

BAB II

TINJAUAN TEORI

2.1 Landasan teori

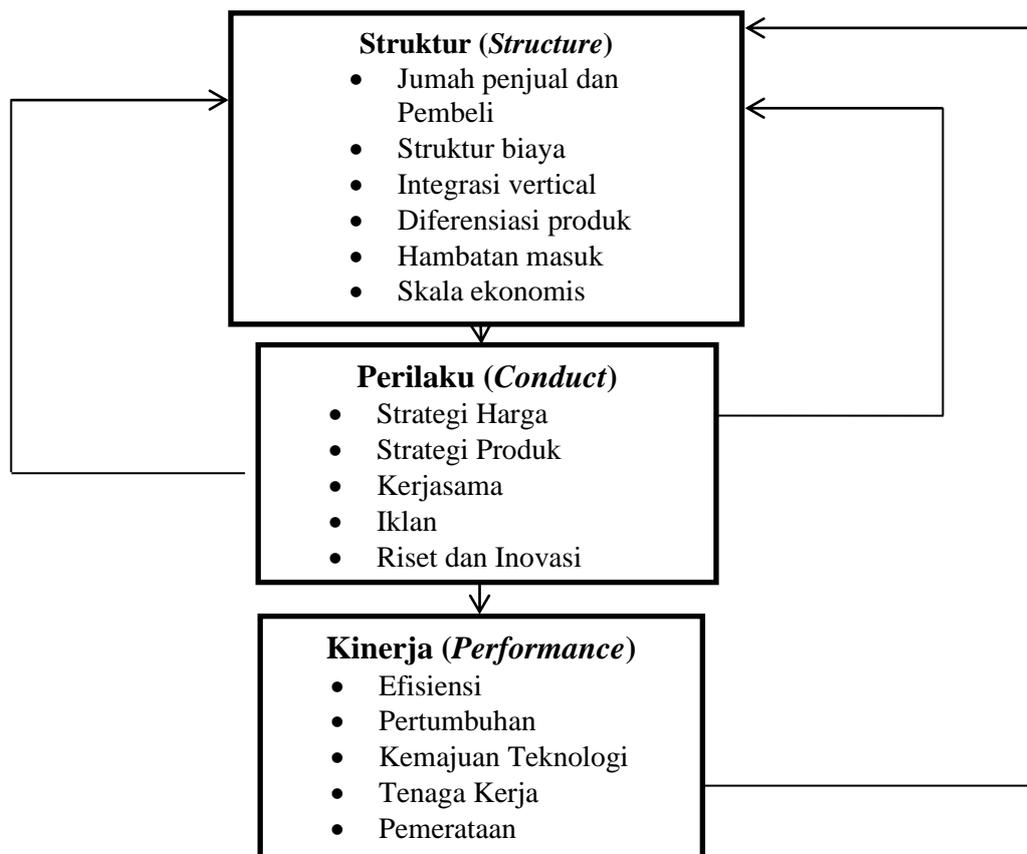
2.1.1 Teori Organisasi Industri

Organisasi industri merupakan bidang ekonomi untuk mempelajari perilaku strategis, struktur pasar, dan interaksi bisnis. Teori organisasi industri telah mempresentasikan kekuatan persaingan perdagangan yang ketat dan kemampuan perusahaan yang mempengaruhi pasar. Secara umum, organisasi industri menganalisis hubungan antara struktur pasar dan perilaku bisnis dan menentukan efisiensi bisnis. Tujuan utama ekonomi industri adalah untuk mengembangkan alat untuk menganalisis proses pasar dan dampaknya terhadap efisiensi ekonomi. *Structure Conduct and Performance* (SCP) adalah sebuah paradigma atau kerangka kerja dalam ekonomi industri yang menyatakan bahwa struktur pasar suatu industri akan mempengaruhi perilaku pelaku pasar, yang pada gilirannya akan menentukan kinerja industri tersebut. Ada dua teori dalam metode SCP, yaitu hubungan yang stabil dan manajemen penyebab dan akibat dari metode struktur kerja dan SCP dimulai dengan langkah-langkah empiris bahwa langkah-langkah kekuatan pasar dapat dihitung dari data yang tersedia (Kuncoro, 2007).

Kajian – kajian organisasi industri mencakup pembahasan tentang struktur pasar, perilaku, dan kinerja industri. Kajian ini membahas tujuan perusahaan dan bagaimana perusahaan menetapkan harga yang dipengaruhi oleh semakin meningkatnya konsentrasi industri (Hasibuan, 1993). Secara mikro pengertian

industri adalah kumpulan dari perusahaan – perusahaan yang mneghasilkan barang – barang yang homogen. Namun, secara makro pengertian industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah yang menghasilkan barang atau jasa (Hasibuan, 1993)

Metode SCP berpusat pada analisis bagaimana struktur pasar berhubungan dengan perilaku dan kinerja. Tingkat laba yang ingin dicapai oleh suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh industrinya. Keterlibatan ini dianggap sebagai penentu situasi struktur pasar dan perilaku, yang berdampak pada kinerja ekonomi industri. Pada model berikut, Scherer menjelaskan studi tentang keterkaitan antara komponen struktur, perilaku, dan kinerja dalam pendekatan SCP.



Gambar 2.1 Model Organisasi Industri

Sumber: (Hasibuan, 1993)

Elastisitas permintaan yang berkaitan dengan jumlah barang dan tingkat harga menunjukkan kondisi awal, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1 dengan lebih banyak elastisitas, Struktur pasar cenderung lebih terkonsentrasi dan oligopolistik, sehingga memungkinkan perusahaan dalam suatu industri mempengaruhi tingkat harga. Faktor-faktor seperti jumlah konsumen dan produsen, variasi produk, batasan dalam pasar, serta tingkat penggabungan vertikal dan variasi usaha merupakan beberapa ciri pasar yang mencerminkan jenis struktur pasar.

