

Konsep Dasar Ekonomika Industri

Prof. Lincoln Arsyad, Ph.D.



PENDAHULUAN

Modul 1 ini merupakan sarana bagi Anda untuk memahami pengertian dan cakupan ekonomika industri. Pada modul ini, dijelaskan definisi ekonomika industri, perspektif, dan elemen-elemen utama dalam ekonomika industri, serta ruang lingkup kajian ekonomika industri.

Secara umum, setelah mempelajari modul ini, Anda diharapkan dapat menjelaskan definisi dan cakupan ekonomika industri. Secara khusus, setelah mempelajari modul ini, Anda diharapkan dapat:

1. menjelaskan definisi ekonomika industri;
2. menjelaskan ruang lingkup kajian ekonomika industri.

Kegiatan Belajar 1

Definisi Ekonomika Industri

A. PENGERTIAN EKONOMIKA INDUSTRI

Stigler (1968) menyatakan bahwa ekonomika industri adalah studi yang bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang struktur dan perilaku industri dalam perekonomian, khususnya mencakup struktur perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhinya, pengaruh konsentrasi perusahaan terhadap kondisi persaingan, pengaruh persaingan terhadap harga, investasi, dan inovasi (Schmalense, 1989). Selanjutnya, Schmalense mengatakan bahwa ekonomika industri tidak hanya membahas tentang teori saja, namun juga mengkaji pengukuran dan pengujian hipotesis mengenai kebijakan publik terkait dunia bisnis. Dia mengajukan definisi ekonomika industri, yang menurutnya cukup mampu mengakomodasi berbagai aspek ekonomika industri, yakni disiplin ilmu yang mempelajari sisi penawaran dari perekonomian, khususnya pasar manakala perusahaan-perusahaan berperan sebagai penjual. Melengkapi dua definisi di atas, Barthwal (2010) menyatakan bahwa ekonomika industri adalah sebuah cabang ilmu ekonomi yang membahas masalah-masalah ekonomi yang terkait dengan perusahaan dan industri serta keterkaitan antara perusahaan, industri, dan masyarakat.

Menurut Barthwal (2010), ada dua elemen utama ekonomika industri, yaitu elemen deskriptif dan elemen analitis. Elemen deskriptif menyediakan survei industri dan lembaga komersial lainnya untuk memberikan informasi tentang sumber daya alam, iklim industri, kondisi infrastruktur, pasokan faktor produksi, kebijakan industri dan perdagangan, serta tingkat kompetisi di suatu wilayah atau negara kepada pelaku bisnis. Elemen analitis terkait dengan kajian mengenai penentuan strategi/kebijakan dan proses pengambilan keputusan dalam bisnis, seperti analisis pasar, penentuan harga, pemilihan teknik produksi, penentuan lokasi produksi perusahaan, perencanaan investasi, perekrutan dan pemecatan pegawai, keputusan finansial perusahaan, diversifikasi produk, dan sebagainya. Lebih lanjut Barthwal mengatakan bahwa dua elemen ini saling terkait, dalam hal ini pengambilan keputusan yang tepat dalam organisasi bisnis atau usaha tidak akan tepat tanpa informasi yang mencukupi.

Ekonomika industri memiliki sejumlah karakteristik yang sama dengan ekonomika mikro dan ekonomika manajerial (Barthwal, 2007). Meskipun

demikian, ekonomika industri berbeda dengan ekonomika industri maupun manajerial. Ekonomika mikro merupakan ilmu yang bersifat abstrak, deduktif, dan kaku. Sementara itu, ekonomika industri bersifat fleksibel dan induktif. Di samping itu, berbeda dengan ekonomika mikro, ekonomika industri tidak menganut asumsi bahwa tujuan perusahaan hanyalah memaksimalkan keuntungan berdasarkan kendala tertentu. Ekonomika industri merumuskan tujuan suatu perusahaan berdasarkan fakta yang ada dan berfokus pada kendala-kendala yang menghambat pencapaian tujuan perusahaan tersebut serta mencari strategi untuk mengatasinya. Dalam hal ini, terlihat bahwa ekonomika industri bersifat lebih aktif daripada ekonomika mikro. Di samping itu, ekonomika mikro cenderung tidak membahas secara rinci operasional proses produksi, distribusi, dan aspek lain dari suatu perusahaan atau industri. Selain itu, berbeda dari ekonomika mikro yang hanya cenderung berfokus pada proses penentuan harga di perusahaan atau industri, ekonomika industri juga memperhatikan aspek lain yang menggambarkan kondisi riil di pasar, seperti pengembangan proses dan produk, desain produk, pengiklanan, dan strategi investasi (Clarke, 2003).

Ekonomika industri juga memiliki beberapa karakteristik yang serupa dengan ekonomika manajerial. Ekonomika manajerial membahas konsep-konsep dan analisis terkait perusahaan, seperti analisis permintaan, biaya, laba, kompetisi, dan elemen lain untuk menunjang pengambilan keputusan. Meskipun demikian, ada dua perbedaan utama antara ekonomika industri dan ekonomika manajerial. Pertama, ekonomika manajerial memegang asumsi awal bahwa perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan. Selanjutnya, analisis dalam ekonomika manajerial berupaya untuk membuat skema yang aturan-aturan dan prosedur terkait dengan keputusan perusahaan diatur sedemikian rupa dan diformulasikan sehingga mampu mencapai tujuan maksimisasi profit. Berbeda dengan ekonomika manajerial, ekonomika industri berupaya untuk memahami dan menjelaskan proses yang ada di dalam sistem perusahaan dan berusaha memproduksi dampak yang terjadi ketika ada perubahan variabel-variabel tertentu dalam sistem perusahaan. Dengan kata lain, ekonomi industri memiliki pendekatan yang lebih bersifat positif, sementara ekonomika manajerial memiliki pendekatan yang lebih bersifat normatif. Ekonomika industri juga tidak terlalu banyak mengakomodasikan disiplin ilmu lain, seperti ekonomika manajerial. Dalam hal ini, analisis ekonomika manajerial melibatkan analisis terhadap masalah terkait akuntansi, penelitian operasional, psikologi, pemasaran, dan berbagai disiplin ilmu lain. Analisis ekonomi industri tidak

mengkaji permasalahan hingga sejauh itu. Ekonomika industri hanya mengkaji hambatan-hambatan struktural dalam perusahaan yang memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan.

B. SEJARAH DAN PEMBENTUKAN ELEMEN-ELEMEN EKONOMIKA INDUSTRI

Barthwal (2010) menyatakan bahwa awal mula dari perumusan elemen-elemen ekonomika industri sulit diketahui. Meskipun demikian, mengacu pada Hamprey (1940) dan Shepherd (1979), Barthwal (2010) menyatakan bahwa sejumlah bahasan terkait praktik monopoli dan beberapa elemen lain dari ekonomika industri sudah ada sejak tahun 2100 SM. Namun demikian, sejarah ekonomika industri modern berawal pada abad 17 ketika Adam Smith mengeluarkan buku *The Wealth of Nations* (1776). Teori perusahaan yang dikemukakan oleh Smith dianggap sebagai awal mula lahirnya ekonomi industri kontemporer atau biasa disebut “*the mother of the contemporary industrial economics*” (Barthwal, 2004). Kontribusi utama Adam Smith yang selanjutnya menjadi basis acuan ekonomika industri adalah konsep pembagian kerja (*division of labor*) dan analisis harga produk. Sebagai tambahan, dalam analisis harga produk, Smith memperkenalkan konsep harga pasar (*market price*) yang ditentukan oleh pasar dan konsep harga alamiah (*natural price*) yang ditentukan berdasarkan faktor produksi tenaga kerja yang diperlukan dalam proses produksi.

Pada periode selanjutnya, pertengahan abad ke-18 hingga pertengahan abad ke-19, analisis ekonomi terkait aktivitas industri lebih banyak berkuat pada metodologi (Barthwal, 2007). Dalam menganalisis perilaku ekonomi perusahaan dan industri, aliran pemikiran Jevons mengikuti metode yang sifatnya abstrak, mengacu pada pola pikir deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis teori perusahaan. Sementara itu, aliran pemikiran lainnya (*historical school*) mengacu pada pola pikir induktif melalui pendekatan empiris. Meskipun demikian, terdapat ekonom, seperti Alfred Marshall dan Joseph Schumpeter yang menggabungkan analisis deduktif dan induktif dalam analisisnya. Kontribusi pemikiran terhadap ekonomika industri pada fase ini berupa teori permintaan, khususnya teori utilitas serta penyempurnaan konsep biaya dan faktor produksi oleh William Stanley Jevons. Pada fase ini, W.S. Jevons, F. Y. Edgeworth, J. B. Clark dan F. Knight berkontribusi terhadap munculnya konsep biaya rata-rata, penyamaan harga dan berbagai asumsi yang selanjutnya digunakan untuk

memperbaiki model pasar persaingan sempurna. Alfred Marshall menulis buku *Principle of Economics* (1890) dan *Industry and Trade* (1919) berdasarkan kekagumannya pada teori utilitas yang dibangun oleh Jevons dan teori kelembagaan yang dibangun oleh aliran *historical school*. Sementara itu, Schumpeter menuliskan berbagai konsep terkait kewirausahaan dan inovasi, serta mengemukakan analisis kompetisi yang dikombinasikan dengan pengetahuannya sebagai ekonom pembangunan.

Berikutnya, sekitar periode 1930-an hingga 1940-an, asumsi pasar yang kompetitif dianggap kurang mampu menjelaskan perilaku perusahaan. Hal ini, ditandai dengan munculnya teori kompetisi yang tidak sempurna (*imperfect competition*) oleh Joan Robinson (1933) dan analisis kompetisi monopolistik oleh Edward Chamberlin (1933). Dua teori tersebut selanjutnya mendorong munculnya analisis aktivitas industri yang memperhatikan isu, seperti duopoli, oligopoli, diversifikasi produk, perilaku iklan, penelitian dan pengembangan, serta kebijakan harga dalam perusahaan atau industri. Pada masa ini, Harold Hotelling mengakomodasikan aspek diferensiasi barang dan dimensi spasial untuk menjelaskan kompetisi di pasar. Pada waktu yang sama, Kelvin Lancaster membangun teori konsumen yang lebih relevan dengan perilaku industri. Kemudian, Von Neumann dan Morgensten, pada tahun 1940-an membangun teori permainan yang selanjutnya dijadikan dasar pengembangan teori perusahaan. Pada fase ini, seiring munculnya berbagai analisis ekonomi terkait industri yang lebih relevan bagi perusahaan dan industri, teori perusahaan tradisional harus mengalami banyak penyesuaian.

