



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Palembang-Prabumulih Kilometer 32 Indralaya Ogan Ilir Kode Pos 30662
Telepon. (0711) 580964, Faksimile (0711) 580-964
Laman: <http://fe.unsri.ac.id> Email: dekan@fe.unsri.ac.id

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NOMOR: 0933/UN9.FE/TU.SK/2022

TENTANG
PANITIA UJIAN KOLOKIUUM PERTAMA MAHASISWA PADA PROGRAM STUDI S3
ILMU EKONOMI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

- Memperhatikan : Surat permohonan Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya No. 181-11/UN9.FE/PSEP/2022 tanggal 21 Maret 2022 Perihal Ujian Kolokium Pertama mahasiswa S3 Ilmu Ekonomi atas nama Idham Cholid.
- Menimbang : a. bahwa dalam rangka pelaksanaan ujian Kolokium Pertama, perlu mengangkat panitia ujian di maksud ;
b. bahwa sehubungan dengan butir a diatas, perlu diterbitkan keputusan sebagai pedoman dan landasan hukumnya.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang No.12 tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 1960, tentang Pendirian Unsri;
4. Peraturan Pemerintah No. 66 tahun 2010, tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No. 17 tahun 2010, tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Menristek Dikti RI No. 12 tahun 2015, tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Sriwijaya;
6. Surat Keputusan Rektor Unsri No. 0306/UN9/KP/2017 tanggal 3 April 2017 tentang Pemberhentian dan Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Surat Keputusan Rektor Unsri No. 0165/UN9/SK.BUK.KP/2021 tanggal 30 Maret 2021 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Masa Jabatan Tahun 2021-2025.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
KESATU : Mengangkat Panitia Ujian Kolokium Pertama mahasiswa Program Studi S3 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dengan susunan sebagai berikut:
- Penanggung Jawab** : Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E (Dekan)
Wakil Penanggung Jawab : Dr. Azwardi, S.E., M.Si (Wakil Dekan Bidang Akademik)
Koordinator : Dr. Azwardi, S.E., M.Si (Koordinator Prodi. S3 Ilmu Ekonomi)
Promotor : Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
Co. Promotor : 1. Dr. Suhel, S.E., M.Si
2. Dr. Mukhlis, S.E., M.Si
- Penguji/Pembahas** : 1. Prof. Dr. Taufiq, S.E., M.Si
2. Dr. M. Subardin, S.E., M.Si
- Mahasiswa yang akan ujian**
Nama : Idham Cholid
NIM : 0101361924004
Judul Proposal : Analisis Struktur Pasar dan Daya Saing Industri Makanan (ISIC 10) di Indonesia.
- KEDUA : Segala biaya yang timbul akibat diterbitkan surat keputusan ini dibebankan pada anggaran Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya tahun 2022 dan/atau dana khusus yang disediakan untuk itu;
- KETIGA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan segala sesuatu akan diubah dan/atau diperbaiki sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini.

Ditetapkan di : Indralaya
Pada tanggal : 22 Maret 2022
Dekan



Tembusan:

1. Rektor Unsri (sebagai laporan)
2. Koordinator Prodi. S3 Ilmu Ekonomi
3. Dosen Penguji
4. Yang bersangkutan
5. Arsip



DRAFT PROPOSAL DISERTASI

Analisis Struktur Pasar dan Daya Saing Industri Makanan (ISIC 10) di Indonesia

Idham Cholid (01013681924004)

Promotor : Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc
Co Promotor 1 : Dr. Suhel, M.Si
Co Promotor 2 : Dr. Mukhlis, M.Si

**PROGRAM PASCA SARJANA UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI**

2022

Pendahuluan

1. Latar Belakang

Sektor industri merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam pembangunan nasional. Peranan sektor ini dapat dilihat dari kontribusi masing-masing subsektor terhadap laju pertumbuhan ekonomi nasional atau terhadap produk domestik bruto. Pada beberapa negara yang maju, peranan sektor industri lebih dominan dibandingkan dengan sektor pertanian. Sektor industri memegang peran kunci sebagai mesin pembangunan karena sektor industri memiliki beberapa keunggulan dibandingkan sektor lain karena nilai kapitalisasi modal yang tertanam sangat besar, kemampuan menyerap tenaga kerja yang besar, juga kemampuan menciptakan nilai tambah (*value added creation*) dari setiap input atau bahan dasar yang diolah. Sementara itu, pada negara-negara berkembang, peranan sektor industri juga menunjukkan kontribusi yang semakin tinggi. Kontribusi yang semakin tinggi dari sektor industri menyebabkan perubahan struktur perekonomian negara yang bersangkutan secara perlahan ataupun cepat dari sektor pertanian ke sektor industri (Lincoln Arsyad, 2017). Selain itu, sektor industri juga telah menjadi salah satu sektor yang cukup berperan dalam perekonomian karena dapat menyediakan banyak komoditi baik barang maupun jasa bagi kegiatan ekonomi pada sebuah negara ((Bashir et al., 2019; Gunadi, 2016).

Tabel 1. Kontribusi Nilai Tambah Industri Manufaktur Terhadap PDB Indonesia

Tahun	Kontribusi (%)
2015	21,54
2016	21,38
2017	21,22
2018	21,04
2019	20,79
2020	20,61

Sumber: BPS

Perkembangan industri yang semakin cepat tentunya menuntut sebuah perubahan baik dari sisi industri itu sendiri maupun dari pemerintah sebagai regulator. Hal ini dilakukan agar industri yang ada di Indonesia dapat terus bersaing terutama di Kawasan regional maupun global. Salah satu yang dilakukan adalah dengan menyiapkan industri andalan yang sudah mengadopsi perubahan terutama dalam penerapan teknologi dalam proses bisnisnya. Pemerintah Indonesia sendiri membuat sebuah kebijakan dalam memperkuat daya saing industri dengan menerapkan kebijakan *Making Indonesia 4.0*. Dalam rangka mewujudkan kebijakan *Making Indonesia 4.0*, pemerintah perlu membangun industri yang memiliki berdaya saing tinggi, karena daya saing merupakan salah satu kriteria yang menentukan keberhasilan suatu negara di dalam pengembangan industri dan perdagangan. Dalam era perdagangan bebas saat ini, daya saing sebuah produk menjadi syarat mutlak yang harus dipenuhi agar produk tersebut dapat bertahan di pasar internasional, dengan memiliki daya saing, dapat memacu sebuah negara dalam meningkatkan perekonomian secara berkelanjutan. Sehingga negara tersebut dapat memperkuat diri dalam pasar internasional, meningkatkan nilai ekspor sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap PDB yang selanjutnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Daya saing sebuah negara dianggap

sebagai salah satu sumber dari ketahanan suatu negara dalam menghadapi tantangan dalam membangun peradaban bangsa. Melalui penerapan dan pencapaian daya saing yang tinggi, maka negara dapat menjaga pertumbuhan ekonominya dan membangun kehidupan negara yang teratur dan saat itu pembangunan peradaban dimulai. Pembangunan peradaban tidak dapat dilakukan tanpa adanya kekuatan ekonomi. Sementara itu, kekuatan ekonomi tidak dapat diwujudkan tanpa adanya daya saing, sehingga daya saing menjadi sangat penting untuk keberlanjutan perekonomian dan peradaban suatu bangsa.(Raimanu, 2016)

Perubahan pola kegiatan ekonomi dan bisnis akibat adanya revolusi industri telah berdampak terhadap berubahnya kegiatan bisnis bagi perusahaan dan industri yang ada di Indonesia. Hal ini terjadi sebagai reaksi dan adaptasi atas hadirnya revolusi tersebut(Sangaji et al., 2019). Perubahan industri yang lebih dikenal sebagai revolusi industri sebenarnya sudah beberapa kali terjadi, dimulai pada abad ke-18 yang ditandai dengan perubahan masyarakat yang hidup sektor pertanian dan berubah menjadi lebih maju. Kondisi ini terjadi akibat ditemukannya, mesin uap, listrik, dan penemuan- lainnya yang merubah pola kehidupan masyarakat. Revolusi Industri sendiri banyak ditafsirkan sebagai perubahan besar terhadap cara manusia memproduksi barang atau jasa. Sampai dengan saat ini revolusi sudah memasuki tahap ke 4. Tentunya perubahan-perubahan ini berdampak pada seluruh bidang kehidupan seperti dalam bidang ekonomi, politik, sosial, dan juga budaya dan bersifat global. Proses produksi atau jasa yang pada awalnya sulit serta membutuhkan waktu lama, dan memakan biaya mahal menjadi lebih mudah, lebih cepat, serta lebih murah dalam prosesnya.

Selain itu, daya saing industri juga harus terus ditingkatkan, terutama menghadapi persaingan global saat ini. Perkembangan teknologi diyakini sebagai salah satu komponen yang dapat mendorong daya saing dalam sebuah industri. Di era globalisasi yang baru, inovasi teknologi sangat penting bagi semua organisasi di negara-negara. Inovasi merupakan hal yang fundamental bagi perusahaan agar dapat bertahan dan mempertahankan daya saing di pasar (Laforet, S. and Tann, 2006). Menurut Laforet, banyak perusahaan di seluruh dunia dalam ukuran dan sektor yang berbeda beroperasi di semakin sukses, lingkungan yang kompleks dan tidak terduga. Jadi, perusahaan harus mencari alternatif baru untuk menjalankan bisnis mereka dengan beberapa inovasi untuk memastikan tujuan dan keuntungan mereka tercapai dan akan maju dalam persaingan, dengan demikian, perusahaan baru harus memasuki pasar dengan ide-ide baru, produk dan proses.

Konsep awal dari Industri 4.0 adalah adanya sebuah sistem produksi yang menghubungkan antara satu mesin/sistem dengan mesin/sistem yang lain sehingga dapat saling terhubung saling berkomunikasi dengan memanfaatkan koneksi / jaringan internet. Lebih luas lagi, dalam konsep revolusi 4.0 memasukkan unsur Dengan kondisi ini diharapkan proses produksi bisa berjalan secara fleksibel, optimal, efektif dan efisien atau sering juga disebut dengan *Smart factory*. Indikator dari telah diterapkannya *Smart Factory* ini dapat dilihat melalui beberapa indikator, yang terdiri dari: *Connected*, antar mesin dan/atau sistem di dalam pabrik maupun antar pabrik saling terkoneksi; *Self optimized*, mampu mengoptimasi sendiri proses produksi yang akan dan yang sedang berlangsung; *Transparent*, seluruh mesin/proses yang berhubungan dengan proses produksi dapat dimonitor secara real-time dimana saja dan kapan saja melalui perangkat komputer; *Agile*, pabrik

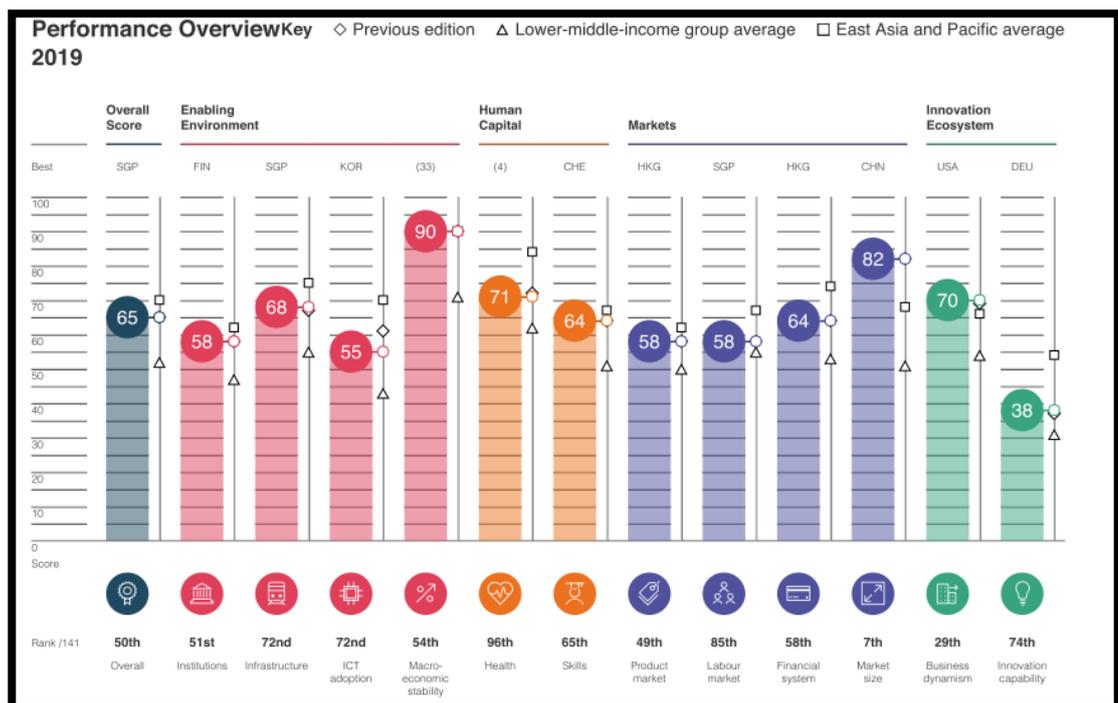
yang secara mudah dan cepat bisa mengkonfigurasi sendiri sesuai dengan kondisi lingkungan dan variasi produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil study *World Economic Forum* tahun 2019, terkait dengan penggunaan ICT, maka Indonesia masih menempati peringkat ke 72 dari negara-negara yang di survey terkait dengan *ICT adoption*. Artinya negara kita masih sangat tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain dalam hal penggunaan ICT. Data ini didasarkan atas beberapa aspek, diantaranya; (1).Penggunaan Telepon Bergerak (*Mobile Cellular*); (2).Penggunaan *Mobile-Broadband*; (3). Penggunaan Jaring internet menggunakan kabel; (4). Penggunaan jaring internet fibre; (5). Persentase penggunaan internet bagi orang dewasa(Ustundag & Cevikkan, 2018),(Law Nancy, Woo David, de la Torre Jimmy, 2018).