Dalam sektor industri, karakteristik struktur pasar sangat penting untuk menentukan lingkungan persaingan antar perusahaan. Struktur pasar adalah skema komunikasi antara produsen dan konsumen yang menunjukkan tingkat persaingan dalam menentukan tingkat konsentrasi dan hambatan keluar dan masuk ke pasar (Clarke, 2003). Semakin banyak konsentrasi industri, semakin sedikit persaingan, dan pesaing lain sering menghadapi tantangan untuk masuk ke pasar. Ini menghasilkan konsentrasi kekayaan, yang menghambat pemerataan pembangunan dan menyebabkan inefisiensi perekonomian (Aryad et al., 2014).

Perilaku perusahaan saat menjalankan bisnisnya sering dikaitkan dengan struktur pasar. Menurut Teguh (2016), perilaku adalah apa yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menggunakan strategi yang berbeda untuk memperluas pangsa pasar. Elemen perilaku mencakup tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk melaksanakan strategi tertentu dalam merebut pangsa pasar, yang meliputi penetapan harga, perancangan produk, penggabungan, promosi, pemasaran, serta

riset dan pengembangan. Menurut pendekatan SCP, perilaku ini berdampak pada kinerja perusahaan di industri.

Menurut Gwin (2001), kinerja sektor industri berhubungan dengan ukuran keberhasilan perusahaan yang meliputi faktor-faktor seperti laba, peningkatan, mutu barang, kemajuan teknologi, serta efektivitas. Secara khusus, performa industri memengaruhi struktur pasar dan perilaku, yang dapat dinilai dengan berbagai indikator.

2.1.2 Teori Produksi

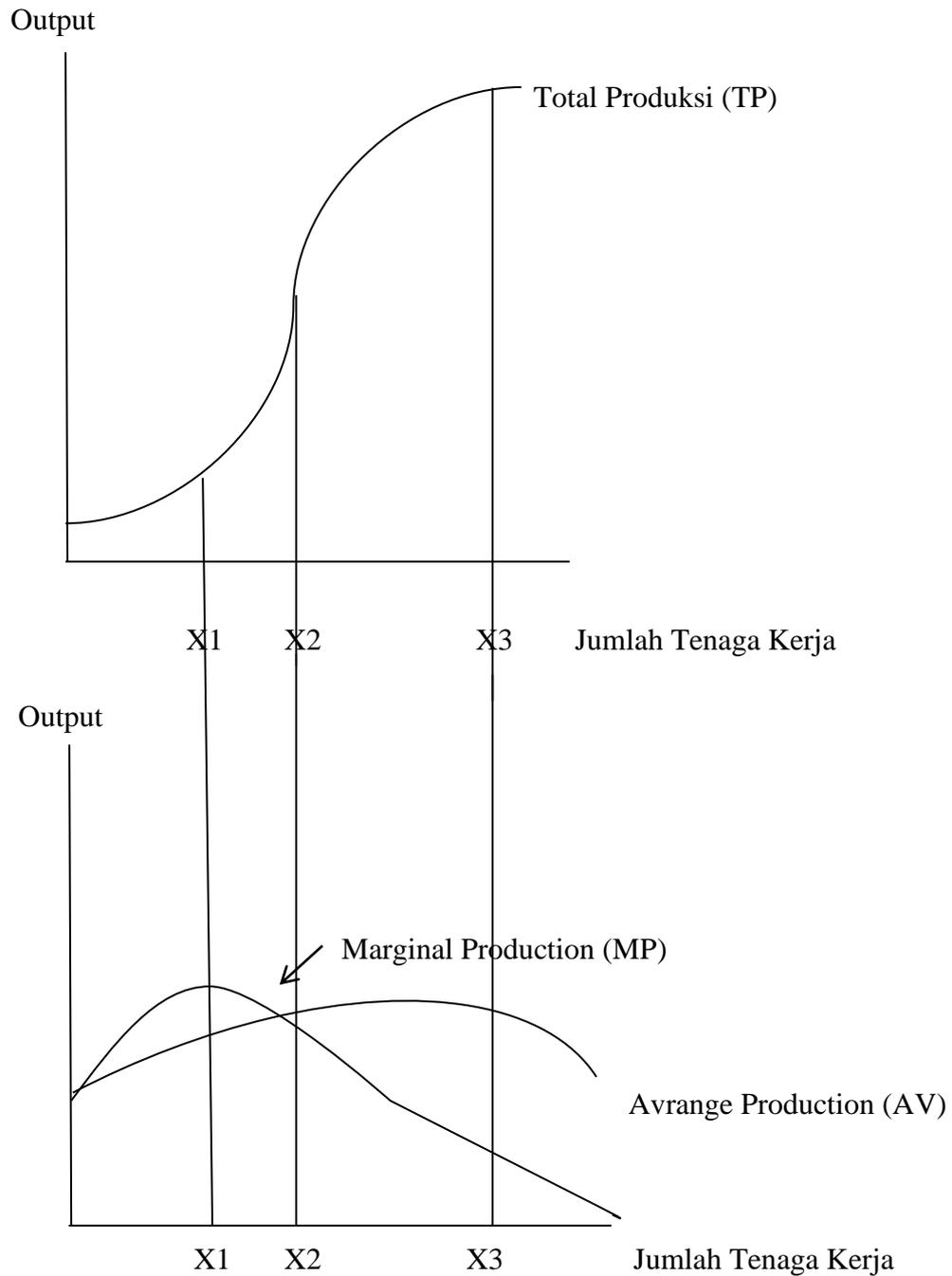
Proses transformasi yang mengubah dua atau lebih sumber daya menjadi satu atau lebih dikenal dengan produksi. Faktor-faktor produksi dalam ekonomi akan menentukan seberapa banyak suatu negara dapat memproduksi barang dan jasa. Elemen produksi terdiri dari empat kategori, yaitu (1) modal, yang merupakan barang yang diciptakan oleh manusia dan dimanfaatkan untuk menghasilkan barang serta jasa yang diperlukan. Tenaga kerja mencakup beragam keterampilan dan keahlian yang dimiliki oleh orang-orang. (3) Sumber daya lain dan tanah, yang diperoleh dari alam seperti bumi, berbagai mineral, produk hutan, dan sumber daya yang bisa diolah menjadi modal. (4) Keterampilan kewirausahaan, yang berupa kemampuan dan keahlian pengusaha dalam mendirikan serta mengembangkan berbagai usaha (Sukirno, 2013).