Pada periode selanjutnya, ekonomika industri mulai berkembang dengan sangat cepat. Pada tahun 1950-an, ekonomika industri menjadi salah satu cabang ilmu ekonomi yang berdiri secara independen (Clarke, 2003; Barthwal, 2007). Periode 1950 dan 1960-an merupakan sejarah bagi munculnya pemikiran-pemikiran fundamental yang berkontribusi besar bagi perkembangan ekonomika industri. Pembahasan ekonomika industri secara lebih komprehensif diawali oleh buku tentang struktur pasar yang ditulis Berle dan Means pada tahun 1931 berjudul *The Modern Corporation and Private Property* dan Edward S. Mason pada tahun 1957 berjudul *Economic Concentration and the Monopoly Problem* (Hasibuan, 1993). Selanjutnya, Joe S. Bain mengembangkan pemikiran dan analisis yang dirintis oleh gurunya, Mason, dengan menulis buku terkait struktur, perilaku, dan kinerja industri yang berjudul *Industrial Organization* pada tahun 1997. Melalui buku tersebut, Bain membangun kerangka analisis industri *Structure-Conduct-Performance* atau yang biasa disebut analisis SCP.

Pengaruh analisis SCP semakin berperan dalam analisis ekonomika industri. Meskipun demikian, terdapat sejumlah keterbatasan yang muncul dari analisis SCP. Oleh karena itu, muncul berbagai teori dan alat analisis yang menjadi alternatif maupun melengkapi kerangka analisis SCP. Analisis Robin Marris (1964) mengenai peran perilaku manajerial dalam konteks korporasi modern telah mendorong munculnya kerangka analisis *Techno-Structure* yang selanjutnya dikembangkan oleh John Kenneth Galbraith. Cyerth dan March (1963) mengembangkan teori perilaku perusahaan. Herbert A. Simon (1950) mempelajari pentingnya proses pengambilan keputusan dalam konteks organisasi industri sebagai unit administratif. Sementara itu, George J. Stigler berfokus pada analisis struktur oligopoli. Berbagai pemikiran tersebut berkontribusi terhadap cepatnya perkembangan berbagai aspek ekonomika industri pada masa ini.

Pada periode selanjutnya hingga saat ini, analisis isu secara teoritis maupun empiris menjadi kajian ekonomika industri semakin luas dan semakin menekankan pengaruh faktor kelembagaan dalam analisisnya. Beberapa aspek baru yang dibahas mencakup perilaku strategik, dinamika industri, *laboratory experiments*, konvergensi transaksi, efisiensi kontrak, persaingan nonharga, struktur finansial dan jasa finansial, serta perilaku nonkooperatif (Barthwal, 2010). Di samping itu, perkembangan analisis juga tidak lagi terbatas pada aspek mikro, seperti konsentrasi pasar, produk, permodalan, bentuk-bentuk persaingan, permasalahan biaya, dan efisiensi alokatif, tetapi juga semakin banyak dikaitkan dengan aspek-aspek makro, seperti kebijaksanaan pemerintah tentang proteksi, hambatan pasar (*barriers to entry*), hambatan perdagangan, pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, dan investasi asing (Hasibuan, 1993).

C. MENGAPA EKONOMIKA INDUSTRI PENTING?

Pada masa sekarang ini, Ekonomi Industri menjadi cabang ilmu ekonomi yang semakin penting untuk dipelajari. Hal ini didasarkan oleh sejumlah hal berikut (dirumuskan berdasarkan Hasibuan, 1993):

1. Praktik-praktik struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dalam kegiatan bisnis telah dikenal sejak lama, praktik-praktik konsentrasi pasar ini cenderung mendorong terjadinya perilaku pelaku pasar yang menimbulkan berbagai kerugian bagi konsumen, misalnya dalam hal penetapan harga yang tinggi. Dengan memahami ekonomika industri, konsumen dapat memahami fenomena yang terjadi di pasar dan menentukan strategi untuk

meminimalkan resiko kerugian yang akan ditanggungnya, akibat struktur dan perilaku pasar yang ada.

2. Semakin tinggi konsentrasi industri maka persaingan antarperusahaan akan semakin rendah dan sering kali muncul berbagai hambatan bagi pesaing untuk masuk ke dalam pasar. Hal ini akan semakin mengakibatkan terjadinya inefisiensi perekonomian. Dengan memahami ekonomika industri, kita dapat mengambil strategi maupun kebijakan-kebijakan yang tepat untuk memengaruhi konsentrasi tersebut dalam rangka mendorong terwujudnya efisiensi perekonomian.
3. Konsentrasi industri yang tinggi berakibat pada adanya konsentrasi kekayaan. Hal ini selanjutnya dapat menghambat terwujudnya pemerataan pembangunan, baik dalam hal pemerataan pendapatan maupun pemerataan kesempatan kerja (berusaha). Pemahaman tentang ekonomika industri akan memberikan landasan berpikir untuk menganalisis permasalahan dan membangun solusi untuk mengatasi permasalahan terkait pemerataan pembangunan tersebut.
4. Kaitan struktur industri dengan penyelesaian masalah-masalah ekonomi terkait erat dengan intervensi pemerintah. Dalam hal ini, pemahaman mengenai ekonomi industri akan memberi landasan bagi kita untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan pemerintah dalam menciptakan struktur industri yang mengoptimalkan *benefit* bagi perekonomian dan menganalisis kebijakan pemerintah apakah yang sekiranya tepat untuk diaplikasikan pada struktur industri yang ada.
5. Kajian-kajian tentang struktur perilaku, kinerja, dan industri tidak terlepas dari masalah-masalah ekonomi, yaitu apa yang diproduksi, bagaimana, dan untuk siapa saja barang dan jasa diproduksi. Dalam hal ini, pemahaman ekonomika industri akan memberi landasan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam perekonomian, baik rumah tangga, produsen, pemerintah untuk mengambil keputusannya secara tepat dalam mendukung terwujudnya tujuan ekonominya, khususnya dalam konteks ini, adalah pencapaian kesejahteraan masing-masing pemangku kepentingan tersebut.

D. PERSPEKTIF DALAM EKONOMIKA INDUSTRI

Dalam ekonomika industri, terdapat sejumlah aliran pandangan atau perspektif yang melandasi kemunculan berbagai pemikiran dalam sejarah

perkembangan ekonomika industri. Aliran pandangan tersebut mencakup (Hinde, 2000):

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

Aliran ini mengemukakan adanya keterkaitan secara linier antara struktur pasar, perilaku pelaku pasar, dan kinerja perusahaan-perusahaan dalam pasar. Aliran ini berpendapat bahwa struktur pasar (seperti pola konsentrasi penjual dan pembeli di pasar) merupakan refleksi dari kondisi permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Struktur pasar, kemudian memengaruhi perilaku pelaku pasar (seperti strategi untuk berkolusi, strategi harga, strategi periklanan, dan sebagainya). Perilaku pasar ini, selanjutnya akan menentukan kinerja perusahaan yang ada di dalam pasar.

2. *Behaviorist*

Aliran ini menyatakan bahwa perilaku pasar merupakan faktor yang terpenting dalam menentukan struktur maupun kinerja pasar. Dalam hal ini, hubungan antara struktur, perilaku, dan kinerja tidak linier dan searah lagi, seperti yang dikemukakan aliran SCP. Menurut pandangan aliran ini, upaya untuk mengendalikan aktivitas pelaku pasar yang bersifat kolusif, seperti merger dan kartel sangat diperlukan untuk mewujudkan pasar yang efisien.

3. *New Industrial Economics*

Aliran ini menekankan pembahasannya pada perilaku yang terjadi di pasar dan strategi yang digunakan dalam pasar. Aliran ini mengadopsi pendekatan teori permainan (*game theory*) untuk menjelaskan hubungan saling ketergantungan dalam struktur pasar monopoli dan oligopoli.

4. *UCLA-Chicago School*

Aliran ini berpandangan bahwa keberhasilan suatu perusahaan untuk beroperasi secara efisien merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan di dalam pasar, termasuk di pasar oligopoli. Pemikiran ini bertentangan dengan paradigma SCP yang menyatakan bahwa kinerja suatu perusahaan di dalam pasar ditentukan oleh tingkat konsentrasi pasar dan kemampuan pelaku pasar untuk mengendalikan harga.

5. *Contestable Market*

Aliran ini berpendapat bahwa kompetisi menjadi kekuatan untuk mewujudkan tercapainya keseimbangan pasar ketika biaya untuk masuk ke dalam atau keluar pasar sama dengan nol. Pemikiran ini menjadi salah satu landasan pemikiran dalam debat mengenai privatisasi pada masa itu.

6. *Austrian*

Pandangan ini menganggap intervensi terhadap sistem pasar harus seminimal mungkin. Aliran ini juga mengemukakan pentingnya teknologi dan inovasi dalam mencapai keberhasilan kinerja pasar. Aliran ini beranggapan bahwa tingkat profitabilitas yang terjadi pada pasar persaingan monopolistik sudah cukup untuk mendukung terwujudnya peningkatan teknologi dan inovasi.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Berikan penjelasan mengenai definisi dan elemen-elemen Ekonomika Industri!
- 2) Jelaskan perbedaan antara Ekonomi Industri dan Ekonomika Manajerial?
- 3) Sebut dan jelaskan secara singkat, beberapa perspektif atau paradigma yang pernah ada dalam perkembangan Ekonomika Industri!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Ekonomika industri adalah sebuah cabang ilmu ekonomi yang membahas masalah-masalah ekonomi yang terkait dengan perusahaan dan industri serta keterkaitan antara perusahaan, industri, dan masyarakat (Barthwal, 2004). Menurut Barthwal (2010), ada dua elemen utama dari ekonomika industri, yaitu elemen deskriptif dan elemen analitis. Elemen deskriptif menyediakan survei industri dan lembaga komersial lainnya, untuk memberikan informasi mengenai sumber daya alam, iklim industri, kondisi infrastruktur, suplai faktor produksi, kebijakan industri dan perdagangan, serta tingkat kompetisi di suatu wilayah atau negara kepada pelaku bisnis.

Elemen analitis terkait dengan kajian mengenai penentuan strategi/ kebijakan dan proses pengambilan keputusan dalam bisnis, seperti analisis pasar, penentuan harga, pemilihan teknik produksi, penentuan lokasi produksi perusahaan, perencanaan investasi, perekrutan dan pemecatan pegawai, keputusan finansial perusahaan, diversifikasi produk, dan sebagainya.

