

ANALISIS STRUKTUR PASAR INDUSTRI KARET DAN BARANG KARET PERIODE TAHUN 2009

Adisty Rizkyanti

HR Division Departement PDR (Personal Data dan Remunation)

Email : rizkyantiadisty@yahoo.com

Abstract

The purpose of this research is to acknowledge and to analyze the marketing structure in the industry of rubber and the product itself in Indonesia during the year of 2009. The industrial rubber and the product itself are expected to play a vital role in escalating more employment opportunities as well as a positive economical growth. With the role stated above, one can cultivates and presents a developing direction so that it can compete with other industrial sectors in the economic perspective.

The data obtained will be a secondary data. The instruments that are used to analyze the marketing structure would be CRn (the concentration of ratio n) and IHH (Herfindahl-Hirschman Index). Subsequently the marketing structure of the rubber industry and the rubber product itself in Indonesia will also be analyzed descriptively. The data is obtained from BPS and the nation's Ministry of Industry.

By analyzing the marketing structure using the concentration ratio method attained from the four of the largest companies in the market share (CR4), one can fabricate a conclusion regarding the marketing structure of the rubber industry and the product in Indonesia during the year of 2009 to be deduced as an oligopoly marketing structure.

Keywords: *Marketing Structure, Concentration Ratio, Rubber Industry and Rubber Products*

PENDAHULUAN

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Proses industrialisasi dan pembangunan industri ini merupakan satu jalur kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Dengan kata lain pembangunan industri merupakan suatu fungsi dari tujuan pokok untuk kesejahteraan rakyat. Industri-alisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumber daya lainnya. Industri memiliki peranan sebagai sektor pemimpin (*leading sector*). Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan pesatnya perkembangan teknologi, berdampak sangat ketatnya persaingan dan cepatnya terjadi perubahan lingkungan usaha. Dalam situasi yang seperti itu, maka untuk mempercepat proses industrialisasi, menjawab tantangan dari dampak negatif gerakan globalisasi dan liberalisasi ekonomi dunia, serta mengantisipasi perkembangan di masa yang akan datang, pembangunan industri nasional memerlukan arahan dan kebijakan yang jelas.

Kinerja sektor industri manufaktur (sektor manufaktur) secara umum tidak terlepas dari kinerja perekonomian secara

keseluruhan. Membaiknya situasi ekonomi akan diikuti perbaikan sektor manufaktur, serta sebaliknya. Manufaktur juga merupakan sektor yang rentan terhadap fluktuasi dan gejolak perekonomian global. Industri manufaktur merupakan satu sektor yang memiliki pengaruh bagi Indonesia dapat dilihat dari besarnya produk domestik bruto (PDB) yang dimiliki oleh suatu negara. Dalam Industri Manufaktur di Indonesia, terdapat 3 sektor industri yang memiliki kontribusi terbesar dari tahun 2000-2010 yaitu:

1. Industri Makanan, Minuman dan Tembakau berkontribusi sebanyak 33,60 %. Industri makanan, minuman dan tembakau menjadi industri yang pertama di dalam kontribusi pertumbuhan perekonomian Indonesia karena Industri Makanan, Minuman dan Tembakau merupakan industri penting dalam struktur industri manufaktur Indonesia. Kontribusi sektor industri makanan, minuman dan tembakau menunjukkan peningkatan di setiap tahunnya. Populasi penduduk yang besar didukung oleh perekonomian domestik dan daya beli masyarakat yang cukup kuat menjadi driver utama pertumbuhan industri makanan, minuman dan tembakau. (sumber: www.bankmandiri.co.id)
2. Industri Alat Angkut, Mesin dan Peralatannya berkontribusi sebanyak 28,14%. Memperhatikan besarnya peran dalam penciptaan nilai tambah, industri alat angkut, mesin dan peralatan sangat mempengaruhi

pertumbuhan sektor industri dan secara keseluruhan. walau pun bukan industri padat karya, industri alat angkut, mesin dan peralatan cukup banyak menyerap tenaga kerja. (ristek.go.id)

3. Industri Pupuk, Kimia dan Karet berkontribusi sebanyak 12,73%. Sektor industri pupuk, kimia dan karet berpengaruh karena apada sektor ini adalah salah satu sektor yang menunjang terhadap perekonomian di sektor pertanian.

(Departemen Perindustrian “Roadmap industri pengolahan karet dan barang karet”2009).

Salah satu kelompok industri yang termasuk industri manufaktur adalah industri karet dan barang dari karet (ISIC 251). Karet merupakan komoditi perkebunan mempunyai peranan penting terhadap perekonomian di Indonesia. Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar untuk menjadi produsen utama karet alam dunia. Diperkirakan dimasa yang akan datang kebutuhan karet akan terus

Tabel 1
Kontribusi industri pupuk, kimia dan barang karet 2006-2010

2006	2007	2008	2009	2010
12,59 %	12,50 %	13,53 %	12,85 %	12,73 %

Sumber : Kementerian Perindustrian 2011

Kontribusi industri pupuk, kimia dan barang karet dalam jangka waktu limatahun terdapat perubahan. Dapat dilihat dari tahun 2006 sebanyak 12,59% laluterjadi penurunan di tahun 2007 sebanyak 9% menjadi 12,50%. Dan di tahun 2008 terjadi kenaikan bagi industri tersebut menjadi 13,53% .Setelah tahun 2008 hingga 2010 terjadi penurun tiap tahunnya. Kecenderungan yang telah terjadi pada industri karet dan barang karet bahwa pada tahun 2006 , karet mampu menghasilkan devisa hingga US\$ 4,33 milyar. Tahun 2007 meningkat menjadi US\$ 4,87 milyar, begitupun pada tahun 2008 meningkat menjadi US\$ 6,06 milyar.

