

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Industri

Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan bahan baku yang digunakan, proses, bentuk produk akhir, dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, konsumen dapat didefinisikan sebagai kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi (Kuncoro, 2007).

Adapun pengertian industri menurut para ahli:

a. UU No. 3 Tahun 2014

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

b. Badan Pusat Statistik

Industri adalah unit usaha yang berjalan kesatuan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berdomisili di tempat tertentu atau lokasi dan memiliki administrasi sendiri.

c. Hasibuan

Memahami industri sangat luas, dapat dalam lingkup mikro dan makro. Dalam usaha mikro adalah kumpulan perusahaan yang memproduksi

barang yang homogen, atau barang yang memiliki sifat yang sangat erat. Dalam hal pendapatan cenderung pembentukan makro. Industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. Jadi industri ini dalam batas-batas mikro sebagai kumpulan perusahaan yang memproduksi barang-barang, sementara makro dapat membentuk pendapatan.

d. Kartapoetra

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi lagi penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun industri dan perekayasaannya industri.

e. I Made Sandi

Industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi dengan bahan baku atau bahan mentah dengan melalui proses produksi penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi-tingginya.

2. Jenis Industri

Jenis-jenis industri selanjutnya dikelompokkan berdasarkan beberapa faktor. UU No 3 tahun 2014 menjelaskan jenis-jenis industri sebagai berikut:

Berdasarkan tenaga kerja yang terlibat, maka jenis industri ini terbagi menjadi 4 kategori:

a. Industri Rumah Tangga

Industri Rumah Tangga adalah industri dengan jumlah karyawan atau tenaga kerjanya berjumlah antara 1 orang sampai 4 orang.

b. Industri Kecil

Industri Keci adalah industri dengan jumlah karyawan atau tenaga kerjanya berjumlah antara 5 orang sampai 19 orang.

c. Industri Sedang atau Menengah

Industri Sedang atau Menengah adalah industri dengan jumlah karyawan atau tenaga kerjanya berjumlah antara 20 orang sampai 99 orang.

d. Industri Besar

Industri Besar adalah industri dengan jumlah karyawan atau tenaga kerjanya berjumlah lebih dari 99 orang.

Jenis industri juga dikelompokkan berdasarkan produktifitas perorangan.

Berdasarkan jenis tersebut maka industri ini dibagi menjadi tiga kategori, yakni:

a. Industri Primer

Industri Primer adalah industri yang barang-barang produksinya bukan merupakan hasil olahan langsung atau tanpa di olah terlebih dahulu. Contohnya adalah hasil produksi pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan dan sebagainya.

b. Industri Sekunder

Industri Sekunder adalah industri yang bahan mentahnya diolah, yang nantinya hasil olahan tersebut menghasilkan barang-barang untuk

diolah lagi. Contohnya adalah pemintalan benang sutra, komponen elektronik dan sebagainya.

c. Industri Tersier

Industri Tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa layanan jasa. Contohnya seperti telekomunikasi, perawatan kesehatan, transportasi dan sebagainya.

3. Ekonomi Industri

Ekonomi Industri merupakan cabang ilmu ekonomi yang menjelaskan mengapa pasar perlu diorganisasi dan bagaimana pengorganisasiannya mempengaruhi cara kerja pasar industri. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif menekan pada studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar. Ruang lingkup kajian ekonomi industri adalah bagaimana industri diorganisir, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku perusahaan dan industri serta hubungannya dengan masyarakat pada umumnya. Industrialisasi difokuskan dalam perspektif “ekonomi industri” sekaligus memotret bagaimana dinamika perkembangan industri di Indonesia. Transformasi dan strategi industrialisasi Indonesia terjadi perdebatan antara kelompok pro efisiensi dan pro nasionalis, teknolog versus ekonom hingga paradigma teknoekonomi.

Metodologi ekonomi industri menggunakan pendekatan populer yang menjelaskan kinerja organisasi dengan melihat hubungan antara struktur industri, perilaku industri, dan kinerja organisasi, atau dikenal sebagai paradigma *structure, conduct, and performance* (SCP).

4. Faktor Industri

Kadiyati, *et al.* (2001) menyatakan bahwa, pada masa-masa awal perkembangan ekonomika industri, studi empiris cenderung terfokus pada penggunaan paradigma SCP dengan memanfaatkan data silang tempat antar industri untuk mengkaji secara empiris hubungan antara antara struktur pasar, perilaku, dan kinerja yang ada saat itu (Arsyad, 2014). Paradigma SCP berargumen bahwa perilaku manajerial dalam perilaku perusahaan seperti *entry*, *differentiate*, and *pricing* lebih banyak ditentukan oleh kondisi industri yang membatasi kemampuan perusahaan untuk melakukan suatu hal yang berbeda dengan perusahaan lain secara signifikan. Kondisi industri terkait dengan *barriers* yang menghalangi perusahaan lain untuk memasuki maupun meninggalkan industri, atau beralih kepada supplier lain bahwa produk lain. Hambatan ini dapat berupa finansial seperti biaya membangun kapasitas, mendapatkan akses pasar, membangun produk yang kompetitif atau yang bersifat strategik seperti memperkirakan keengganan pelanggan untuk beralih supplier ataupun produk. Implikasi SCP bagi manajemen strategi cukup berarti. Jika kondisi perusahaan mendominasi kinerja perusahaan maka yang dipilih adalah perusahaan yang atraktif dan nasib manajer terlihat dari tingkat profitabilitas yang dicapai. Pandangan ini didukung oleh fakta bahwa banyak perusahaan yang gagal menemampikan kinerja yang lebih baik dari industri, mencapai profit yang signifikan dan mampu menyingkirkan para pesaing. Manajemen memiliki peran untuk menentukan strategi perusahaan. Studi bidang strategi mengakui bahwa kondisi industri masih menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi kinerja perusahaan. Satu hal yang masih menjadi pertanyaan adalah bagaimana suatu perusahaan dapat mencapai untung yang lebih tinggi dari perusahaan lainnya. Fakta adanya perusahaan yang gagal dalam industri tidak serta merta membuktikan bahwa kondisi perusahaan mendominasi. Hal ini juga bukan faktor tunggal yang mengubah melalui perubahan manajemen. Alasan selanjutnya adalah kinerja tiap-tiap perusahaan adalah berbeda, sehingga unit bisnis pun memiliki andil dalam mencapai suatu kinerja tertentu. Kegagalan faktor-faktor industri dalam menjelaskan kinerja perusahaan menimbulkan pertanyaan terhadap paradigma SCP sebagai basis dalam mengidentifikasi peluang strategik atau memberi sarang terbaik dalam memilih peluang Kinerja merupakan fungsi langsung dari sumberdaya strategi yang dimiliki atau dikelola oleh perusahaan.