- 2) Perbedaan utama antara ekonomika industri dan ekonomika manajerial terletak pada asumsi dan pendekatan yang digunakan serta cakupan analisis kedua jenis ilmu tersebut. Pertama, ekonomika manajerial memegang asumsi awal bahwa perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan profit. Selanjutnya, analisis dalam ekonomika manajerial berupaya untuk membuat skema yang aturan-aturan dan prosedur terkait dengan keputusan perusahaan diatur sedemikian rupa, dan diformulasikan sehingga mampu mencapai tujuan maksimisasi keuntungan. Berbeda dengan ekonomika manajerial, ekonomika industri berupaya untuk memahami dan menjelaskan proses yang ada di dalam sistem perusahaan dan berusaha memproduksi dampak yang terjadi ketika ada perubahan variabel-variabel tertentu dalam sistem perusahaan. Dengan kata lain, ekonomi industri memiliki pendekatan yang lebih bersifat positif, sementara ekonomika manajerial memiliki pendekatan yang lebih bersifat normatif. Ekonomika industri juga tidak terlalu banyak mengakomodasikan disiplin ilmu lain, seperti ekonomika manajerial. Dalam hal ini, analisis ekonomika manajerial melibatkan analisis terhadap masalah terkait akuntansi, penelitian operasional, psikologi, pemasaran, dan berbagai disiplin ilmu lain. Analisis ekonomi industri tidak mengkaji permasalahan hingga sejauh itu. Ekonomika industri hanya mengkaji hambatan-hambatan struktural dalam perusahaan yang memengaruhi pencapaian tujuan perusahaan.
- 3) Perspektif yang ada dalam perkembangan ekonomika industri antara lain:
 - a) aliran *Structure-Conduct-Performance* (SCP) yang mengemukakan adanya keterkaitan secara linier antara struktur pasar, perilaku pelaku pasar, dan kinerja, dalam hal ini struktur pasar memengaruhi perilaku pelaku pasar, dan selanjutnya perilaku pelaku pasar memengaruhi kinerja;
 - b) aliran *Behaviorist* yang menyatakan bahwa perilaku pasar merupakan faktor yang terpenting dalam menentukan struktur maupun kinerja pasar;

- c) aliran *UCLA-Chicago School* yang berpandangan bahwa keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai efisiensi merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan di dalam pasar;
- d) aliran *Contestable Market* yang menyatakan bahwa kompetisi menjadi kekuatan untuk mewujudkan tercapainya keseimbangan pasar manakala biaya untuk masuk ke dalam atau keluar pasar sama dengan nol.



RANGKUMAN

Ekonomika industri adalah sebuah cabang ilmu ekonomi yang membahas masalah-masalah ekonomi yang terkait dengan perusahaan dan industri, serta keterkaitan antara perusahaan, industri, dan masyarakat. Ada dua elemen utama ekonomika industri, yaitu elemen deskriptif dan elemen analitis. Elemen deskriptif memberikan informasi terkait fakta dalam dunia industri, seperti survei terkait sumber daya alam, iklim industri, kondisi infrastruktur, pasokan faktor produksi, dan kebijakan industri. Elemen analitis terkait dengan sisi normatif dari industri berupa kajian mengenai penentuan strategi/kebijakan dan proses pengambilan keputusan dalam bisnis, seperti analisis pasar, penentuan harga, pemilihan teknik produksi, penentuan lokasi produksi. Berbeda dengan sejumlah ilmu ekonomi lain yang memegang asumsi tertentu dalam analisisnya, ekonomika industri mencoba untuk melihat kondisi riil di pasar, termasuk aspek-aspek di dalamnya, selanjutnya mencari solusi dan strategi untuk mencapai keberhasilan di dalam pasar.

Ekonomika industri penting untuk dipelajari karena ekonomika industri memberi landasan bagi kita untuk memahami struktur, perilaku, dan kinerja pasar. Pemahaman tersebut akan membantu setiap pemangku kepentingan (*stakeholders*) perekonomian untuk mengambil keputusan yang tepat dalam aktivitasnya, dalam mengalokasikan sumber daya yang dimilikinya, untuk mencapai kesejahteraan masing-masing pemangku kepentingan tersebut. Dalam ekonomika industri, terdapat sejumlah aliran pandangan atau perspektif yang melandasi kemunculan berbagai pemikiran yang searah dengan perkembangan ekonomika industri, yaitu: (1) aliran *Structure-Conduct-Performance* (SCP) yang mengemukakan adanya keterkaitan secara linier antara struktur pasar, perilaku pelaku pasar, dan kinerja; (2) aliran *Behaviorist* yang menyatakan bahwa perilaku pasar merupakan faktor yang terpenting dalam menentukan struktur maupun kinerja pasar; (3) aliran *New Industrial Economics* yang menekankan perilaku yang terjadi di pasar dan strategi yang digunakan dalam pasar, serta mengadopsi

pendekatan teori permainan (*game theory*) untuk menjelaskan hubungan saling ketergantungan dalam struktur pasar monopoli dan oligopoli; (4) aliran *UCLA-Chicago School* yang berpandangan bahwa keberhasilan suatu perusahaan untuk mencapai efisiensi merupakan kunci utama keberhasilan perusahaan di dalam pasar; (5) aliran *Contestable Market* yang menyatakan bahwa kompetisi menjadi kekuatan untuk mewujudkan tercapainya keseimbangan pasar manakala biaya untuk masuk ke dalam atau keluar pasar sama dengan nol; dan (6) aliran *Austrian* yang menekankan perlunya intervensi pemerintah terhadap sistem pasar yang seminimal mungkin, serta teknologi dan inovasi dalam mendukung kinerja pasar.



TES FORMATIF 1

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Dilihat dari istilah dan elemen-elemennya, ekonomika industri
 - A. termasuk ilmu ekonomika terapan
 - B. memberikan informasi yang bersifat lebih bersifat positif daripada normatif
 - C. membahas pengaruh perilaku industri terhadap kesejahteraan masyarakat
 - D. memiliki elemen analitis dan deskriptif
 - E. semua jawaban benar

- 2) Berikut ini merupakan elemen ekonomika industri yang bersifat analitis, *kecuali*
 - A. kajian teknik produksi
 - B. analisis harga
 - C. dokumentasi kebijakan industri
 - D. analisis lokasi produksi
 - E. penentuan derajat konsentrasi pasar

- 3) Ekonomika industri dapat dikatakan sebagai cabang ilmu ekonomi yang cenderung bersifat fleksibel dan induktif karena
 - A. melandaskan pemikiran dan analisisnya pada teori
 - B. memanfaatkan berbagai metode analisis untuk melakukan kajian
 - C. tidak terpaku pada teori tertentu dan mengambil kesimpulan berdasarkan fakta yang ada di lapangan
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban benar

- 4) Ekonomika industri dikatakan sebagai cabang ilmu ekonomi yang bersifat lebih aktif daripada ekonomika mikro karena
- A. memanfaatkan metode kuantitatif maupun kualitatif dalam analisisnya
 - B. berupaya mencari solusi yang bersifat adaptif terhadap fakta-fakta di lapangan
 - C. berbasis pada teori dalam melakukan analisis faktual
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban benar
- 5) Hal yang membedakan ekonomika industri dan ekonomika mikro adalah
- A. ekonomika industri tidak membahas sisi normatif fakta-fakta yang ada dalam dunia industri
 - B. ekonomika industri cenderung lebih bersifat deskriptif dan kualitatif daripada kuantitatif
 - C. ekonomika industri mengakomodasi fakta-fakta yang ada di lapangan sebagai *input* dalam melakukan analisisnya
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban benar
- 6) Hal utama yang membedakan ekonomika manajerial dari ekonomika industri adalah
- A. cakupan studi yang lebih luas
 - B. metode analisis yang abstrak
 - C. masih kukuh memegang asumsi pasar dalam analisisnya
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban yang benar
- 7) Siapakah orang yang berjasa dalam membangun kerangka pikir *Structure-Conduct-Performance* (SCP) yang sampai saat ini masih menjadi acuan utama analisis ekonomika industri?
- A. Joe S. Bain.
 - B. George J. Stigler.
 - C. Joseph Schumpeter.
 - D. Von Neumann dan Morgensten.
 - E. Edward Chamberlin.
- 8) Kontribusi Adam Smith dalam perkembangan Ekonomika Industri adalah
- A. konsep *division of labor*
 - B. Teori Utilitas
 - C. konsep harga pasar

- D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban yang benar
- 9) Ekonom di bawah ini yang memberikan kontribusi pemikiran berupa *Game Theory* pada tahun 1940-an adalah
- A. Adam Smith
 - B. John Nash
 - C. Von Neumann dan Morgensten
 - D. Joseph Schumpeter
 - E. Alfred Marshall
- 10) Joseph Schumpeter merupakan ekonom pembangunan yang berkontribusi dalam pengembangan ekonomika industri, terutama dalam kajian
- A. Teori Permainan (*Game Theory*)
 - B. kerangka analisis industri *Structure-Conduct-Performance*
 - C. kerangka analisis *Techno-Structure*
 - D. konsep kewirausahaan dan inovasi
 - E. Teori Kelembagaan
- 11) Berikut ini adalah tokoh yang berkontribusi dalam perumusan teori perilaku dalam perkembangan ekonomika industri adalah
- A. George J. Stigler
 - B. Cyerth dan March
 - C. Herbert A. Simon
 - D. Joe S. Bain
 - E. John K. Galbraith
- 12) Berikut ini merupakan salah satu paradigma yang terdapat dalam sejarah perkembangan ekonomika industri, *kecuali*
- A. *Keynesian*
 - B. *Behaviorist*
 - C. *Chicago School*
 - D. *Austrian*
 - E. *Structure-Conduct-Performance*
- 13) Paradigma ekonomika industri yang menyatakan bahwa keberhasilan suatu perusahaan dalam pasar tidak ditentukan oleh struktur pasar, tetapi ditentukan oleh efisiensi merupakan pandangan
- A. *Keynesian*
 - B. *Behaviorist*
 - C. *Chicago School*

- D. *New Industrial Economics*
 E. *Structure-Conduct-Performance*
- 14) Paradigma ekonomika industri yang sering kali dijadikan landasan untuk mendukung fenomena privatisasi adalah
 A. *Contestable Market*
 B. *Keynesian*
 C. *Behaviorist*
 D. *Chicago School*
 E. *Structure-Conduct-Performance*
- 15) Penggunaan pendekatan *Game Theory* dalam menganalisis perilaku pasar ditekankan oleh aliran
 A. *Keynesian*
 B. *Behaviorist*
 C. *Chicago School*
 D. *New Industrial Economics*
 E. *Structure-Conduct-Performance*

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 1 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 1.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan Kegiatan Belajar 2. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 1, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kegiatan Belajar 2

Ruang Lingkup Kajian Ekonomika Industri

A. KAJIAN EKONOMIKA INDUSTRI

Ruang lingkup kajian ekonomika industri mencakup faktor-faktor yang memengaruhi struktur, perilaku, kinerja perusahaan dan industri, hubungan yang terjadi antara struktur, perilaku, dan kinerja perusahaan, serta hubungan antara industri dengan masyarakat. Kajian dalam ekonomika industri mencakup berbagai aspek berikut: teori perusahaan (efisiensi, motif/tujuan, dan bentuk organisasi perusahaan), struktur persaingan (konsentrasi pasar dan karakteristik pasar), perilaku pasar (penentuan dan strategi harga, strategi diversifikasi, integrasi vertikal dan merger, inovasi, keputusan investasi, dan strategi periklanan), analisis kinerja (profitabilitas dan pertumbuhan), analisis lokasi industri, kebijakan pemerintah terkait industri dan kebijakan perusahaan, proses industrialisasi dan pembangunan, keunggulan komparatif, serta berbagai aspek lainnya (Barthwal, 2007). Berikut ini akan dijelaskan gambaran awal beberapa dari sejumlah aspek tersebut.