Sistem teknologi informasi dan komunikasi (TIK / ICT) banyak digunakan dalam organisasi. Penggunaannya memiliki banyak konsekuensi yang menguntungkan, karena mendukung interaksi dan kolaborasi, pembelajaran di tempat kerja (Andriessen, 2003), dan kinerja kerja (Ciborra dan Patriotta, 1996; Jones dan Kochtanek, 2004; Nunamaker, 1997; Orlikowski, 1996). Beberapa studi menunjukkan bahwa investasi TIK/ICT bermanfaat untuk kinerja dan produktivitas (misalnya, Bharadwaj et al., 1999; Hitt dan Brynjolfsson, 1996). Namun, penerapan sistem TIK/ICT selalu memerlukan perubahan baik organisasi maupun individu (misalnya, Rogers, 1995, 395; Van de Ven, 1986), dan oleh karena itu adopsi pengguna dan penetapan penggunaan sistem TIK/ICT telah terbukti berdampak dalam organisasi (Bullen dan Bennet, 1990; Burns et al., 1991; Grudin, 1989; Kwon dan Zmud, 1987; Orlikowski, 1993).

Pentingnya teknologi untuk persaingan bukanlah fungsi dari keunggulan ilmiahnya atau keunggulannya dalam produk fisik namun setiap teknologi yang terlibat dalam suatu perusahaan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap persaingan. Sebuah teknologi penting dalam persaingan jika secara signifikan mempengaruhi keunggulan kompetitif perusahaan atau struktur industri (Porter, 1990). Hal ini akan mendorong daya saing sebuah industri menjadi lebih meningkat lagi.

Gambar 1. Grafik Daya Saing Indonesia Tahun 2019



Sumber : The Global Competitiveness Report 2019, World Economic Forum

Menurut CISCO APAC SMB *Digital Maturity Index* , terdapat empat fase transformasi digital, yang pertama adalah *Digital Indifferent* dimana bisnis sudah mulai tanggap terhadap perubahan pasar, namun belum memanfaatkan teknologi digital apapun. Fase berikutnya *Digital Observer*, fase dimana bisnis sudah mulai menggunakan teknologi digital secara taktis, dan lebih fokus pada proses

otomatisasi untuk menghasilkan efisiensi. Fase ketiga, *Digital Challenger*, yakni dimana bisnis sudah menggunakan teknologi digital secara strategis dan proses utama dalam pengoperasian bisnis sudah terotomatisasi dengan baik. Puncaknya adalah fase dimana bisnis sudah didukung dengan kemampuan analitik yang mumpuni dan terotomatisasi secara keseluruhan dalam pengoperasian bisnisnya. Pada fase yang disebut dengan *Digital Native* ini, bisnis telah siap untuk menciptakan inovasi yang berkelanjutan dengan strategi digitalisasi yang terintegrasi. Dalam mewujudkan transformasi digital, konektivitas menjadi salah satu aspek yang paling berpengaruh. Saat ini, pengguna internet di Indonesia sudah menembus angka sekitar 150 juta atau sekitar 56% dari jumlah penduduk total. (CISCO, 2018).

Revolusi industri 4.0 ini dapat menjadi masalah jika industri tidak mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi yang tinggi. Sebagai antisipasi dari masalah ini maka Kementerian Perindustrian Indonesia meluncurkan *Making Indonesia 4.0* sebagai sebuah roadmap atau peta jalan mengenai strategi Indonesia dalam memasuki era Industri 4.0. *Making Indonesia 4.0* akan fokus pada lima sektor manufaktur, yaitu: (1) industri makanan dan minuman, (2) tekstil dan pakaian, (3) otomotif, (4) kimia, serta (5) elektronik. Kelima sektor industri ini diharapkan dapat menjadi pionir implementasi industri 4.0 dan memberikan kontribusi terhadap pada perekonomian Indonesia. (Kementerian Perindustrian RI, 2018)

Kelima sektor unggulan tersebut memiliki tujuan masing-masing yang hendak dicapai. Pertama, industri makan minum ditargetkan menjadi yang terkuat di ASEAN. Kedua, menjadikan industri tekstil dan pakaian sebagai produsen

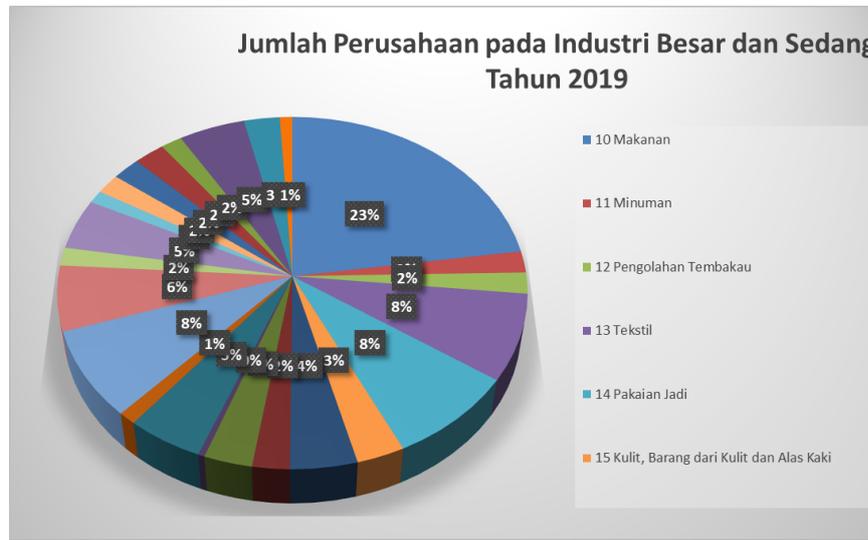
functional clothing terkemuka. Ketiga, menjadi produsen mobil ter besar di ASEAN dan basis produksi *internal combustion engine (ICE)* maupun *electrified vehicle (EV)*. Keempat, memperluas kapasitas dan membangun kemampuan sektor kimia menjadi net eksportir dan produsen bahan kimia spesialis. Kelima, mengembangkan kemampuan industri domestik sektor elektronik. Namun dalam perkembangannya, sebagai dampak dari adanya pandemi covid 19, maka industri farmasi juga termasuk sebagai salah satu industri unggulan yang menjadi target pengembangan oleh pemerintah (Kemenperin, 2015).

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas dalam pengembangan melalui penerapan teknologi industri 4.0 pada berbagai tahapan produksinya. Revolusi industri 4.0 yang lebih banyak menekankan pada transformasi digital ini dinilai membawa dampak positif terhadap peningkatan investasi dan produktivitas di sektor industri dan menciptakan tenaga kerja yang kompeten (Kementrian Perindustrian RI, 2018).

Berdasarkan laporan yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), industri ini merupakan penyumbang kontribusi terbesar terhadap sektor industri pengolahan nonmigas pada triwulan II tahun 2021 yang mencapai 38,42% serta memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 6,66%. Capaian kumulatif sektor strategis ini dari sisi ekspor juga sangat baik, yaitu mencapai USD19,58 miliar atau naik 42,59% dari periode yang sama pada tahun sebelumnya tercatat senilai USD 13,73 miliar. Kinerja yang cukup baik sektor makanan dan minuman ini perlu dijaga selama masa pandemi COVID-19, karena peran pentingnya dalam memasok kebutuhan pangan masyarakat (BPS, n.d.) (Indonesia.Go.Id, 2021). Hal ini terjadi dikarenakan jumlah industri yang

berusaha pada sektor ini cukup besar dibandingkan dengan perusahaan lainnya pada industri besar dan sedang (BPS, n.d.). Secara lebih lengkap perbandingan jumlah industri berdasarkan jenis usahanya dapat dilihat pada grafik berikut ini.

Gambar 2, Jumlah Perusahaan berdasarkan jenis industri tahun 2019



Sumber : BPS, 2020

Kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2019 rata-rata tumbuh 8,16% atau di atas rata-rata pertumbuhan industri pengolahan nonmigas sebesar 4,69%. Di tengah dampak pandemi, sepanjang triwulan IV tahun 2020, terjadi kontraksi pertumbuhan industri nonmigas sebesar 2,52%. Namun demikian, industri makanan dan minuman masih mampu tumbuh positif sebesar 1,58% pada tahun 2020 (BPS, n.d.). relatif rendahnya pertumbuhan ini diakibatkan selama tahun 2020 perekonomian Indonesia terdampak pandemik covid 19 yang pada akhirnya merubah pola konsumsi dari masyarakat (Fadhli et al., 2021). Hal ini terjadi karena output yang dihasilkan oleh industri makanan dan minuman termasuk kebutuhan pokok bagi masyarakat. Selain itu, terdapat beberapa program stimulus yang dilakukan oleh pemerintah untuk tetap menjaga konsumsi masyarakat (Fadhli

et al., 2021; Saputra Adiwijaya & A.Ningrum, 2020). Hal ini juga yang membuat industri makanan dan minuman memiliki kontribusi cukup besar dalam pembentukan PDB Indonesia periode 2020-2021.

Tabel 2. Komposisi PDB Triwulanan 2020-2021 Atas Dasar Harga Berlaku menurut Pengeluaran (Milyar Rupiah)

PDB Penggunaan (Seri 2010)	2020				2021			
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV
1. Pengeluaran Konsumsi Rumahtangga	2.280.069	2.133.196	2.232.065	2.254.680	2.259.738	2.300.296	2.296.381	-
2. Pengeluaran Konsumsi LNPRT	50.269	49.978	50.370	50.658	48.955	52.820	52.672	-
3. Pengeluaran Konsumsi Pemerintah	254.831	319.439	377.662	481.752	264.899	355.435	385.073	-
4. Pembentukan Modal Tetap Domestik Bruto	1.249.549	1.128.944	1.227.578	1.291.713	1.269.479	1.247.042	1.316.887	-
5. Perubahan Inventori	88.332	120.696	11.186	99.984	109.653	100.378	14.413	-
6. Ekspor Barang dan Jasa	681.790	571.508	671.295	725.192	763.801	849.705	982.494	-
7. Dikurangi Impor Barang dan Jasa	687.066	563.293	568.116	654.422	719.259	797.599	808.097	-
8. PRODUK DOMESTIK BRUTO	3.922.556	3.687.806	3.894.617	3.929.171	3.970.449	4.175.901	4.325.436	-

Sumber : BPS

Dengan latar belakang yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian mendalam dan komprehensif terhadap peran industri makanan dalam perekonomian Indonesia serta daya saing dari industri ini sehingga mampu menjadi industri andalan Indonesia sesuai dengan program pemerintah untuk menjadikan industri makanan Indonesia unggul di pasaran tingkat ASEAN.

2. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana konsentrasi industri makanan (ISIC 10) di Indonesia?
2. Bagaimana struktur biaya industri makanan di Indonesia
3. Bagaimana daya saing industri makanan Indonesia.

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuat analisis untuk menjawab permasalahan pada rumusan masalah sebelumnya. Adapun tujuan penelitian terdiri dari:

1. Melakukan Analisa pada konsentrasi industri makanan di Indonesia
2. Melakukan Analisa pada struktur biaya industri makanan di Indonesia
3. Melakukan Analisa daya saing industri makanan di Indonesia

4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai kontribusi pemikiran dalam bidang ekonomi, khususnya ekonomi industri
 - b. Penelitian ini bersifat deduksi terhadap penelitian sebelumnya, diharapkan dapat memperkuat kajian-kajian tentang konsep *Structure-Conduct-Performance* terutama pada industri makanan.
 - c. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan salah satu rujukan bagi penelitian selanjutnya, khususnya dibidang ekonomi industri dengan topik *Structure-Conduct-Performance*
2. Secara Praktis
 - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang konsentrasi pasar industri makanan Indonesia
 - b. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang struktur biaya pada industri makanan Indonesia
 - c. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang daya saing industri makanan Indonesia.
 - d. Menjadi salah satu masukan bagi pemerintah dalam pengembangan industri, khususnya industri makanan.

- e. Menjadi landasan bagi para pengusaha dalam membuat keputusan investasi pada industri makanan dalam proses produksinya

5. Literatur Review

5.1 Landasan Teori

1. Struktur Pasar

Dalam literature ekonomi, hampir seluruhnya memberikan pengertian yang sama tentang pasar, yaitu pertemuan antara penjual dan pembeli. Atau tempat dimana permintaan dan penawaran bertemu untuk tujuan menukarkan barang dan jasa. Transaksi pasar apabila kedua belah pihak telah mencapai suatu persetujuan mengenai tingkat harga dan volume dari transaksi tersebut.

Kebijakan perusahaan tentu banyak sekali tergantung struktur pasar, dimana perusahaan itu berada. Bentuk struktur pasar tentu akan menimbulkan kebijakan yang berlainan dengan bentuk struktur pasar yang lain. Misalnya, struktur pasar yang kompetitif, kebijakannya tentu lain dengan kebijakan bentuk pasar yang monopoli, oligopoly atau duopoly.

Struktur pasar akan merupakan *environment* yang berpengaruh dimana perusahaan itu berada, jadi dengan sendirinya apabila *environment* itu berada, maka kebijakannya itu juga akan berada. *Environment* itu tak hanya bentuk pasar, tetapi ada juga hal – hal yang lain, yaitu misalnya struktur pemerintah, bentuk kenegaraan, sistem sosialnya dan sebagainya. Apabila hal-hal tersebut berbeda, maka kebijakannya akan berbeda pula.

Untuk mengetahui *market structure* maka penggolongan tingkat konsentrasi pasar didasarkan pada tingkat konsentrasi pasar yang diukur

dengan menggunakan rumusan *Concretation Ratio* (CR) dan *The Herfindahl-Hirschman Index* (HHI). Karena tingkat konsentrasi industri merupakan suatu variable, maka variable ini tentunya dapat diukur. Pada umumnya, pengukuran ini lebih banyak dilakukan untuk derajat struktur oligopoli yang terjadi. Struktur industri oligopoli ini semakin penting dipelajari karena merupakan bentuk campuran antara struktur persaingan sempurna dengan monopoli. (Hasibuan, n.d.)

