Pada kuartal 1 tahun 2017 nilai penjualan Krakatau Steel masih sekitar USD \$ 350.00 juta, kemudian pada kuartal 1 tahun 2018 menjadi USD \$ 486.17 juta, atau kinerja penjualan naik 38,85 persen. Sementara itu margin keuntungan turun dari sebelumnya sebesar 6,12 persen pada 2017 menjadi 4,37 persen pada tahun 2018 (Redaktur Krakatau, 2018).

Abraham dkk. (2020) menunjukkan, marjin keuntungan (PCM) Belgia 1985-2014 mengalami peningkatan dari sekitar sekitar 8 persen menjadi 25,9 persen. Kenaikan PCM 23 persen diantaranya untuk menutupi biaya tetap dan 2,5 persen merupakan kelebihan keuntungan. Selanjutnya, ketika PCM turun 5,6 persen, disertai rasio biaya tetap turun 4,8 persen, dan kelebihan keuntungan turun 0,8 persen. Namun demikian, bagi perusahaan besar kemampuan memperoleh keuntungannya mengalami penurunan. Perubahan PCM disertai pula dengan perubahan output.

Dilihat dari sisi keunggulan kompetitif, industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia memiliki produksi bahan baku industri yang berlimpah. Indonesia adalah negara yang telah menjadi produsen *palm oil* terbesar dunia. Pada tahun 2018 produksi dunia ada sebanyak 71,45 juta ton, Indonesia mencapai 40,57 juta ton, sedang Malaysia sebesar 19,52 juta ton, Thailand sebesar 2,78 juta ton (Ritchie & Roser, 2021), atau dengan kata lain produksi Indonesia telah mencapai 56,78 persen dan Malaysia mencapai 27,32 persen dan Thailand mencapai 3,89 persen. Berdasarkan data Index Mundi diperlihatkan pula, produksi *palm oil* Indonesia di tahun 2018 mencapai sebesar 41,5 juta MT dengan 32,49 persen di antaranya untuk konsumsi domestik dan 67,51 persen sisanya diekspor. Pada tahun 2022 dari produksi sebanyak 46 juta MT, 40,63 persen diantaranya untuk konsumsi domestik dan 61,85 persen sisanya diekspor. Selanjutnya, untuk produksi kernel oil pada tahun 2018 dari produksinya sebanyak 4,72 juta MT, ada sekitar 62,50 persen diantaranya untuk konsumsi domestik dan 39,98 persen sisanya diekspor. Tahun 2022 dari produksi

sebanyak 5,10 juta MT, 72,98 persen diantaranya untuk konsumsi domestik dan 29,39 persen sisanya diekspor.

Menurut redaktur Gapki, jika pada 1965 dari 1,2 juta ton produksi dunia 15 persen dikuasai oleh perusahaan minyak sawit Indonesia, maka pada tahun 1980 tetap 15 persen dari 4,9 juta ton pasar, dan tahun 2016 andilnya meningkat menjadi 54 persen dari produksi sebanyak 64,9 juta ton. Begitupun kecenderungan produksi, konsumsi domestik dan ekspor juga cenderung mengalami peningkatan. Dari sejumlah produksi minyak sawit Indonesia yang tersedia ekspor di tahun 2016 sebesar 78,40 persen diantaranya dalam bentuk olahan minyak kelapa sawit, dan 21,60 persen dalam bentuk CPO (Gapki, 2022). Keadaan ini berbeda dengan sebelumnya, pada tahun 2010 produk olahan minyak sawit hanya mencapai sekitar 41,43 persen dan CPO mencapai sebesar 58,57 persen.

Kecenderungan proporsi ekspor minyak kelapa sawit Indonesia tampaknya sempat mengalami pasang surut. Berdasarkan data yang diolah kembali dari Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS), pada tahun 2005 andil ekspor minyak goreng kelapa sawit telah mencapai 52,91 persen, sedangkan sisanya CPO mencapai 47,09 persen. Pada tahun 2010 andil ekspor minyak goreng kelapa sawit menjadi 39,65 persen. Tahun 2016 andil ekspor minyak goreng kelapa sawit telah menjadi 78,08 persen, kemudian pada tahun 2020 turun kembali menjadi 73,78 persen. Tahun 2021 mencapai puncaknya, yaitu sebesar 90,40 persen, dan pada tahun 2022 menjadi 86,87 persen.