Terkait dengan efisiensi, pembahasan efisiensi dalam ekonomika industri merupakan efisiensi yang ditinjau dari sudut pandang perusahaan dan industri. Dalam hal ini, ketika suatu perusahaan berperan sebagai suatu unit produksi, maka tujuan utama perusahaan tersebut adalah memaksimalkan efisiensi produktif. Ketika suatu perusahaan merupakan suatu unit produksi, maka tujuan perusahaan adalah memaksimalkan efisiensi ekonomi (*economic efficiency*). Efisiensi produktif mencakup efisiensi teknis (*technical efficiency*) dan efisiensi harga faktor produksi (*factor price efficiency*). Efisiensi teknis diartikan sebagai tingkat kehematan dalam pendayagunaan *input* untuk memproduksi *output* dalam jumlah tertentu. Sementara itu, efisiensi harga faktor produksi dapat didefinisikan sebagai kemampuan dalam menentukan kombinasi input dengan mempertimbangkan harga relatif input tertentu terhadap input lainnya. Dalam praktik, sebuah perusahaan ingin mencapai target yang lebih jauh daripada hanya memaksimalkan tingkat efisiensi produktif, yaitu dengan pencapaian efisiensi produktif yang disertai dengan pencapaian efisiensi ekonomi. Efisiensi ekonomi dapat diartikan sebagai pemilihan barang yang diproduksi, alokasi sumber daya untuk produksi, pemilihan alat dan mekanisme produksi, serta pendistribusian barang hasil produksi yang efisien. Efisiensi ekonomi

menitikberatkan pada adanya kelangkaan sumber daya yang digunakan untuk produksi dan adanya *opportunity cost* dalam penggunaan barang tersebut.

Terkait dengan motivasi dan bentuk organisasi, motivasi (tujuan perusahaan) dan bentuk organisasi perusahaan merupakan dua hal yang saling terkait. Motivasi perusahaan akan menentukan bentuk organisasi perusahaan yang akan dipilih (yang mampu mendukung pencapaian tujuan perusahaan). Motivasi perusahaan antara lain maksimisasi profit, maksimisasi penjualan, maksimisasi nilai perusahaan, maksimisasi pertumbuhan (asset, profit, nilai) perusahaan, motivasi manajerial (maksimisasi utilitas manajemen). Di samping ketiga tujuan maksimisasi tersebut, Cyert dan March dalam Barthwal (2010) mengemukakan sejumlah tujuan lain dari perusahaan, yaitu tujuan berbasis produksi (pemenuhan target dan stabilitas produksi), tujuan berbasis *inventory* (optimalitas persediaan sebagai antisipasi fluktuasi pasar), tujuan berbasis penjualan (stabilitas dan ekspansi pemasaran), dan tujuan pencapaian pangsa pasar (*market share*).

Bentuk organisasi umumnya dikaitkan dengan pola kepemilikan perusahaan. Jika dilihat dari pola kepemilikannya, bentuk organisasi perusahaan dapat dibagi menjadi 3, yaitu sektor privat, sektor publik, dan sektor campuran (kombinasi sektor privat dan publik). Sektor privat mencakup perusahaan yang dimiliki individu maupun dikelola secara kolektif. Perusahaan dalam sektor ini dimiliki dan dijalankan oleh pihak swasta, serta tidak ada campur tangan dari pemerintah. Pada umumnya, perusahaan dalam sektor ini memiliki tujuan ekonomi, yaitu meningkatkan kesejahteraan entitas yang ada di dalamnya. Sektor publik mencakup perusahaan dan korporasi pemerintah. Perusahaan dalam sektor ini dimiliki oleh pemerintah dengan manajemen yang ditunjuk oleh pemerintah, serta ada intervensi pemerintah dalam pengambilan keputusan. Perusahaan dalam sektor ini memiliki tujuan ekonomi maupun tujuan sosial, yang mencakup pengendalian sektor strategis (sektor pokok yang terkait dengan kebutuhan hidup pokok masyarakat, seperti energi dan transportasi) dalam perekonomian, mendorong pembangunan sosial (yang terkait dengan kesejahteraan penduduk di negaranya) daripada hanya mendorong penciptaan keuntungan semata, dan menciptakan surplus untuk membiayai pembangunan di negaranya.

Terkait dengan penentuan harga produk, secara tradisional, harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran terhadap produk. Meskipun demikian seiring dengan perkembangan teori harga, penentuan harga produk harus mempertimbangkan motivasi (tujuan) perusahaan, struktur pasar, maupun

berbagai macam aspek lainnya, seperti karakteristik produk dan daya beli konsumen. Sebagai contoh, perusahaan monopolis yang menjual barang yang sifat permintaanya inelastis berupaya untuk mencapai keuntungan maksimum. Untuk itu, perusahaan tersebut cenderung akan meningkatkan harga produknya, namun juga dengan memperhatikan daya beli masyarakat. Pada kondisi lain, di pasar oligopoli, suatu perusahaan bermaksud untuk merebut pangsa pasar perusahaan lainnya maka perusahaan tersebut cenderung akan menurunkan harga produknya. Terdapat berbagai macam strategi penentuan harga, diantaranya adalah teori harga relatif, penentuan harga mengikuti pergerakan harga yang diterapkan pesaing atau *follow the leader pricing*, dalam hal ini harga ditentukan oleh pemimpin pasar. Di samping itu, ada juga berbagai strategi penentuan harga, seperti penerapan harga tinggi pada masa awal produk diluncurkan, kemudian berangsur menurun (*price skimming*), penerapan harga rendah untuk tujuan penetrasi pasar (*penetration price*), penetapan harga tinggi untuk membentuk *image* positif dari konsumen (*prestige pricing*), diskon, diferensiasi harga, dan sebagainya.

Terkait dengan strategi bisnis, strategi adalah cara atau sarana untuk mencapai tujuan perusahaan. Secara umum, ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi yang bertujuan untuk membuat barang dan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu responsif terhadap perubahan harga. Fokus dapat diartikan menyediakan barang dan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen. Secara khusus, di samping strategi penetapan harga, strategi bisnis bisa berupa strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi, dan strategi defensif. Strategi integrasi mencakup integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal. Ketika ketiga jenis strategi tersebut dilakukan, hal ini disebut sebagai integrasi vertikal. Strategi integrasi vertikal memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Strategi intensif mencakup penetrasi pasar dan pengembangan produk. Strategi diversifikasi mencakup diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Strategi defensif mencakup strategi rasionalisasi biaya, divestasi, atau likuidasi.

Terkait dengan analisis lokasi industri, pemilihan lokasi perusahaan/industri pada dasarnya menentukan suatu tempat atau lokasi yang tepat untuk kegiatan

industri dengan memperhitungkan kelebihan dan kekurangan dari lokasi tersebut. Lokasi perusahaan/industri adalah tempat perusahaan/industri melakukan aktivitasnya. Lokasi perusahaan/industri yang paling ideal adalah terletak pada suatu tempat yang mampu memberikan total biaya produksi yang rendah dan keuntungan yang maksimal. Pemilihan lokasi perusahaan/industri juga harus meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan dan industri bagi kehidupan sosial maupun lingkungan.

Terkait dengan kebijakan pemerintah mengenai industri, pada dasarnya ada dua jenis kebijakan industri, yaitu kebijakan yang bertujuan untuk menjaga dan mendorong terciptanya kompetisi untuk menjamin agar mekanisme pasar dapat bekerja dengan baik (kebijakan kompetisi) dan kebijakan yang bertujuan untuk mengatasi kegagalan pasar, misalnya dengan melakukan promosi dan memberikan proteksi bagi industri yang belum mampu bersaing di pasar. Kebijakan kompetitif mencakup kebijakan pembangunan infrastruktur, kebijakan antimonopoli, kebijakan terkait pengembangan teknologi. Kebijakan untuk mengatasi kegagalan pasar mencakup kebijakan perdagangan yang protektif (penerapan tarif impor yang tinggi), subsidi faktor produksi, dukungan modal, dan teknologi baru. Dalam penerapan kebijakan industri, pemerintah harus memperhatikan kondisi awal elemen-elemen industri sebelum penerapan kebijakan industri. Ketika mekanisme pasar sudah pasti mampu berjalan dengan sempurna maka kebijakan industri kompetitif akan mendukung terwujudnya kinerja pasar yang baik. Akan tetapi, ketika mekanisme pasar belum bisa berjalan dengan sempurna (masih ada sejumlah kegagalan pasar), kebijakan industri harus lebih diarahkan dahulu pada upaya untuk mengatasi kegagalan pasar (Ishihara, 2005).

Terkait dengan industrialisasi dalam pembangunan, industrialisasi dalam analisis ekonomika industri merupakan bahasan yang sangat penting karena proses industrialisasi memberikan dampak yang begitu besar bagi perekonomian. Dampak tersebut berupa perubahan struktur perekonomian dari sektor primer ke sekunder dan tersier, yang selanjutnya memengaruhi pola kehidupan ekonomi masyarakat, kesempatan kerja, pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing perekonomian melalui penciptaan keunggulan komparatif, maupun berbagai aspek pembangunan lainnya.

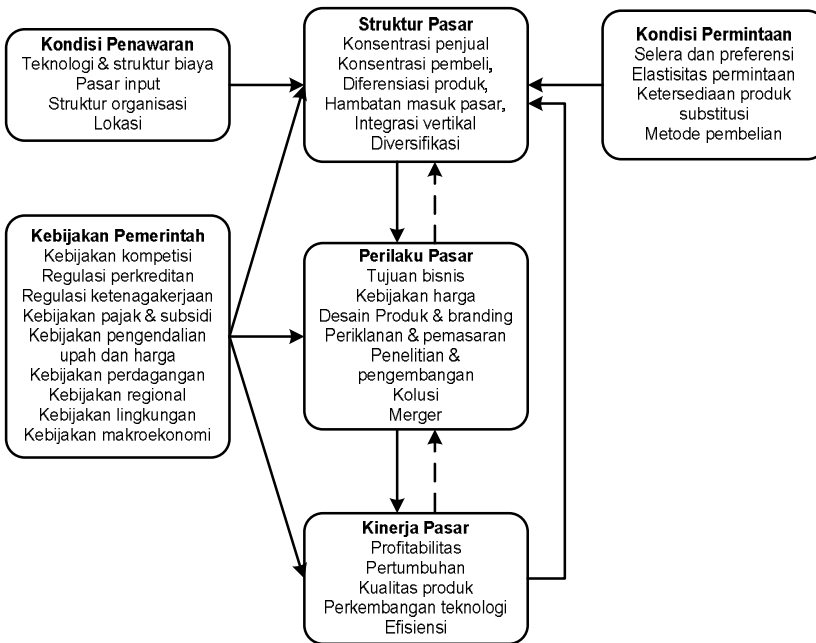
B. KERANGKA ANALISIS UTAMA EKONOMIKA INDUSTRI

Awal perkembangan ekonomika industri didominasi oleh paradigma struktur-perilaku-kinerja (*structure-conduct-performance* atau *SCP paradigm*). Pembangunan paradigma SCP dimotori oleh E. S. Mason pada tahun 1930 hingga 1940-an, lalu dilanjutkan oleh muridnya, Joe S. Bain pada tahun 1950 hingga 1960-an (Clarke, 2003). Paradigma ini cenderung lebih terkonsentrasi pada analisis empiris daripada teoritis, meskipun sejumlah aspek dalam pemikiran SCP berbasis pada teori ekonomi mikro klasik. Dalam analisisnya, paradigma ini mengemukakan hubungan keterkaitan antara struktur pasar (*structure*) dan kinerja pasar (*performance*). Secara spesifik, struktur pasar memengaruhi perilaku (*conduct*) perusahaan-perusahaan yang ada di pasar, dan selanjutnya memengaruhi kinerja (*performance*) perusahaan-perusahaan yang ada di pasar tersebut (Lipczynski, 2009).