Di dalam teori ekonomi ada satu asumsi mendasar tentang karakteristik fungsi produksi adalah Hukum Pengembalian yang Menurun. Aturan ini menyatakan bahwa jika kuantitas faktor produksi yang bisa ditingkatkan (seperti tenaga kerja) ditambah satu unit terus menerus, pada awalnya total produksi akan

meningkat hingga akhirnya menjadi negatif. Karakteristik peningkatan output semacam ini akan menyebabkan total produksi meningkat secara perlahan, hingga akhirnya mencapai puncaknya dan kemudian mengalami penurunan (Sukirno, 2013).

Biaya dapat dikelompokkan berdasarkan karakternya, yang berarti mengaitkan antara biaya yang perlu dibayarkan sehubungan dengan produk atau hasil yang diperoleh, yaitu: (a) Biaya tetap adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk seluruh pengeluaran yang bersifat tetap, dan jumlahnya tidak terpengaruh oleh jumlah produk yang dihasilkan. (b) Biaya variabel adalah kewajiban yang harus dilunasi oleh perusahaan pada waktu tertentu untuk semua input variabel yang digunakan dalam proses produksi. (c) Biaya total adalah total dari biaya tetap dan biaya variabel selama proses produksi (Sukirno, 2013).

Kegiatan perusahaan yang menggabungkan berbagai sumber daya untuk menciptakan output dengan pengeluaran yang minimal. Keterkaitan antara Total Produksi (TP), Produksi Rata-rata (AP) dan Produk Marginal (MP) dalam jangka pendek untuk satu tipe input dapat dilihat pada contoh berikut:



Gambar 2.2 Kurva Total Produksi, Marginal Produk, dan Produk rata – rata

Sumber: Sukirno (2016)

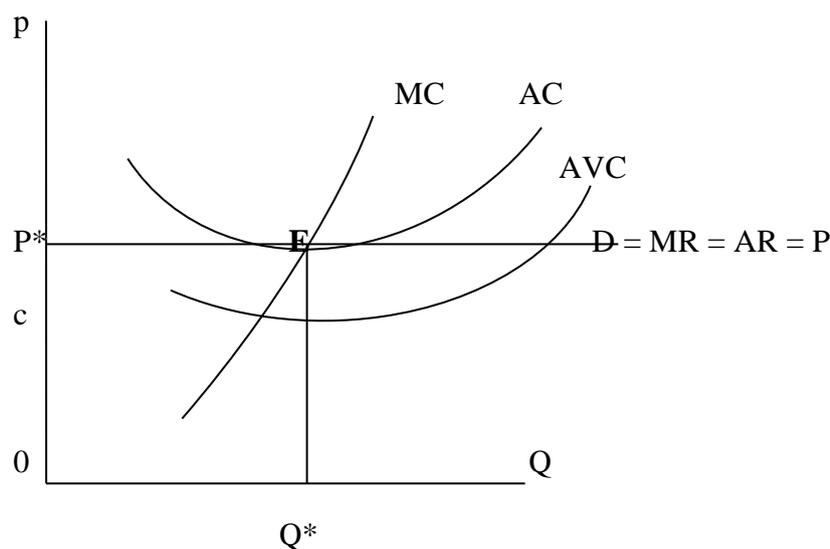
Daerah (I) adalah bagian ketika MP lebih tinggi dibandingkan dengan AP.

Pada kondisi ini tidak logis, sehingga penggunaan input belum mencapai tingkat

efisiensi yang ideal karena dari segi ekonomi, produksi masih memiliki potensi untuk berkembang. Daerah (II) dimulai dari titik maksimum AP atau $AP=MP$ hingga titik di mana $MP = 0$, dengan elastisitas produksi berada di antara angka 0, dan wilayah ini dikenal sebagai kawasan yang masuk akal bagi produsen, di mana efisiensi teknis tercapai ketika garis MP bertemu dengan maksimum AP. Daerah (III) adalah wilayah di mana MP menjadi negatif. Pada tahap ini, elastisitas produksinya kurang dari nol. Di area ini tidak rasional karena penambahan input justru mengakibatkan penurunan output total, sehingga menciptakan inefisiensi.

2.1.3 Struktur Pasar

Dalam hal struktur pasar suatu industri, ada dua kategori pasar: pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual dan pembeli, namun tidak ada satupun yang mampu memengaruhi harga, tidak terdapat halangan bagi kompetitor lain untuk bergabung dalam pasar.