Keadaan tersebut memberi petunjuk, sebenarnya proses hilirisasi industri minyak kelapa sawit Indonesia telah berlangsung sejak lama, dan barulah penguatan prosesnya diatur kembali melalui peraturan pemerintah yang dijalankan sejak tahun 2010. Penjelasan ini tampaknya sedikit bertolak belakang dari pendapat beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya hasil temuan dari Bambang Irawan. Menurutnya, Kebijakan hilirisasi tidak berdampak signifikan terhadap konsumsi industri hilir. Banyaknya hambatan-hambatan yang telah terjadi sehingga menghambat kelancaran penyerapan CPO sebagai bahan baku produksi dan distribusi barang (2021).

Pandangan Irawan tersebut tampaknya bertolak belakang dari apa yang dikemukakan oleh pimpinan pusat Gapki, menurutnya Indonesia saat ini telah berhasil dalam hilirisasi komoditi sawit (2022). Hal yang sama dikemukakan oleh Listyarini dan Syukra (2022), Indonesia sukses menjalankan program hilirisasi sawit. Hal itu tercermin pada porsi ekspor minyak sawit mentah (*crude palm oil/CPO*) yang terus mengecil dibanding produk olahannya. Dalam satu dekade terakhir, porsi ekspor CPO turun dari 70 persen menjadi 9 persen, selebihnya merupakan ekspor produk olahan CPO. Hilirisasi sawit berjalan sukses berkat dukungan berbagai kebijakan pemerintah, seperti pungutan ekspor (PE), bea keluar (BK) sawit, dan penurunan harga gas.

Selanjutnya, dilihat dari sisi keadaan kinerja penjualan rata-rata industri tampaknya penjualan rata-rata industri di industri minyak goreng kelapa sawit

Indonesia akhir-akhir ini mengalami peningkatan, walaupun terlihat sering berfluktuatif. Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Indonesia diketahui, pada tahun 2004 nilai penjualan rata-rata industri masih sekitar Rp 412,62,- trilyun, selanjutnya pada tahun 2010 telah meningkat menjadi Rp 440,66,- trilyun, atau secara rata-rata mengalami peningkatan 1,10 persen setiap tahunnya. Namun demikian, setelah di tahun 2011 naik pesat menjadi Rp 851,48,- trilyun, kemudian pada tahun 2017 turun kembali menjadi Rp 432,46,- trilyun, atau terjadi penurunan rata-rata sebesar 10,68 persen setiap tahunnya. Pada tahun 2020 nilai penjualan rata-rata industri naik tajam hingga menjadi Rp 3.298,12,- trilyun. Secara keseluruhan selama tahun 2004-2020 nilai penjualan industri telah mengalami kenaikan secara rata-rata sebesar 13,87 persen setiap tahunnya.

Oleh karena itu, adalah hal yang menarik untuk ditelusuri kembali apakah perubahan kinerja penjualan industri tersebut ada hubungannya dengan strategi-strategi yang telah dijalankan oleh perusahaan-perusahaan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia, atautkah mereka tidak memiliki hubungan sama sekali. Dua strategi yang diamati di dalam penelitian ini, yaitu strategi harga dan strategi ekspor industri.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian-uraian yang telah disebutkan sebelumnya, ada beberapa pertanyaan penelitian yang dibahas di dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

Pertama, bagaimanakah pengaruh strategi harga, strategi ekspor, dan konsentrasi industri terhadap kinerja penjualan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia ?.

Kedua, bagaimanakah pengaruh konsentrasi industri, potensi permintaan pasar, strategi harga masa lalu, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi harga industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia ?.

Ketiga, bagaimanakah pengaruh daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia, daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit kelompok 5 negara pesaing ekspor terbesar dunia, konsentrasi industri, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi ekspor ?.

1.3. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

Pertama, menganalisis pengaruh strategi harga, strategi ekspor, dan konsentrasi industri terhadap kinerja penjualan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia.

Kedua, menganalisis pengaruh konsentrasi industri, potensi permintaan pasar, strategi harga masa lalu, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi harga industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia.

Ketiga, menganalisis pengaruh daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit Indonesia, daya saing ekspor minyak goreng kelapa sawit kelompok 5 negara pesaing

ekspor terbesar dunia, konsentrasi industri, dan kinerja penjualan industri terhadap strategi ekspor industri.