1.1 *Concretation Ratio* (CR)

Dalam hal *Concretation Ratio*, analisis lebih ditekankan pada gambaran penguasaan pasar oleh 2 (dua) dan 4 (empat) perusahaan terbesar (CR-2 dan CR-4). Besaran *market share* yang dikuasai perusahaan didasarkan pada kontribusi perusahaan terhadap Premi Netto. Perhitungan *market share* masing-masing perusahaan Asuransi Kendaraan Bermotor berdasarkan Premi Netto setiap tahun selama periode analisis 1987 – 2008. Adapun Premi Netto digunakan sebagai basis pengukuran *market share* karena Premi Netto dianggap mencerminkan *scope* pendapatan yang lebih khusus pada lini usaha perusahaan asuransi. Dimana diketahui bahwa industri Asuransi Kendaraan Bermotor merupakan bagian/cabang lini usaha dari perusahaan asuransi kerugian yang biasanya memiliki lini usaha tidak hanya di Asuransi Kendaraan Bermotor.

Formulasi penghitungan CR₂ dan CR₄ yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$CR_2 = \sum_{i=2}^2 S_i \quad ; i = 1, 2$$

$$CR_4 = \sum_{i=1}^4 S_i \quad ; i = 1, 2, 3, 4$$

Perhitungan penggolongan tingkat konsentrasi pasar Bird (Bird, 1999) sebagai berikut :

High Concentration : $CR_4 \geq 75\%$

Moderately Concentration : $75\% > CR_4 \geq 50\%$

Low Concentration : $CR_4 < 50\%$

Dimana :

S_i = Pangsa pasar perusahaan ke-i yang dihitung berdasarkan volume penjualan

Seperti diketahui, pendekatan rasio CR hanya menunjukkan tingkat konsentrasi pasar dari 2 dan 4 perusahaan terbesar secara total. Rasio ini tidak dapat menunjukkan distribusi pangsa pasar setiap perusahaan di industri. Oleh karena itu, analisis struktur pasar dilengkapi dengan mengkaji metode analisis *The Herfindahl-Hirschman Index* (HHI).

1.2 The Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

Untuk mengkaji metode analisis market share dengan HHI, maka langkah- langkah yang perlu dilakukan adalah :

1. Setelah memperoleh informasi rasio konsentrasi masing-masing produsen/perusahaan, langkah selanjutnya adalah mengudratkan semua pangsa pasar setiap produsen. Hasil dari penguadratan pangsa pasar setiap produsen selanjutnya

dijumlahkan.

2. Ukuran yang biasa diaplikasikan dalam HHI sesuai *Merger Guideline* yang diperkenalkan oleh *US-Federal Trade Commission* yaitu :

> 1800 , tergolong *high concentrated*

1000 – 1800, tergolong *medium concentrated*

< 1000 , tergolong *low concentrated*

3. Terdapat pendapat lain mengenai nilai ukuran HHI yaitu 0 hingga 10.000 dimana nilai 0 berarti *perfect competition* dan apabila 10.000 berarti *monopoly*. Jika penjumlahan kuadrat mendekati 0, berarti struktur pasarnya semakin mendekati persaingan. Sebaliknya, jika angka penjumlahan mendekati 10.000 berarti pasarnya makin mendekati monopoli.

Formulasi untuk menentukan HHI adalah sebagai berikut :

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + S_4^2 + S_5^2 + \dots + S_n$$

$$HHI = \sum_{i=1}^k S_i^2$$

dimana, S = *market share*

Tingkat konsentrasi industri dapat mengalami peningkatan atau penurunan setiap tahunnya. Apabila tingkat konsentrasi dalam keadaan meningkat, maka tafsirannya adalah tingkat persaingan menurun, sedangkan pada tingkat konsentrasi yang menurun maka kondisi persaingan meningkat. Pada dasarnya suatu industri dikatakan mempunyai sifat oligopoly apabila industri tersebut mempunyai lebih

dari satu perusahaan besar – pun hanya dua atau tiga sementara sisanya sangat kecil. Dalam pasar tersebut, terdapat perusahaan yang sangat dominan menguasai pasar secara *independent* (sendiri-sendiri) maupun secara diam-diam bekerja sama untuk menghasilkan produk tertentu dengan “konsentrasi rasio” yang tinggi. Pada pasar “konsentrasi tinggi” akan terdapat *mutual interdependency* yaitu keputusan dari suatu perusahaan tentang perubahan “harga” dan “*output*” produksi akan segera menimbulkan reaksi dari perusahaan lainnya.(Priyono, 1995). *Market structure* atau bentuk pasar dapat dibagi menjadi menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

1. Persaingan sempurna (*free market competition*)

Dalam suatu pasar persaingan sempurna, sejumlah besar penjual dan pembeli suatu barang memastikan bahwa tidak satu pun penjual atau pembeli dapat mempengaruhi harga. Kekuatan pasar penawaran dan permintaan menetapkan harga. Dalam memutuskan seberapa banyak memproduksi dan menjual, masing-masing perusahaan menerima harga pasar tersebut sebagai suatu kecenderungan, dan konsumen menerimanya juga sebagai suatu kecenderungan dalam menentukan berapa banyak harus dibeli.

Persaingan sempurna didefinisikan oleh 4 (empat) kondisi – dalam suatu pasar yang baik yaitu :

- Terdapat sejumlah besar penjual dan pembeli yang tidak seorang individu dapat mempengaruhi harga pasar. Hal ini berarti bahwa kurva permintaan yang dihadapi oleh masing

- masing perusahaan adalah elastis sempurna;
- Dalam jangka panjang, sumber daya harus bergerak bebas, berarti tidak ada hambatan masuk (*barrier to entry*) atau keluar pasar;
- Seluruh peserta (pembeli dan penjual) dipasar harus memperoleh pengetahuan yang relevan mengenai penentuan produksi dan konsumsi;
- Barang harus homogen. Kalau barang tersebut tidak homogen, maka barang yang satu dengan barang yang lain akan berbeda- beda, tetapi kalau barang tersebut homogen tak ada barang yang dijual dengan harga yang berbeda dengan barang yang lain. Jadi disini mempunyai tujuan hanya ada satu harga. Akan tetapi pengertian homogen juga bukanlah hal yang mudah karena akhirnya yang penting bukan sifat teknik dari barang tersebut. Salah satu alasan yang menentukan yaitu anggapan dari pembelinya, kalau pembeli menganggap barang tersebut sama, maka ini yang dimaksud dengan *homogenous*.

Apabila kondisi tersebut terpenuhi dalam pasar yang baik, maka pasarnya adalah pasar persaingan sempurna, sehingga dasar adanya ekonomi persaingan sempurna adalah *pareto efficient*. Dalam kondisi ini, harga barang yang diproduksi sama dengan *marginal cost* dan semua barang yang diproduksi dilakukan dengan cara biaya yang terendah. Suatu kenyataan juga apabila

persaingan dapat dihambat dengan adanya aturan dari pembuat kebijakan. Beberapa ekonom berargumen bahwa tujuan kebijakan persaingan tidak harus menjadi persaingan sempurna, namun adalah sasaran yang lebih realistis, seperti dalam *workable competition*. Teori pasar *contestable (workable competition)* menetapkan bahwa suatu industri terdiri atas satu atau sedikit pelaku usaha dapat efisien. Dasar pemikirannya adalah bahwa pelaku usaha *incumbent* akan mempertahankan harga dekat pada tingkat harga persaingan karena ancaman yang datang dari pelaku usaha baru. Apabila pelaku usaha *incumbent* meningkatkan harga, akan masuk pelaku usaha baru (tidak ada *barrier to entry*) dan pelaku usaha baru akan dapat memproduksi seefisien pelaku usaha *incumbent* (akses teknologi). Selanjutnya, apabila harga turun sebagai akibat masuknya pelaku usaha baru, pelaku usaha baru ini dapat dengan cepat keluar pasar dan tanpa biaya (tidak ada hambatan keluar).

2. *Monopolistic Competition*

Persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) menggambarkan suatu struktur industri yang menggabungkan elemen monopoli (*monopoly*) dan persaingan sempurna (*perfect competition*) bersama-sama. Pada persaingan sempurna, terdapat banyak penjual; serta masuk dan keluar pasar relatif mudah. Namun, tidak seperti persaingan sempurna, dalam hal ini jenis produknya sangat beraneka ragam. Sebagai akibatnya, setiap

perusahaan menghadapi kurva permintaan menurun yang memberi pengaruh terhadap harga. Dalam kondisi ini perusahaan seperti monopolis, meskipun kurva penawaran lebih elastis daripada monopolis. Jadi, meskipun jenis produknya sangat beraneka ragam, sehingga memiliki pengganti, maka kurva permintaan yang dihadapi perusahaan akan tergantung pada harga yang dikenakan pesaing yang menghasilkan produk yang sama atau mirip.

Situasi persaingan monopolistik mungkin merupakan struktur pasar yang umum, khususnya pada industri jasa. Meskipun dapat ditunjukkan bahwa persaingan monopolistik adalah *pareto inefficiency*, karena harga keseimbangan lebih besar daripada *marginal cost*, ketidakefisienan ini adalah hasil memproduksi beraneka ragam barang. Karena banyaknya perusahaan dan bebas keluar dan masuk pasar, persaingan monopolistik tidak dianggap sebagai masalah dalam kebijakan persaingan. Pada titik keseimbangan, perusahaan-perusahaan dalam persaingan monopolistic memperoleh keuntungan ekonomi nol atau kecil.

3. *Monopoly*

Bentuk pasar *Monopoly* terbentuk pada suatu situasi dimana hanya terdapat penjual dan pembeli tunggal di dalam pasar. Sebagai definisi, kurva permintaan yang dihadapi perusahaan monopolis dalam kurva permintaan industri adalah kurva menurun. Sehingga, perusahaan monopolis memiliki kekuatan

besar dalam menentukan harga yang dikenakan yaitu sebagai penentu harga (*price setter*) dan bukannya pengikut harga (*price taker*). Adapun ciri-ciri dari pasar *monopoly* adalah sebagai berikut :

- Hanya terdapat satu produsen (perusahaan yang menghasilkan produk tertentu;
- Produk yang dihasilkan relatif tidak memiliki produk substitusi (hanya ada satu perusahaan yang memproduksi barang), sehingga perusahaan itu mempunyai kurva permintaan produk yang sama persis dengan kurva permintaan pasar.
- Adanya hambatan bagi produk-produk lain (perusahaan lain) untuk memasuki pasar yang sama (*barriers entry*).

Hal ini dapat terjadi apabila:

- a. Perusahaan mempunyai kemampuan yang sama menghalangi para pesaing untuk menghasilkan produk yang memuaskan (produk tidak tersaingi);
- b. Adanya proteksi untuk mengendalikan jalur distribusi dengan cara membuat jaringan dengan para distributor;
- c. Hanya ada kesempatan bagi satu perusahaan dalam suatu pasar jika satu produknya dikonsumsi oleh masyarakat luas (*monopoly* alamiah);
- d. Adanya kebijakan pemerintah yang membatasi

jumlah perusahaan untuk memasuki pasar. Tarif dan kuota merupakan cara-cara untuk melindungi monopoli dalam negeri dari pesaing asing;

- e. Adanya hak cipta/paten untuk menghalangi produk/perusahaan lain masuk.

4. *Oligopoly*

Secara teori *market structure* yang oligopoly dimana pasar hanya memiliki beberapa perusahaan, biasanya 2 – 3 perusahaan yang memiliki posisi dominan dan menunjukkan hubungan saling ketergantungan satu sama lain, sementara sisanya adalah perusahaan yang kecil-kecil. Dalam pasar tersebut, terdapat perusahaan yang sangat dominan menguasai pasar baik secara *independent* maupun secara diam-diam bekerja sama untuk menghasilkan produk tertentu dengan konsentrasi rasio yang tinggi. Pada pasar konsentrasi tinggi akan terdapat *mutual interdependency*, yaitu keputusan dari suatu perusahaan tentang perubahan harga dan output produksi akan segera menimbulkan reaksi dari perusahaan lainnya.

Oligopoly berbeda dengan persaingan sempurna karena setiap perusahaan dalam suatu oligopoly harus memperhitungkan saling ketergantungan mereka: juga berbeda dengan persaingan monopolistik (*monopolistic competition*) karena beberapa perusahaan memiliki kendali atas harga; dan juga berbeda dengan monopoly karena suatu monopolis tidak memiliki pesaing. Secara

umum, analisa oligopoly sangat memperhatikan dampak saling ketergantungan bersama dalam menentukan kebijakan harga dan produksi.

Analisa perilaku oligopoly biasanya menganggap suatu oligopoly simetrisseringkali menjadi duopoly. Pelaku duopoly dalam menentukan cara perusahaan bertindak dalam menghadapi saling ketergantungan baik yang menghasilkan produk yang homogen atau produk yang heterogen dapat dilakukan melalui 2 (dua) pendekatan yang secara umum yaitu pertama, menganggap bahwa para perusahaan berperilaku bekerja sama yaitu mereka berkolusi dalam upaya memaksimalkan keuntungan monopoli bersama (*joint monopoly profit*). Kedua, dianggap bahwa para perusahaan tersebut bertindak secara masing-masing dan tidak bekerja sama. Selanjutnya, analisa perilaku oligopoly yang bertindak tidak bekerja samamembentuk dasar teori oligopoly.

Didalam teori oligopoly yang tidak bekerja sama dibuat perbedaan model antara perusahaan yang memilih kuantitas dan perusahaan yang memilih harga. Para ekonom mengklasifikasikan bagaimana analisa oligopoly kedalam 2 (dua)kategori besar yaitu:

1. *Model quantity-setting oligopoly*, perusahaan menentukan berapa banyak harus berproduksi dan pasar yang menentukan harga pada output yang dijual. Model ini menjelaskan industri dimana perusahaan harus menentukan jadwal produksi lebih dahulu dan tidak dapat mengubahnya tanpa menimbulkan *sunk cost* yang

harus diperhatikan juga.