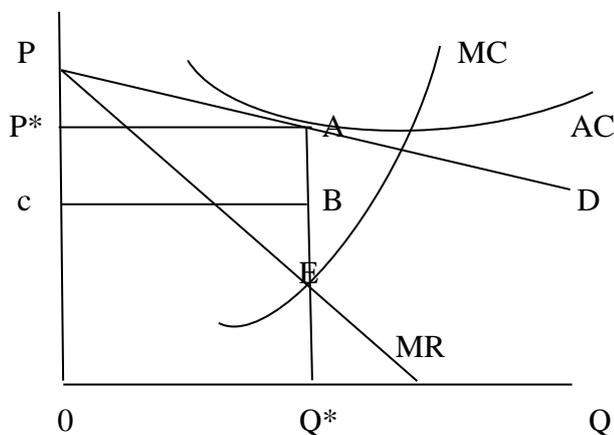


Gambar 2.3 Keseimbangan Struktur Pasar Persaingan Sempurna

Sumber: Sukirno (2016)

Gambar 2.3 kurva pasar persaingan sempurna, menggambarkan kurva marginal biaya produksi dan kurva pendapatan marginal produk ($MC = MR$) seimbang. Pada titik ini kurva biaya produksi rata-rata/rata-rata (AC) memotong kurva MC , sehingga produsen dapat surplus konsumen jika tingkat harga rendah sama dengan biaya produksi rata-rata ($P = AC$) untuk mendapatkan keuntungan normal untuk bertahap. Pada pasar persaingan sempurna untuk mencapai surplus konsumen maka perusahaan harus biaya marginal produksi dan pendapatan marginal ($MR = MC$) seimbang. Pada titik ini dimana perusahaan mencapai surplus konsumen ketika biaya marginal, pendapatan marginal dan harga mencapai titik keseimbangan ($MC = MR = P$).

Monopoli merupakan salah satu jenis pasar yang hanya ada satu perusahaan yang beroperasi, dan barang yang ditawarkan tidak memiliki pengganti yang serupa. Umumnya, laba y diperoleh melebihi tingkat normal, dan hal ini terjadi ada rintangan yang sangat kuat bagi perusahaan lain untuk masuk ke dalam sektor tersebut.

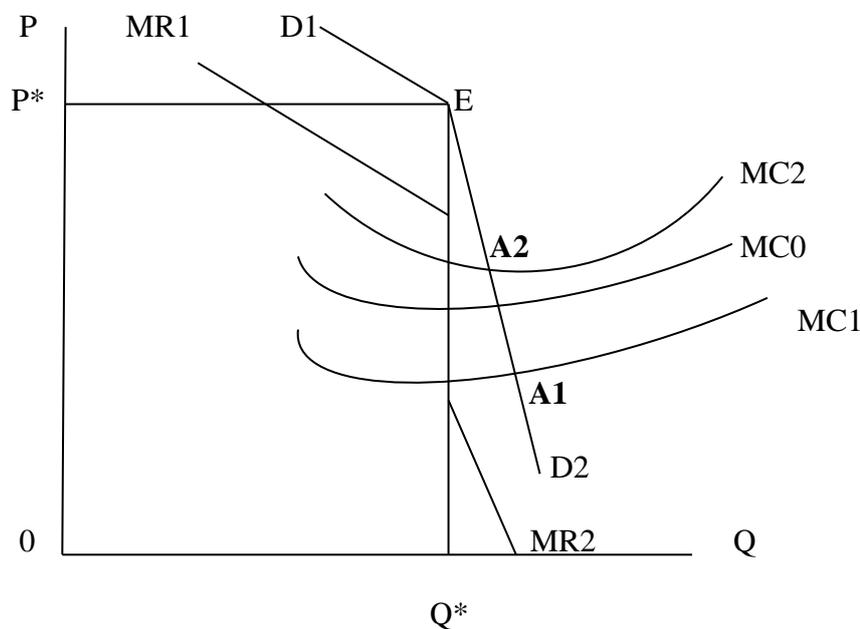


Gambar 2.4 Keseimbangan Pasar Struktur Persaingan Monopoli

Sumber: Sukirno (2016)

Gambar 2.4 dalam pasar monopoli menunjukkan bahwa kurva marginal biaya produksi dan pendapatan marginal ($MC = MR$) saling berpotongan, untuk mencapai laba maximum pada pasar monopoli maka harga harus lebih besar dari pada biaya produksi rata – rata ($P > AC$). Pada pasar monopoli tingkat konsentrasi tergolong tinggi sehingga tidak mencapai tingkat efisien (Surplus Konsumen) karena marginal biaya produksi dan pendapatan marginal lebih kecil dari pada harga ($MC = MR < P$).

Pasar oligopoli terdiri dari banyak penjual dan pembeli untuk satu jenis produk, setiap perusahaan mempunyai satu atau lebih saingan di pasar, dan setiap perusahaan hanya memiliki sebagian permintaan pasar. Setiap keputusan diambil oleh satu perusahaan akan berdampak pada perusahaan lain, perusahaan lain akan selalu mengawasi tindakan tersebut.