meningkat. Tentu hal ini akan menjadi peluang yang baik bagi Indonesia mengeksport karet dan hasil olahan industri karet yang ada di Indonesia ke negaranegara lain dan memicu pertumbuhan industri manufaktur pada sub sektor industri karet dan barang dari karet serta mendorongnya perkonomian di Indonesia. Menurut Budiman (2004), permintaan karet sintetik akan terus tumbuh didorong oleh perkembangan industri automotif dan ban di China. Karet sintetik yang dominan digunakan oleh industri ban adalah SBR (*Styrene Butadiene Rubber*) dan BR. Sepertinya karet alam, secara ekonomi karet sintetik adalah

derived demand dari permintaan ban, dimana dari sisi pasokan diturunkan dari monomernya atau cadangan styrene dan butadiene. Lebih lanjut dikatakan, secara ekonomi permintaan karet alam dan sintetik ditentukan oleh kondisi sekarang perkembangan kedepan dari industriomotif. Dengan perkembangan ekonomi yang pesat dan peningkatan standar kehidupan dari negara-negara padat penduduknya, maka permintaan semua jenis ban akan meningkat dimasa yang akan datang.

Diperkirakan dimasa yang akan datang kebutuhan karet akan terus meningkat. Tentu hal ini akan menjadi peluang yang baik bagi Indonesia mengeksport karet dan hasil olahan industri karet yang ada di Indonesia ke negaranegara lain dan memicu pertumbuhan industri manufaktur pada sub sektor industri karet dan barang dari karet serta mendorongnya perekonomian di Indonesia. Menurut Budiman (2004), permintaan karet sintetik akan terus tumbuh didorong oleh perkembangan industriomotif dan ban di China. Karet sintetik yang dominan digunakan oleh industri ban adalah SBR (*Styrene Butadiene Rubber*) dan BR. Sepertinya karet alam, secara ekonomi karet sintetik adalah derived demand dari permintaan ban, dimana dari sisi pasokan diturunkan dari monomernya atau cadangan styrene dan butadiene. Lebih lanjut dikatakan, secara ekonomi permintaan karet alam dan sintetik ditentukan oleh kondisi sekarang perkembangan kedepan dari industriomotif. Dengan perkembangan

ekonomi yang pesat dan peningkatan standar kehidupan dari negara-negara padat penduduknya, maka permintaan semua jenis ban akan meningkat dimasa yang akan datang.

Berdasarkan dalam kajian ini penekanannya ditunjukkan pada variabel strukturpasar sedangkan perilaku dan kinerja tidak ditekankan. Oleh karena itu variabelperilaku dan kinerja tidak dimasukkan ke dalam model yang digunakan. Berdasar hal-hal diatas maka timbul pertanyaan :Seberapa besar pengaruh struktur pasar terhadap industri karet dan barang karet. Perusahaan-perusahaan dalam industri karet dan barang dari karet yang dianalisis, dibatasi pada kode pada level 5 digit ISIC / KBLI.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam landasan teoritis ini dikemukakan teori-teori yang menunjang penelitian antara lain : Teori Industri, Paradigma SCP (*structure, conduct, performance*), Teori Struktur Pasar, Teori Pasar Persaingan Sempurna, Pasar Monopoli, Pasar Persaingan Oligopoli, Pasar Persaingan Monopolistik dan Konsentrasi Rasio.

Pengertian Industri

Kumpulan perusahaan sejenis disebut industri. Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan

atau assembling dan juga reparasi adalah bagian industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa.

Pengertian industri sangat luas, dapat dalam lingkup makro dan mikro. Secara mikro, sebagaimana di jelaskan dalam ekonomi mikro, industri adalah kumpulan dari perusahaan - perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling menggantikan secara erat. Namun demikian, dari segi pembentukan pendapatan, yakni cenderung bersifat makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah. (Mastur Mujib Ikhsani dan Dr. Syafrudin Budi ningharto, 2010).

Ekonomi industri merupakan suatu keahlian khusus dalam ilmu ekonomi. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif menekankan pada studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku, dan kinerja pasar. Dalam ekonomi industri terdapat dua sisi yang menarik. Pertama, ekonomi industri merupakan seperangkat konsep dan analisis mengenai persaingan dan monopoli dengan berbagai macam pasar yang berada diantara keduanya. Kedua, ekonomi industri juga berkaitan erat dengan pasar riil yang sangat diramaikan oleh adanya persaingan antar perusahaan. (Winsih, 2007).

Pendekatan ekonomi industri untuk melihat fenomena struktur usaha industri yang ada, dengan cara menganalisa kaitan

antara struktur pasar-perilaku dan kinerja (*the structure, conduct and performance*).

Teori SCP (*structure, conduct, performance*)

Dasar paradigma *structure conduct performance* (SCP) sendiri dicetuskan oleh Edward S. Mason, seorang dosen di University of Harvard tahun 1939, mengemukakan bahwa struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana para pelaku industri berperilaku (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan keragaman atau kinerja (*performance*) industri tersebut. Struktur biasanya diukur dengan rasio konsentrasi. Perilaku antara lain dilihat dari tingkat persaingan atau kolusi antar produsen. Keragaman atau kinerja suatu industri diukur antara lain dari derajat inovasi, efisiensi dan profitabilitas.