1.4. Manfaat dan Kebaruan Penelitian

1.4.1. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi, baik untuk pengembangan teori ekonomi yang berlaku maupun pengetahuan praktis bagi pemerintah dan pihak terkait. Dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan, melalui analisis antar variabel yang dilakukan diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pustaka pengetahuan ilmu ekonomi yang tersedia. Selanjutnya, manfaat praktis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti bagi pemerintah, dan pihak-pihak yang terkait dalam mengambil keputusan di bidang kajian ekonomi yang terkait.

Pertama, masuknya variabel strategi ekspor industri di dalam menentukan kinerja penjualan industri secara langsung, hal ini merupakan sesuatu yang langka. Setidaknya dari hasil analisis ini akan diperoleh tambahan pengetahuan dalam bidang kajian ilmu ekonomi industri. Dilihat dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan, dari penelitian ini diharapkan diperoleh tambahan pengetahuan mengenai penerapan strategi industri di dua pasar yang berbeda-beda, yaitu di pasar dalam negeri dan di pasar luar negeri.

Kedua, melalui variabel strategi harga yang dilihat dari sisi tingkat keuntungan industri yang dibahas dalam penelitian ini, dilihat dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan akan diperolehnya suatu tambahan pengetahuan mengenai penerapan strategi tersebut terhadap kinerja penjualan industri.

Ketiga, melalui hasil analisis menggunakan pengujian secara simultan, maka akan diketahui faktor mana saja yang lebih berperan penting di dalam menentukan kinerja penjualan industri yang diamati, sehingga darisini diharapkan diperoleh pengetahuan teoritis dari strategi yang diterapkan oleh industri yang sedang mengalami pertumbuhan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan informasi bagi pelaku bisnis mengenai efektivitas strategi bisnis yang sedang mereka jalankan.

Keempat, melalui pengujian empiris yang menggunakan data *time-series* dari variabel konsentrasi industri yang dihubungkan dengan variabel strategi harga dan variabel strategi ekspor, dilihat dari sisi pengembangan ilmu pengetahuan diharapkan akan menambah pengetahuan dalam kajian ekonomi industri yang terkait. Begitupun halnya masuknya variabel tambahan berupa keadaan strategi harga masa lalu dan potensi permintaan pasar yang diuji secara bersama dengan faktor-faktor lainnya diharapkan akan memberikan tambahan pengetahuan dalam kajian ekonomi industri.

Kelima, melalui analisis ekspor yang dilakukan diharapkan menambah pengetahuan di bidang pengembangan ilmu pengetahuan. Dalam kajian empiris yang

telah dilakukan oleh beberapa ahli memperlihatkan bahwa pertumbuhan ekonomi dari negara berkembang berasal dari ekspor, dan kontribusi perusahaan-perusahaan besar terhadap ekspor negara-negara berkembang adalah relatif dominan. Penelitian ini menempatkan variabel CR4 dan indeks daya saing produk, indeks daya saing pihak pesaing, dan kinerja penjualan industri dalam model analisisnya, dan diuji secara bersama dengan demikian akan terlihat pengaruh eksistensi perusahaan besar dalam ekspor nasional, daya saing produk, efek pesaing dan kinerja penjualan terhadap strategi ekspor industri. Apakah semua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan dan memiliki arah yang sama, atukah mereka memiliki pengaruh yang berbeda-beda, atukah bersifat tidak menentukan.

Keenam, masuknya variabel daya saing pesaing ke dalam persamaan strategi ekspor, maka akan diketahui efek pesaing di dalam persaingan pasar global. Melalui variabel ini diharapkan akan diperoleh pengetahuan berharga. Efek perilaku pesaing akan bervariasi tergantung dari peranan pentingnya di dalam pasar.

1.4.2. Kebaruan Penelitian

Penelitian-penelitian mengenai hubungan keterkaitan antara strategi harga dan kinerja penjualan industri, atukah hubungan antara strategi ekspor dan kinerja penjualan industri walaupun sudah banyak dikerjakan oleh para ahli ekonomi, baik untuk analisis di tingkat perusahaan maupun analisis di tingkat industri, namun seringkali masih sulit ditemui secara umum. Oleh karena itu, setidaknya hasil-hasil penelitian ini dapat menambah pustaka di bidang kajian ilmu ekonomi industri.

Disamping itu, penelitian ini mencoba mengamati pengaruh variabel strategi harga, strategi ekspor industri, dan konsentrasi industri terhadap kinerja penjualan industri yang dilakukan secara menyeluruh, dan dilakukan pengujian secara bersama-sama merupakan hal yang langka. Begitupun dari sisi metodologi, penelitian ini menggunakan persamaan simultan metode *two stage least squares* untuk memperoleh hasil estimasi yang dianggap terbaik adalah sebagai suatu terobosan dalam aplikasi ilmu ekonomi industri.