5. Struktur (*Structure*)

Struktur adalah susunan bagian-bagian dalam suatu bentuk bangunan (Hasibuan, 1993). Struktur pasar dalam suatu industri yang mengindikasikan derajat persaingan dalam industri (Gwin, 2000). Struktur pasar dalam industri cenderung berubah secara perlahan-lahan, bahkan dapat dianggap tetap atau relatif permanen dalam jangka pendek (Lipczynski *et al.*, 2005). Clarke (2003) mendeskripsikan struktur dalam industri, setidaknya, terkait dengan beberapa hal berikut, seberapa tinggi derajat konsentrasi penjual, seberapa tinggi derajat konsentrasi pembeli, seberapa tinggi derajat tinggi derajat diferensiasi produk, dan seberapa tinggi tingkat kesulitan yang ditemui oleh perusahaan baru untuk masuk kedalam suatu industri (dalam Arsyad, 2014).

Struktur pasar merupakan elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan perusahaan yang mempengaruhi, dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja di dalam pasar. Struktur pasar terdiri atas 7 unsur, yakni jumlah dan besarnya distribusi penjual, jumlah dan besarnya distribusi pembeli, diferensiasi produk, halangan memasuki pasar, struktur biaya, integrasi vertikal, dan konglomerasi.

Adapun unsur-unsur tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Jumlah dan besarnya distribusi penjual

Pada pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual, dimana tidak ada satupun perusahaan yang dapat mempengaruhi harga. Perusahaan dipasar persaingan sempurna akan menawarkan produknya dengan produknya sama dengan *opportunity cost* untuk memproduksinya. Profit perusahaan pada pasar persaingan sempurna, tergantung pada *average cost* (AVC).

b. Jumlah dan besarnya distribusi pembeli

Jumlah dan besarnya distribusi pembeli berpengaruh pada struktur pasar. Pada industri mebel jumlah pembeli cukup besar sehingga kecil kemungkinan pembeli dapat mengatur harga, namun pada produk yang dibuat atas dasar pesanan dalam kuantitas yang besar, pembeli dapat menekan harga penjual.

c. Diferensiasi

Pada pasar persaingan sempurna, produk yang dijual bersifat homogen, sehingga tidak mengenal diferensiasi. Diferensiasi produk

terjadi pada struktur pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli, dan pasar monopoli. Diferensiasi bisa terjadi pada kualitas produk yang sama namun berbeda warna, rasa dan lainnya, atau jenis produk yang sama tetapi kualitasnya berbeda. Diferensiasi produk dapat menciptakan *market power*, sehingga dapat menurunkan intensitas persaingan.

d. Halangan Masuk Pasar

Hambatan pasar dapat diartikan sebagai hambatan masuk industri, dimana perusahaan baru (*new entries*) yang akan atau baru masuk suatu industri mengalami kesulitan karena tidak memiliki keunggulan kompetitif sebagaimana yang dimiliki oleh perusahaan sebelumnya (*existing firms*) yang telah ada didalam industri tersebut. Fenomena ini dapat terjadi karena faktor alamiah seperti perbedaan akses teknologi yang digunakan pada proses produksi atau perbedaan struktur biaya antar perusahaan dalam industri. Ada pula faktor non-alamiah yang menyebabkan terjadinya hambatan pasar seperti berbagai tindakan perusahaan yang sudah ada dengan sengaja dirancang untuk mencegah atau menghalangi perusahaan yang akan atau baru masuk industri tersebut ke dalam industri dan kebijakan pemerintah.

Menurut Hasibuan dalam Arsyad (2014), menyatakan bahwa alasan pemerintah melakukan hambatan masuk, untuk melindungi suatu industri dengan alasan:

1. Kapasitas sudah memenuhi dan tidak perlu ada perusahaan masuk.
2. Hanya menunjuk beberapa perusahaan saja yang diperbolehkan memproduksi.
3. Memberikan fasilitas kepada perusahaan tertentu seperti keringanan biaya impor, subsidi bunga, memberikan pasar tertentu yang tidak boleh dimasuki perusahaan lagi. Dengan hak-hak mendapatkan fasilitas tersebut, sementara perusahaan lain tidak mendapatkannya, maka terjadi penyingkiran perusahaan lain karena kalah dalam persaingan tanpa fasilitas.
4. Karena menyangkut kebutuhan rakyat banyak, sehingga terjadi perlindungan alamiah kepada yang pantas untuk dilindungi karena produksinya bersifat *public goods* seperti air minum, listrik, angkutan dan telepon.