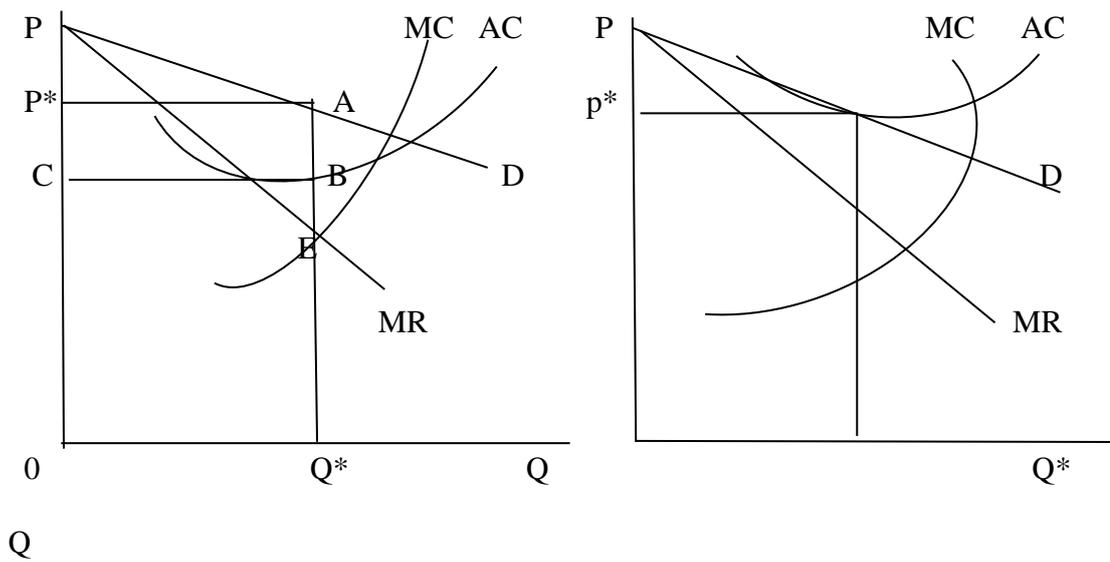


Gambar 2.5 Keseimbangan Pasar Perusahaan Oligopolis
 Sumber: Sukirno (2016)

Pada Gambar 2.5 menunjukkan kurva pasar perusahaan oligopoli, Kurva ini menunjukkan biaya marginal produk dan pendapatan marginal saling berpotongan. Jika biaya marjinal yang awalnya dihadapi oleh produsen dalam pasar oligopoli adalah MCo , maka untuk mencapai keuntungan tertinggi, perusahaan harus beroperasi pada level produksi di mana MCo sama dengan MR . Dalam situasi ini, jumlah barang yang perlu diproduksi adalah Q dengan harga penjualan P . Apabila terjadi perubahan dalam biaya produksi, misalnya jika biaya produksi meningkat, maka biaya marjinalnya akan berubah menjadi $MC1$ yang masih berada pada kurva MR di titik $a1$ dan $a2$, dan perusahaan tetap dapat meraih keuntungan maksimum pada harga P dan jumlah output Q . Keadaan serupa juga akan muncul jika biaya produksi menurun dan biaya marjinalnya berganti menjadi $MC2$. Selama kurva MC memotong kurva MR di titik $a1$ dan $a2$, maka harga dan jumlah barang yang dihasilkan oleh perusahaan oligopoli tersebut tetap tidak berubah.

Pasar oligopoli tingkat konsentrasi tergolong cukup tinggi. Hal ini perusahaan harus biaya marginal produksi dan pendapatan marginal seimbang. Pada titik ini perusahaan mencapai tidak mencapai surplus konsumen ketika biaya marginal, pendapatan marginal lebih kecil dari harga.

Persaingan monopolistik merupakan bentuk persaingan yang tidak sempurna, ada banyak produsen yang saling bersaing namun menawarkan produk yang berbeda (seperti merek, kualitas) dan akibatnya tidak saling menggantikan secara sempurna.



(a) Kurva Jangka Pendek

(b) Kurva Jangka Panjang

Gambar 2.6 Kondisi Pasar Perusahaan Monopolistik

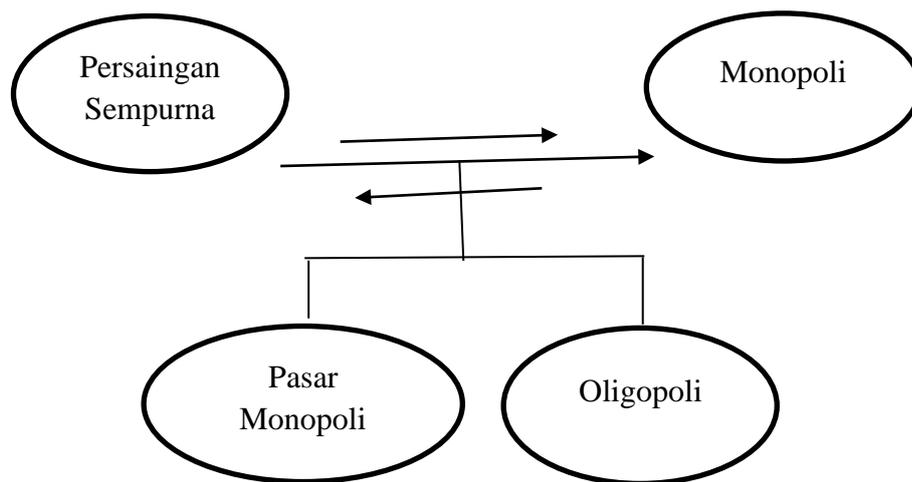
Sumber: Sukirno (2016)