Contoh : Dalam industri automotif, segera setelah mobil ditangan dealer, maka program diskon dipakai apabila perlu untuk mencari sebuah harga sebagai harga pasar untuk mobil.

Dalam *oligopoly quantity-setting model* terbagi menjadi 2 (dua) yaitu :

a) *Cournot Model*

Teori *quantity setting model* ini diperkenalkan oleh Cournot, dan lebih dikenal dengan *Cournot Duopoly*. (Baily et al., 1995). Model ini dicirikan adanya pergerakan antar pelaku usaha yang *simultaneously* selain itu juga dicirikan adanya kondisi¹⁴ pertama, terdapat dua perusahaan yang sama kuat dalam *Marginal Cost (equal size)*. Kedua, *Product* yang dipersaingan bersifat *homogenous* dan ketiga adalah *Output* yang dihasilkan sebagai *strategic variables*

Inti dari model *Cournot* adalah masing-masing perusahaan memperlakukan tingkat keluaran pesaingnya sebagai sesuatu yang tetap, dan kemudian memutuskan berapa banyak yang harus diproduksi. Masing-masing perusahaan sebagai pelaku duopoly harus memutuskan berapa banyak yang harus diproduksi dan kedua perusahaan tersebut mengambil keputusannya pada waktu yang bersamaan. Model Cournot juga lebih menekankan sebuah ukuran penentu kinerja pasar melalui tingkat *market concentration* and *market share* dari sebuah perusahaan.

Model oligopoly Cournot dianggap bahwa para pelaku usaha

memproduksi satu produk yang homogen, dan setiap pelaku usaha berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dengan menentukan jumlah barang yang diproduksi. Asumsi dasar Cournot adalah bahwa setiap pelaku usaha menentukan jumlah produksinya, berdasarkan jumlah yang diproduksi para pesaing. Karena itulah, penentuan jumlah produksi dilakukan terlebih dahulu. Sedangkan untuk harga, ketentuannya diserahkan kepada pasar. Dalam hal ini, perusahaan akan melakukan terlebih dahulu penentuan skema, jadwal, dan skala produksi sebelum melakukan penjualan. Dengan demikian, jika terjadi perubahan pada aspek-aspek tersebut, dapat berakibat pada membesarnya *sunk cost*. Strategi yang menjadi ciri khas jenis industri ini adalah pemotongan harga (*discount price*), contohnya seperti di industri otomotif.

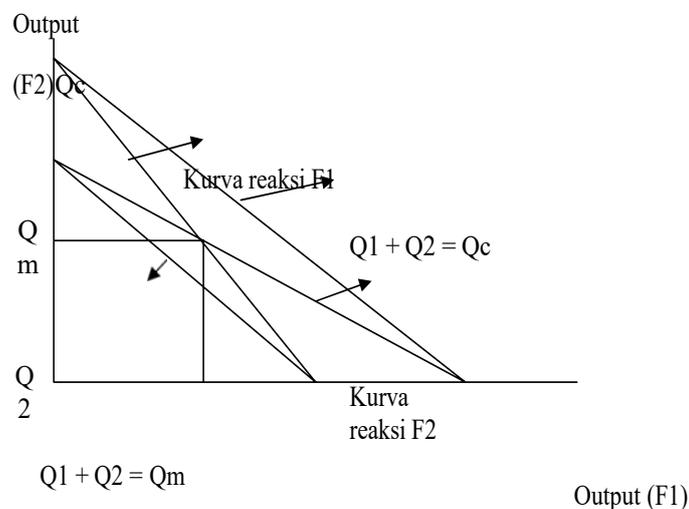
Model Cournot menyediakan hasil yang penting dalam ekonomi industri. Pertama, ini dapat menunjukkan bahwa harga –dalam banyak kasus- tidak akan sama dengan *marginal cost* dan *pareto efficiency* tidak akan tercapai. Selanjutnya, yang kedua yaitu tingkat dimana setiap pelaku usaha harganya melebihi biaya marginal adalah proporsional secara langsung dengan pangsa pasarnya dan proporsional secara terbalik dengan elastisitas permintaan pasar.

Apabila terjadi oligopoli simetris, yaitu bahwa semua pelaku usaha produk dan kondisi biayanya identik, maka tingkat dimana harga melebihi biaya marginal mempunyai kaitan terbalik dengan jumlah

pelaku usaha. Sehingga, begitu jumlah pelaku bertambah, keseimbangannya mendekati keadaan persaingan sempurna.

Berdasarkan teori *Cournot Duopoly*, asumsi yang digunakan adalah pertama, tidak adanya biaya tetap (*fixed cost*). Kedua, biaya marginal (MC) konstan. Ketiga, ukuran perusahaan sama besar dan masuk pasar pada waktu bersamaan. Keempat, perusahaan 1 (F1) akan bertindak sesuai reaksi yang dilakukan perusahaan 2 (F2) atas suatu strategi yang diterapkannya.

Kurva 1 *Cournot Duopoly (Quantity)*



Kurva interaksi di atas menjelaskan bahwa pertama, kedua pelaku usaha akan tetap menahan jumlah penjualannya agar mendapatkan untung maksimum bagi keduanya, yaitu dengan jalan mempertimbangkan reaksi yang dilakukan pesaingnya. Kedua, kekuatan pasar untuk mempengaruhi pasar masih terlihat, namun demikian tidak optimum (seperti pada pasar monopoli). Sebab, mereka tidak bekerja sama ($Q_1 + Q_2 > Q_m$).

Seperti telah disampaikan, jumlah produksi atau penjualan cenderung konstan, yaitu antara jumlah produksi pada pasar persaingan sempurna dan monopoli ($Q_m < Q_0 < Q_c$). Konsekuensinya adalah, harga menjadi di bawah harga monopoli dan di atas persaingan sempurna ($P_m > P_0 > P_c$). Dengan demikian, mengacu pada hubungan antara jumlah pelaku usaha di pasar dan *Hirschman- Herfindhl Index*, maka semakin banyak pelaku usaha di pasar, semakin dekat jumlah dan harga barang ke arah jumlah barang dan harga di persaingann pasar sempurna.

b) *Stackkelberg Model*

Sebagaimana dijelaskan dalam *Model Cournot* yang memakai asumsi bahwa dua pelaku duopoly mengambil keputusan output mereka pada saat yang sama. Sedangkan dalam model *Stackelberg*, diasumsikan bahwa satu dari dua pelaku duopoly menetapkan keluaran output lebih dulu.

Model *Cournot* dan *Stackelberg* adalah gambaran alternative perilaku oligopolistik. Model mana yang lebih sesuai bergantung pada industrinya. Untuk industri yang terdiri atas perusahaan-perusahaan yang kira-kira identik, yang tidak satu pun diantaranya mempunyai keunggulan operasi yang kuatatau posisi kepemimpinan, maka model *Cournot* tersebut barangkali adalah yang lebih sesuai. Dipihak lain, beberapa industri didominasi suatu perusahaan besar yang biasanya menjadi yang terdepan dalam memperkenalkan produk- produk baru atau menetapkan harga. Contohnya adalah pasar *computer mainframe*

dengan IBM sebagai pemimpinnya.

2. *Model price-setting oligopoly*, klasifikasi ini menjelaskan bahwa perusahaan menentukan harga mereka dan menjual berapapun jumlah output yang dihasilkan pada harga tersebut. Model ini sesuai untuk industri yang menggunakan teknologi yang membolehkan perubahan tariff secara cepat.

Contoh : Industri perusahaan asuransi yang secara tipikal memasang tariff tertentu, misalnya industri asuransi automotif dan mereka akan menjual asuransi tersebut kepada sebanyak mungkin individu yang mampu membeli asuransi dengan harga tersebut.

Dalam oligopoly yang berbasis *price-setting* maka model yang dapat menjelaskan adalah Model Bertrand yang dikembangkan pada tahun 1883 oleh ahli ekonomi Perancis yaitu Joseph Bertrand. Dalam model oligopoly ini mengacu pada 2 (dua) fokus *product* yang dihasilkan oleh perusahaan yaitu :

1. *Homogenous Product*

Sejumlah produk disebut homogen apabila produk tersebut merupakan substitusi sempurna dan pembeli melihat tidak ada perbedaan yang jelas dan nyata antara produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha lain. Harga merupakan dimensi tunggal yang sangat penting dimana pelaku usaha menghasikan produk homogenous bersaing. Namun, pengalaman empiris menunjukkan bahwa apabila jumlah pelaku usaha sedikit, keberadaan barang homogenous dapat memfasilitasi *collusion*. Dalam sejumlah

yurisdiksi, pengaturan kolusi ditemukan dalam produk homogen seperti semen, tepung terigu, baja dan gula. Sebaliknya, produk heterogen (*heterogeneous product*) sangat berbeda dari satu produk ke produk lain dan tidak mudah disubstitusi.

Sehingga fokus perusahaan-perusahaan yang memproduksi suatu barang yang homogen, masing – masing perusahaan memperlakukan harga para pesaingnya sebagai sesuatu yang tetap dan semua perusahaan memutuskan secara bersamaan berapa harga yang harus dikenakan, dimana perusahaan – perusahaan yang bersaing memilih harga bukan jumlah.

Untuk memahami bahwa pelaku oligopoly bersaing dengan secara serentak dalam harga, bukan jumlah maka yang perlu diperhatikan adalah berapa harga yang akan dipilih masing-masing perusahaan dan berapa besar laba yang akan diperoleh masing-masing. Karena dalam pasar oligopoly dengan barang-barang yang homogen, maka konsumen hanya akan membeli dari penjual dengan harga terendah. Dengan demikian, jika kedua perusahaan tersebut mengenakan harga yang berbeda, perusahaan dengan harga yang lebih rendah akan memasok seluruh pasar tersebut dan perusahaan dengan harga yang lebih tinggi tidak akan menjual apa pun. Jika kedua perusahaan mengenakan harga yang sama, konsumen tidak akan peduli dari perusahaan mana mereka membeli dan masing-masing perusahaan kemudian akan mensuplai separuh pasar tadi.

Dalam hal ini, model Bertrand telah dikritik dengan beberapa tuduhan. Pertama, apabila kedua perusahaan memproduksi barang yang homogen, lebih wajar bersaing dengan menetapkan jumlah daripada harga. Kedua, meskipun kedua perusahaan telah menetapkan harga dan memilih harga yang sama. Akan tetapi meskipun terdapat kekurangan ini, model Bertrand tersebut berguna karena hal itu menunjukkan bagaimana hasil ekuilibrium dalam suatu oligopoly dapat sangat bergantung pada pilihan variable strategi perusahaan tersebut yaitu apakah harga atau jumlah output yang akan dipakai dalam sebagai variable strategis utama.

2. *Differentiated Product*

Produk dipandang dapat didiferensiasi apabila terdapat perbedaan fisik atau tanda yang nyata atau terlihat oleh pembeli sehingga produk tersebut lebih disukai dari pada produk pesaingnya. Produk didiferensiasikan oleh para pelaku usaha dalam upaya mendapatkan harga yang lebih tinggi dan atau meningkatkan penjualan. Diferensiasi dapat terjadi dalam bentuk penampilan fisik, kualitas, ketahanan, layanan tambahan (misalnya jaminan, layanan purna jual, informasi), citra dan lokasi geografik. Para pelaku usaha akan sering memasang iklan dan kegiatan promosi penjualan untuk mendiferensiasi produknya. Diferensiasi produk dapat mengakibatkan tingginya hambatan masuk (*barrier to entry*) pasar namun kemudian dapat juga

memfasilitasi masuk dan penetrasi ke pasar oleh pelaku usaha dengan produk yang pembeli lebih senang terhadap produk yang ada. Perlu dicatat bahwa diferensiasi produk berbeda dengan produk yang heterogen (*heterogeneous product*). Produk yang heterogen mengacu pada produk yang berbeda dan tidak mudah disubstitusi sedangkan diantara produk didiferensiasi terdapat kemungkinan adanya substitusi.

Tingkat harga yang lebih tinggi juga dapat diperoleh perusahaan dengan cara melakukan differensiasi produk. Differensiasi produk yang dilakukan sebuah perusahaan kemudian akan berpengaruh positif pada profitabilitas. Dan ketika perusahaan melakukan differensiasi produk, maka perusahaan itu pun dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Profit yang tinggi tidak hanya diperoleh dengan tingkat harga yang tinggi, tetapi juga dapat diperoleh dengan tingkat biaya yang rendah. Tingkat biaya yang rendah hanya dapat dicapai bila perusahaan beroperasi secara efisien. Dimana perusahaan efisien tersebut kemudian akan berkembang dan dapat memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Sehingga industri dengan tipe perusahaan seperti itu akan cenderung terkonsentrasi.

Sehingga dua perusahaan mencapai suatu keseimbangan (*Nash Equilibrium*) dimana kedua perusahaan mengenakan suatu harga yang seimbang dan mendekati *marginal cost*. Paradox yang ditimbulkan biasanya terjadi pada sejumlah besar perusahaan yang memastikan harga-

harga yang ada sebanding dengan *marginal cost*.

Dicirikan juga dengan sejumlah kecil perusahaan pelaku oligopoly mendapatkan profit dengan menerapkan harga diatas biaya produksi. Misalnya, dua perusahaan, A dan B menjual komoditi yang sama, masing-masing mempunyai biaya produksi dan distribusi yang sama, sehingga konsumen memilih produk hanya berdasarkan pada harga. Hal ini juga tidak diikuti baik oleh perusahaan A dan perusahaan B melakukan perubahan harga dengan harga yang lebih tinggi karena apabila salah satu perusahaan menaikkan harga maka akan kehilangan pangsa pasar dibandingkan pesaingnya, Jika kedua perusahaan menerapkan harga yang sama, maka kedua perusahaan akan berbagi pangsa pasar dan profit.

Dilain pihak, jika salah satu perusahaan menurunkan harganya, walaupun hanya sedikit, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan seluruh pangsa pasar dan secara substantif juga mendapatkan profit yang lebih tinggi. Karena perusahaan A dan perusahaan B mengetahui hal ini, maka mereka berusaha masing-masing mengungguli pesaingnya sampai produk yang diperjualbelikan berada pada *zero economic profit*.