Perkembangan perekonomian dan perkembangan analisis terhadap industri menjadikan teori SCP memiliki dua aliran. Pertama aliran menurut *Chicago School*. Menurut *Chicago School*, keadaan struktur industri secara berurutan (linier) mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan. Kedua, aliran pemikiran *New Industrial Economics* (Martin, 1993). Menurut pemikiran aliran ini, struktur pasar atau industri tidak secara linear mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan. Aliran ini berpendapat pemerintah juga memiliki peran dalam mempengaruhi kinerja perusahaan. Pemerintah dapat mempengaruhi perilaku industri melalui kebijakanyang di

keluarkannya, kemudian terbentuknya struktur industri. Selanjutnya, struktur industri tersebut mempengaruhi kinerja perusahaan. (Sumber: Bomo Setyanto, "Skripsi" FE-UI. 2008).

Struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan. Dan untuk memperluas pangsa pasar, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Setiap struktur pasar berada diantara monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi (*entry*) dan persaingan murni (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk, rendah).

Struktur pasar merupakan kunci penting dari pola konsep konvensional dalam bidang ekonomi industri. Pola tersebut di tunjukan dalam gambar sebagai berikut (Wihana Kirana Jaya, 2008).

Pengertian Struktur Pasar

Ada empat bentuk struktur pasar utama, yaitu : (1) persaingan sempurna, (2) monopoli, (3) persaingan monopolistik dan (4) oligopoli. Dari keempat struktur pasar tersebut ketiga struktur yang terakhir sering dikatakan sebagai pasaran persaingan. (Steph Subanidja, 2005).

Struktur pasar adalah keadaan pasar yang memberikan petunjuk tentang aspek-aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku usaha dan kinerja pasar, antara lain jumlah penjual dan pembeli, hambatan masuk dan keluar pasar, keragaman produk, sistem distribusi dan penguasaan pasar. Dengan mengetahui struktur pasar, maka akan dapat mengklasifikasikan suatu bentuk pasar

apakah mendekati persaingan persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik atau persaingan oligopoli. Struktur pasar adalah bentuk pasar dalam dunia sesungguhnya.

Struktur pasar merupakan karakter suatu pasar yang mempengaruhi strategi persaingan dan penentuan harga pasar. Struktur pasar dapat juga dipahami sebagai bagian strategis yang relatif permanen dari lingkungan perusahaan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja suatu perusahaan dalam pasar.

Struktur pasar berhubungan dengan karakteristik dan pentingnya pasar tersebut di dalam perekonomian. Kondisi demikian dapat diidentifikasi dengan mengacu pada jumlah dan ukuran distribusi dan penjual dan pembeli dipasar tersebut (konsentrasi pasar), batasan suatu produk memiliki perbedaan (*diferensiasi*), dan tingkat kemudahan memasuki pasar bagi perusahaan baru.

Didalam analisa ekonomi struktur pasar dibedakan menjadi 4 (empat) : pasar persaingan sempurna (*perfect competition*), pasar monopoli (*monopoly*), pasar persaingan monopolistik (*monopolistic competition*), pasar oligopoli (*oligopoly*). (Tri Kunawangsih Pracooyo dan Antyo Pracooyo, 2006).

Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna (*perfect competition*) sering pula disebut sebagai pasar persaingan murni (*pure competition*). Persaingan murni adalah suatu pasar dimana terdapat banyak penjual sehingga

Tabel 2
Contoh Tipe Pasar dimulai dari Monopoli Murni sampai dengan
Persaingan Sempurna

TIPE PASAR	KONDISI UTAMA	CONTOH SEHARI-HARI
Monopoli murni	Suatu perusahaan yang memiliki 100% dari pangsa pasar.	PLN, PT KAI
Perusahaan yang dominan (<i>dominant firm</i>)	Suatu perusahaan yang memiliki 50-99% dan pangsa pasar dan tanpa pesaing yang ketat	Surat kabar lokal nasional, film kodak dan batu baterai.
Oligopoli ketat	Penggabungan 4 perusahaan terkemuka yang memiliki pangsa pasar <50-100%. Kesepakatan diantara mereka untuk menetapkan harga relative mudah.	Perbankan lokal siaran TV, bola Ismpu, sabun, toko buku, rokok kredit dan semen.
Oligopoli longgar	penggabungan 4 perusahaan terkemuka yang memiliki 40% atau kurang dari pangsa pasar, kesepakatan diantara mereka menetapkan harga sebenarnya tidak mungkin	Kayu, perkakas rumah, mesin-mesin keril, peragkat keras majalah, batu baterai, obat-obatan
Persaingan monopolistik	Banyak pesaing yang efektif, tidak satupun yang lebih dari 10% pangsa pasar.	Pedagang eceran, pakaian.
Persaingan murni	Lebih dari 50 pesaing yang mana tidak satupun yang memiliki pangsa pasar yang berarti	Sapi dan unggas

tindakan masing-masing penjual tidak dapat mempengaruhi harga pasar yang berlaku, baik dengan merubah jumlah penawarannya maupun harga produknya. Oleh karena itu, penjual pada pasar homogen adalah *price taker*, karena hanya dapat menjual produknya pada harga yang berlaku di pasar. Karakteristik agar sebuah pasar dapat dikatakan persaingan sempurna, yaitu :

- Semua perusahaan memproduksi barang homogen (*Homogeneous Product*)
- Produsen dan konsumen memiliki pengetahuan sempurna (*Perfect Knowledge*)
- Output perusahaan lebih kecil dibanding output pasar (*Small Relative Output*)
- Perusahaan menerima harga yang ditentukan pasar (*Price taker*)
- Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar (*Free Entry and Exit*)