Menurut Clark (2003), struktur pasar merupakan suatu pola ketika elemen-elemen pasar saling berinteraksi, baik antara penjual, antara pembeli, antara penjual dan pembeli, maupun antara penjual yang sudah ada dengan calon pesaing yang akan masuk ke pasar. Struktur pasar terkait dengan seberapa tinggi derajat konsentrasi pasar (distribusi jumlah dan skala usaha perusahaan/penjual untuk komoditas tertentu di pasar), derajat konsentrasi penjual (jumlah dan skala usaha pembeli komoditas tertentu di pasar), derajat diferensiasi produk (seberapa tinggi tingkat variasi produk tertentu di pasar), dan hambatan untuk terjadinya kompetisi (seberapa tinggi tingkat kesulitan yang ditemui oleh perusahaan baru untuk masuk ke pasar). Struktur pasar, bersama-sama dengan tujuan perusahaan, cenderung memengaruhi perilaku pelaku pasar dalam menjalankan bisnisnya. Perilaku pasar merupakan pola perilaku yang diikuti oleh perusahaan-perusahaan yang ada di pasar dalam menyesuaikan diri dengan pasar, untuk mencapai tujuan masing-masing perusahaan. Perilaku pasar mencakup penentuan harga, jenis, dan kuantitas produk yang akan dijual, standar proses dan kualitas produk, strategi periklanan, penelitian dan pengembangan, serta berbagai bentuk praktik persaingan maupun kerja sama yang ada di pasar. Berdasarkan pendekatan SCP, perilaku pasar diasumsikan memengaruhi kinerja pasar. Kinerja pasar tercermin dari profitabilitas, efisiensi, dan pertumbuhan pasar, maupun sejumlah variabel lain berdasarkan tujuan masing-masing perusahaan. Penjelasan di atas merupakan kerangka pikir dasar dari pendekatan SCP. Sejumlah studi terkini menyatakan adanya kecenderungan hubungan yang lebih kompleks dalam paradigma SCP (Clarke, 2003).

Contohnya, kinerja pasar dapat mendorong terwujudnya struktur pasar tertentu. Dengan kata lain, tidak ada hubungan yang baku antara elemen dalam pendekatan SCP tersebut.

Gambar 2.1 menunjukkan hubungan keterkaitan antarelelemen dalam pendekatan SCP. Berdasarkan logika SCP yang dikemukakan oleh Mason dan Bain, hubungan keterkaitan antarelelemen SCP mengalir dari struktur menuju kinerja. Meskipun demikian, digambarkan sejumlah kemungkinan lain, seperti: dari kinerja menuju ke perilaku, dari perilaku menuju ke struktur, dan dari kinerja menuju ke struktur. Aliran yang tidak sesuai dengan paradigma awal SCP digambarkan dengan garis putus-putus.



Sumber: Dimodifikasi dari Clarke (2003), Lipczynski, et al. (2009), dan Barthwal (2010)

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Pendekatan SCP

Berikut ini, secara singkat akan dibahas sejumlah variabel utama yang terdapat dalam setiap elemen SCP, seperti yang telah digambarkan pada Gambar 2.1 (Lipczynski, et al., 2009).

1. Struktur

Struktur pasar cenderung berubah secara lambat, bahkan dapat dikatakan tetap dalam jangka pendek. Variabel-variabel utama yang terdapat dalam elemen ini adalah:

a. *Distribusi jumlah dan skala pembeli dan penjual*

Variabel ini merupakan penentu utama dari kekuatan pasar yang dimiliki oleh pelaku-pelaku utama yang ada di pasar dan kemampuan pelaku-pelaku utama tersebut untuk mengendalikan harga pasar berdasarkan harga yang mereka terapkan. Sebagai contoh, untuk kasus pasar barang konsumsi yang terdapat banyak sekali penjual dengan skala kecil sementara penjual dengan jumlah penjual relatif lebih sedikit dibandingkan jumlah pembeli, maka hal yang akan menjadi perhatian utama adalah konsentrasi penjual. Sementara itu, pada kasus pasar barang modal dengan jumlah pembeli sedikit, maka hal yang perlu menjadi perhatian dalam analisis SCP bukan hanya konsentrasi penjual, namun juga konsentrasi pembeli.

b. *Hambatan pasar*

Hambatan pasar dapat diartikan sebagai kondisi ketika perusahaan potensial yang akan masuk ke pasar mengalami kesulitan karena tidak memiliki keunggulan kompetitif sebagaimana yang dimiliki oleh perusahaan yang sudah ada di pasar maupun karena sejumlah sebab, seperti karakteristik teknologi yang digunakan dalam proses produksi, struktur biaya, kebijakan perusahaan yang dirancang untuk mempersulit perusahaan lain untuk masuk ke pasar, dan kebijakan pemerintah.

c. *Diferensiasi produk*

Diferensiasi produk mengacu pada karakteristik produk. Seberapa mirip produk masing-masing perusahaan dengan produk perusahaan pesaingnya? Seberapa tinggi tingkat keunikan suatu produk? Dalam hal ini, adanya perubahan terhadap karakteristik produk yang dilakukan oleh suatu perusahaan mungkin akan dapat memengaruhi *share* dari permintaan pasar yang diperoleh oleh masing-masing perusahaan dalam pasar.

d. *Integrasi vertikal dan diversifikasi*

Integrasi vertikal dapat diartikan sebagai tingkatan sejauh mana suatu perusahaan terlibat dalam berbagai macam tahapan dalam proses produksi suatu produk. Sementara itu, diversifikasi dapat diartikan sebagai suatu kondisi ketika suatu perusahaan menyediakan berbagai variasi barang dan jasa untuk pasar yang berbeda. Derajat sejauh mana perusahaan-perusahaan yang ada di dalam pasar terintegrasi secara vertikal atau berdiversifikasi, cenderung akan memengaruhi perilaku dan kinerja pasar. Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan yang terintegrasi secara vertikal cenderung lebih mudah untuk mendapatkan pasokan input dan *outlet* untuk menjual produknya. Sementara itu, perusahaan-perusahaan dengan derajat diversifikasi yang tinggi akan memperoleh *benefit* berupa cakupan ekonomis (*economies of scope*) dan risiko yang lebih rendah daripada perusahaan dengan derajat diversifikasi rendah (karena kerugian di pasar salah satu produk dapat dikompensasi dengan keuntungan di pasar produk lainnya). Perlu diketahui, dalam jangka panjang, integrasi vertikal dan diversifikasi dapat berubah menjadi elemen perilaku seiring dengan kemampuan perusahaan dalam pasar untuk melakukan integrasi vertikal dan diversifikasi, serta keputusan perusahaan untuk menjadikan integrasi vertikal dan diversifikasi sebagai strategi perusahaan.

2. Perilaku

a. *Tujuan bisnis*

Tujuan bisnis dari suatu perusahaan sering kali ditentukan oleh karakteristik struktural dari suatu industri, khususnya distribusi skala perusahaan. Meskipun demikian, dalam analisis teori yang umumnya menjadi acuan terkait penentuan tujuan perusahaan adalah teori neoklasik. Teori neoklasik hanya mengasumsikan maksimisasi keuntungan (*profit*) sebagai tujuan bisnis perusahaan. Sementara itu, sejumlah teori lain, seperti teori manajerial menyatakan sejumlah tujuan lain dari bisnis perusahaan yang tidak berorientasi pada maksimisasi profit, namun lebih berorientasi pada maksimisasi penjualan atau maksimisasi utilitas manajer.

b. *Kebijakan harga*

Kemampuan suatu perusahaan untuk menentukan harga produknya sangat ditentukan oleh karakteristik struktur industri yang melingkupi perusahaan tersebut. Kebijakan harga yang dapat diterapkan oleh perusahaan, antara

lain *cost plus pricing*, *marginal cost pricing*, *entry-detering pricing*, *predatory pricing*, *price leadership* dan *price discrimination*. Bagi pelaku pasar dalam struktur pasar oligopoli atau yang biasa disebut oligopolis, persaingan harga secara terbuka sering kali dihindari karena dapat memicu perang harga yang merugikan para oligopolis dalam pasar.

c. *Desain produk, periklanan, dan pemasaran*

Karakteristik dari suatu produk perusahaan memengaruhi kompetisi nonharga yang terjadi pada proses desain, periklanan, dan pemasaran produk antarperusahaan. Oleh karena itu, proses diferensiasi produk menjadi penting. Diferensiasi produk tidak hanya merupakan elemen struktur yang bersifat *given*, namun bisa juga merupakan elemen perilaku, khususnya dilihat dari perannya sebagai strategi perusahaan.

d. *Penelitian dan pengembangan*

Seperti strategi periklanan dan pemasaran, strategi penelitian dan pengembangan juga menjadi motor persaingan nonharga antara perusahaan yang ada di pasar. Cakupan, efektivitas, dan derajat penyebaran (sejauh mana ide atau penemuan baru diadopsi oleh perusahaan selain penemunya), serta penelitian dan pengembangan merupakan penentu utama dari kemajuan teknologi.

e. *Kolusi*

Kolusi merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan yang menghindari kompetisi, baik harga maupun nonharga. Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan yang ada di pasar saling bekerja sama untuk mencapai kesepakatan bersama terkait harga, level output yang diproduksi, aktivitas periklanan, atau penentuan anggaran untuk penelitian dan pengembangan.

f. *Merger*

Merger dapat dibagi menjadi dua, yaitu *merger* horizontal dan *merger* vertikal. *Merger* horizontal terjadi antara perusahaan yang memproduksi barang yang serupa, sementara *merger* vertikal terjadi antara perusahaan yang aktivitas produksinya saling terkait. *Merger* horizontal berpengaruh secara langsung terhadap konsentrasi produsen (penjual) dalam pasar.

Sementara itu, *merger* vertikal berpengaruh langsung terhadap derajat integrasi vertikal.