Sehingga dapat disampaikan bahwa *Bertrand Model* yang berdasarkan *price setting*, cenderung menentukan harga lebih dahulu. Dan berapa pun yang diminta oleh pasar akan dilayani. Pendekatan ini biasa dilakukan karena pertimbangan cepatnya perkembangan teknologi, yang menyebabkan cepat pula perkembangan *output*. Biasanya model ini diterapkan pada industri asuransi dan perbankan.

mendapatkan seluruh permintaan yang ada di pasar.

Namun demikian, kondisi itu berjalan jika F1 bertindak secara tunggal (sendiri). Akan tetapi, kenyataannya F2 akan bereaksi. Untuk mengambil seluruh permintaan, F2 akan menurunkan harga sedikit dibawah harga yang ditetapkan F1. Akibatnya, perang harga terjadi hingga keduanya tidak mampu menurunkan harga lagi. Dan titik itu terjadi dimana harga sama dengan biaya rata-rata ($P=AC$). Bila salah satunya menentukan harga dibawah kondisi ini, tentunya akan merugi.

Dalam kenyataannya, meskipun F1 menurunkan harga di bawah harga F2, akan tetapi kondisi ini tidak akan menghilangkan seluruh permintaan F2. Sebab, disini ada faktor diferensiasi produk. Hanya konsumen yang sensitif terhadap harga yang akan mengurangi atau menghindari permintaan tersebut.

Selanjutnya, antara *model oligopoly* baik yang berbasis *quantity-setting* dan *price-setting* dapat dilakukan perbandingnya yaitu antara lain:

1. Agregat *output* model *Stackelberg* lebih besar dibandingkan *output* model *Cournot*, tetapi lebih kecil dibandingkan agregat *output* model *Bertrand*;
2. Harga *Stackelberg* lebih rendah dibandingkan harga model *Cournot*, tetapi lebih besar dibandingkan harga model *Bertrand*;
3. *Consumer surplus* yang dihasilkan oleh model *Stackelberg* lebih besar dibandingkan model *Cournot*, tetapi *consumer surplus* yang dihasilkan oleh model *Bertrand* lebih rendah;

4. Agregat *output* yang dihasilkan oleh model *Stackelberg* lebih besar dibandingkan *output* yang dihasilkan oleh monopoly atau kartel murni, tetapi lebih rendah dibandingkan *output* yang dihasilkan oleh pasar dalam kondisi kompetitif;
5. Harga model *Stackelberg* lebih rendah dibandingkan harga yang diterapkan oleh pasar monopoly atau kartel, tetapi dibandingkan dengan harga dalam pasar kompetitif maka harganya lebih tinggi

Memaksimalkan keuntungan menjadi motif utama pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya. Secara ekonomi keuntungan akan semakin tinggi bila pelaku usaha dapat menumbuhkan skala bisnisnya. Bertambahnya keuntungan dapat berasal dari dua sumber, yaitu peningkatan pendapatan dan penghematan karena skala ekonomi. Banyaknya pelaku usaha yang berusaha menjadi pemimpin pasar akan menimbulkan persaingan. Hal ini merupakan dampak dari terbatasnya pasar yang tersedia sedangkan di sisi lain jumlah pelaku usaha dalam bidang yang sama tidak bisa dibatasi. Secara teori adanya persaingan akan memberikan manfaat bagi konsumen karena pelaku usaha akan bersaing untuk memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Selain itu secara makro, persaingan usaha membawa dampak kepada efisiensi sumber daya yang pada gilirannya akan membawa surplus bagi perekonomian negara. Di sisi lain persaingan juga dapat mendorong pelaku usaha untuk membentuk kerjasama dengan tujuan utama memaksimalkan keuntungan sekaligus melindungi kepentingan

bisnis. Bentuk kerjasama yang dilakukan dapat berbasis penyatuan sumber daya, pembagian pasar, ataupun penetapan harga (*price fixing*). Perilaku berkelompok dan bekerjasama inilah yang bila berjalan tanpa mematuhi aturan - aturan persaingan usaha yang sehat akan membawa dampak negatif bagi konsumen dan perekonomian secara umum.

2. Daya Saing

Daya saing menurut Michael Porter (Porter, 1990)(Porter, 1998) adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Secara umum maka pengertian daya saing adalah kemampuan perusahaan, daerah atau sebuah negara untuk meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan tenaga kerja dan sumberdaya lainnya yang produktif dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan dengan memaksimalkan potensi produkunggulannya.

Ada 4 (empat) faktor yang mempengaruhi daya saing suatu negara, yaitu: (Porter, 1990) (Porter, 1998),

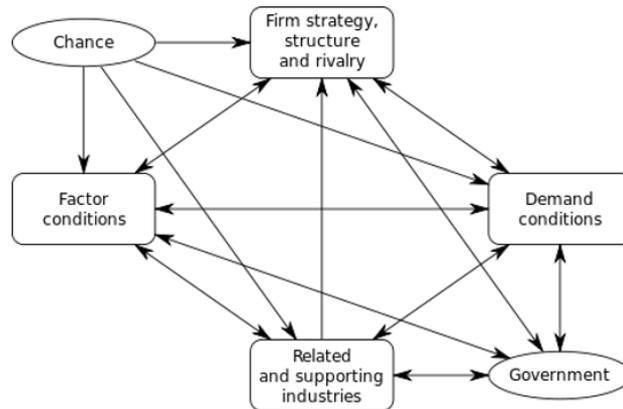
1. Strategi, struktur, dan tingkat persaingan perusahaan. Dalam hal ini bagaimana unit-unit usaha di dalam suatu negara terbentuk, diorganisasikan, dan dikelola, serta bagaimana tingkat persaingan dalam negerinya.
2. Faktor Kondisi. Pada faktor ini dilakukan Analisa terhadap ketersediaan sumber daya di suatu negara. Sumberdaya yang dimaksud dalam hal ini adalah; sumber daya manusia, bahan baku, pengetahuan, modal, dan infrastruktur. Ketersediaan berbagai sumber daya ini menjadi penentu perkembangan industri di suatu negara.

Ketika terjadi kelangkaan pada salah satu jenis faktor tersebut maka investasi industri di suatu negara menjadi investasi yang mahal.

3. Permintaan. Pada bagian permintaan, dilihat bagaimana permintaan di dalam negeri terhadap produk atau layanan industri di negara tersebut. Permintaan hasil industri, terutama permintaan dalam negeri, merupakan aspek yang mempengaruhi arah pengembangan faktor awalan keunggulan kompetitif sektor industri. Inovasi dan kemajuan teknologi dapat terinspirasi oleh kebutuhan dan keinginan konsumen.
4. Keberadaan industri terkait dan pendukung. Keberadaan industri pemasok atau industri pendukung yang mampu bersaing secara internasional merupakan salah satu faktor yang mendorong keunggulan industri . Faktor ini menggambarkan hubungan dan dukungan antar industri, dimana ketika suatu perusahaan memiliki keunggulan kompetitif, maka industri-industri pendukungnya juga akan memiliki keunggulan kompetitif.

Keempat komponen yang disebut sebagai model Porter's Diamond tersebut mengkondisikan lingkungan di mana perusahaan-perusahaan berkompetisi dan mempengaruhi keunggulan daya saing suatu bangsa. Analisis tersebut menyatakan bahwa pemerintahan suatu negara memiliki peran penting dalam membentuk ekstensifikasi faktor-faktor yang menentukan tingkat keunggulan kompetitif industri suatu negara. Hal ini diperjelas dengan adanya 2 (dua) variabel tambahan yang mempengaruhi daya saing seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 3. Model *Diamond Porter*



Pada gambar tersebut terlihat bahwa,keempat variable yang ada dipengaruhi juga oleh dua elemen tambahan, yaitu *Chance* (peluang) dan Pemerintah (*Government*). (Porter, 1990)

1. Peluang. Perkembangan yang berada di luar kendali perusahaan-perusahaan (dan biasanya juga di luar kendali pemerintah suatu bangsa), seperti misalnya penemuan baru, terobosan teknologi dasar, perkembangan politik eksternal, dan perubahan besar dalam permintaan pasar asing.
2. Pemerintah. Pemerintah pada semua tingkatan pemerintahan dapat meningkatkan atau memperlemah keunggulan nasional. Peran pemerintah terutama dalam membentuk kebijakan yang mempengaruhi komponen-komponen dalam Diamond Porter. Misalnya, kebijakan anti-trust mempengaruhi persaingan nasional. Regulasi dapat mengubah faktor permintaan (misalnya regulasi terkait subsidi BBM). Kebijakan pemerintah yang mendukung pendidikan dapat mengubah kondisi faktor produksi. Belanja pemerintah dapat merangsang industri terkait dan pendukung.

Selain Model Porter's Diamond di atas, adapun teori persaingan yang

dikemukakan oleh Michael Porter yang dapat digunakan untuk menganalisis persaingan, bagaimana lingkungan yang kompetitif akan berpengaruh terhadap pemasaran suatu produk yaitu teori “*Porter’s Five Forces Model*”. Porter menilai bahwa perusahaan secara nyata tidak hanya bersaing dengan perusahaan yang ada dalam industri saat ini. Model ini dapat menggambarkan situasi bisnis yang sedang dijalankan, dan juga dapat membantu dalam mengetahui keunggulan posisi kompetisi saat ini dan yang akan dihadapi kemudian. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kekuatan, mengantisipasi kelemahan dan menghindari perusahaan dalam mengambil keputusan yang salah.(Putra & Maulana, 2019)

3. Fungsi Produksi

Fungsi produksi merupakan gambaran hubungan matematik antara input yang dipakai guna mendapatkan suatu output dengan jumlah tertentu (NICHOLSON, 2009) yang dituliskan ke bentuk persamaan berikut:

$$Q = f(K, L, M, \dots)$$

dimana:

Q = Output dalam satu periode

K = Input modal selama periode tersebut

L = Labor atau tenaga kerja dalam satuanjam

M = Input bahan baku yang digunakan

Produksi merupakan hasil akhir dari proses atau aktivitas ekonomi dengan memanfaatkan beberapa masukan atau input. Dengan pengertian ini dapat dipahami bahwa kegiatan produksi adalah mengkombinasikan

berbagai input atau masukan yang juga disebut faktor-faktor produksi menjadi keluaran (output) sehingga nilai barang tersebut bertambah. Pada penelitian ini penulis akan mengacu pada fungsi produksi Cobb-Douglas sebagai dasar model fungsi produksi, walaupun dalam perkembangannya fungsi produksi ini dikembangkan oleh beberapa ahli ekonomi. Dasar fungsi produksi Cobb-Douglas adalah:

$$Q = f(K,L) = AK^\alpha L^\beta$$

Dimana: A , α dan $\beta > 0$

Selanjutnya Cobb-Douglas memperluas fungsinya dengan argumen adanya peubah input baik K maupun L misalkan faktor peubahnya sebesar m , maka persamaannya menjadi:

$$\begin{aligned} f(mK, mL) &= A (mK)^\alpha (mL)^\beta = Am^{\alpha+\beta} K^\alpha L^\beta \\ &= m^{\alpha+\beta} f(K,L) \end{aligned}$$

Kombinasi dari faktor produksi yang di proses menjadi produk. Banyaknya produk yang dihasilkan merupakan pengaruh dari teknologi yang digunakan. Korelasi dari sumber daya yang digunakan dengan hasil yang diperoleh melalui penggunaan teknologi adalah fungsi produksi yaitu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antarjumlah pemakaian faktor produksi dengan hasil produksi per satuan waktu (Soeratno, 2000).

Jangka waktu dalam proses produksi ada tiga yaitu fungsi produksi sangat pendek, pendek dan panjang. Jangka waktu sangat pendek input labor dan input modal tidak dapat diubah dengan kata lain bersifat tetap atau given. Di jangka pendek beberapa input bersifat konstan dan tidak dapat dikombinasikan selama periode tersebut

(fixed input), sedangkan faktor labor dianggap sebagai variabel yang pemakaiannya disesuaikan dengan jumlah produksi. Untuk jangka panjang, waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan input menjadi variabel (Robert S. Pindyck and Daniel L. Rubinfeld, 2013).

3.1 Fungsi Produksi Jangka Pendek

Fungsi produksi jangka pendek adalah menunjukkan kurun waktu di mana salah satu faktor produksi atau lebih bersifat tetap. Jadi, dalam kurun waktu ini output dapat diubah jumlahnya dengan jalan mengubah faktor produksi yang digunakan dan dengan peralatan mesin yang ada. Misalkan seorang produsen ingin menambah jumlah produksinya dalam jangka pendek, maka hal ini hanya dapat ia lakukan dengan jalan menambah jam kerja dan dengan tingkat skala perusahaan yang ada (dalam jangka pendek peralatan mesin perusahaan ini tidak mungkin untuk ditambah) atau dalam jangka pendek produsen dapat memperbesar outputnya dengan jalan menambah jam kerja per hari dan hanya pada tingkat skala perusahaan yang ada (Sudarman, 1997).