Pasar Monopoli

Istilah monopoli berasal dari bahasa Yunani yakni *monos polein* yang berarti "menjual sendiri". Oleh sebab itu, para ahli berpendapat bahwa monopoli terjadi bila output seluruh industri diproduksi dan dijual oleh satu perusahaan saja. Sebagai penjual tunggal maka ia memiliki kekuatan untuk mengatur harga (*price maker*). Contoh perusahaan Monopoli di Indonesia adalah PLN, PT. KAI. Di bawah ini disebutkan ciri-ciri dari pasar monopoli adalah sebagai berikut:

- a. Hanya ada satu produsen yang menguasai penawaran;
- b. Tidak ada barang substitusi/pengganti yang mirip (*close substitute*);
- c. Produsen memiliki kekuatan menentukan harga; dan
- d. tidak ada pengusaha lain yang bisa memasuki pasar tersebut karena ada hambatan berupa keunggulan perusahaan.

Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar ini disebut sebagai pasar yang berada diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli. Ada juga yang menyebutkan bahwa pasar monopolistik merupakan gabungan dari pasar persaingan sempurna dengan pasar monopoli. Tipe pasar ini lebih banyak kita temui dalam kehidupan sehari-hari, karena sebetulnya bentuk pasar yang benar-benar murni jumlahnya sangatlah langka. Model pasar monopolistik diperkenalkan pertama kali oleh E. Chamberlin seorang ekonom Amerika Serikat pada tahun 1930. Kemudian pada tahun yang sama Joan Robinson, seorang ekonom wanita Inggris memperkenalkan gagasannya tentang pasar persaingan tidak sempurna. Model ini dikembangkan karena ketidakpuasan para ahli ekonomi terhadap model-model pasar sebelumnya (persaingan sempurna dan monopoli) yang dianggap kurang realistis dan lebih bersifat teoritis. Ciri-ciri pasar monopolistik adalah sebagai berikut:

1. Terdapat banyak perusahaan di dalam pasar maka pasar persaingan.

2. Barang produksinya bersifat berbeda corak.
3. Perusahaan mempunyai sedikit kekuatan dalam menentukan dan mempengaruhi harga.
4. Pemasukan ke dalam industri relatif mudah.

Pasar Oligopoli

Selain pasar persaingan mono-polistik, terdapat juga pula tipe pasar yang berada diantara pasar persaingan sempurna dan monopoli yakni pasar oligopoli. Suatu pasar disebut oligopoli apabila terdapat 2 atau lebih (beberapa) penjual suatu produk. Istilah oligopoli juga berasal dari bahasa Yunani yakni *oligos polein* dimana memiliki arti “yang menjual sedikit”. Jumlah penjual dalam pasar ini tidak terlampaui banyak, paling tidak 10-15 penjual. Persaingan dalam pasar oligopoli cukup keras, mengingat sedikitnya jumlah pemain (penjual). Perusahaan dalam pasar oligopoli akan selalu memberikan reaksi apabila pesaingnya melakukan suatu keputusan /tindakan yang mempengaruhi pasar. Beberapa unsur penting (karakter) pasar oligopoli.

- Hanya sedikit perusahaan dalam industri (*few number of firms*)
- Produknya homogen atau terdiferensiasi (*homogen or differentiated product*)
- Pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi (*interdependence decisions*)
- Kompetisi non harga (*non pricing competition*)

Konsentrasi Industri

Konsentrasi atau pemusatan merupakan gabungan pasar dari perusahaan-perusahaan “oligopolis” dimana mereka menyadari adanya ketergantungan. Kombinasi pangsa pasar perusahaan membentuk suatu tingkat pemusatan dalam pasar. Bain mendapatkan bahwa antara tingkat konsentrasi dengan penghasilan terdapat tingkat korelasi yang rendah. Penerimaan (*return*) rata-rata industri yang terkonsentrasi adalah lebih tinggi. (Wihana Kirana Jaya. 2008).

Konsentrasi dapat diukur menggunakan indeks konsentrasi yaitu statistik yang dikembangkan untuk menghasilkan ukuran ringkasan struktur pasar. Ukuran pasar konsentrasi yang umumnya digunakan persentase dari seluruh jumlah pengiriman yang di pasok empat perusahaan terbesar. Ukuran lainnya adalah *Hirschmann- Herfindahl Index* (IHH) yang menimbang pangsa pasar rata-rata dari seluruh perusahaan dalam sebuah industri. (Sumber : Winsih, “Skripsi FE-IPB”. 2007).

Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini, antara lain:

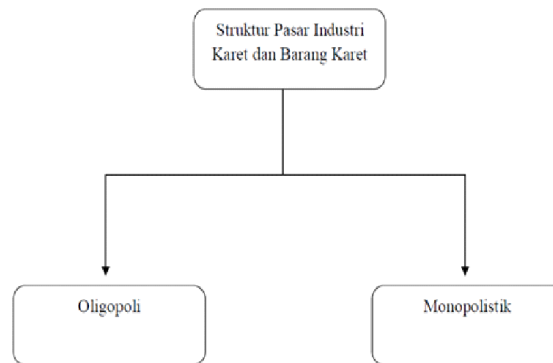
Steph Subanidja, (2005) Menunjukkan bahwa melihat struktur pasar industri penggilingan dengan menggunakan kode ISIC /KBLI 153 dengan menggunakan ukuran konsentrasi rasio (CR4) dan Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH) adanya beberapa industri yang memiliki struktur

pasar oligopoli. Dengan menggunakan analisa regresi, pengaruh yang signifikan terhadap margin laba pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan kata lain persamaan regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi (menduga) laba yang diterima oleh perusahaan industri. Melalui ketiga variabel independent: IHH, pangsa pasar, ROA yang signifikan dapat mempengaruhi laba serta dapat menjelaskan perubahan kinerja perusahaan industri dalam bentuk margin laba serta secara bersama-sama.