Dalam penelitian ini dinyatakan, adanya penerapan strategi harga yang bersifat meningkat, dan adanya penerapan strategi ekspor yang bersifat meningkat, maka kinerja penjualan industri akan turut meningkat. Sebaliknya, keberadaan faktor konsentrasi industri adalah tidak berpengaruh terhadap kinerja penjualan industri.

Selanjutnya, pengaruh faktor konsentrasi industri dan perubahan output terhadap tingkat keuntungan industri pertama kali dilakukan Kilpatrick. Penelitian serupa juga banyak dikerjakan oleh peneliti sebelumnya, namun mereka menggunakan variabel lainnya berbeda-beda disamping variabel konsentrasi, misalnya Khalilzadeh-Shirazi menggunakan Produk Domestik Bruto (GDP), dan lain-lainnya, Rhoades menggunakan variabel pertumbuhan ekonomi dan variabel lainnya. Bahkan penelitian khusus yang melihat pengaruh konsentrasi industri terhadap tingkat keuntungan industri, hal ini pun sudah banyak dikerjakan oleh para peneliti lainnya, diantaranya oleh Bain dan Stigler.

Penelitian ini mencoba menguji kembali apa yang telah dikerjakan oleh Kilpatrick di masa lalu dengan merubah variabel perubahan output dalam penelitian Kilpatrick menjadi variabel perubahan penjualan industri. Penelitian ini menyebut variabel terikatnya sebagai variabel strategi harga dan tingkat keuntungan industri sebagai pengukurnya. Disamping itu, penelitian ini memasukkan variabel baru lainnya berupa strategi harga masa lalu sebagai salah satu variabel penentunya. Penelitian ini menggunakan persamaan simultan metode 2-SLS untuk estimasinya sehingga diharapkan diperoleh hasil estimasi yang lebih baik.

Pada penelitian ini dinyatakan, terjadinya kenaikan permintaan potensial, penerapan strategi harga di masa lalu yang diterima oleh konsumen, dan disebabkan adanya ketersediaan pasar yang masih relatif luas, maka terjadinya penurunan konsentrasi industri menyebabkan produsen industri menerapkan strategi harga yang bersifat meningkat.

Disamping itu, penelitian berusaha mencari tahu faktor-faktor apa saja yang menentukan strategi ekspor industri serta efek pesaing dalam mempengaruhi keberhasilan strategi ekspor yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan industri minyak goreng kelapa sawit Indonesia. Faktor-faktor ini diuji secara bersama-sama guna menentukan keberhasilan strategi ekspor industri yang diamati.

Dalam penelitian ini dinyatakan, meningkatnya daya saing ekspor, dan meningkatnya peran serta perusahaan-perusahaan industri yang memiliki andil pasar

terbesar dalam mengekspor produk, maka ekspor produk akan mengalami peningkatan. Begitupun halnya selama daya saing ekspor industri selalu berada di atas daya saing ekspor para pesaing pasar, maka ekspor akan mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, F., Bormans, Y., Konings, J., & Roeger, W. (2020). Price-cost margins and fixed costs. In *VIVES DISCUSSION PAPER* (No. 85; Vives, Vol. 85, Issue April 2020).
- Ajide, F. M. (2015). Market Concentration and Profitability in Nigerian Banking Industry : Evidence from Error Correction Modeling. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(1), 1–13. <http://ijecm.co.uk/>
- Amador, J., Di Comite, F., Fuss, C., Hagemeyer, J., Montero, Y. M., & Soares, A. C. (2015). *Price-cost margin dynamics and heterogeneity: Evidence from European firm-level data*.
https://www.ecb.europa.eu/home/html/researcher_compnet.en.html.
- Anderson, E., Rebelo, S., & Wong, A. (2020). *Markups Across Space and Time* * .
- Appleyard, D., & Field, A. (2014). *International Economics. Eighth Edition* (Eighth edi). McGraw-Hill Companies, Inc.
- Bain, J. S. (1949). A Note on Pricing in Monopoly and Oligopoly. *American Economic Review*, XXXIX(2), 447–464.
- Bain, J. S. (2009). The Profit Rate as a Measure of Monopoly Power. *The MIT Press* (*The Quarterly Journal of Economics* (1941)), 55(2), 271–293.