Selain itu, hambatan pasar dapat diartikan sebagai hambatan keluar dari industri yang pada umumnya terjadi karena *existing firms sunk cost* untuk keluar dari pasar akibat investasi yang telah dilakukannya. Oleh karena itu, *existing firms* cenderung tidak akan keluar dari industri dan berusaha mempertahankan pangsa pasarnya dari *new entries*. Meskipun definisi hambatan pasar dapat dilihat dari 2 sisi, namun analisis struktur industri cenderung fokus menggunakan hambatan masuk pasar untuk merepresentasikan hambatan pasar.

e. Struktur Biaya

Struktur biaya ini berhubungan dengan bagaimana perusahaan dapat dapat menciptakan skala ekonomi (*economies of scale*), lingkup ekonomi (*scope economies*), maupun perubahan teknologi (*technological change*) yang dapat memenangkan persaingan akibat operasi perusahaan kurang efisien.

f. Integrasi Vertikal

Tujuan dari integrasi vertikal adalah untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan *supplier* maupun pembeli dalam rangka penguasaan pasar melalui kekuatan penggabungan atau kerjasama secara intensif. Hasil dari integrasi vertikal adalah perusahaan mendapatkan minimasi biaya atau maksimalisasi profit.

g. Konglomerasi

Konglomerasi bagi perusahaan menunjukkan apakah perusahaan berkonsentrasi pada satu jenis produk atau memproduksi berbagai macam produk yang berlainan.

6. Perilaku (*Conduct*)

Dalam hal ini, perilaku dapat diartikan sebagai bagaimana cara yang dilakukan sebuah perusahaan untuk mendapatkan pasar. Perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan yang terdapat dalam suatu industri dalam mencapai tujuannya dan menghadapi persaingan. Perilaku dapat terlihat dalam bagaimana perusahaan dalam menentukan harga jual, promosi

produk (*advertising*), koordinasi dalam kegiatan pasar seperti berkolusi dan sebagainya, serta litbang (*research and development*).

Perilaku industri satu dengan industri lainnya berbeda. Salah satunya adalah perbedaan struktur pasar beberapa industri. Pada persaingan sempurna perilaku perusahaan berkenaan dengan harga adalah sebagai *price taker*, sedangkan pada pasar selain persaingan sempurna menggunakan *strategic behavior*.

Hasibuan (1993) dalam Arsyad (2007) menerangkan perilaku industri dapat diartikan sebagai pola tanggapan dan penyesuaian suatu perusahaan di dalam pasar untuk mencapai tujuannya, baik secara umum maupun khusus. Perilaku industri tercermin dengan sangat jelas melalui proses penentuan harga, strategi produk, riset dan inovasi, dan periklanan. Unsur-unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Perilaku Harga (*Pricing Behavior*)

Perusahaan selain persaingan sempurna dapat melakukan kerjasama berupa kolusi dalam penentuan harga. Misalnya dengan cara membatasi output produk, maka harga akan lebih tinggi sehingga laba yang dicapai adalah maksimal.

b. Strategi Produk (*Product Strategy*)

Strategi ini dilakukan untuk menjawab keinginan perusahaan apakah akan tetap fokus pada lini produk yang sudah ada atau mendiversifikasi produk ke arah penambahan produk-produk baru.

c. Riset dan Inovasi (*Research and Innovation*)

Riset dan inovasi ini dapat dilakukan untuk menciptakan produk yang benar-benar baru atau mencari cara berproduksi yang lebih efisien.

d. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan aktivitas untuk menyampaikan informasi berkenaan produk perusahaan. Selain sebagai sarana promosi, iklan juga untuk meningkatkan diferensiasi produk dan loyalitas pelanggan.

Menurut Levit (1978) menyatakan bahwa strategi produk selalu mengikuti perkembangan produk itu sendiri. Karena posisi produk dalam siklus selalu berubah, maka strategi yang diambil harus selalu disesuaikan. Sangat jarang terjadi dimana suatu strategi selalu cocok diterapkan semua fase pada siklus produk. Strategi harus selalu disesuaikan dengan fase-fase yang ada pada siklus produk. Berikut penjelasan fase-fase pada siklus produk:

a. Fase Perkenalan (*introduction*)

Produk pada fase perkenalan masih mencari jati dirinya di pasar, maka hal ini menuntut pengeluaran lebih banyak untuk melakukan penelitian dan riset. Selain itu membangun jaringan pengecer juga layak untuk dipertimbangkan seandainya sarana distribusi yang kurang memadai seperti diharapkan.

b. Fase Pertumbuhan (*growth*)

Desain produk sudah dapat dikatakan mulai stabil dan penentuan kapasitas produksi di masa yang akan datang sangat diperlukan.

Penambahan kapasitas produksi harus selalu siap dilakukan guna mengantisipasi kenaikan permintaan barang yang dihasilkan.

c. Fase Kedewasaan (*maturity*)

Pada fase ini sangat memungkinkan datangnya produk-produk para perusahaan pesaing yang siap menggeser kedudukan perusahaan tersebut. Perusahaan harus dapat mempertahankan kapasitas produksi dengan dilakukannya dengan inovasi-inovasi agar tidak kehilangan pangsa pasar.

d. Fase Penurunan (*decline*)

Para pengambil keputusan di perusahaan perlu untuk mengambil tindakan tegas terhadap produk-produk yang sudah mencapai titik akhir pada suatu siklus. Produk-produk tersebut biasanya dijauhi para investor maupun konsumen, kecuali produk-produk tersebut mempunyai kontribusi unik pada reputasi perusahaan. Sebaiknya proses produksi produk-produk tersebut dihentikan.

7. Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan hasil akhir dari keseluruhan untuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan SCP. Kinerja perusahaan dalam industri berarti kemampuan produsen atau perusahaan dalam suatu industri dalam menciptakan tingkat keuntungan, efisiensi, pertumbuhan ekonomi, kemampuan dalam menciptakan peluang kerja, dan kemampuan dalam menciptakan pendapatan. Kemampuan dalam menciptakan keuntungan didasarkan pada hasil akhir dari interaksi antara harga yang ditetapkan dan biaya

yang telah dikeluarkan (Shy, 1995). Masing-masing bentuk struktur pasar memiliki bentuk penjelasan yang berbeda atas perilaku maupun kinerja dalam menghadapi kondisi dalam suatu lingkungan industri (Shy, 1995).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan, diantaranya seperti faktor lingkungan bisnis eksternal seperti kebijakan pemerintah, kekuatan hukum dan politik, sumber daya, teknologi, pesaing, selera konsumen dan pengelolaan terhadap perusahaan itu sendiri. Lingkungan bisnis memang merupakan lingkungan diluar organisasi, namun hal ini dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan bisnis. Fisher (1998) menemukan faktor-faktor kontekstual lainnya yang mempengaruhi kinerja yaitu kinerja, ketidakpastian, strategi dan kompetisi. Kondisi perekonomian dan globalisasi juga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, lingkungan perusahaan juga berpengaruh cepat dalam perubahan lingkungan yang akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Lingkungan industri yang dimaksud adalah *bargaining power* yang dimiliki oleh pembeli dan pemasok, masuknya pendatang baru yang potensial, adanya barang substitusi, dan intensitas persaingan perusahaan dalam industri (Porter dalam Kuncoro, 2007).

Kinerja industri biasanya diukur dengan penguasaan pasar atau besarnya keuntungan yang dicapai oleh perusahaan didalam suatu industri (Kuncoro, 2007). Unsur-unsur kinerja menurut Ken Heather (2002) dalam Kuncoro terdiri:

a. Profabilitas

Profabilitas merupakan kemampuan suatu industri menghasilkan keuntungan dari keseluruhan modal yang digunakan.

b. Efisiensi

Efisiensi dapat diukur melalui perbandingan nilai tambah dengan nilai input. Nilai tambah adalah merupakan selisih nilai input dengan nilai output. Nilai input dihitung dari bahan biaya-biaya input seperti bahan baku, tenaga kerja, biaya umum dan administrasi dan lain-lain.

c. Pertumbuhan Ekonomi

Unsur ini berhubungan dengan pertumbuhan/meningkatnya output riil dari waktu ke waktu dari produk yang dihasilkan, sehubungan dengan berbagai usaha yang dilakukan perusahaan misalnya riset dan inovasi.

d. Kesempatan Kerja Penuh

Unsur ini dicapai melalui berbagai perilaku pasar oleh perusahaan, yang berimplikasi pada terbukanya kesempatan kerja.

e. Keadilan

Keadilan merupakan cerminan kebebasan individu dalam memilih, aman dari bahaya yang ditimbulkan dalam penggunaan ataupun konsumsi serta tidak merusak tatanan nilai-nilai budaya.

8. Paradigma dan Hubungan *Structure, Conduct and Performance*

Dasar paradigma SCP dicetuskan oleh Mason dalam Kuncoro (2007) yang mengemukakan bahwa struktur suatu industri akan menentukan bagaimana perilaku industri berperilaku yang pada akhirnya menentukan keragaan atau kinerja industri tersebut. Struktur biasanya diukur dengan rasio konsentrasi. Perilaku dilihat antara lain dari tingkat persaingan produsen. Sedangkan kinerja suatu industri diukur antara lain dengan derajat inovasi, efisiensi dan

profitabilitas. Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel struktur, perilaku dan kinerja adalah hubungan linier dimana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Dalam SCP, hubungan ketiga komponen tersebut saling mempengaruhi seperti teknologi, progresivitas, strategi dan usaha-usaha yang mendorong penjualan (Martin, 2002).

Tabel 2.1
Hubungan Struktur, Perilaku dan Kinerja

<i>Structure</i>	<i>Conduct</i>	<i>Performance</i>
<i>Perfect Competition</i>	Maksimalisasi keuntungan	Efisiensi alokasi sumber daya
	Tidak ada iklan	
<i>Monopolistic Competition</i>	Maksimalisasi keuntungan	Alokasi sumber daya tidak efisien
	Ada iklan	
<i>Oligopoly</i>	Terdapat kemungkinan untuk maksimalisasi keuntungan	Alokasi sumber daya tidak efisien
	Terdapat periklanan dan bentuk persaingan non-harga lainnya	
<i>Monopoly</i>	Terdapat kemungkinan untuk maksimalisasi keuntungan	Alokasi sumber daya tidak maksimal
	Hanya terdapat beberapa iklan	

Sumber: Heather (2002)

Pada Tabel 2.1 menjelaskan ciri produsen digambarkan dengan melihat bagaimana kondisi maksimalisasi tingkat keuntungan dapat direalisasikan. Kinerja digambarkan melalui pengertian terhadap alokasi sumber daya. Pandangan SCP menyatakan bahwa hasil akhir dari struktur pasar terlihat pada kondisi perusahaan yang ditunjukkan melalui kinerjanya (Shy, 1995).

Hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja ini bukan hanya sekedar bersifat searah, tetapi juga dapat berhubungan timbal balik. Pertama, struktur mempengaruhi perilaku, semakin tinggi konsentrasi maka semakin rendah tingkat

persaingan di pasar. Kedua, perilaku mempengaruhi kinerja, semakin rendah tingkat persaingan maka semakin tinggi keuntungan perusahaan. Ketiga, struktur mempengaruhi kinerja, semakin tinggi konsentrasi pasar maka akan semakin rendah persaingan pasar sehingga keuntungan perusahaan pun akan semakin tinggi.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai *structure-conduct-performance* telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Dalam penelitian kali ini, peneliti berpedoman pada beberapa penelitian terdahulu, seperti:

Penelitian yang dilakukan oleh Ari Jolanda, dkk (2016) tentang *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Komoditi Padi di Desa Bunga Raya dan Desa Kemuning Munda Kecamatan Bunga Raya Kabupaten Siak*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pemasaran beras di Kabupaten Bunga Raya. Metode yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *market share*, CR_4 , dan *indeks Herfindhal* untuk menganalisis struktur industri, sedangkan untuk menganalisis perilaku peneliti menggunakan metode analisis dekriptif kuantitatif korelasi koefisien dan menggunakan perhitungan margin pemasaran untuk menganalisis kinerja industri. Hasil penelitian ini adalah adanya 3 saluran pemasaran dengan melihat aliran yang dilalui oleh lembaga-lembaga pemasaran yang ada dalam proses pemasaran hasil produksi padi mulai dari petani hingga sampai ke konsumen, yakni (1) dari petani ke pedagang pengepul kemudian ke pedagang besar, (2) dari petani ke pedagang pengepul, dan (3) dari petani ke pedagang besar. Hambatan pasar yang terjadi pada industri adalah tidak

adanya keterikatan antara petani dengan pedagang sehingga petani bebas menjual pasinya kepada pedagang yang mereka inginkan. Struktur dan perilaku pasar yang terjadi pada industri ini adalah mengarah pada pasar persaingan tidak sempurna. Hal ini disebabkan karena terdapat korelasi sedang antara harga padi ditingkat petani dengan harga pasar ditingkat konsumen menunjukkan koefisien elastisitas transmisi harga kecil dari satu. Kinerja industri ini dilihat dari margin pemasaran, biaya pemasaran dan keuntungan ditiap lembaga pemasaran padi di desa tersebut diperoleh keuntungan terbesar oleh pedagang yang melakukan lebih banyak fungsi pemasaran dan lebih banyak mengeluarkan biaya pemasaran. Persamaan penelitian Ari Jolanda dkk dengan penelitian ini adalah sama-sama bertujuan untuk meneliti mengenai stuktur, perilaku dan kinerja suatu komoditi dengan lingkup penelitian di Desa. Perbedaannya adalah terletak pada objek penelitian, dimana objek pada penelitian ini yaitu pada sentra IKM mebel kayu di Desa Genjahan Kecamatan Ponjong dan di Desa Kedung Keris Kecamatan Nglipar.

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Dwi, dkk (2014) tentang *Analisis Struktur Perilaku Kinerja Industri Susu Jawa Timur (Studi Kasus di Desa Wiyurejo – Wilayah Kerja Koperasi Susu SAE Pujon Kabupaten Malang Jawa Timur)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku dan kinerja pada industri susu. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dan kualitatif pada analisa struktur pasar dengan menggunakan nilai CR_4 dan hambatan keluar masuk pasar peternak. Pada analisa perilaku menggunakan deskriptif kualitatif dengan melihat strategi produk, strategi harga dan strategi promosi. Dan pada analisis kinerja menggunakan

metode kuantitatif dengan menghitung nilai *R/C ratio* usaha peternak. Pada penelitian ini, berdasarkan hasil analisis struktur pasar dengan CR_4 sebesar 24,5% bersifat oligopoli konsentrasi longgar karena tidak ada peternak yang dominan mempengaruhi pasar dan lemahnya posisi tawar peternak. Sedangkan analisis hambatan masuk 86,7% adalah modal investasi besar dan hambatan keluar sebesar 66,7% adalah besarnya modal yang diinvestasikan. Pada analisis perilaku, strategi produk susu peternak mengikuti standarisasi koperasi, strategi harga peternak hanya sebagai *price taker* karena harga jual susu ditetapkan koperasi, sedangkan strategi promosi belum intensif dilakukan terkait adanya kerjasama antara peternak dengan Koperasi susu SAE Pujon. Pada analisis kinerja mendapatkan nilai *R/C ratio* sebesar 1,69 artinya usaha peternakan sapi perah layak dijalankan. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Eka Dwi Novarianti dan Andrie Kisroh Sunyigono dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis mengenai struktur, perilaku dan kinerja suatu industri menggunakan metode nilai CR_4 , analisis deskriptif strategi dan nilai *R/C ratio*. Perbedaannya adalah pada objek penelitian yakni industri susu dengan industri kayu pada penelitian ini serta metode nilai CR_8 yang digunakan untuk menganalisis struktur pasar disalah satu desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Nasuha Zen (2015) tentang *Analisis Structure, Conduct and Performance Industri Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2011-2014 (Hipotesis Tradisional, Diferensiasi dan Efisiensi)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis industri perbankan syariah tahun 2011-2014 dengan paradigma struktur, perilaku dan kinerja. Terdapat tiga hipotesis yang