Pada Gambar 2.6 terlihat keseimbangan pasar perusahaan monopolistik jangka pendek dan kurva jangka panjang. Kurva jangka pendek perusahaan dalam persaingan monopolistik. Perusahaan berusaha untuk mencapai laba maximum dan memproduksi jumlah dimana ($MR = MC$). Perusahaan mencapai laba maximum ketika harga lebih besar dari pada biaya rata rata produksi ($P > AC$). Pada pasar monopolistik perusahaan harus biaya marginal produksi dan pendapatan marginal ($MR = MC$) seimbang. Pada titik ini dimana perusahaan mencapai tidak mencapai surplus konsumen ketika biaya marginal, pendapatan marginal lebih kecil dari harga ($MC = MR < P$). Kurva jangka panjang perusahaan dalam persaingan monopolistik. Perusahaan masih berproduksi jika biaya marjinal dan pendapatan marjinal sama ($MC = MR$) namun, kurva permintaan (MR dan AC) telah bergeser karena perusahaan lain memasuki pasar

dan meningkatkan persaingan. Tetapi pada keadaan ini perusahaan hanya mencapai laba normal yaitu harga sama dengan biaya rata rata produksi ($P = AC$).

2.1.4 Konsentrasi Industri

Berdasarkan Church dan Ware (2000), Konsentrasi industri mengacu pada seberapa banyak perusahaan besar mendominasi suatu industri atau pasar. Ini menggambarkan tingkat dominasi beberapa perusahaan dalam suatu pasar, yang dapat memengaruhi struktur pasar, harga, dan inovasi. Contohnya dapat dilihat dari pertumbuhan hasil penjualan yang semakin meningkat.



Gambar 2.7 Derajat Penguasaan Pasar

Sumber: Teguh (2010)

Gambar 2.7 menggambarkan bentuk ekstrem pasar yang terletak di kedua kutub, yaitu pada kutub pertama atau sisi kiri pasar yang didominasi oleh banyak penjual, di mana setiap penjual tidak mempunyai kekuatan untuk memengaruhi penjual lainnya. Tingkat konsentrasi industri itu adalah 0 persen jika semua produk didistribusikan secara merata kepada setiap pesaing di industri, dan struktur pasar yang relevan adalah pasar persaingan sempurna. Di sisi lain, jika

pasar sepenuhnya dikuasai oleh perusahaan dengan konsentrasi 100 persen, perusahaan lain akan sulit untuk memasuki pasar tersebut dan cenderung tidak ada persaingan, yang menunjukkan bahwa itu adalah monopoli. Rasio Konsentrasi (CR4) merupakan instrumen yang digunakan untuk menilai konsentrasi perusahaan. Ini adalah instrumen dasar untuk menilai tingkat konsentrasi perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar CR4:

$$CR4 = \frac{\text{Nilai Output Empat Perusahaan}}{\text{Nilai Output}} \times 100 \dots \dots \dots (1)$$

Nilai CR4 berkisar dari nol hingga satu. Semakin tinggi nilai CR4, semakin monopolis struktur pasar, dan sebaliknya, semakin rendah nilainya (mendekati nol) maka persaingan semakin sempurna. Berikut klasifikasi CR4 tabel 2.1 menunjukkan sebagai berikut (Hasibuan, 1993).

Tabel 2.1
Pengklasifikasian CR4

Nilai CR4 (%)	Kategori Interpretasi Terkait Struktur Pasar
CR = 0	Persaingan sempurna
0 , CR4 < 40	Rendah Persaingan secara efektif atau persaingan monopoli
41 < CR4 < 60	Monopoli
61 < CR4 < 90	Menuju menengah kebawah persaingan monopoli atau oligopoli longgar
CR4 > 91	Menuju menengah keatas persaingan oligopoli ketat atau perusahaan mendominasi dengan competitive fringe
CR4 = 100	Tinggi perusahaan dominan dengan competitive fringe atau monopoli efektif
	Monopoli

Sumber: Hasibuan (1993)

Klasifikasi umum pencapaian CR4 dengan mengaitkan CR4 dengan karakteristik struktur pasar pasar. Industri dengan tingkat rasio minimum nol (0)

digolongkan ke dalam industri dengan karakteristik struktural pasar persaingan sempurna. Sementara itu, industri dengan tingkat rasio konsentrasi maksimum seratus (100) digolongkan ke dalam industri dengan karakteristik struktural monopoli.

Menurut Bain, tingkat konsentrasi dibagi beberapa kelompok atau tipe oligopoli sebagai berikut (Hasibuan, 1993).

1. Tipe pertama, oligopoli kelompok pertama dibagi dua yaituyaitu kelompok oligopoli penuh jika perusahaan mengenai sekitar 86% dari jumlah produksi atau sembilan perusahaan 99% jumlah barang dipasaran.
2. Tipe kedua adalah empat perusahaan terbesar menguasai produksi sekitar 75% atau delapan perusahaan terbesar menguasai 88%.
3. Tipe ketiga, adalah empat perusahaan terbesar menguasai produksi sekitar 61% atau delapan perusahaan terbesar menguasai 78%.
4. Tipe keempat adalah empat perusahaan terbesar menguasai produksi sekitar 38% atau delapan perusahaan terbesar menguasai 45%.
5. Tipe kelima adalah empat perusahaan terbesar menguasai produksi sekitar 22% atau delapan perusahaan menguasai 32%.

Ada beberapa penyebab konsentrasi, salah satunya kekurangan sumber daya alam (SDA), meskipun pihak membutuhkannya untuk sumber daya seperti listrik dan bahan bakar minyak. Bisnis besar mudah mendapatkan pangsa pasar dan berkembang di pasar dengan pertumbuhan ekonomi yang lambat, dan sebaliknya. Perusahaan berskala besar dapat mencapai tingkat efisiensi produksi yang lebih tinggi karena mereka memiliki kemampuan untuk membeli dalam jumlah besar,

seperti saat membeli bahan-bahan untuk produksi. Selain itu, biaya transportasi yang diperlukan dapat dibayar dalam satu transaksi tanpa harus dilakukan berulang kali seperti perusahaan kecil (Hasibuan, 1993).