- Bajgar, M., Berlingieri, G., Calligaris, S., Criscuolo, C., & Timmis, J. (2019). *Industry Concentration in Europe and North America* (No. 1654; CEP Discussion Paper, Issue 1654).
- Balassa, B., & Noland, M. (1989). RCA USA Japan. *Journal of International Economic*, 4(2), 8–22.
- Barnard, F., Akridge, J., Dooley, F., & Foltz, J. (2012). *Agribusiness Management* (F. Edition (ed.)). Routledge, Taylor& Francis Group.
- Barnard, F. L., Foltz, J., Yeager, E. A., & Brewer, B. (2021). *Agribusiness Management* (Sixth Edit). Routledge.
- Bekteshi, S. A. (2020). Firm Size Related to Export Performance. *International Journal of Business and Society*, VIII(1), 51–61.
- Blažková, I., & Dvouletý, O. (2017). Is the price-cost margin affected by the market concentration? Evidence from the Czech food. *Business and Economic Horizons*, 13(2), 256–269. doi: <http://dx.doi.org/10.15208/beh.2017.19>
- Bruner, H.-P., & Cali, M. (2005). Dynamic of Manufacturing Competitiveness in South Asia: Analysis Through Export Data. In *ERD Working Paper No. 77*.
- Buthelezi, T., Mtani, T., & Mncube, L. (2018). *The extent of market concentration in South Africa's product markets* (No. 05; WORKING PAPER CC). <https://doi.org/10.1093/jaenfo/jnz014>

- Buzzell, R. D., Gale, B. T., & Sultan, R. G. M. (1975). Market Share- a Key to Profitability. *Harvard Business Review*, 1–21. <https://hbr.org/1975/01/market-share-a-key-to-profitabilty>
- Capobianco, A. (2018). *Market concentration* (No. 46). OECD. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.2017.1012>
- Cavalleri, M. C., Eliet, A., Mcadam, P., Petroulakis, F., Soares, A., & Vansteenkiste, I. (2019). *Concentration, market power and dynamism in the euro area* (No. 2253; ECB Working Paper Series).
- Cheong, C., & Hoang, H. V. (2021). Macroeconomic factors or firm-specific factors ? An examination of the impact on corporate profitability before , during and after the global financial crisis Macroeconomic factors or firm-specific factors ? An examination of the impact on corporate profi. *Cogent Economics & Finance*, 9(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1959703>
- Cortes, B. S. (2006). Competition and Export Performance in Japan. *The International Journal of Economic Policy Studies*, 1(October), 71–82.
- Daskin, A. J., & Wu, L. (2005). Observations on the Multiple Dimensions of Market Power. *Antitrust Magazine, Summer 2005, a Publication of the ABA Section of Antitrust Law*, 0–5.
- Deck, C., & Gu, J. (2011). *Price Increasing Competition ? Experimental Evidence*.

- Devine, P. J., Lee, N., Jones, R. M., & Tyson, W. J. (2018). *An Introduction to Industrial Economics* (First Edit). Routledge.
- Erbahar, A. (2020). Two worlds apart ? Export demand shocks and domestic sales. *Review of World Economics*, 156(2), 313–342. <https://doi.org/10.1007/s10290-019-00364-z>
- Eriotis, N. P. (2014). Profit Margin And Capital Structure : An Empirical Relationship. *The Journal of Applied Business Research*, 18(2), 85–88. <https://doi.org/10.19030/jabr.v18i2.2118>
- Fazli, M., Sam, M., & Hoshino, Y. (2013). Sales Growth, Profitability and Performance: Empirical Study of Japanese ICT Industries with Three Asean Countries. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(11), 138–156.
- Ferguson, P. R., & Ferguson, G. J. (1998). *Industrial Economics*. PALGRAVE MACMILLAN.
- Fu, H., Huang, C., Teng, Z., & Fang, Y. (2021). Market Structure, International Competitiveness, and Price Formation of Hainan ’s Fruit Exports. *Hindawi Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2021, 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2021/6664780>
- Fuertes-callen, Y., & Cuellar-fernandez, B. (2019). INTER-RELATIONSHIP

BETWEEN FIRM GROWTH AND PROFITABILITY IN A CONTEXT OF ECONOMIC CRISIS. *Journal of Business Economics and Management ISSN*, 20(1), 86–106.

Furman, J. (2018). *Prepared Testimony to the Hearing on “Market Concentration.”* OECD.