3. Kinerja

a. Profitabilitas

Teori neoklasik yang digunakan dalam pendekatan SCP mengasumsikan bahwa profit yang tinggi (di atas normal) hanya dapat terjadi pada perusahaan yang memiliki dan memanfaatkan kekuatan pasarnya untuk mengendalikan harga dan kuantitas produk yang diproduksi atau dijualnya. Di sisi lain, aliran pemikiran ekonomi lain yang biasa disebut *Chicago School* menyatakan bahwa profit di atas normal terjadi karena keunggulan biaya atau superioritas efisiensi sejumlah perusahaan yang kemudian meningkatkan derajat monopoli yang dicapainya. Sementara itu, berdasarkan pemikiran aliran *Schumpeterian* atau *Austrian*, profit di atas normal dianggap sebagai bentuk dari keberhasilan proses inovasi pada masa sebelumnya. Sebagai tambahan, tingkat profitabilitas memengaruhi keputusan perusahaan untuk tetap berada di dalam pasar atau keluar dari pasar. Tingkat profitabilitas juga memiliki implikasi langsung terhadap struktur pasar, khususnya distribusi jumlah dan skala produsen (penjual).

b. Pertumbuhan

Profitabilitas merupakan ukuran yang tepat bagi tingkat keberhasilan kinerja perusahaan yang bertujuan untuk memaksimalkan profit. Meskipun demikian, indikator profitabilitas kurang relevan untuk menganalisis kinerja perusahaan yang tidak bertujuan untuk memaksimalkan profit. Terkait dengan hal ini, indikator pertumbuhan, seperti pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset, atau pertumbuhan lapangan kerja mungkin dapat menjadi salah satu alternatifnya. Indikator pertumbuhan juga memiliki kelebihan, yaitu perusahaan dengan skala usaha yang tidak sebanding pada awal periode dapat diperbandingkan.

c. Kualitas produk

Kualitas produk dapat menjadi indikator yang penting ketika kepuasan konsumen menjadi tujuan utama perusahaan. Indikator ini biasa digunakan dalam analisis yang digunakan oleh lembaga pemerintahan maupun organisasi konsumen.

d. *Perkembangan teknologi*

Tingkat perkembangan teknologi sering kali dianggap sebagai indikator kinerja industri yang penting. Dalam jangka panjang, kemajuan teknologi mampu menciptakan dampak yang sangat besar bagi pasar, terutama melalui pengaruhnya terhadap sisi permintaan (selera dan preferensi konsumen cenderung berubah seiring dengan keluarnya produk baru ke pasar) dan sisi penawaran (teknologi dan struktur biaya cenderung berubah ketika terdapat mekanisme produksi baru dan lebih efisien yang berhasil dibangun).

e. *Efisiensi*

Efisiensi dapat dibagi menjadi 2, yaitu efisiensi produktif dan efisiensi alokatif. Efisiensi produktif terkait jumlah output yang dihasilkan dengan jumlah input tertentu, termasuk terkait pemilihan kombinasi input untuk memproduksi output dalam jumlah tertentu. Sementara itu, efisiensi alokatif terkait dengan kemampuan pasar dalam memaksimalkan kesejahteraan para pemangku kepentingan dalam pasar tersebut.

Meskipun paradigma SCP memiliki peran yang sangat penting dalam ekonomika industri, terdapat sejumlah kritik yang diajukan pada paradigma SCP. Berikut ini adalah sejumlah kritik tersebut (Lipczynski, et al., 2009):

1. Paradigma SCP masih banyak memanfaatkan teori-teori ekonomi mikro dan teori perusahaan neoklasik dalam analisisnya. Bagaimanapun juga, teori-teori tersebut sering kali tidak mampu menganalisis secara tepat hubungan antara struktur, perilaku, dan kinerja.
2. Sering kali terdapat kesulitan dalam mengklasifikasikan apakah variabel tertentu tergolong dalam struktur, perilaku, atau kinerja. Seperti yang telah dinyatakan sebelumnya, diferensiasi produk bisa dikategorikan dalam elemen struktur maupun perilaku.
3. Pencapaian kinerja dari tiap-tiap perusahaan tidak dapat disamakan. Hal ini karena kinerja sebenarnya merupakan kesuksesan dalam mencapai tujuan. Karena tujuan dari masing-masing perusahaan berbeda, maka pengukuran kinerja dalam analisis SCP tidak bisa hanya mengandalkan indikator kinerja yang sama untuk semua perusahaan yang dijadikan objek analisis.
4. Dalam analisis empiris dengan pendekatan SCP, pada umumnya hanya digunakan indikator-indikator yang mudah diakses saja (misalnya, konsentrasi pasar untuk menggambarkan struktur pasar). Sementara itu,

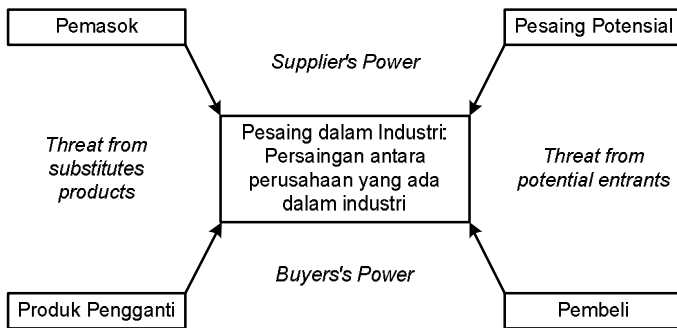
variabel-variabel lain yang membentuk elemen-elemen SCP jarang sekali digunakan, misalnya derajat integrasi vertikal, kolusi, tingkat kemajuan teknologi, dan efisiensi produktif. Hal ini dapat berbahaya karena sering kali satu atau beberapa indikator saja belum mampu menggambarkan elemen dari SCP (misalnya, konsentrasi industri saja dalam menggambarkan struktur pasar).

5. Analisis SCP lebih memperhatikan hubungan antarelemen dalam SCP secara statis bukan secara dinamis. Seharusnya, analisis dengan pendekatan SCP juga perlu memperhatikan pertanyaan, seperti “Bagaimana pengaruh kinerja saat ini terhadap struktur industri di masa mendatang?”.
6. Seperti telah disinggung sebelumnya, paradigma SCP mendasarkan hubungan antara struktur pasar dan profitabilitas berdasarkan pandangan neoklasik (*collusion hypothesis*), dalam hal ini profitabilitas yang tinggi terjadi karena adanya kolusi dalam pasar. Padahal, profitabilitas yang tinggi dapat dicapai juga melalui tingkat efisiensi atau kemampuan perusahaan mencapai *economies of scale*, seperti yang dinyatakan oleh aliran *Chicago School* dalam *efficiency hypothesis*.

C. ALAT ANALISIS ALTERNATIF DALAM EKONOMIKA INDUSTRI

Seiring dengan perkembangan ekonomika industri, muncul berbagai alternatif alat analisis dan subkeilmuan yang digunakan untuk menganalisis berbagai elemen dari pasar (industri). Salah satu bahasan yang dianggap penting dalam ekonomika industri pada masa modern (sejak 1990-an) adalah terkait dengan penciptaan lingkungan yang mampu membentuk kondisi kompetitif dalam suatu pasar atau industri. Salah satu alat analisis yang terkenal dan sangat memengaruhi perkembangan ekonomika industri pada masa tersebut hingga sekarang adalah *five-forces model*.

Model ini pertama kali dikemukakan oleh Michael Porter. *Porter's five-forces model* mengemukakan 5 komponen pembentuk kondisi kompetitif suatu pasar, yaitu 1) cakupan dan intensitas kompetisi; 2) ancaman dari pesaing potensial (*potential entrants*); 3) ancaman dari eksistensi produk pengganti (*substitute products*); 4) daya tawar pembeli (*buyer's power*); dan 5) daya tawar pemasok (*supplier's power*). Berikut ini digambarkan hubungan keterkaitan antara kelima komponen tersebut (Lipczynski, et al, 2009).



Sumber: (Lipczynski, et al, 2009)

Gambar 2.3
Porter's Five-Forces Model

1. Cakupan dan intensitas kompetisi

Komponen ini ditentukan oleh jumlah dan skala distribusi dari industri yang ada di dalam suatu pasar. Apabila di dalam pasar terdapat perusahaan dalam jumlah besar dan skala usaha yang relatif sama maka kondisi kompetisi yang tercipta di pasar akan semakin intensif, jika dibandingkan dengan kondisi yang hanya terdapat satu atau sedikit perusahaan saja yang mendominasi pasar.

2. Ancaman dari pesaing potensial (*potential entrants*)

Semakin tinggi pesaing potensial yang mungkin masuk ke pasar, mendorong kecenderungan untuk meningkatkan kompetisi di dalam pasar. Ancaman terhadap pesaing potensial cenderung semakin tinggi pada pasar yang di dalamnya perusahaan-perusahaan memiliki profit yang tinggi. Dalam hal ini, perusahaan-perusahaan dengan profit yang tinggi tersebut cenderung akan mencari cara untuk memunculkan hambatan-hambatan yang mampu menghalangi pesaing potensial untuk masuk ke dalam pasar. Tingkat ancaman dari pesaing dipengaruhi oleh sejumlah faktor berikut, yaitu regulasi pemerintah, tingkat pentingnya pencapaian skala ekonomis dalam industri, tingkat diferensiasi produk dan *brand loyalty* di dalam industri, tingkat dan derajat spesifikasi investasi modal, serta ketersediaan akses terhadap *outlet* distribusi.

3. Ancaman dari eksistensi produk pengganti (*substitute products*)

Semakin banyak produk pengganti produk industri tertentu yang tersedia, serta semakin menarik produk pengganti tersebut bagi konsumen maka intensitas kompetisi yang terjadi di pasar menjadi semakin tinggi. Daya tarik suatu produk pengganti bagi konsumen ditentukan oleh harga dan kualitas, serta biaya yang harus ditanggung oleh konsumen untuk beralih ke suatu produk (*switching cost*). Banyaknya barang pengganti yang tersedia akan menurunkan elastisitas permintaan terhadap suatu produk yang disubstitusi dan selanjutnya, akan menurunkan kekuatan pasar dari perusahaan yang produknya disubstitusi tersebut. Untuk mengatasi hal tersebut, biasanya perusahaan yang produknya disubstitusi tersebut akan melakukan strategi diferensiasi produk, yaitu dengan meningkatkan keunikan dari produk yang dijualnya, atau dengan melakukan strategi penguatan merk (*branding*) dan peningkatan aktivitas periklanan.

4. Daya tawar pembeli (*buyer's power*)

Daya tawar pembeli produk ditentukan oleh jumlah, skala usaha dari pembeli tersebut, dan derajat ketergantungan pembeli terhadap produk tersebut. Apabila di pasar hanya terdapat sedikit pembeli produk suatu perusahaan, sementara derajat ketergantungan terhadap produk terkait rendah karena banyaknya produk substitusi maka daya tawar pembeli akan sangat tinggi. Dalam kasus tertentu, sering kali pembeli berskala usaha besar akan cenderung melakukan integrasi ke belakang (*backward integration*) dengan perusahaan pemasok untuk menjamin ketersediaan pasokan, dan mengurangi ketergantungan terhadap pemasok dari luar perusahaan pembeli tersebut.

5. Daya tawar pemasok (*supplier's power*)

Jika pemasok dari suatu input jumlahnya terbatas dan skalanya besar, apalagi produk yang dihasilkannya sangat penting bagi pembeli maka daya tawar pemasok akan sangat tinggi. Dalam hal ini, pemasok tersebut dapat menetapkan harga yang tinggi atau mengurangi kualitas produk untuk memperoleh keuntungan yang tinggi.