Maman Setiawan, (2006) menunjukkan bahwa semakin terkonsentrasi suatu industri maka semakin tinggi margin labanya. Meningkatnya rasio modal terhadap tenaga kerja industri (CLR) maka akan menyebabkan suatu industri terkonsentrasi. faktor-faktor lain yang mempengaruhi performansi (PCM) : peningkatan intensitas modal (COR) akan menyebabkan penurunan margin laba

, ukuran pasar (*Size*) yang semakin tinggi akan meningkatkan margin laba. Faktor lain yang mempengaruhi CR4 adalah intensitas modal (COR) akan menyebabkan penurunan konsentrasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi CLR adalah peningkatan jumlah upah riil baik akibat peningkatan upah atau peningkatan jumlah tenaga kerja akan menurunkan CLR, komposisi modal terhadap tenaga kerja semakin meningkat disebabkan oleh ukuran pasar yang semakin meningkat.

Winsih (2007), menyimpulkan bahwa industri manufaktur Indonesia memiliki struktur pasar oligopoli yang peningkatannya bervariasi. Metode yang digunakan menggunakan panel data, hasilnya menunjukkan bahwa variabel yang berpengaruh besar terhadap PCM yaitu produktivitas dan efisiensi-X, sementara CR4, Growth, ekspor dan impor tidak signifikan terhadap peningkatan keuntungan.



Gambar1
Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini mengacu pada landasan teoritis dan penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran ini dipetakan dalam skema yang terdapat pada Gambar 1 pendekatan ini penelitian dimulai dengan menganalisa struktur pasar menggunakan pangsa pasar, tingkat konsentrasi empat perusahaan terbesar (CR4). Konsentrasi ini akan menunjukkan bentuk pasar yang dihadapi oleh industri.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui struktur pasar pada industri karet dan barang karet selama periode 2009. Penelitian ini dilakukan untuk setiap kelompok industri (menurut ISIC/ KBLI sektor industri karet dan barang karet, 5 digit). Karena yang akan dibahas dalam studi ini adalah menganalisa struktur pasar yang terdapat di industri karet dan barang karet. Tahap awal dari penelitian adalah memunculkan permasalahan yang akan dibahas. Tahap kedua mempelajari teori yang menjelaskan tentang industri, antara lain struktur pasar, pasar persaingan sempurna, pasar persaingan monopoli, pasar persaingan oligopoli, pasar persaingan monopolistik, pengukuran tingkat konsentrasi industri yang berhubungan dengan struktur pasar industri karet. Tahap selanjutnya mengumpulkan data sesuai dengan kebutuhan, lalu dilakukan perhitungan terhadap pangsa pasar, tingkat konsentrasi masing-masing

industri karet. Penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan Konsentrasi Rasio (CR) dan uji Indeks Herfindahl Hirschman (IHH). Dengan demikian penelitian ini termasuk penelitian yang bersifat deskriptif, karena tidak hanya bermaksud memaparkan, tetapi juga kuantitatif karena menggunakan data kuantitatif untuk mengetahui dan menjawab permasalahan.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang mempunyai nilai atau besaran, dimana merupakan objek bahan pengamatan dan penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi yang dapat ditarik kesimpulannya. Variabel merupakan unsur penting dalam suatu teori.

b. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional variabel-variabel tersebut adalah :

1. Jumlah Industri adalah ban yakni jumlah perusahaan dalam industri karet dan barang karet di Indonesia.
2. Pangsa Pasar adalah menggambarkan keuntungan yang di peroleh tiap industri dari penjualannya.
3. Rasio Konsentrasi adalah ukuran tingkat konsentrasi industri yang di dapat dengan menjumlahkan pangsa pasar beberapa industri karet dan barang karet terbesar. Rasio Konsentrasi yang akan di ukur adalah rasio konsentrasi berdasarkan jumlah perusahaan

perusahaan industri karet dan barang karet

4. *Indeks Herfindahl* adalah nilai yang dinyatakan dalam persentasi dimana industri pertama sampai ke-1 yang terbesar dari suatu industri. *Indeks herfindahl* yang akan di ukur adalah rasio konsentrasi jumlah per-usahaan.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, annual (data deret dalam satu tahun) periode 2009. Perusahaan-perusahaan industri dianalisis dibatasi pada perusahaan yang memproduksi komoditi dengan kode ISIC/KBLI 251 (Industri Karet dan Barang Karet). Perusahaan Karet dan Barang Karet berjumlah 472 perusahaan. Pengumpulan data ini dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai struktur pasar yang terdapat dalam sebuah industri karet dan barang karet. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan melalui Biro Pusat Statistik (BPS), Kementerian Industri, jurnal dan literatur lainnya. Data dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *microsoft office excel 2007*.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisa struktur industri karet dan barang karet di Indonesia, maka akan dilihat dari beberapa aspek yang akan menggambarkan keadaan yang ada. Pertama, akan ditinjau pangsa pasar para pelaku dan tingkat konsentrasi yang ada kemudian di lihat dari para pemain utama dalam industri tersebut. Beberapa metode yang digunakan untuk melihat pangsa pasar dan tingkat konsentrasi adalah :

1. Analisis Pangsa Pasar (*Market Share*)

Setiap perusahaan mempunyai pangsa pasar yang berbeda beda berlisar 0-100 persen dari total penjualan seluruh pasar. Pangsa pasar menggambarkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari penjualannya.