mendasari paradigma tersebut yaitu hipotesis tradisional, hipotesis diferensiasi, dan hipotesis efisiensi. Ketiganya dibandingkan untuk melihat hipotesis mana yang dapat diterima untuk menggambarkan kondisi industri tersebut. Peneliti menggunakan data panel dengan 10 cross section dan data time series dari tahun 2011 kuartal kedua sampai 2014 kuartal ketiga. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM) dengan menggunakan *Least Square Dummy Variable* (LSDV). Hasil estimasi menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mendukung hipotesis diferensiasi. Studi empiris memberikan temuan bahwa konsentrasi pasar mempengaruhi profitabilitas kemudian konsentrasi pasar dan pangsa pasar yang secara bersama-sama diestimasi juga mempengaruhi profitabilitas, hal ini berarti bahwa industri perbankan syariah di Indonesia mendukung hipotesis tradisional dan efisiensi. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nasuha Zen dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan paradigma struktur, perilaku dan kinerja sebagai alat analisis. Perbedaannya adalah terletak pada objek dan metode, yakni peneliti Zen menggunakan perbankan syariah sebagai objek dan metode FEM & LSDV, sedangkan peneliti menggunakan industri kayu sebagai objek dan metode yang digunakan adalah CR_4 , CR_8 , analisis deskriptif dan nilai R/C ratio.

Penelitian yang dilakukan Rezeki (2014) tentang *Analisis Structure, Conduct and Performance (SCP) Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Indonesia*. Tujuan dari penelitian tersebut adalah menganalisis struktur, perilaku dan kinerja industri tekstil dan garmen di Indonesia dengan tahunan 2006-2013. Jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari BPS dan literatur

yang berhubungan dengan penelitian tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis SCP dan analisis data panel dengan *Random Effect Model* (REM). Hasil analisis SCP ditemukan bahwa struktur industri TPT di Indonesia adalah struktur oligopoli longgar, dengan nilai rata-rata CR_4 sebesar 12,02%. Nilai rata-rata MES mencapai 4,98% menunjukkan kesempatan bagi masuknya perusahaan baru dalam industri. Hasil estimasi data panel menunjukkan bahwa secara parsial, variabel yang memiliki pengaruh besar dan kinerja yang signifikan meningkat (PCM) adalah efisiensi (XEF). Variabel CR_4 tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap PCM. Sementara MES dan pertumbuhan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap PCM industri TPT di Indonesia. Dan secara simultan, CR_4 , MES, efisiensi (XEF) dan pertumbuhan memiliki efek pada PCM. Persamaan penelitian Lubis dengan peneliti ini adalah sama-sama menganalisis struktur, perilaku dan kinerja menggunakan nilai CR_4 . Perbedaannya adalah terletak pada objek yakni peneliti bukan menggunakan industri tekstil namun industri kayu. Lingkup penelitian ini juga lebih mengerucut lagi yakni di desa.

Penelitian yang dilakukan oleh Umar, dkk (2011) tentang *Analisis Ekonomi Terhadap Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar Pupuk di Jawa Timur (Kasus di Kabupaten Lumajang dan Kabupaten Ngawi)*. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) menganalisis struktur pasar pupuk bersubsidi di Jawa Timur, (2) menganalisis kebutuhan pupuk bersubsidi yang harus dialokasikan ke peternakan, (3) untuk mengamati penyimpangan, jika ada distribusi pupuk sepanjang jalur distribusi. Penelitian ini menemukan bahwa struktur pasar memiliki karakteristik

seperti akses informasi pasar yang pada umumnya cukup baik di kalangan distributor pada tingkat yang sama namun tidak pada tingkat yang berbeda. Dari sudut pandang perilaku pasar, ditemukan adanya *rent seeking behaviors* yang mengakibatkan penyimpangan dalam jalur distribusi. Hal ini adalah ditandai dengan struktur pasar dengan sifat oligopolistik. Struktur pasar dan kinerja tersebut menghasilkan tingkat harga pupuk yang jauh di atas harga eceran tertinggi yang ditetapkan oleh pemerintah, namun para petani dipaksa untuk membeli karena mereka dalam keadaan darurat. Persamaan penelitian Umar Burhan dkk dengan peneliti ini adalah sama-sama menganalisa mengenai struktur, kinerja dan perilaku suatu industri. Perbedaannya adalah pada objek penelitian yakni industri pupuk dengan industri kayu. Lingkup penelitian juga berbeda, peneliti ini menggunakan lingkup lebih sempit yakni di desa. Metode analisis yang digunakanpun berbeda, Umar Burhan dkk menggunakan analisis deskriptif sedangkan peneliti ini tidak hanya menggunakan analisis deskriptif namun juga menggunakan analisis nilai CR_4 , CR_8 dan nilai R/C *ratio*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tri Candra, dkk (2011) tentang *Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar pada Sentra Industri Bakpia Yogyakarta*. Tujuan penelitian tersebut adalah menganalisa struktur, perilaku dan kinerja pemasaran sentra industri bakpia. Lokasi penelitian ini terletak di sentra industri bakpia di jalan KS Tubun Yogyakarta atau yang terkenal sebagai daerah Pathuk. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur pasar yang terjadi pada sentra industri bakpia ini adalah oligopoli. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CR_4 sebesar 60%. Perilaku pasar terjadi ketidakseragaman harga dan sistem kelembagaan dengan

jalur distribusi yang pendek mengakibatkan persaingan cukup tinggi. Kinerja pasar dianalisis dengan nilai PCM masing-masing perusahaan. Nilai PCM tertinggi adalah bakpia 541 sebesar 0,71. Sementara nilai PCM terendah adalah bakpia 78 sebesar 0,32. Persamaan penelitian Tri Candra dengan peneliti adalah sama-sama meneliti suatu industri di area Yogyakarta dan menggunakan metode nilai CR_4 untuk menganalisis struktur pasar. Perbedaannya adalah objek penelitian dan lingkup penelitian yakni Tri Candra meneliti industri bakpia di Yogyakarta sedangkan peneliti memilih industri kayu di Gunung Kidul.