LATIHAN

Untuk memperdalam pemahaman Anda mengenai materi di atas, kerjakanlah latihan berikut!

- 1) Sebutkan dan jelaskan elemen-elemen utama dalam pendekatan dasar SCP! Bagaimanakah keterkaitan antarelemen utama tersebut?
- 2) Mengapa struktur SCP dianggap lemah oleh sejumlah ekonom seiring dengan pemanfaatannya sebagai alat analisis kasus terkait ekonomika industri?
- 3) Sebutkan dan jelaskan komponen-komponen yang membentuk *Porter's five-forces model*!

Petunjuk Jawaban Latihan

- 1) Elemen-elemen dalam pendekatan dasar SCP mencakup struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar. Struktur pasar merupakan suatu pola ketika elemen-elemen pasar saling berinteraksi, baik antara penjual, antara pembeli, antara penjual dan pembeli, maupun antara penjual yang sudah ada dengan calon pesaing yang akan masuk ke pasar. Struktur pasar terkait dengan seberapa tinggi derajat konsentrasi pasar (distribusi jumlah dan skala usaha perusahaan/penjual untuk komoditas tertentu di pasar), derajat konsentrasi penjual (jumlah dan skala usaha pembeli komoditas tertentu di pasar), derajat diferensiasi produk (seberapa tinggi tingkat variasi produk tertentu di pasar), dan hambatan untuk terjadinya kompetisi (seberapa tinggi tingkat kesulitan yang ditemui oleh perusahaan baru untuk masuk ke pasar). Perilaku pasar merupakan pola perilaku yang diikuti oleh perusahaan-perusahaan yang ada di pasar dalam menyesuaikan diri dengan pasar untuk mencapai tujuan masing-masing perusahaan. Perilaku pasar mencakup penentuan harga, tipe, dan kuantitas produk yang akan dijual, standar proses dan kualitas produk, strategi periklanan, penelitian dan pengembangan, serta berbagai bentuk praktik persaingan maupun kerja sama yang ada di pasar. Kinerja pasar tercermin dari profitabilitas, efisiensi, dan pertumbuhan pasar. Keterkaitan antara elemen tersebut terjadi pada saat struktur pasar, bersama-sama dengan tujuan perusahaan, cenderung memengaruhi perilaku

pelaku pasar dalam menjalankan bisnisnya. Perilaku pasar selanjutnya memengaruhi kinerja pasar.

- 2) Kelemahan pendekatan SCP terjadi karena beberapa hal berikut.
 - a) Paradigma SCP masih banyak memanfaatkan teori-teori ekonomi yang sering kali tidak mampu menganalisis secara tepat hubungan antara struktur, perilaku, dan kinerja.
 - b) Terdapat kesulitan dalam mengklasifikasikan apakah variabel tertentu tergolong dalam struktur, perilaku, atau kinerja.
 - c) Pencapaian kinerja dari tiap-tiap perusahaan tidak dapat disamakan karena tujuan dari masing-masing perusahaan berbeda dalam industri sering kali berbeda.
 - d) Analisis empiris dengan pendekatan SCP, pada umumnya hanya menggunakan indikator-indikator yang mudah diakses saja sehingga sangat mungkin tidak mampu menggambarkan elemen-elemen dalam analisis SCP.
 - e) Analisis SCP kurang memperhatikan hubungan antareleman dalam SCP secara dinamis.
 - f) Paradigma SCP mendasarkan hubungan antara struktur pasar dan kinerja berdasarkan pandangan neoklasik (*collusion hypothesis*).
- 3) Komponen-komponen yang membentuk *Porter's Five-forces model* adalah:
 - a) Cakupan dan intensitas persaingan antara perusahaan dalam pasar. Komponen ini ditentukan oleh jumlah dan skala distribusi dari industri yang ada di dalam suatu pasar. Apabila di dalam pasar terdapat perusahaan dalam jumlah besar dan skala usaha yang relatif sama maka kondisi kompetisi yang tercipta di pasar akan semakin intensif jika dibandingkan dengan kondisi ketika hanya terdapat satu atau sedikit perusahaan saja yang mendominasi pasar.
 - b) Ancaman dari pesaing potensial (*potential entrants*). Semakin tinggi pesaing potensial yang mungkin masuk ke pasar mendorong kecenderungan untuk meningkatkan kompetisi di dalam pasar. Tingkat ancaman dari pesaing dipengaruhi oleh sejumlah faktor berikut, yaitu regulasi pemerintah, tingkat pentingnya pencapaian skala ekonomis dalam industri, tingkat diferensiasi produk dan *brand loyalty* di dalam industri, tingkat dan derajat spesifikasi investasi modal, serta ketersediaan akses terhadap *outlet* distribusi.
 - c) Ancaman dari eksistensi produk pengganti (*substitute products*). Semakin banyak produk pengganti produk industri tertentu yang

tersedia serta semakin menarik produk pengganti tersebut bagi konsumen maka intensitas kompetisi yang terjadi di pasar menjadi semakin tinggi. Banyaknya barang pengganti yang tersedia akan menurunkan elastisitas permintaan terhadap suatu produk yang disubstitusi dan selanjutnya, akan menurunkan kekuatan pasar dari perusahaan yang produknya disubstitusi tersebut.

- d) Daya tawar pembeli (*buyer's power*).
- e) Daya tawar pembeli produk ditentukan oleh jumlah, skala usaha dari pembeli tersebut, dan derajat ketergantungan pembeli terhadap produk tersebut. Apabila di pasar hanya terdapat sedikit pembeli produk suatu perusahaan, sementara derajat ketergantungan terhadap produk terkait rendah karena banyaknya produk substitusi maka daya tawar pembeli akan sangat tinggi.
- f) Daya tawar pemasok (*supplier's power*).
- g) Jika pemasok dari suatu input jumlahnya terbatas dan skalanya besar, apalagi produk yang dihasilkannya sangat penting bagi pembeli maka daya tawar pemasok akan sangat tinggi. Dalam hal ini, pemasok tersebut dapat menetapkan harga yang tinggi atau mengurangi kualitas produk untuk memperoleh keuntungan yang tinggi.



RANGKUMAN

Ruang lingkup kajian ekonomika industri mencakup faktor-faktor yang memengaruhi struktur, perilaku, kinerja perusahaan dan industri, hubungan yang terjadi antara struktur, perilaku, kinerja perusahaan, serta hubungan antara industri dengan masyarakat. Kajian dalam ekonomika industri mencakup berbagai aspek berikut: teori perusahaan, struktur persaingan, perilaku pasar, analisis kinerja, analisis lokasi industri, kebijakan pemerintah terkait industri dan kebijakan perusahaan, proses industrialisasi dan pembangunan, keunggulan komparatif, serta berbagai aspek lainnya.

Kerangka pikir dasar ekonomika industri mengacu pada pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja pasar (pendekatan SCP) yang menyatakan bahwa struktur pasar cenderung memengaruhi perilaku pelaku pasar dan selanjutnya, memengaruhi kinerja pasar. Meskipun demikian, seiring dengan perkembangan ekonomika industri, hubungan yang terjadi antara struktur, perilaku, dan kinerja pasar diketahui cenderung menjadi semakin kompleks karena hubungan antarelemen yang mungkin terjadi bukan hanya hubungan searah dan linier. Meskipun paradigma SCP berperan utama

dalam analisis kasus industri dan perkembangan ekonomika industri, terdapat sejumlah kritik terhadap paradigma ini, antara lain: 1) paradigma SCP masih banyak memanfaatkan teori-teori ekonomi yang sering kali tidak mampu menganalisis secara tepat hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja; 2) terdapat kesulitan dalam mengklasifikasikan apakah variabel tertentu tergolong dalam struktur, perilaku, atau kinerja; 3) pencapaian kinerja dari tiap-tiap perusahaan tidak dapat disamakan karena tujuan dari masing-masing perusahaan berbeda dalam industri sering kali berbeda; 4) analisis empiris dengan pendekatan SCP, pada umumnya hanya menggunakan indikator-indikator yang mudah diakses saja sehingga sangat mungkin tidak mampu menggambarkan elemen-elemen dalam analisis SCP; 5) analisis SCP kurang memperhatikan hubungan antarelemen dalam SCP secara dinamis; dan 6) paradigma SCP mendasarkan hubungan antara struktur pasar dan profitabilitas berdasarkan pandangan neoklasik (*collusion hypothesis*).

Seiring dengan perkembangan ekonomika industri, muncul berbagai alternatif alat analisis dan subkeilmuan yang digunakan untuk menganalisis berbagai elemen dari pasar (industri). Salah satu alat analisis yang terkenal dan sangat berpengaruh adalah *five-forces model*. Model ini pertama kali dikemukakan oleh Michael Porter dan digunakan untuk menganalisis komponen-komponen yang mendukung terwujudnya kompetisi dalam pasar. *Porter's Five forces model* mengemukakan 5 komponen yang mampu membentuk kondisi kompetitif suatu pasar, yaitu 1) cakupan dan intensitas kompetisi, 2) ancaman dari pesaing potensial (*potential entrants*), 3) ancaman dari eksistensi produk pengganti (*substitute products*), 4) daya tawar pembeli (*Buyer's power*), dan 5) daya tawar pemasok (*supplier's power*).



TES FORMATIF 2

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat!

- 1) Pernyataan yang benar terkait kerangka analisis dasar SCP adalah
 - A. kinerja pasar dapat dilihat dari tingkat profitabilitas dan efisiensi
 - B. kinerja merupakan elemen utama yang memengaruhi struktur pasar dan perilaku pelaku perusahaan
 - C. struktur pasar memengaruhi perilaku pelaku pasar dan selanjutnya, memengaruhi kinerja pasar
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. jawaban A, B dan C benar

- 2) Kondisi di bawah ini yang menggambarkan perilaku perusahaan dalam pendekatan SCP, yaitu
- A. kesepakatan untuk melakukan kolusi
 - B. peningkatan aktivitas penelitian dan pengembangan produk
 - C. kerja sama strategis dengan rekan bisnis
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. jawaban A, B dan C benar
- 3) Kondisi di bawah ini yang menggambarkan struktur perusahaan dalam pendekatan SCP, yaitu
- A. pasar elektronik di Indonesia dimonopoli oleh perusahaan Jepang
 - B. perusahaan mie Jepang mulai menjalankan kerja sama dengan *Group Indofood* untuk menguasai pasar mie di Indonesia
 - C. pasar minyak dunia dikuasai oleh kartel yang berlindung dalam organisasi OPEC
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. jawaban A, B dan C benar
- 4) Indikator di bawah ini yang **tidak dapat** menjadi *proxy* kinerja dalam pendekatan SCP, yaitu
- A. pertumbuhan asset
 - B. tingkat profitabilitas
 - C. perkembangan teknologi
 - D. nilai perusahaan
 - E. tidak ada jawaban yang benar
- 5) Kerangka analisis SCP ditengarai memiliki hubungan yang kompleks antara elemennya. Maksud dari pernyataan tersebut adalah
- A. setiap elemen dalam analisis SCP bisa saling memengaruhi dan memungkinkan adanya hubungan kausalitas antarelemen
 - B. elemen-elemen dalam kerangka analisis SCP selalu berubah sepanjang waktu sehingga hubungannya menjadi kompleks
 - C. elemen-elemen dalam kerangka analisis SCP melibatkan banyak variabel internal dan eksternal terkait operasi industri
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. jawaban A, B dan C benar
- 6) Berikut ini merupakan aspek yang dianalisis dalam ekonomika industri, *kecuali*
- A. integrasi vertikal
 - B. konsentrasi pasar
 - C. struktur pasar