Seperti telah diuraikan di atas bahwa fungsi produksi jangka pendek hanya menggunakan 1 (satu) input variabel saja dimana:

$$Q = f(L)$$

Maka dengan derivasi terhadap L didapat marginal product adalah:

$$MP = \frac{\partial Q}{\partial L}$$

3.2. Produk Total

Produk total adalah jumlah total yang diproduksi selama periode waktu tertentu. Produk total akan berubah menurut banyak sedikitnya

faktor variabel yang digunakan (Lipsey, 2015). Kurva produksi atau *Total Physical Production Function* (TPP) adalah kurva yang menunjukkan hubungan produksi total dengan satu input variabel sedangkan input-input lainnya dianggap tetap. Jika hanya satu macam input variabel yang digunakan pada kasus produksi ini yaitu tenaga kerja (L), maka dapat ditulis sebagai berikut:

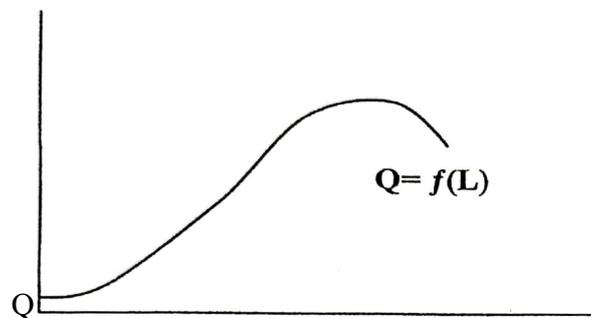
$$Q = f(L)$$

Dimana:

Q = tingkat Output

L = jumlah tenaga kerja yang digunakan.

dari fungsi diatas dapat digambarkan kurva sebagai berikut:



Gambar 5. Kurva Produksi Total Dari Satu Input Variabel
Sumber: Lipsey (2015)

3.3. Produksi Rata-Rata Tenaga Kerja

Produksi rata-rata tenaga kerja adalah total produksi dibagi dengan jumlah faktor produksi (tenaga kerja) yang digunakan untuk menghasilkan produksi tersebut. Jadi, produksi rata-rata adalah perbandingan output faktor produksi (output-input ratio) untuk setiap tingkat output dan faktor produksi yang bersangkutan (Sudarman, 1997).

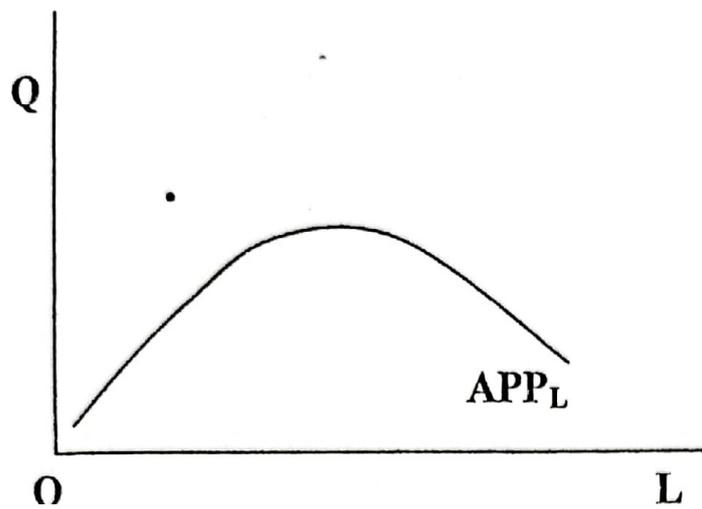
$$AP_L = \frac{Q}{L}$$

Dimana:

AP_L = Average Product of Labor

Q = Quantity of Product

L = Labor



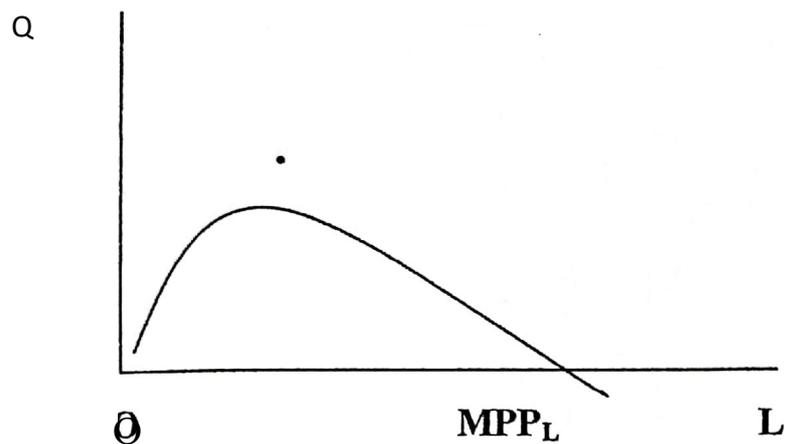
Gambar 6 Kurva Produksi Rata-Rata
Sumber: Sudarman (1997)

3.4. Marginal Tenaga Kerja

Marginal tenaga kerja atau *Marginal Physical Product of Labor* (TOPL) adalah tambahan kuantitas output yang dihasilkan dengan menambah satu unit input tenaga kerja, dengan menganggap konstan seluruh input lainnya (NICHOLSON, 2009).

$$MPL = \frac{\text{Perubahan Output}}{\text{Perubaha Input}} = \frac{\Delta Q}{\Delta L}$$

Marginal tenaga kerja yang semakin menurun (*Diminishing Marginal Productivity of Labor*), sebagai input tergantung pada beberapa banyak input tenaga kerja yang digunakan sementara jumlah peralatan, pakan, dan lain-lain tetap. Pada akhirnya menunjukkan suatu penurunan produktivitas, sehingga output yang di dapat juga akan menurun.



Gambar 7. Kurva Produksi Marginal Tenaga Kerja
Sumber: Nicholson (2012)

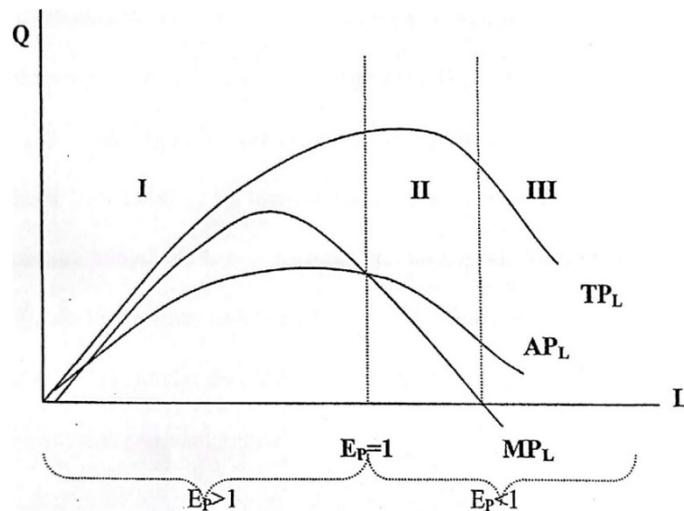
Gambaran di atas menunjukkan berlakunya *Law of Diminishing Marginal Productivity of labor* yaitu apabila salah satu input tenaga kerja ditambah . penggunaannya sedang input-input lainnya tetap maka tambahan yang dihasilkan , dari setiap tambahan output yang dihasilkan dari setiap tambahan satu unit tenaga kerja yang ditambahkan mula-mula meningkat, tetapi kemudian akan menurun apabila input tersebut terus di tambah. Hukum ini berlaku pada fungsi produksi jangka pendek, karena pada fungsi produksi jangka pendek salah satu inputnya adalah tetap. Adanya input yang tetap jumlahnya ini akan membatasi kemampuan tambahan

output bila ada tambahan input variabel untuk menambah output adalah terbatas.

Kurva pada Gambar 2.4 menggambarkan hubungan antara APL dan MPL dimana hubungan antara APL dan MPL dapat dikaitkan dengan elastisitas produksi, karena elastisitas produksi (E_p) menunjukkan persentase perubahan output sebagai akibat dari persentase perubahan input. Secara sederhana ditulis:

$$E_p = \frac{\% \text{ perubahan Output } (Q)}{\% \text{ perubahan Input } (L)} = \frac{dQ/Q}{dL/L} = \frac{dQ}{dL} * \frac{L}{Q}$$

Gambar 3. Kurva Produksi Total, Produksi Rata-rata dan Produksi Marginal



Sumber: Nicholson (2012)

Karena $APL = Q/L$ dan $MPL = dQ/dL$, maka elastisitas produksi dapat ditulis kembali menjadi:

$$E_p = \frac{MPL}{APL}$$

Dengan persamaan dan gambar diatas, terdapat tiga keadaan yang dapat dijelaskan, yaitu: pertama, $APL > MPL$, maka elastisitas produksi (E_p)

mempunyai nilai < 1 (inelastic); Kedua, $APL < MPL$, maka elastisitas produksi (E_p) mempunyai nilai > 1 (elastis); Ketiga, $APL = MPL$, maka elastisitas produksi (E_p) mempunyai nilai $= 1$ (unitary).

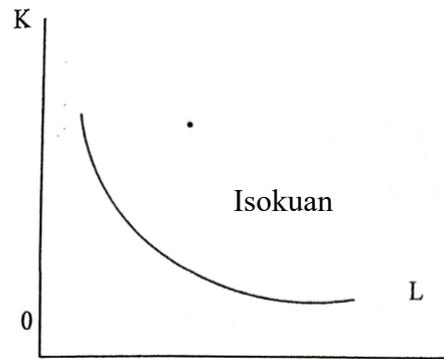
Berdasarkan gambar diatas juga dapat ditunjukkan tahapan atau fase yaitu:

a) tahapan pertama dimulai dari tenaga kerja (L) = 0 sampai $MPL = APL$, atau dari $L = 0$ sampai APL maksimum. Keadaan ini menunjukkan nilai elastisitas produksi > 1 (elastis); b) tahapan kedua dimulai dari $MPL = APL$ atau APL maksimum sampai $MPL = 0$. Keadaan ini menunjukkan nilai elastisitas produksi < 1 (inelastis), namun pada saat $MPL = APL$ maka elastisitas produksi $= 1$; c) Tahapan ketiga dimulai dari $MPL = 0$ atau MPL negatif, keadaan ini menunjukkan nilai elastisitas produksi negatif.

3. 5. Fungsi Produksi Jangka Panjang

Pada fungsi produksi jangka panjang semua faktor produksi bersifat variable yang berarti jangka panjang perubahan output dapat dilakukan dengan cara mengubah faktor produksi pada tingkat kombinasi seoptimal mungkin. Fungsi produksi jangka panjang akan lebih ekonomis bila menambah skala perusahaan dan tidak menambah jam kerja. Setelah satu cara untuk menggambarkan fungsi produksi yang menggunakan dua macam input biasanya digambarkan dengan menggunakan isoquant. Sebuah isoquant menunjukkan kombinasi-kombinasi yang biasa digunakan memproduksi input yang sama besarnya (NICHOLSON, 2009).

Kurva 4. Kurva Isoquant dari input K dan L



Sumber: Nicholson (2012)

Bentuk fungsi Produksi Jangka Panjang antara lain:

Fungsi Produksi Linear : $Q = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \dots + \alpha_n X_n$

Fungsi Produksi Non-Linear : $Q = X_1^\alpha * X_2^\beta$

4. *Structure-Conduct-Performance (SCP)*

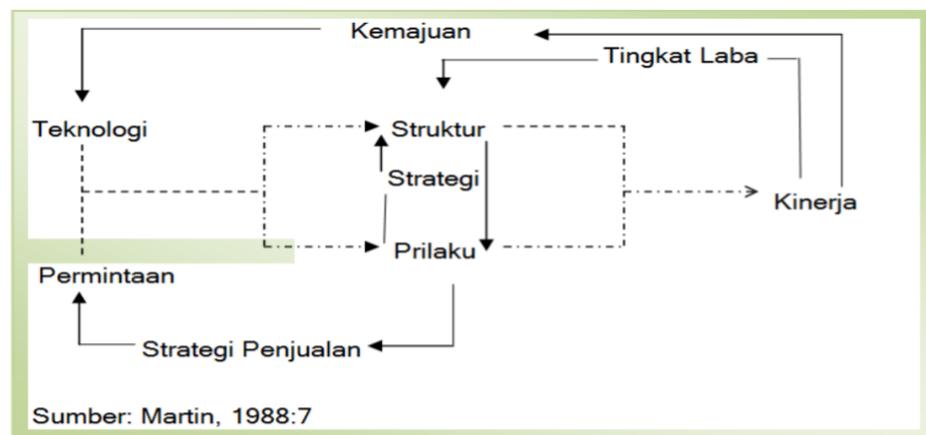
Paradigma *Structure-Conduct-Performance* (SCP) salah satu kerangka dasar dalam analisis ekonomi industri adalah hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja atau *Structure-Conduct-Performance* (S-C-P). Struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*) industri tersebut. S-C-P (*Structure-Conduct-Performance*) merupakan tiga kategori utama yang digunakan untuk melihat kondisistruktur pasar dan persaingan yang terjadi di pasar. Struktur sebuah pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam pasar tersebut yang secara bersama-sama menentukan kinerja sistem pasar secara keseluruhan. Barney dan Hesterly (1996) mengemukakan bahwa, teori SCP bersama teori *resource-based of the firm* merupakan perbaikan dari teori biaya transaksi

dan teori keagenan. Permasalahan dalam suatu industri bukan hanya mengapa suatu perusahaan eksis dalam suatu industri, namun juga mengapa dalam industri yang sama kinerja suatu perusahaan berbeda, dengan perusahaan lain. E.S. Mason dan Joe Bain menurut Shepherd (1990) berusaha menjawab pertanyaan tersebut dengan mengembangkan teori SCP. Hanya saja apa yang dikembangkan oleh keduanya memiliki tujuan yang berbeda dengan perkembangan teori SCP pada saat ini. Pada awalnya, teori SCP dimanfaatkan untuk membantu pemerintah mengurangi bahaya perusahaan yang kurang kompetitif. Adapun teori SCP pada saat ini bermanfaat sebagai manajemen strategis perusahaan.

Analisis *Structure* dengan mengukur konsentrasi pasar yang merupakan indikator awal untuk menilai apakah penggabungan badan usaha, peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham perusahaan dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Penggabungan badan usaha, peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham perusahaan yang menciptakan konsentrasi pasar rendah tidak berpotensi mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Sebaliknya penggabungan badan usaha, peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham perusahaan yang menciptakan konsentrasi pasar tinggi berpotensi mengakibatkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat bergantung pada analisis lainnya pada pasar bersangkutan. Konsentrasi pasar menunjukkan pangsa pasar yang dikuasai oleh beberapa perusahaan terbesar. Konsentrasi pasar menunjukkan seberapa besar pengaruh beberapa perusahaan tersebut

terhadap pangsa pasar dalam pasar secara keseluruhan. Konsentrasi pasar merupakan indikator dari struktur pasar yang menentukan perilaku, kinerja, dan tingkat persaingan dalam pasar. Semakin tinggi tingkat konsentrasi pasar, maka semakin besar kekuatan pasarnya yang akan berimbas kepada bentuk pasar persaingan tidak sempurna. Terdapat beberapa alat pengukuran konsentrasi yang umum dipergunakan untuk menggambarkan distribusi dari pangsa pasar di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam industri, yaitu: Rasio Konsentrasi (*concentration ratio* atau CR) dan *Herfindahl Hirschman Index* (HHI).