Gapki, R. (2022). Perkembangan Mutakhir Industri Minyak Sawit Indonesia. *GAPKI NEWS*, 1–9. <https://gapki.id/news/3971/perkembangan-mutakhir-industri-minyak...>

Goldar, B., & Aggarwal, S. C. (2005). Trade liberalization and price-cost margin in indian industries. *The Developing Economies*, 3(September), 346–373.

Golub, S. O. C. and S. S. (2008). Export competitiveness and development in LDCs policies , issues and priorities for least developed countries for action during and beyond UNCTAD XII. *United Nations Conference on Trade and Development Palais Des Nations*, 1–78.

Goswami, A. G., Medvedev, D., & Olafsen, E. (2019). *High-Growth Firms: Facts, Fiction, and Policy Option for Emerging Economies*. World Bank Group. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1368-9>

Gujarati, D. N., & Porter, D. N. (2009). Basic Econometrics. In *Introductory Econometrics: A Practical Approach* (Fifth Edit). McGraw-Hill Companies, Inc.

- Hall, R. E. (2008). Potential Competition, Limit Pricing, and Price Elevation from Exclusionary Conduct. *Competition Law and Policy*, 433(1), 433–448.
- Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi* (Cetakan ke). LP3ES.
- Haworth, R. (2019). Increased corporate concentration and the influence of market power. In *Impact Series Barclays* (No. 05; Impact Series).
- Hong, S., Yang, C., & Wen, H. (2020). Research on Sales Strategy Based on Supermarket Pipeline Data. *Journal of Data Analysis and Information Processing*, 08(03), 99–109. <https://doi.org/10.4236/jdaip.2020.83006>
- Howe, W. S. (1978). *Industrial Economics An Applied Approach*. THE MACMILLAN PRESS LTD.
- Irawan, B. (2021). Dampak Kebijakan Hilirisasi Industri Kelapa Sawit Terhadap Permintaan CPO pada Industri hilir. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 12(1), 29–43.
- Isik, O., & Tasgin, U. F. (2017). Profitability and Its Determinants in Turkish Manufacturing Industry : Evidence from a Dynamic Panel Model. *International Journal of Economics and Finance*, 9(8), 66–75. <https://doi.org/10.5539/ijef.v9n8p66>
- Issabekov, O. (2019). The Analysis of Export Competitiveness of. *Advances in*

Intelligent Systems Research, 164, 166–168. <https://doi.org/10.2991/mmssa-18.2019.40>

Jangili, R. (2020). *Profitability in Emerging Markets : Efficiency or Market Power ? A Study of Indian Firms Profitability in Emerging Markets : Efficiency or Market Power ? A Study of Indian Firms* (No. 003; WP-2020-003).

Kastratović., R., Lončar, D., & Milošević, S. (2019). Market concentration and profitability : the empirical evidence from Serbian manufacturing. *Proceedings of Rijeka School of Economics*, 37(1), 213–233.
<https://doi.org/10.18045/zbefri.2019.1.213>

Kemenperin. (2019). *Profil komoditas Minyak Goreng*.

Khalilzadeh-Shirazi, J. (1974). Market Structure and Price-Cost Margins in United Kingdom Manufacturing Industries. *The Review of Economics and Statistics*, 57–76.

Kilpatrick, R. W. (1968). Stigler on the Relationship between Industry Profit Rates and Market Concentration. *Journal of Political Economy*, 76(3), 479–488.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1086/259418>

Kim, S., & Park, D. (2011). Ownership Structure and Export Performance: Firm-Level Evidence from the Republic of Korea. In *ADB Economics Working Paper series* (Issue 295).

- Klenow, P., Li, H., & Naff, T. (2019). Is Rising Concentration Hampering Productivity Growth? *FRBSF Economic Letter*, November 4.
- Lee, C., & Lee, C. (2007). *SCP, NEIO and Beyond* (Working Paper Series Vol. 2007-05, Vol. 2007).
- Liew, S. L., Arip, M. A., & Puah, C. H. (2021). Determinants of export competitiveness of agricultural products in malaysia. *International Journal of Business and Society*, 22(2), 618–636. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3747.2021>
- Lipczynski, J., Wilson, J., & Goddard, J. (2005a). *Industrial Organization* (Second edi). Prentice Hall.
- Lipczynski, J., Wilson, J., & Goddard, J. (2005b). *Industrial Organization John Lipczynski John Wilson John Goddard Competition, Strategy, Policy*. Prentice Hall.
- Lipczynski, J., Wilson, J. O. S., & Goddard, J. (2017). *Industrial Organization Competition, Strategy and Policy* (Fifth edit). Pearson Education Limited.
- Lipsey, & Chrystal. (2015). *Economics* (13th editi). Oxford University Press.
- Listyarini, T., & Syukra, R. (2022). RI Sukses Jalankan Program Hilirisasi Sawit. *BERITA SATU*.
- Loecker, J. De, & Eeckhout, J. (2017). *The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications* (No. 23687; Working Paper 23687).