2.1.5 Efisiensi

Efisiensi adalah tolak ukur dari nilai tambah yang diciptakan oleh sektor industri dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, seperti tenaga kerja, bahan baku, investasi, dan lain-lain (Hasibuan, 1993). Efisiensi mencerminkan cara transformasi dalam hasil berkaitan dengan biaya pengeluaran yang dilakukan oleh sektor industri, atau dapat juga diartikan sebagai rasio antara pengeluaran yang diperlukan untuk memproduksi tiap unit output yang dihasilkan.

Meningkatkan hasil produksi tanpa mengurangi input, namun mengelolanya secara optimal, agar dapat memberikan output yang lebih besar dibanding produksi sebelumnya (Hasibuan, 1993). Efisiensi produksi adalah jumlah biaya yang diperlukan untuk menghasilkan suatu produk. Efisiensi bisa diukur dengan cara berikut:

$$\text{EFF} = \text{NILAI TAMBAH} / \text{BIAYA MADYA} \dots \dots \dots (2)$$

Dalam arti ekonomi, efisiensi lebih menekankan jumlah input yang digunakan dalam proses produksi. Ada tiga cara untuk mengukur efisiensi.

1. Efisiensi teknik, yang menunjukkan jumlah fisik dari satu atau lebih masukan yang diterapkan dalam proses produksi, yang diukur dengan membandingkan masukan dengan keluaran.
2. Efisiensi distribusi, yang menggambarkan jumlah nyata dari semua elemen produksi yang diterapkan dalam proses produksi.

3. Efisiensi ekonomi: Ini merujuk pada total nilai semua masukan yang digunakan untuk menghasilkan keluaran.

Sebuah perusahaan atau organisasi dikatakan efisien jika mampu menghasilkan output yang lebih banyak dengan input yang sama atau lebih sedikit. Nilai tambah bersama biaya madya digunakan untuk menilai tingkat efisiensi. Rasio yang lebih kecil menunjukkan tingkat efisiensi yang lebih tinggi sejalan dengan biaya madya yang digunakan untuk memproduksi unit.

2.2 Penelitian Terdahulu

Syamsurijal et al., (2019) Hasil analisis SCP menunjukkan bahwa struktur pasar industri pengolahan kopi adalah monopoli. Adanya nilai pangsa pasar yang rendah menunjukkan kurangnya peluang bagi perusahaan baru untuk masuk ke industri ini. Menurut analisis perilaku industri pengolahan kopi, strategi produk, harga, dan promosi digunakan. Rasio produktivitas, efisiensi, dan profitabilitas dapat digunakan untuk mengukur kinerja.

Apriani et al., (2024) Berdasarkan hasil regresi, nilai efisiensi dan nilai CR4 tidak berpengaruh terhadap harga pokok minimum, yang menunjukkan kinerja industri pengolahan kopi Indonesia. Pola hubungan antara efisiensi dan produktivitas tenaga kerja terhadap harga pokok minimum berpengaruh positif, sedangkan CR4 berpengaruh negatif.

Amalia dan Firmansyah (2021) Hasil regresi menunjukkan industri kakao memiliki struktur pasar oligopoli yang ketat karena hambatan masuk industri yang tinggi. Perhitungan CR4 dan Minimum Efficient Scale (MES) masing-masing

lebih tinggi dari 60% setiap tahun, dan peningkatan output dan efisiensi internal meningkatkan margin biaya.

Begum (2018) Studi ini secara empiris menguji validitas hipotesis Struktur-Perilaku-Kinerja (SCP) dan Struktur-Efisien (ES) dalam industri gula di Pakistan. Penelitian ini menguatkan hipotesis SCP klasik dan menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara konsentrasi pasar dengan kinerja. Sebaliknya, itu menolak hipotesis ES.

Hasbullah et al., (2015) Hasil penelitian tentang tingkat konsentrasi dan efisiensi industri kecap menunjukkan bahwa konsentrasi industri memengaruhi efisiensi industri. Ditunjukkan bahwa tingkat konsentrasi industri memengaruhi variabel efisiensi. Faktor lain memengaruhi bagian lainnya.

Yuliawati (2017) Temuan penelitian mengenai industri makanan dan minuman Indonesia antara tahun 2009 dan 2013 menunjukkan bahwa pasar memiliki karakteristik persaingan monopolistik dengan banyak kompetitor, namun tidak ada yang menguasai pangsa pasar secara signifikan. Perusahaan baru bisa memasuki industri kapan saja mereka memiliki keuntungan yang lebih tinggi daripada tingkat persaingan biasa, karena rata-rata nilai MES menunjukkan bahwa ada sedikit rintangan untuk memasuki pasar. Struktur pasar dalam industri terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kinerja industri.

Wijaya et al., (2021) Hasil penelitian tingkat konsentrasi yang berkaitan dengan efisiensi produksi besar dan menengah di Jawa Barat. Penelitian menunjukkan bahwa oligopoli timbul akibat dari konsentrasi pasar dalam industri pengolahan di Jawa Timur. Ukuran perusahaan (F Size) dan konsentrasi (CR4)

mempengaruhi secara buruk efisiensi teknik industri besar dan menengah di Jawa Timur.