Gambar 5. Alur Struktur, Perilaku dan Kinerja.



5.2 Penelitian Terdahulu

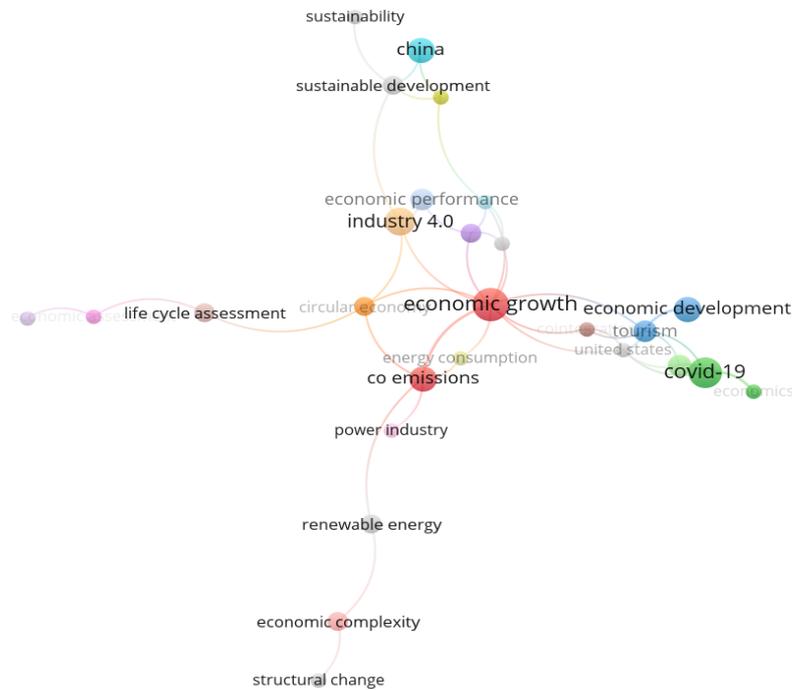
Dalam menganalisa topik industri, terutama yang terkait dengan industri makanan, maka dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Hal ini didasarkan atas berbagai penelitian sebelumnya yang menjadikan industri makanan menjadi salah satu pokok bahasan.

1. **Penelitian Topik Industri dan Pertumbuhan Ekonomi.** Pada topik ini beberapa penelitian sebelumnya antara lain yang dilakukan oleh Abbasi

tahun 2021. Dalam penelitiannya dinyatakan bahwa Pakistan menghadapi tantangan ekonomi. Sehingga perlu dilakukan identifikasi faktor-faktor yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini menganalisa faktor-faktor penentu pertumbuhan ekonomi di Pakistan dari tahun 1972 – 2018 dengan pendekatan simulasi *dynamic autoregressive distributed lag* (ARDL) diterapkan untuk menganalisis perubahan positif dan negatif dalam konsumsi energi, pertumbuhan industri, urbanisasi, dan emisi karbon pada pertumbuhan ekonomi di Pakistan. *Frequency-domain causality* (FDC) test digunakan untuk memeriksa hubungan jangka panjang, menengah, dan pendek. Hasil penelitian membuktikan bahwa konsumsi listrik dan nilai tambah industri memiliki dampak jangka pendek dan jangka panjang terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun, emisi karbon dan urbanisasi memiliki efek positif pada pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek. Akibatnya, kami menyimpulkan bahwa konsumsi energi, pertumbuhan industri, urbanisasi, dan emisi CO₂ berdampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Pakistan. FDC juga menegaskan hipotesis kausalitas jangka panjang, menengah, dan pendek. Studi ini menyarankan kebutuhan untuk mengintegrasikan pembangkit dan manajemen listrik yang lebih baik dengan perencanaan kebijakan ekonomi. Pemerintah disarankan untuk berinvestasi lebih banyak dalam energi terbarukan untuk melindungi lingkungan dari degradasi, melarang impor peralatan listrik dengan efisiensi rendah, dan mengevaluasi kebijakan penerimaan pengungsi. (Abbasi et al., 2021).

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Zhao dan Tang, meneliti sumber pertumbuhan ekonomi dan sifat perubahan struktur industri di Cina dengan perbandingan dengan yang ada di Rusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode pengamatan antara 1995 dan 2008, ekonomi Cina relatif lebih terkonsentrasi di sektor manufaktur dan relatif lebih sedikit di sektor jasa daripada ekonomi Rusia. Selain itu, makalah ini menemukan bahwa tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dalam PDB riil dan pertumbuhan produktivitas tenaga kerja agregat antara tahun 1996 dan 2008 di Cina daripada di Rusia didasarkan secara luas, dengan sebagian besar industri berkontribusi pada kinerja Cina yang lebih baik. Selain itu didapatkan juga informasi bahwa percepatan pertumbuhan ekonomi di China pada tahun 2003–2008 selama 1996–2002 terutama pada peningkatan kontribusi dari sektor manufaktur dan pada tingkat yang lebih rendah dari sektor jasa, sedangkan di Rusia, itu adalah sektor jasa, diikuti oleh sektor primer yang didorong oleh pertambangan dan industri ekstraksi minyak dan gas. Hasil ini menunjukkan bahwa ekonomi China dan Rusia saling melengkapi, yang menjadi pertanda baik bagi kerjasama ekonomi dan perdagangan lebih lanjut antara kedua negara. (Zhao & Tang, 2018)

Gambar 6. Hasil pemetaan bibliography pada topik Industri dan Pertumbuhan Ekonomi



2. **Topik daya saing industri.** Pada topik ini terdapat penelitian yang dilakukan oleh Chauchan yang melakukan penelitian terkait dengan hambatan peningkatan daya saing industri. Pada penelitian ini, menyimpulkan beberapa hal yang menjadi hambatan untuk adopsi atau digitalisasi Industri 4.0. Studi ini menilai bagaimana hambatan intrinsik dan ekstrinsik terhadap digitalisasi memengaruhi adopsi Industri 4.0 oleh perusahaan. Makalah ini juga mengevaluasi bagaimana hambatan ini mempengaruhi hubungan antara digitalisasi dan kinerja perusahaan sehubungan dengan kompetensi rantai pasokannya serta kinerja operasional. Membuat sketsa argumen dari pandangan berbasis sumber daya serta pendekatan kontingensi, model adopsi Industri 4.0 dikembangkan. Delapan hipotesis yang mencakup hambatan intrinsik dan ekstrinsik terhadap digitalisasi, praktik digitalisasi, dan dua

3. **Industri dan pembangunan yang berkelanjutan**, pada Pembahasan terkait dengan pengembangan ekonomi yang lebih ramah lingkungan saat ini telah banyak dilakukan, diantaranya adalah (Yuan et al., 2020), (De Giovanni & Cariola, 2020), (Mile, 2017), (Qiao et al., 2013), dan (Liu, 2017). Dalam penelitiannya, Yuan et al, menyatakan bahwa transformasi hijau pada industri manufaktur akan mempengaruhi pembangunan ekonomi disebuah negara. Salah satu faktor yang mempengaruhi transformasi hijau industri pada sebuah manufaktur adalah kebijakan pemerintah dalam pengelolaan lingkungan. Makalah ini juga menganalisis faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi tahapan penitng penting menuju pengembangan transformasi hijau di industri manufaktur China. Makalah ini menjelaskan hubungan antara regulasi lingkungan dan industri manufaktur, serta mempelajari efek moderat regulasi lingkungan dengan model persamaan structural. De Giovanni juga melakukan penelitian terhadap *green economic* (De Giovanni & Cariola, 2020). Dalam penelitiannya, diteliti terkait dengan dampak dari strategi inovasi dalam proses produksi pada perusahaan melalui teknologi Industri 4.0 (I4.0) dengan menggunakan konsep lean dan rantai pasokan hijau (*Green Supply Chain*). Penelitian ini menganalisis apakah inovasi proses dapat digunakan sebagai factor pendorong dalam memperkuat hubungan antara Leanness, Manajemen Rantai Pasokan Hijau, dan Kinerja. Hasilnya yang didapatkan menunjukkan bahwa Leanness berkontribusi positif terhadap kinerja lingkungan dan operasional. Strategi inovasi proses berdasarkan teknologi I4.0

meningkatkan efek Leanness pada kinerja operasional, yang juga mengarah pada hasil ekonomi yang lebih tinggi. Namun demikian, perusahaan dapat memperoleh kinerja yang lebih tinggi baik dengan berkolaborasi dengan pemasok dalam program lingkungan atau dengan berinvestasi dalam teknologi I 4.0.

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Mile tahun 2017 (Mile, 2017) dengan mengambil sampel di Honggaria. Hasil yang didapatkan bahwa lebih dari 90% petani terlibat dalam program pertanian dengan cara menjual hasil pertanian yang memiliki nilai tambah yang lebih besar. Strategi yang dilakukan adalah dengan melakukan perluasan area pertanian dengan metode pertanian organic. Selain itu, juga dilakukan restrukturisasi kebijakan yang dapat mendukung industri pertanian yang lebih ramah lingkungan. Industri pertanian yang mampu melakukan kegiatannya secara efisien akan mampu bertahan dalam persaingan. Dalam hal kebijakan pemerintah maka perlu dilakukan kebijakan penggunaan bahan baku produksi yang lebih ramah lingkungan.

Liu (Liu, 2017) dalam penelitiannya melihat berkembangnya tenaga-tenaga produktif, hubungan antara manusia dan alam menjadi semakin erat, terutama dalam hal pencemaran lingkungan dan konsumsi sumber daya yang berasal dari industri manufaktur. Konsep pembangunan hijau merupakan sebuah konsep baru yang dapat mengatasi lingkungan ekologis saat ini. Landasan filosofis dan teoretis dijabarkan melalui kajian pengembangan ilmu pengetahuan dan konsep hijau. Selain itu,

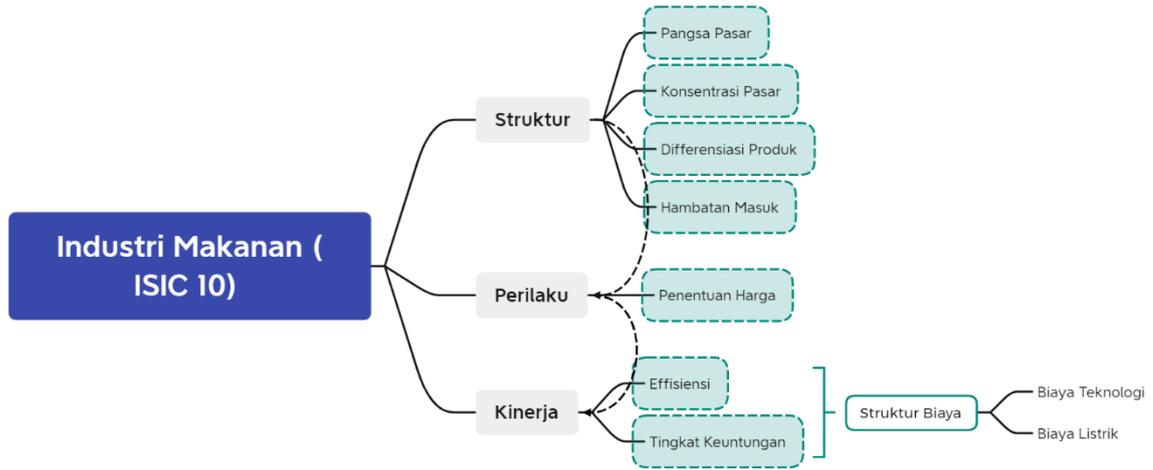
dilakukan juga analisis terhadap perbedaan antara desain tradisional dan desain hijau dianalisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan desain hijau di bawah desain mekanis, dari pengendalian polusi dalam mencapai manufaktur hijau (*Green industry*) adalah satu-satunya cara untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

5.3 Alur Pikir

Dalam Penelitian ini perlu dibuat sebuah alur pikir yang menggambarkan hubungan antara satu variable dengan yang lainnya. Dalam menganalisa sebuah daya saing, maka perlu dilakukan Analisa terhadap struktur pasar dan perilaku industri Makanan (ISIC 10) di Indonesia dan factor- factor yang mempengaruhinya. Dalam berbagai literatur dinyatakan bahwa saat ini pada banyak industri penerapan teknologi akan mampu meningkatkan daya saing sebuah industri dengan mengubah struktur biaya yang akan berdampak pada daya saing.

Secara lebih lengkap, maka alur pikir yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 8. Alur Pikir Penelitian



5.4 Hipotesa

Adapun hipotesa dalam penelitian ini adalah:

1. Struktur pasar industri mempengaruhi tingkah laku industri makanan di Indonesia.
2. Tingkah laku industri berpengaruh terhadap daya saing industri makanan di Indonesia.