<http://www.nber.org/papers/w23687>

Margaretha, F., & Supartika, N. (2016). Factors Affecting Profitability of Small Medium Enterprises (SMEs) Firm Listed in Indonesia Stock Exchange. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(2), 132–137.

<https://doi.org/10.7763/joebm.2016.v4.379>

Martin, S. (1988). *industrial economics: Economic Analysis and Public Policy*. Macmillan Publishing Company, Inc.

Martin, S. (2010). *Industrial Organization in Context* (First publ). Oxford University Press.

Matkovski, B., Zeki, S., Dokic, D., Jurjevic, Z., & Duric, I. (2022). Export Competitiveness of Agri-Food Sector during the EU Integration Process : Evidence from the Western Balkans. *Foods MDPI*, 11(2022), 1–16.

<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/foods11010010>

Mazón, C. (1993). Is Profitability Related to Market Share ? An Intra-Industry Study in Spanish Manufacturing. *BANCO DE ESPANA*, 1–32.

Miles, J. (2016). *Principles of Antitrust Law* (Issue April).

Montero, J. M., & Urtasun, A. (2014). Price-Cost Mark-Ups in the Spanish Economy: A Microeconomic Perspective. In *SSRN Electronic Journal. Documentos de Trabajo* (No. 1407). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2432880>

- Muratoglu, G., & Muratoglu, Y. (2016). Determinants of Export Competitiveness: Evidence from OECD Manufacturing. *Economics and Political Economy*, 21(March), 111–118. <https://doi.org/10.1453/jepe.v3i1.659>
- Nagle, T. T., & Muller, G. (2018). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably* (Sixth edit). Routledge.
- Nowakowski, M., & Karasiewicz, G. (2016). Market Structure and Price-Cost Margins in European Retail Gasoline Industry. *JMBA.CE*, 24(3), 105–124. <https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.178>
- Nuraeni, & Rasadiah. (2018). Analysis Cost Production Against Maked Fried Oil Located In Hamlet Talolo Districk Tinambung Polewali Mandar. *JEPA*, 1(1), 29–39.
- Ornstein, S. I. (1975). Empirical Uses of the Price-Cost Margin. *The Journal of Industrial Economics*, 24(2), 105–117. <https://doi.org/10.2307/2097904>
- Otamurodov, S., Zhu, S., Zhong, T., & Ul Haq, I. (2016). The Role of Extensive Margin and Intensive Margin in Kazakhstan's Export Growth. *ECOFORUM*, 5(2), 9–16. <http://www.ecoforumjournal.ro>
- Pervan, M., Pervan, I., & Ćurak, M. (2019). Determinants of firm profitability in the Croatian manufacturing industry : evidence from dynamic panel analysis. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 32(1), 968–981.

<https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1583587>

Pike, C. (2018). Market concentration. *Organisation for Economic Co-Operation and Development DAF/COMP/WD(2018)46*, 1–26.

<https://doi.org/10.1377/hlthaff.2017.1012>

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*.

Posner, R. A., & Landes, W. M. (1981). Market Power in Antitrust Cases. *HARVARD LAW REVIEW*, 94(5), 937–996.

Preciados, L., & Zabala, A. R. (2019). Factor Abundance and Export Competitiveness: Hecksher-Ohlin (HO) Theorem for Philippines and Japan Trade. *Journal of Educational and Human Research Development*, 7, 24–40.
<http://ijterm.org/index.php/jehrd/article/view/17>

Redaktur GAPKI. (2022). *Palm Oil in 2021 and Prospect in 2022*. GAPKI.

Redaktur Krakatau. (2018, April). Higher Revenue, Sales Volume and Gross Profit. *NEws Letter, Press Rilis, GAPKI*, 1–3.

Redaktur Sulindo. (2022, March 10). Sejarah Minyak Goreng Sawit di Indonesia. *Koran Sulindo*.