2. Konsentrasi Ratio (*Concentration Ratio / CR*)

Rasio Konsentrasi (CR) adalah persentase dari suatu pangsa pasar yang dimiliki oleh perusahaan. Biasanya konsentrasi rasio diukur minimal pada dua perusahaan dan paling banyak delapan perusahaan.

3. *Index Herfindahl-Hirschman (IHH)*

Tabel 3

klasifikasi struktur pasar dalam indeks herfindahl

Struktur Pasar	Kisaran Herfindahl
Pasar Persaingan Sem purna	Biasanya dibawah 0,2
Pasar Monopolistik	Biasanya dibawah 0,2
Pasar Oligopoli	0,2 sampai dengan 0,6
Pasar Monopoli	0,6 sampai dengan keatas

sumber : *Economics Of Strategy*

Pada perkembangan rasio konsentrasi dianggap memiliki kelemahan yaitu tidak mengukur distribusi pangsa pasar dari keseluruhan yang ada pada industri tersebut. Kemudian muncul indeks, *Herfindahl-Hirschman Index* (IHH) yaitu jumlah dari kuadrat pangsa pasar untuk semua perusahaan dalam suatu pasar industri. Empat klasifikasi struktur pasar dalam indeks herfindahl:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis struktur pasar pada industri karet dan barang karet dapat diketahui

dengan melihat pangsa pasar dari perkembangan penjualan masing-masing industri, konsentrasi rasio empat perusahaan terbesar (CR4).

Berdasarkan hasil analisis dapat dilihat struktur pasar yang terdapat dalam Industri Karet dan Barang Karet (dengan pendekatan ISIC 5 digit) dengan tingkat konsentrasi pangsa pasar. Semakin sedikit perusahaan industri, kian tinggi tingkat konsentrasi pangsa pasarnya. Jika dilihat dari rata-rata rasio empat perusahaan terbesar (CR4) tiap industri karet dan barang karet pada periode 2009, terdapat variasi struktur pasar yang terjadi dalam industri tersebut

Tabel 4
Jumlah Perusahaan, Pangsa Pasar, Konsentrasi Pasar, Indeks Herfindahl, Industri Karet dan Barang Karet Pada Tahun 2009

ISIC	INDUSTRI	Perusahaan	Pangsa Pasar (%)	CRn	IHH
25123	Karet Remah	175	37.07627119	37.07627	0.137465
25121	Pengasapan Karet	73	15.46610169	52.54237	0.02392
25199	Barang Barang Dari Karet Yang Belum Termasuk 25591 Dan 25592	70	14.8305084	67.37288	0.021994
25111	Ban Liar Dan Ban Dalain	37	7.838983051	75.21186	0.006145
25191	Barang-Barang Dari Karet Untuk Keperluan Rumah Tangga	36	7.627118644	82.83898	0.005817
25122	Remiling Karet	35	7.415254237	90.25424	0.005499
25192	Barang-Barang Dari Karet Untuk Keperluan Industri	30	6.355932203	96.61017	0.00404
25112	Vtilkanisir Ban	16	3.389830508	100	0.001149
TOTAL		472		100	0.206029

Sumber : data diolah

Pada tahun 2009 CR4 bernilai sebesar 75,21%. Artinya dapat dikatakan bahwa struktur pasar industri karet dan barang karet adalah oligopoli ketat, menurut buku *ekonomi industri edisi 2*, Wihana Kirana Jaya. Pada tabel struktur pasar, tipe pasar oligopoli ketat bahwa penggabungan empat perusahaan terkemuka yang memiliki pangsa pasar 60-100%. Dari sekian banyaknya perusahaan industri karet dan barang karet, Industri Karet Remah memimpin pangsa pasar sebesar 37,07%. Selanjutnya Industri Pengapasan Karet sebesar 15,46%, Industri Barang-Barang Dari Karet yang belum termasuk 25591 dan 25592 sebesar 14,83% dan Industri Ban Luar dan Ban Dalam 7,83%. Empat perusahaan ini bersama-sama menguasai pasar sebesar 75,21%. Struktur pasar industri karet dan barang karet dilihat dari besarnya angka *Indeks Herfindahl-Hirschman* yaitu sebesar 0,2060 maka dapat dikatakan industri karet dan barang karet termasuk dalam struktur pasar oligopoli. Menurut *economics of strategy*, dikatakan kisaran herfindahl 0,2 sampai dengan 0,6 maka termasuk dalam klasifikasi pasar oligopoli.

A. Sub-Industri Karet Remah

Terdapat 175 perusahaan dalam sub-industri karet remah. Dengan pangsa pasar sebesar 37,07%. Wihana Kirana Jaya menunjukkan sub industri tersebut di kategorikan kedalam pasar oligopoli longgar karena memiliki 40% atau kurang dari pangsa pasar.

Karet remah adalah produk yang ramah lingkungan karena dipakai dari bahan

bekas dan tidak larut dalam tanah ataupun air tanah. Selain mengurangi jumlah limbah karet yang terbuang ke lingkungan, pemakaian kembali limbah produk karet tertentu, tentu saja dapat menekan harga karet sebagai komponen penting penentu harga produk jadi yang di hasilkan. Aplikasi yang umum dari karet remah adalah campuran aspal untuk mengurangi keretakan dan menambah daya tahan pada jalan raya/ jalan tol. Pemakaian remah karet tersebut tentu saja dapat mengurangi limbah karet yang terbuang percuma, dengan demikian akan mengurangi pencemaran lingkungan. (sumber: www.industri.karet.com).