- D. *financial accounting*
 - E. *locational choice of the firm*
- 7) Konsep efisiensi yang mensyaratkan adanya pemilihan barang untuk diproduksi, alokasi sumber daya untuk produksi, pemilihan alat dan mekanisme produksi, serta pendistribusian barang hasil produksi secara tepat disebut
- A. *productive efficiency*
 - B. *economic efficiency*
 - C. *technical efficiency*
 - D. *inefficiency*
 - E. *factor input efficiency*
- 8) Dilihat dari sisi kepemilikannya, sebagian besar industri rumah tangga yang banyak berkembang di Indonesia tergolong dalam bentuk organisasi?
- A. *joint-sector*
 - B. *private sector*
 - C. *public sector*
 - D. *informal sector*
 - E. *protected public sector*
- 9) Dari berbagai strategi bisnis di bawah ini, yang merupakan strategi bisnis intensif adalah
- A. perluasan pasar dan divestasi
 - B. *vertical integration dan horizontal integration*
 - C. pengembangan produk dan *forward integration*
 - D. pengembangan produk dan penetrasi pasar
 - E. *penetration pricing dan relative pricing*
- 10) Kebijakan industri kompetitif adalah kebijakan industri yang mendorong terwujudnya mekanisme pasar dalam industri. Berikut ini yang bukan merupakan kebijakan industri kompetitif adalah
- A. proteksi terhadap perusahaan Krakatau Steel
 - B. pembangunan sarana informasi dan telekomunikasi
 - C. subsidi BBM untuk industri
 - D. jawaban A dan C benar
 - E. semua jawaban benar

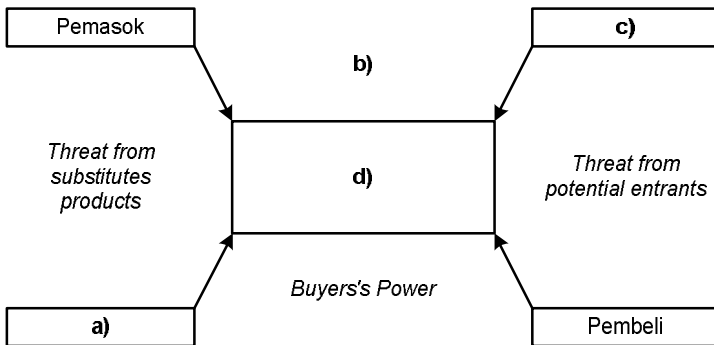
- 11) Aktivitas perusahaan-perusahaan yang ada di pasar untuk saling bekerja sama dalam rangka mencapai kesepakatan bersama terkait harga, level output yang diproduksi, maupun berbagai hal lain terkait usaha mereka disebut
- A. *merger*
 - B. kolusi
 - C. akuisisi
 - D. monopoli
 - E. integrasi
- 12) Tingkatan sejauh mana suatu perusahaan terlibat dalam berbagai macam tahapan dalam proses produksi suatu produk merupakan pengertian dari derajat
- A. diversifikasi
 - B. integrasi vertikal
 - C. integrasi horizontal
 - D. diferensiasi pasar
 - E. *linkage*
- 13) Hal yang membedakan *merger* horizontal dari *merger* vertikal dalam pembahasan perilaku industri adalah
- A. keterkaitan aktivitas antarperusahaan yang melakukan merger
 - B. jumlah perusahaan yang terlibat dalam merger
 - C. proses transfer hak kepemilikan dalam masing-masing merger
 - D. metode pembagian dividen dalam masing-masing merger
 - E. semua jawaban di atas benar
- 14) Bagaimanakah struktur pasar, dalam jangka panjang, dapat memengaruhi kondisi permintaan dan penawaran di pasar?
- A. Kemajuan teknologi yang tercermin dalam inovasi produk mampu memengaruhi selera dan preferensi konsumen.
 - B. Kemajuan teknologi mendorong perubahan struktur biaya.
 - C. Kemajuan teknologi mendorong penurunan biaya produksi.
 - D. jawaban A dan C benar.
 - E. Jawaban A, B dan C benar.
- 15) Manakah dari pernyataan berikut ini yang bukan merupakan kelemahan dari paradigma SCP?
- A. Paradigma SCP hanya berlaku pada kondisi pasar oligopoli manakala fenomena pengonsentrasian kekuatan pasar cenderung terjadi.

- B. Pemanfaatan teori-teori ekonomi mikro dan teori perusahaan neoklasik sering kali tidak mampu menganalisis secara tepat hubungan antara struktur, perilaku, dan kinerja.
 - C. Pencapaian kinerja dari tiap-tiap perusahaan tidak dapat disamakan karena adanya tujuan yang berbeda-beda dari setiap perusahaan.
 - D. Pada umumnya, hanya digunakan indikator-indikator yang mudah diakses saja, sementara itu variabel-variabel lain yang membentuk elemen-elemen SCP jarang sekali digunakan.
 - E. Analisis SCP lebih memperhatikan hubungan antarelemen dalam SCP secara statis dan bukan secara dinamis.
- 16) Manakah dari pernyataan berikut ini yang benar terkait pemikiran *collusion hypothesis*?
- A. Konsep *collusion hypothesis* tidak berbeda dengan pemikiran *Structure-Conduct-Performance*.
 - B. *Collusion hypothesis* berargumen bahwa efisiensi merupakan faktor utama yang menentukan kinerja.
 - C. *Collusion hypothesis* diakui kebenarannya oleh penganut aliran UCLA-Chicago School.
 - D. *Collusion hypothesis* mensyaratkan suatu perusahaan harus mampu mencapai *economies of scale*, jika ingin mencapai kesuksesan.
 - E. Konsep *collusion hypothesis* merekomendasikan perusahaan untuk menolak pembentukan kartel dalam industri.
- 17) *Five-Forces Model* merupakan salah satu alat analisis utama dalam perkembangan ekonomika industri. Tokoh perumus alat analisis ini adalah
- A. Joe S. Bain dan E.S. Mason
 - B. John K. Galbraith
 - C. JohnM. Keynes
 - D. Michael E. Porter
 - E. George S. Stigler
- 18) Hal utama yang ditekankan dalam *Five-Forces Model* adalah
- A. pengaplikasian elemen-elemen keperilakuan (*behavioral*) dalam industri
 - B. penciptaan lingkungan pasar yang kompetitif
 - C. pencapaian skala ekonomis perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan
 - D. pengakomodasian aspek-aspek kelembagaan dalam pengelolaan industri
 - E. perlunya intervensi pemerintah dalam pasar

19) Manakah dari pernyataan berikut ini yang benar terkait dengan konsep *Five-Forces Model*?

- A. Apabila di dalam pasar terdapat perusahaan dalam jumlah besar dan skala usaha yang relatif sama maka kondisi kompetisi yang tercipta di pasar akan semakin intensif.
- B. Besarnya tingkat ancaman dari pesaing tidak dipengaruhi oleh regulasi pemerintah dan tingkat diferensiasi di dalam pasar.
- C. Daya tawar pembeli produk ditentukan oleh jumlah, skala usaha dari pembeli tersebut, dan derajat ketergantungan pembeli terhadap produk tersebut.
- D. jawaban A dan C benar.
- E. Jawaban A, B dan C benar.

20) Gambar di bawah ini adalah diagram *Five-Forces Model*. Manakah jawaban yang tepat untuk mengisi **a**, **b**, **c**, dan **d** pada gambar?



Five-forces model

- A. Barang pengganti, *supplier's power*, pesaing potensial, persaingan dalam pasar.
- B. Barang pengganti, *potential entrant's power*, pesaing potensial, persaingan dalam pasar.
- C. Barang komplementer, *supplier's power*, persaingan dalam pasar, pesaing potensial.
- D. Barang pengganti, *potential entrant's power*, persaingan dalam pasar, barang komplementer.
- E. Barang pengganti, *buyer's power*, barang komplementer, persaingan dalam pasar.

Cocokkanlah jawaban Anda dengan Kunci Jawaban Tes Formatif 2 yang terdapat di bagian akhir modul ini. Hitunglah jawaban yang benar. Kemudian, gunakan rumus berikut untuk mengetahui tingkat penguasaan Anda terhadap materi Kegiatan Belajar 2.

$$\text{Tingkat penguasaan} = \frac{\text{Jumlah Jawaban yang Benar}}{\text{Jumlah Soal}} \times 100\%$$

Arti tingkat penguasaan: 90 - 100% = baik sekali

80 - 89% = baik

70 - 79% = cukup

< 70% = kurang

Apabila mencapai tingkat penguasaan 80% atau lebih, Anda dapat meneruskan dengan modul selanjutnya. **Bagus!** Jika masih di bawah 80%, Anda harus mengulangi materi Kegiatan Belajar 2, terutama bagian yang belum dikuasai.

Kunci Jawaban Tes Formatif

Tes Formatif 1

- 1) E
- 2) D
- 3) C
- 4) B
- 5) C
- 6) D
- 7) A
- 8) D
- 9) C
- 10) D
- 11) B
- 12) A
- 13) C
- 14) A
- 15) D

Tes Formatif 2

- 1) D
- 2) E
- 3) D
- 4) E
- 5) A
- 6) D
- 7) B
- 8) B
- 9) D
- 10) B
- 11) B
- 12) B
- 13) A
- 14) E
- 15) A
- 16) A
- 17) D
- 18) B
- 19) D
- 20) E

Daftar Pustaka

- Barthwal, R. R. 2010. *Industrial Economics: An introductory textbook*. 2nd Edition. New Delhi: New Age International Publishers Ltd..
- Clarke, Roger. 2003. *Industrial Economics*, digital version. Oxford: Blackwell Publishers.
- Hasibuan, Nurimansjah. 1993. *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. Jakarta: LP3ES.
- Hinde, Kevin. 2000. An Introduction To Industrial Economics, *The Economics of European Industry*.
- Ishihara, Takako. 2005. Industrial Policy and Competition Policy, paper dapat diakses di <http://www.jftc.go.jp/eacpf/05/jicatext/aug27.pdf>.
- Lipczynski, John, John O.S. Wilson dan John Goddard. 2009. *Industrial Organization: Competition, Strategy, Policy*. Harlow: . Pearson Education Limited.
- Schmalensee, Richard. 1988. Industrial Economics: An Overview, *The Economic Journal*, Vol. 98, No. 392 , pp. 643-681.