Penelitian yang dilakukan oleh Vallen dkk (2014) tentang *Pengembangan Industri Pengolahan Kayu sebagai Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal (Studi pada Desa Sukorejo Kabupaten Bojonegoro)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya pengembangan industri pengolahan kayu di Desa Sukorejo sebagai upaya pengembangan ekonomi lokal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang bersifat interaktif milik Miles, Hubberman dan Saldana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan sudah cukup berhasil. Namun, masih perlu program kerja yang jelas untuk melatih pengrajin dan perlu dilakukan komunikasi lebih intensif pada pengrajin yang harus dilakukan oleh pemerintah. Persamaan penelitian Vallen dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan industri kayu sebagai objek penelitian walaupun lokasinya berbeda. Selanjutnya hal yang berbeda adalah metode yang digunakan yakni peneliti menggunakan analisis SCP dengan nilai CR_4 dan nilai *R/C ratio*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ghulam (2010) tentang *Evidence on Structure Conduct Performance Hypothesis in Pakistani Commercial Bank*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara struktur pasar dan kinerja di sektor perbankan menggunakan data dari bank komersial Pakistan. Penelitian ini mengidentifikasi efek dari perubahan dalam struktur pasar terhadap profitabilitas didasarkan pada struktur-perilaku-kinerja dan efisien-struktur (ES) hipotesis. Penelitian ini menggunakan data tahunan dan dikumpulkan untuk jangka waktu 9 tahun dari tahun 1996-2004. Tiga ukuran kinerja bank yang digunakan adalah *return on asset (ROA)*, *return on capital (ROC)*, dan *return on equity (ROE)*. Ghulam juga menggunakan rasio konsentrasi (CR) untuk mengukur struktur-perilaku-kinerja hipotesis dan pangsa pasar untuk mengukur efisien-struktur hipotesis. Penelitian ini juga telah menggunakan variabel kontrol untuk menangkap karakteristik khusus pasar seperti ukuran bank, ukuran pasar, resiko kepada pemilik, ukuran likuiditas, resiko pasar dan pertumbuhan pasar. Dengan analisis regresi Ghulam telah menemukan hubungan positif dari rasio konsentrasi dengan profitabilitas. Dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif antara hipotesis dan konsentrasi. Hasil pangsa pasar yang digunakan untuk struktur yang efisien hipotesis menjelaskan hubungan negatif dengan profitabilitas. Hasil penelitian ini tidak mendukung struktur yang efisien. Temuan empiris menunjukkan bahwa konsentrasi pasar menentukan profitabilitas pada bank umum di Pakistan. Oleh karena itu dapat disimpulkan juga bahwa ada hubungan negatif antara persaingan dan profitabilitas di bank-bank komersial Pakistan. Persamaan antara penelitian Ghulam dengan peneliti adalah sama-sama

menganalisis mengenai struktur perilaku dan kinerja. Perbedaannya adalah obyek penelitiannya yakni bank dengan industri kayu. Kemudian metode penelitian yang digunakan pun berbeda. Peneliti tidak menggunakan ROA, ROC, dan ROE.