B. Pengasapan Karet.

Terdapat 73 perusahaan dan sub-industri pengasapan karet. Dengan pangsa pasar sebesar 15,46 % yang menunjukkan sub-industri tersebut dikategorikan kedalam struktur pasar oligopoli longgar. Wihana Kirana Jaya .Pasar oligopoli longgar memiliki 40% atau kurang dari pangsa pasar. Pengasapan karet yang dilakukan adalah bertujuan untuk mengawetkan karet seperti *Ribbed Smoked Sheet* (RSS) dan *brown crepe* dari pengasapan.

C. Sub-Barang-Barang Dari Karet Yang Belum Termasuk 25591 Dan 25592.

Sub-industri barang-barang dari karet yang belum termasuk 25591 dan 25592 dengan memiliki nilai pangsa pasar sebesar 14,83% dan terdapat 70 perusahaan didalam sub-industri tersebut. Angka ini menunjukkan sub-industri barang-barang

dari karet yang belum termasuk 25591 dan 25592 berada dalam struktur pasar persaingan oligopoli longgar. Wihana Kirana Jaya. Pasar oligopoli memiliki 40% atau kurang dari pangsa pasar.

D. Sub- Industri Ban Luar Dan Ban Dalam.

Terdapat 37 perusahaan dalam sub-industri ban luar dan ban dalam. Dengan angka pangsa pasar sebesar 7,83 % yang menunjukkan sub industri tersebut di kategorikan kedalam pasar mono-polistik. Wihana Kirana Jaya. Struktur pasar di kategorikan kedalam pasar monopolistik karena tidak satupun memiliki lebih dari 10% pangsa pasar. Struktur pasar monopolistik terjadi manakala jumlah produsen atau penjual banyak dengan produk yang serupa atau sejenis, namun dimana konsumen produk tersebut berbeda-beda antara produsen yang satu dengan produsen yang lain. Usaha ini mencakup pembuatan ban luar dan ban dalam dengan bahan utamanya dari karet alam ataupun karet buatan untuk semua jenis kendaraan bermotor, sepeda, kendaraan angkutan lainnya dan peralatan yang memakainya.

E. Sub-Industri Barang-Barang Dari Karet Untuk Keperluan Rumah Tangga

Terdapat 36 perusahaan dalam sub-industri barang-barang dari karet untuk keperluan rumah tangga. Dengan pangsa pasar sebesar 7,62 % menunjukkan sub industri tersebut di kategorikan kedalam pasar monopolistik. Wihana Kirana Jaya. Struktur pasar di kategorikan kedalam

pasar monopolistik karena tidak satupun memiliki lebih dari 10% pangsa pasar. Kelompok ini mencakup usaha pembuatan barang-barang dari karet untuk keperluan rumah tangga seperti : karpet karet, pipa atau selang air, sikat dari karet

F. Remiling Karet.

Terdapat 35 perusahaan dalam sub-industri ini. Sub sektor ini adalah sub-industri yang dikategorikan kedalam struktur pasar monopolistik. Dengan pangsa pasar 7,41 %. Wihana Kirana Jaya. Struktur pasar di kategorikan kedalam pasar monopolistik karena tidak satupun memiliki lebih dari 10% pangsa pasar. Kelompok ini mencakup usaha pengolahan karet dengan cara digiling sehingga menghasilkan karet dalam bentuk lembaran, seperti *sheet* (lembaran karet harus) dan *creep* (lembaran karet yang berkeriput).

G. Sub- Industri Barang-Barang Dari Karet Untuk Keperluan Industri

Di dalam sub-Industri Barang-Barang Dari Karet Untuk Keperluan Industri terdapat 30 perusahaan dengan pangsa pasar sebesar 6,35%. Dapat dikatakan sub-industri tersebut mempunyai struktur pasar monopolistik. Wihana Kirana Jaya. Struktur pasar di kategorikan kedalam pasar monopolistik karena tidak satupun memiliki lebih dari 10% pangsa pasar. Kelompok ini mencakup usaha pembuatan barang-barang dari karet untuk keperluan industri, seperti *belt conveyor*, *fan belt*, *dock fender* dan batang pipa untuk uap panas dari karet dan bahan repair dari karet

H. Sub- Industri Vulkanisir Ban.

Terdapat 16 perusahaan dan sub-industri vulkanisir ban. Dengan pangsa pasar sebesar 3,38% yang menunjukkan sub-industri tersebut dikategorikan kedalam struktur pasar monopolistik. Wihana Kirana Jaya. Struktur pasardi kategorikan kedalam pasar monopolistik karena tidak satupun memilikilebih dari 10% pangsa pasar. Vulkanisir Ban adalah proses dimana ban yang sudah using atau gundul dipasang kembali dengan kembang baru agar dapatdigunakan kembali. Vulkanisir ban tidak saja efektif dari segi biaya, tetapijuga bisa diandalkan serta aman. Sub sektor yang di atas merupakan sub-sektor industri yang dikategorikan sebagai struktur pasar monopolistik. Karakteristik dalam struktur pasar monopolistik :

- 1) Brand yang menjadi ciri khas produk berbeda-beda.
- 2) Produsen atau penjual hanya mem iliki sedikit kekuatan merubah harga.
- 3) Relatif mudah keluar masuk pasar.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

Melihat perkembangan industri karet dan barang karet baik dari segi konsumsi maupun produksi karet dunia, Indonesia merupakan penghasil karet sekaligus sebagai salah satu basis manufaktur karet dunia. Tersedianya lahan luas memberikan peluang untuk meng-hasilkan karet alami yang lebih besar lagi dengan menambah

areal perkebunan karet. Seiring dengan keinginan manusia menggunakan barang yang bersifat tahan dari pecah dan elastis maka kebutuhan karet saat ini akan terus berkembang dan meningkat sejalanannya dengan per-tumbuhan industri automotif, kebutuhan rumah sakit, alat kesehatan dan kebutuhan rumah tangga dan sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar yang ada didalam industri karet dan barang karet di Indonesia pada tahun 2009 . Setelah dilakukan pengujian dan pengolahan data dengan menggunakan penghitungan CR4 dan IHH , maka dapat diambil simpulan dari data yang diperoleh melalui Biro Pusat Statitik (BPS) .