Rhoades, S. A., & Cleaver, J. M. (1973). The Nature of the Concentration-Price/Cost Margin Relationship for 352 Manufacturing Industries: 1967. *Southern Economics Journal*, 40(1), 90–102. <https://doi.org/10.2307/1056296>

- Rindayati, W., & Akbar, R. (2022). COMPETITIVENESS AND DETERMINANTS OF INDONESIAN FROZEN SHRIMP EXPORTS TO NON-TRADITIONAL MARKETS. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 19(3), 367–378.
- Ritchie, H., & Roser, M. (2021). Palm Oil. *Our World Data*, juni 2021.
- Rittaler, J. B. (2019). *Industrial Concentration and the Chicago School of Antitrust Analysis* (online pub). Verlag Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b13907>
- Riyani, Darsono, & Ferichani, M. (2018). Analisis Permintaan Ekspor Komoditas Pertanian Indonesia oleh Pasar Tiongkok. *Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 4, 120–128.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18196/agr.4267>
- Rosita, N. (2017). Analysis of Work Performance and Export Competitiveness in Province of Indonesia. *SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS*, 1(3), 277–296.
- Ruzekova, V., Kittova, Z., & Steinhauser, D. (2020). Export Performance as a Measurement of Competitiveness. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 145–160.
- Sakti, I. M. (2020). The Effect of Market Structure on Bank Performance in Central Java Pengaruh Struktur Pasar terhadap Kinerja Bank di Jawa Tengah. *Jurnal Economia*, 16(1), 112–129. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Salinger, M. (1990). The Concentration-Margins Relationship Reconsidered. In

- Brookings Papers: Microeconomic* (Brookings Papers: Microeconomics).
- Salvatore, D. (2013). International Economics. In *Through the Global Lens* (Eleventh E). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.4324/9781315662367-15>
- Steinbaum, M., & Abdella, A. (2018). The United States Has a Market Concentration Problem Reviewing Concentration Estimates in Antitrust Market, 2000-Present. *Rooseveltingstitute.Org*, *SEPTEMBER*, 1–14.
- Sulistianingsih, E. (2019). ESTIMASI MODEL PERSAMAAN SIMULTAN DENGAN METODE TWO STAGE LEAST SQUARE (2SLS). *Buletin Ilmiah Math. Stat. Dan Terapan (Bimaster)*, *08(4)*, 653–658.
- Sumodiningrat, G. (2018). *Ekonometrika, Pengantar* (Kedua). BPFE-Yogyakarta.
- Taiebnia, A., Mohammadali, H., & Rahmani, T. (2019). Profit Rate Stickiness and Bank Specific Characteristics : Empirical Study of Panel Hidden Cointegration. *Journal of Money and Economy*, *14(1)*, 1–25. <https://jme.mbri.ac.ir>
- Toni, D. De, Milan, S. G., Saciloto, B. E., & Larentis, F. (2017). Pricing strategies and levels and their impact on corporate profitability. *Revista de Administração*, *52(2)*, 120–133. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.12.004>
- Uroos, A., Atiq, Z., & Siddiqui, A. H. (2021). Estimating Extensive , Quantity and Price Margin in Export Growth of Pakistan. *Indian Journal of Economics and Business*, *20(4)*, 707–717. <http://www.ashwinanokha.com/IJEB.php>

- Usman, M., U, M. R., Baihaqi, A., & Srihandayani. (2019). Analysis of Export Competitiveness of Natural Rubber from Indonesia and Thailand in the International Market. *ECONOMIT JOURNAL*, 1(NOVEMBER 2021), 220–230.
- Uzonwanne, C., & Ezenekwe, U. R. (2019). Market structure. *Research Gate*, November.
- Varian, H. R. (2014). Intermediate Microeconomics. In *W. W. Norton & Company • New York • London* (Ninth edit). W.W. Norton & Company.
- Weiss, L. W. (1979). Structure-Conduct-Performance Paradigm and Antitrust. *UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA LAW REVIEW*, 127, 1104–1140.
- Wright, J. D. (2020). Towards a Better Understanding of Concentration: Measuring Merger Policy Effectiveness. *DAF/COMP/WD(2018)69 OECD*, 2018.
- Yadav, I. S., Pahi, D., & Gangakhedkar, R. (2022). The nexus between firm size, growth and profitability: new panel data evidence from Asia–Pacific markets. *European Journal of Management and Business Economics*, 31(1), 115–140.
<https://doi.org/10.1108/EJMBE-03-2021-0077>