Apriyanti et al., (2018) Hasil temuan menunjukkan struktur pasar industri kelapa sawit di Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun adalah oligopoli yang belum sempurna dengan konsentrasi pasar rata-rata 83 persen. Pelaku pasar menggunakan strategi harga dan produk untuk menghasilkan kolusi antara mereka. Kinerja pasar Kelapa sawit di Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun menunjukkan adanya tiga saluran pemasaran yang masing-masing memiliki margin yang berbeda. Saluran III dalam pemasaran memiliki margin tertinggi mencapai 34,06 persen. Semakin banyak lembaga pemasaran yang berperan, semakin besar margin pemasaran dan semakin kecil persentase petani.

Mubarok et al., (2023) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsentrasi Rasio (CR4) berdampak negatif dan berpengaruh signifikan terhadap Margin Harga Biaya industri minyak kelapa sawit di Indonesia dari tahun 2015 hingga 2020. Sebaliknya, Rasio Lapangan Kerja (CLR) dan Efisiensi Internal (XEF) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Margin Biaya Harga.

Yusriwandi et al., (2018) Penelitian ini menunjukkan bahwa pasar monopoli terbentuk di pasar. Perilaku pasar karet terjadi dalam persaingan pasar yang tidak ideal. Hasil analisis korelasi dan elastisitas transmisi harga menunjukkan bahwa pasar persaingan memiliki struktur pasar yang tidak sempurna, yang menyebabkan pasar monopsoni. Dalam hal penentuan harga, petani menempati posisi yang paling lemah karena mereka hanya berfungsi

sebagai penerima harga atau price taker. Karena marjin yang besar dan tidak lancar di pasar karet, kinerjanya tidak efisien dan petani paling dirugikan.

Kusumastut et al., (2015) Temuan penelitian mengindikasikan adanya keterkaitan simultan antara struktur perilaku dan kinerja sektor industri makanan serta ketahanan pangan. Pada saat itu, pasar industri makanan semakin terfokus, dan sejumlah KBLI industri makanan mengalami dampak dari krisis keuangan global.

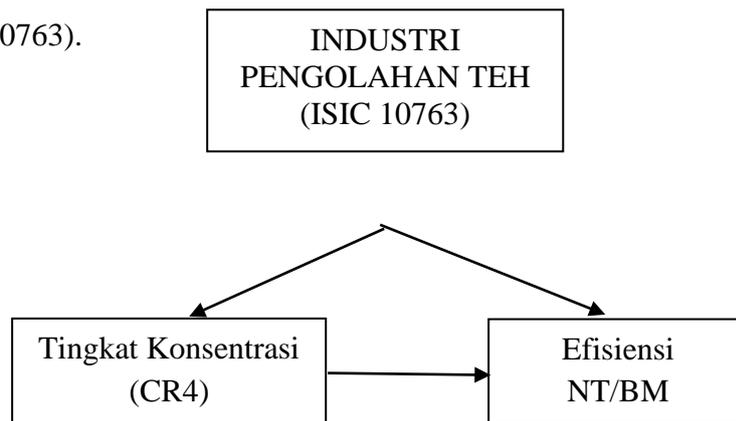
Sari et al., (2012) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada inefisiensi dalam pemasaran; 48,66 persen petani menggunakan saluran kedua, yang berarti mereka menjual produk mereka langsung ke pedagang besar. Dalam struktur pasar oligopsoni, harga dipengaruhi oleh pedagang besar. distribusi margin di antara masing-masing dari tiga saluran yang berbeda. Dalam jangka pendek dan jangka panjang, integrasi pasar vertikal sangat efektif, tetapi hanya pada tingkat pedagang besar. Karena produk yang dijual adalah jagung pipilan kering, strategi pemasaran di tingkat grosir tidak dapat menghasilkan hasil yang lebih baik. Kualitas dan biaya produksi menentukan harga.

Malenda et al., (2024) Ada oligopoli dalam struktur pasar kopi Robusta di Kota Pagar Alam. Pasar kopi Robusta menghadapi hambatan untuk masuk sebab pasar tersebut terkonsentrasi dengan bentuk persaingan yang minim. Ini tercermin dari nilai CR4 yang mencapai 0,64, di mana ada kendala untuk masuk. Antara tahun 2018 dan 2022, rata-rata MES (Minimum Efficiency Scale) adalah 12,1%, dengan margin pemasaran terendah di angka 37,78% dan proporsi terbesar untuk petani mencapai 62,22%.

Kadir et al., (2020) Hasil temuan SCP menunjukkan struktur industri pengolahan kopi Kota Pagaram yaitu monopolistik. Dengan nilai CR4 32,43% di Kota Palembang dan 37,65% di Kota Pagaram. Strategi produk, harga, dan promosi digunakan, seperti yang ditunjukkan oleh analisis perilaku industri pengolahan kopi. Rasio produktivitas, efisiensi, dan keuntungan dapat digunakan untuk menilai kinerja.

2.3 Kerangka Pikir

Dalam Penelitian ini bertujuan untuk melihat tentang tingkat konsentrasi terhadap efisiensi industri pengolahan teh di Indonesia (ISIC 10763).



Alur penelitian ini akan meneliti pengaruh variabel konsentrasi industri terhadap variabel efisiensi pada industri pengolahan teh di Indonesia.

2.4 Hipotesis

Hipotesis sementara dari penelitian ini yaitu:

H1 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat konsentrasi dan efisiensi terhadap keuntungan industri pengolahan teh (ISIC 10763) di Indonesia.

H0 = Terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat konsentrasi dan efisiensi