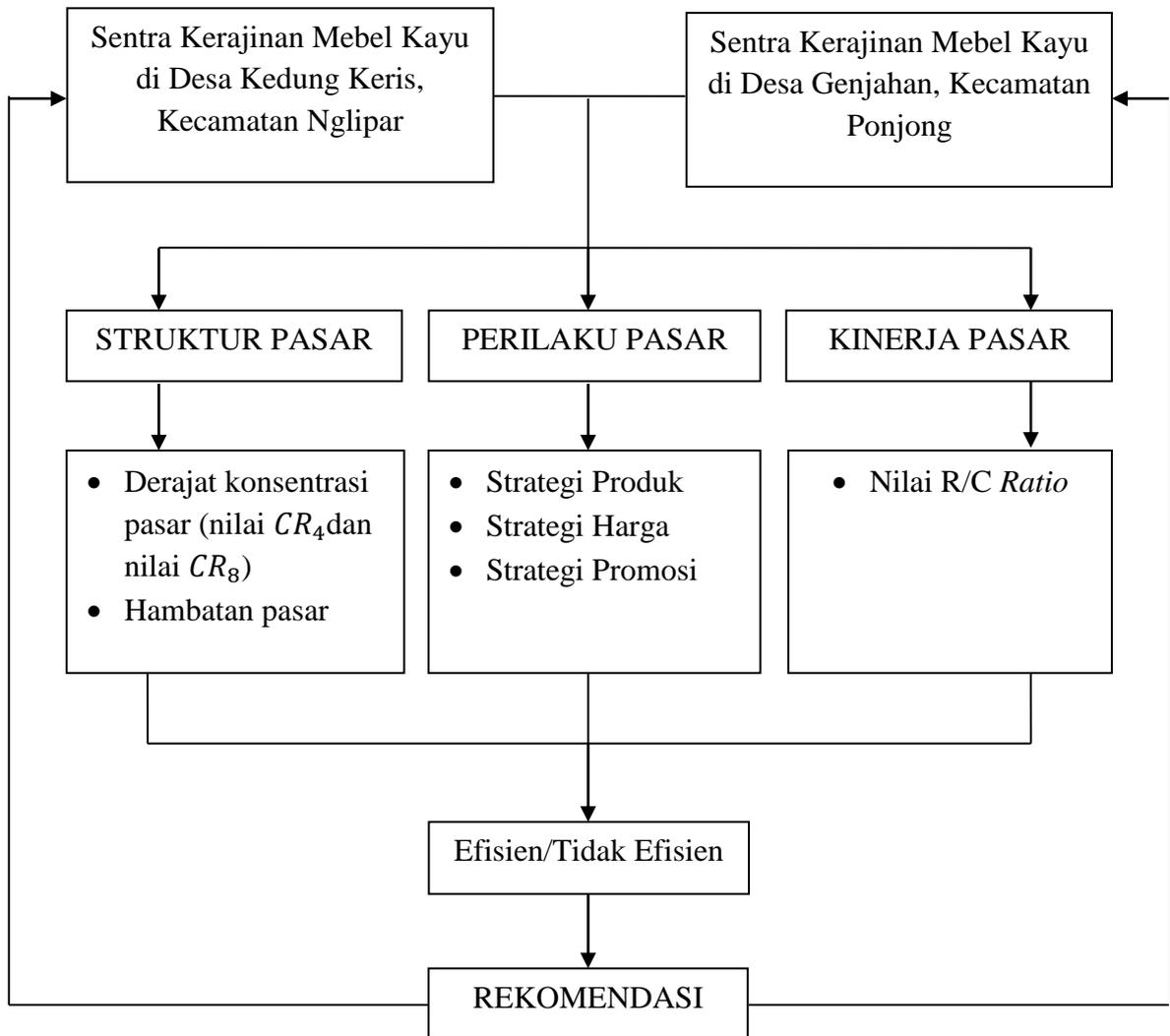
Penelitian yang dilakukan oleh Seanicaa dkk (2005) tentang *Market Structure Conduct Performance (SCP) Hypothesis Revisited using Stochastic Frontier Efficiency Analysis*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai fungsi produksi dan struktur pasar, perilaku dan kinerja (profitabilitas) dari industri angkutan truk di Serikat Amerika dengan menggunakan data panel untuk periode 1994-2003. Untuk mencapai tujuan ini Seanicaa memperkirakan stochastic fungsi produksi *frontier* dan model SCP dengan output dan efisiensi tindakan sebagai variabel endogen dengan Battese dan Coelli spesifikasi untuk menguji efek dari beberapa variabel, termasuk namun tidak terbatas, resiko, konsentrasi, pangsa pasar dari perusahaan dan biaya bahan bakar pada profitabilitas perusahaan yang di ukur dalam hal efisiensi. Premis dasar yang mendasari penelitian ini adalah bahwa keuangan dan operasi perusahaan data kinerja dapat digunakan sebagai indikator wakil dari penentu yang merupakan esensi dari profitabilitas dari paradigma efisiensi. Oleh karena itu, setiap variabel termasuk dalam analisis ini diwakili oleh statistik keuangan dan atau operasi. Hasil adari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa variabel dalam penelitian ini memiliki dampak yang signifikan secara statistik pada langkah-langkah efisiensi. Variabel fungsi produksi positif terkait dengan output dengan beberapa pengecualian. Persamaan penelitian Seanicaa dengan peneliti adalah sama-sama menggunakan analisis struktur kinerja dan perilaku. Perbedaannya adalah obyek penelitian dan metode

penelitian yang digunakan. Peneliti tidak menggunakan spesifikasi dan stochastic fungsi produksi dan model SCP dengan output.

Penelitian yang dilakukan Gladys (2013) tentang *The structure, conduct and performance of commercial bank in Ghana*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui struktur, perilaku, dan kinerja bank-bank komersial di Ghana. Penyelidikan empiris menggunakan dua ukuran yang berbeda konsentrasi untuk mewakili struktur pasar dan fungsi variabel pangsa pasar untuk menangkap efek perilaku pasar pada kinerja bank, dan dua ukuran akuntansi. Data pengembalian *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)* untuk mewakili kinerja bank. Tahunan *time series* data ROA, ROE dan rasio lainnya dikumpulkan dari 19 bank komersial selama periode 2007-2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsentrasi pasar dan pangsa pasar secara signifikan menentukan profitabilitas di Ghana, menandakan penerimaan yang kuat dari hipotesis SCP. Maka penelitian menunjukkan perlunya peningkatan, kapitalisasi bank, ukuran bank, inovasi produk layanan dan pengelolaan likuiditas yang efektif bagi industri perbankan Ghana. Persamaan penelitian Gladys dengan peneliti adalah sama-sama menganalisis struktur kinerja dan perilaku. Perbedaannya adalah terletak pada obyek penelitian dan metode penelitian dimana peneliti tidak menggunakan ROA dan ROE.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka dasar pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Alur kerangka pemikiran dalam penelitian ini dimulai dari mengidentifikasi struktur pasar, perilaku perusahaan dan kinerja pasar di sentra kerajinan kayu di Desa Kedung Keris, Kecamatan Nglipar dan Desa Genjahan, Kecamatan Ponjong, Gunung Kidul. Langkah selanjutnya dilakukan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif meliputi perilaku pasar, sedangkan pada analisis kuantitatif yaitu struktur pasar dan kinerja pasar. Dari hasil analisis deskriptif dan kuantitatif dapat diketahui struktur pasar, perilaku perusahaan dan kinerja pasar melalui pelaku industri seperti petani kayu, pedagang kayu, pemilik jasa penggergajian, dan IKM mebel kayu. Berikut penjabaran kerangka berpikir peneliti dalam gambar 2.3



Gambar 2.3
Kerangka Berpikir Peneliti