6. Metode Penelitian

6.1. Ruang Lingkup

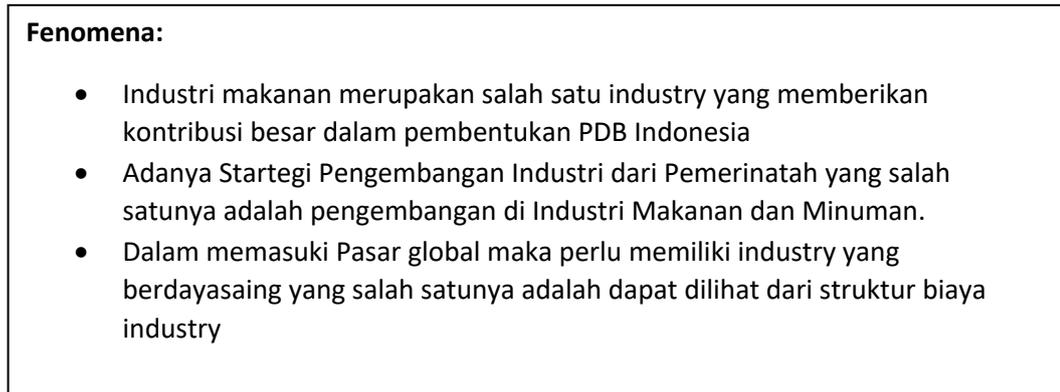
Penelitian ini akan melakukan Analisa pada industri makanan dengan menggunakan Kualifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) pada Industri pengolahan, khususnya industri makanan (ISIC 10). Kategori ini meliputi kegiatan ekonomi/lapangan usaha di bidang perubahan secara kimia atau fisik dari bahan, unsur atau komponen menjadi produk baru. Bahan baku industri pengolahan berasal dari produk pertanian, kehutanan, perikanan, pertambangan atau penggalian seperti produk dari kegiatan industri pengolahan lainnya. Perubahan, pembaharuan atau rekonstruksi

yang pokok dari barang secara umum diperlakukan sebagai industri pengolahan. Unit industri pengolahan digambarkan sebagai pabrik, mesin atau peralatan yang khusus digerakkan dengan mesin dan tangan. Termasuk kategori industri pengolahan di sini adalah unit yang mengubah bahan menjadi produk baru dengan menggunakan tangan, kegiatan maklon atau kegiatan penjualan produk yang dibuat di tempat yang sama di mana produk tersebut dijual dan unit yang melakukan pengolahan bahan-bahan dari pihak lain atas dasar kontrak.

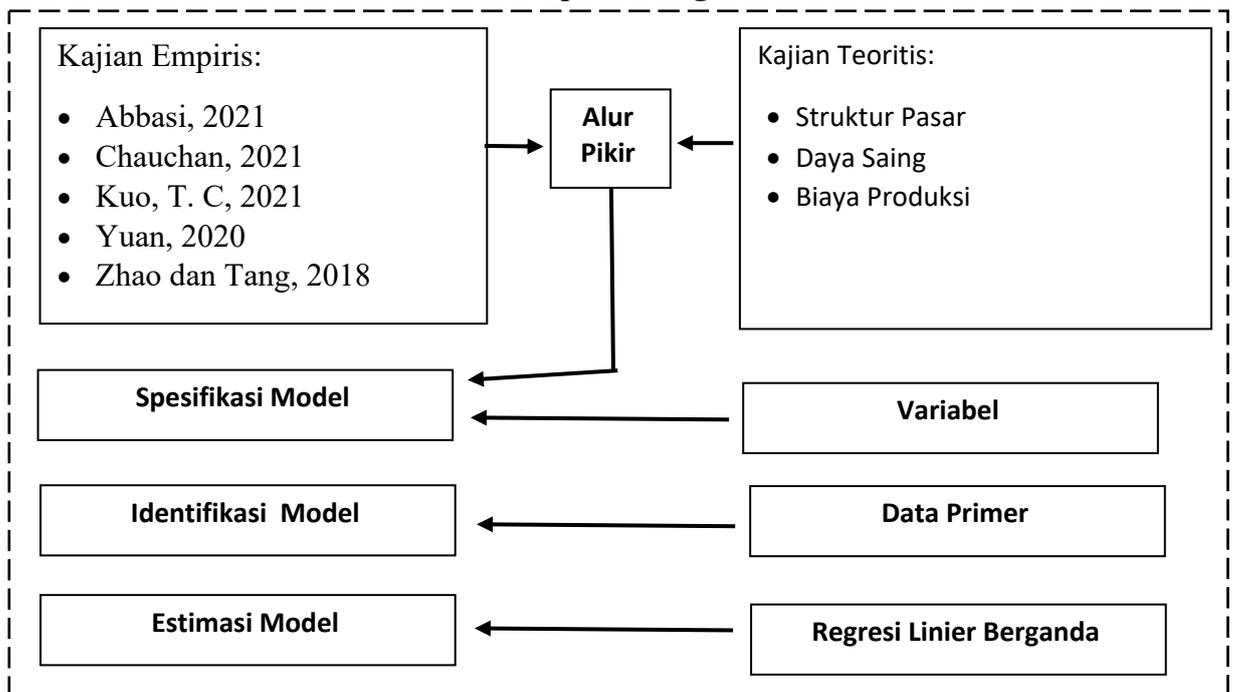
6.2. Rancangan dan Paradigma Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, maka dilakukan secara deskriptif dan verifikatif. Penelitian yang bersifat deskriptif dilakukan dalam bentuk menjelaskan fenomena yang terjadi secara sistematis dan aktual, sehingga dapat menggambarkan kondisi awal atau fenomena yang terjadi pada objek penelitian dengan cara melakukan Analisa terhadap isu-isu yang terkait dengan industri makanan. Sementara itu, pada bagian penelitian verifikatif adalah melakukan Analisa terhadap hasil-hasil kajian terdahulu yang berkaitan dengan industri makanan, sehingga tergambaran permasalahan yang dihadapi oleh industry tersebut.

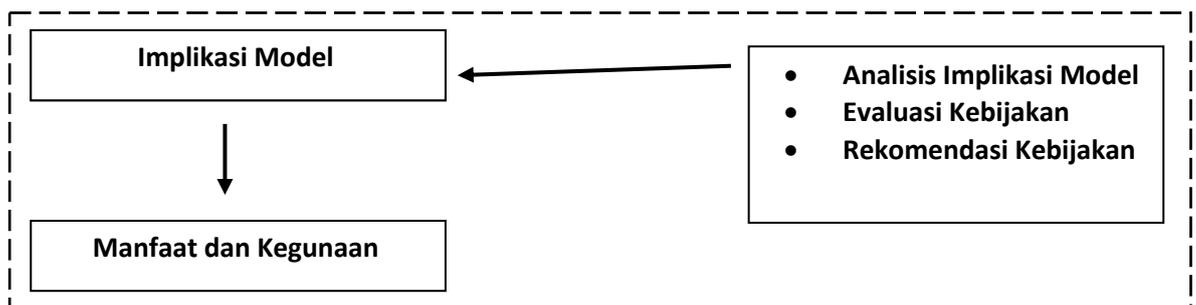
Ranah Ontologis



Ranah Epistemologis



Ranah Aksiologis



Ranah Ontologis, Epistemologis dan Aksiologis

6.3. Jenis-jenis data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat data sekunder yang berasal dari data BPS pada KBLI. Selain itu, untuk memperkaya analisa akan dilakukan juga wawancara pada beberapa industri yang dianggap dapat mewakili populasi maupun sample.

6.4. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah study kepustakaan dan study literatur dengan memanfaatkan data-data yang tersedia baik yang berasal dari BPS, penelitian sebelumnya, hasil wawancara serta sumber-sumber lainnya

6.5. Populasi dan Sample

Adapun yang menjadi populasi dan sample dalam penelitian ini adalah industri pengolahan dengan sample yaitu industri makanan (ISIC 10) di Indonesia.

Tabel.2 Jumlah Industri Makanan (ISIC 10) di Indonesia Tahun 2008 - 2019

Kode ISIC	Jenis Industri	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
10	Industri Makanan	5.728	5545	5248	5463	5662	5795	5975	6453	7708	7507	6775	6823
101	Industri Pengolahan dan Pengawetan Daging												
102	Industri Pengolahan dan Pengawetan Ikan dan Biota air												
103	Industri Pengolahan dan Pengawetan buah-buahan dan sayuran												
104	Industri minyak makan dan Lemak Nabati dan Hewani												
105	Industri Pengolahan susu, produk dari susu dan es krim												
106	Industri Penggilingan padi-padian, tepung dan pati												
107	Industri Makanan lainnya												
108	Industri makanan hewan												

Daftar Pustaka

- Abbasi, K. R., Shahbaz, M., Jiao, Z., & Tufail, M. (2021). How energy consumption, industrial growth, urbanization, and CO2 emissions affect economic growth in Pakistan? A novel dynamic ARDL simulations approach. *Energy*, 221, 119793. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2021.119793>
- Baily, M. N., Gersbach, H., Scherer, F. M., & Lichtenberg, F. R. (1995). Efficiency in Manufacturing and the Need for Global Competition. *Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics*, 1995, 307. <https://doi.org/10.2307/2534776>
- Bashir, A., Suhel, S., Azwardi, A., Atiyatna, D. P., Hamidi, I., & Adnan, N. (2019). The Causality Between Agriculture, Industry, and Economic Growth: Evidence from Indonesia. *Etikonomi*, 18(2), 155–168. <https://doi.org/10.15408/etk.v18i2.9428>
- Bird, K. (1999). Concentration in Indonesia Manufacturing, 1975–93. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 35(1), 43–73. <https://doi.org/10.1080/00074919912331337487>
- BPS. (n.d.). *Kontribusi Industri Terhadap PDB*. https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/3
- Chauhan, C., Singh, A., & Luthra, S. (2021). Barriers to industry 4.0 adoption and its performance implications: An empirical investigation of emerging economy. *Journal of Cleaner Production*, 285, 124809. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124809>
- CISCO. (2018). *Cisco APAC SMB Digital Maturity Index*. https://www.cisco.com/c/dam/m/en_sg/assests/pdfs/109566-d1-ebook.pdf
- De Giovanni, P., & Cariola, A. (2020). Process innovation through industry 4.0 technologies, lean practices and green supply chains. *Research in Transportation Economics*, April 2019, 100869. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2020.100869>
- Fadhli, K., Himmah, S. R., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perubahan Pola Konsumsi Masyarakat Penerima Bantuan Sosial Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Education and Development*, 9(3), 110–117. <http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/2777>
- Gunadi, A. (2016). *Opinio Juris Opinio Juris* -. <http://opiniojuris.org/>
- Hasibuan, N. (n.d.). *Ekonomi industri: persaingan, monopoli dan regulasi*. LP3ES.
- Indonesia.Go.Id. (2021). *Kontribusi PDB Terbesar Berasal dari MAMIN*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/3154/kontribusi-pdb-terbesar-dari-sektor-mamin>
- Kemenperin. (2015). Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015 - 2035.

- Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional 2015-2035*, 1–98. <https://www.kemenperin.go.id/ripin.pdf>
- Kementrian Perindustrian RI. (2018). Indonesia Industry 4.0 Readiness Index. *Kementrian Perindustrian RI*, 1–23.
- Kuo, T. C., Hsu, N. Y., Li, T. Y., & Chao, C. J. (2021). Industry 4.0 enabling manufacturing competitiveness: Delivery performance improvement based on theory of constraints. *Journal of Manufacturing Systems*, 60(May), 152–161. <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.05.009>
- Laforet, S. and Tann, J. (2006). Innovative Characteristics of Small Manufacturing Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13, 363-380. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13.
- Law Nancy, Woo David, de la Torre Jimmy, W. G. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy for Indicator 4.4.2. *Educational Technology Research and Development*, UIS/2018/ICT/IP/51, 1–144.
- Lincoln Arsyad. (2017). *Ekonomi Pembangunan dan Pembangunan Ekonomi Authors Lincoln Arsyad*. UPP STIM YKPN.
- Lipsey, R. and A. R. (2015). *Economics* (13th ed.).
- Liu, X. P. (2017). Application of green concept in mechanical design and manufacture. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 94(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/94/1/012128>
- Mile, C. (2017). Green agriculture in hungary: The factors of competitiveness in organic farming. In *World Sustainability Series*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-45081-0_5
- NICHOLSON, W. and S. C. (2009). *Intermediate Microeconomics and Its Application* (11e ed.).
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, March-Apr.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage Of Nations*. THE FREE PRESS. www.SimonandSchuster.com
- Priyono, B. E. (1995). *Manajerial ekonomi : analysis, problem, kasus untuk magister manajemen program*. Usakti.
- Putra, G. S. A., & Maulana, N. (2019). Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Indonesia: Studi Kasus Pengembangan Klaster Industri Alas Kaki Kecamatan Tamansari, Bogor. *ULTIMA Management*, 10(2), 97–109. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v10i2.825>
- Qiao, C., Xiao, R., & Yan, L. (2013). Green food industry and quality of economic growth in China: The positive analysis based on granger causality test and variance decomposition. *Advance Journal of Food Science and Technology*, 5(8), 1059–1063. <https://doi.org/10.19026/ajfst.5.3205>

- Raimanu, G. (2016). *Analisis Daya Saing Indonesia Tahun 2016-2017: Sebuah Analisis Kebijakan Manajemen Keuangan Internasional*. December 2016, 1–16.
- Robert S. Pindyck and Daniel L. Rubinfeld. (2013). *MICROECONOMICS* (8th ed.). Pearson.
- Sangaji, N., Wiyono, V. H., & Mulyaningsih, T. (2019). Pengaruh Revolusi Industri 4.0 Pada Kewirausahaan Untuk Kemandirian Ekonomi. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen*, 226–232. https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/11088/17%2CNiko%2CVincent%20dan%20Tri%20Mulyaningsih_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saputra Adiwijaya, & A.Ningrum, P. (2020). Bergesernya pola konsumsi masyarakat sebagai dampak dari mewabahnya virus corona. *Journal SOSIOLOGI*, III(2), 46–54.
- Soeratno. (2000). *Ekonomi Mikro Pengantar*. STIE YKPN.
- Ustundag, A., & Cevikcan, E. (2018). Industry 4.0: Managing The Digital Transformation. In *Springer Series in Advanced Manufacturing* (Issue May). <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57870-5>
- Yuan, H., Feng, Y., Lee, C. C., & Cen, Y. (2020). How does manufacturing agglomeration affect green economic efficiency? *Energy Economics*, 92, 104944. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.104944>
- Zhao, J., & Tang, J. (2018). Industrial structure change and economic growth: A China-Russia comparison. *China Economic Review*, 47, 219–233. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2017.08.008>