Berdasarkan hasil analisis *Structure Conduct Performance* didapatkan bahwa terdapat empat perusahaan yang memiliki pangsa pasar tertinggi yaitu sub-industri karet remah, sub-industri pengasapan karet, sub-industri barang-barang dari karet yang belum termasuk 25591 dan 25592, dan sub-industri ban luar dan ban dalam. Dengan nilai CR4 sebesar 75,21%. Wihana Kirana Jaya. Dan dilihat dari konsentrasi Indeks Hirschman-Herfindahl menurut klasifikasi struktur pasar dalam indeks herfindahl bahwa industri karet dan barang karet secara keseluruhan termasuk dalam pasar oligopoli sebesar 0,2060. dikatakan dalam pasar oligopoly karena kisaran herfindahl 0,2 sampai dengan 0,6.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil pembahasan, penulis dapat memberikan saran sebagai rekomendasi kebijakan pengembangan industri karet dan barang karet. Khususnya dalam rangka mening-

katkan kontribusi industri terhadap PDB Indonesia di masa yang akan datang. Antara lain:

1. Terbentuknya struktur pasar oligopoli, industri karet dan barang karet di Indonesia, makater dapatrintangan yang kuat untuk dapat masuk ke dalam industri tersebut, yang terjadi pada persaingan harga jual suatu produk dan produsen dapat melakukan kerjasama yang akan berdampak negatif terhadap konsumen. Rintangan yang terdapat dalam struktur pasar oligopoli.
 - Skala ekonomis minimal (*minimum economic of scale*)
 - Biaya absolut yang dibutuhkan (*absolute cost requiement*)
 - Keistimewaan hasil produksi dan differensiasi produk.Hal ini memerlukan pengawasan yang ketat dari pihak pemerintah untuk menghindari dampak-dampak negatif terhadap konsumen.
2. Bagi produsen dalam industri karet dan barang karet harus dapat meningkatkan produksinya. Hal ini disebabkan karena untuk meningkatkan kontribusi industri manufaktur di dalam pertumbuhan PDB Indonesia.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variable perilaku dan kinerja untuk dapat melihat hubungan serta pengaruh terhadap struktur pasar industri kar et dan barang karet

DAFTAR PUSTAKA

- Andrani, Indri. 2006. Skripsi “Analisis Struktur Perilaku Kinerja Industri Susu Di Indonesia .Bogor: FE-IPB
- Anwar, Chairil . Perkembangan Pasar dan Prospek Agribisnis Karet di Indonesia (Pusat Penelitian Karet).
- Badan Pusat Statistik. 2009. *Produksi . Statistik Industri Besar dan Sedang tahun2009*. Jakarta : BPS
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Statistik Karet Indonesia/Indonesian Rubber Statistics*. Jakarta : BPS
- Besanko, D. D.Dranove, M.Shanley, S. Schaefer.tahun. *Economics Of Strategy*.
- Gambaran Sekilas Industri Karet. www.kemenperin.go.id
- Ikhsani , Mastur Mujib dan Syafrudin Budiningharto. jurnal ekonomi “Analisis DayaSaing Industri Pengolahan Logam di kecamatan Ceper ,Kabupaten Jawa Tengah”
- Jaya, Wihana Kirana . 2008. *Ekonomi Industri edisi 2*.
- Kusuma ,Hadri .2005. jurnal ekonomi pembangunan .”Size Perusahaan dan Profitabilitas : Kajian Empiris terhadap Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. FE-UII
- Melania. 2007. *Struktur,Perilaku dan Keragaan pasar. Kebun Karet*.<http://www.kebun.karet.com/News.html>

- Muslim, Erlina dan Glory Teresa Febrianan.2008 . *Seminar on Application and Research in Industrial Technology, SMART: “ Analisis Industri Hypermarket DiIndonesia Dengan Aliran Structure Conduct Performance”*. Yogyakarta.
- Nayla ,Maal .2010. Skripsi “Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja IndustriPerbankan Indonesia.FE-UNDIP.
- Penelitian, Pengabdian pada Masyarakat dan Pengkajian Ekonomi (LP3E) . FEUNPAD
- Persatuan Insinyur Indonesia . <http://pii.or.id/i/menyiapkan-kebangkitan-industri-manufaktur-nasional>
- Pracoyo, Tri Kunawangsih dan Antyo Pracoyo.2006.Aspek Dasar Ekonomi Mikro.
- Prasetyo, P Eko.2007. jurnal ekonomi pembangunan “Hubungan Struktur Pasar dan Perilaku Pasar Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pasar.
- Setiawan, Maman. 2006. “Analisis Hubungan Antara Struktur , Perilaku dan Performance Industri di Indonesia” Disertasi yang dipublikasikan, Laboratorium
- Winsih. 2007. Skripsi “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri Manufaktur Indonesia”. Bogor : FE-IPB

