

# EKONOMI INDUSTRI

Wihana Kirana Jaya



GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS

## **EKONOMI INDUSTRI**

**Penulis:**

Wihana Kirana Jaya

**Penyunting bahasa:**

Devi

**Proofreader:**

Anggi Rahajeng

**Desain grafis:**

Pram's

**Tata letak isi:**

Zendy

**Penerbit:**

Gajah Mada University Press

Anggota IKAPI

**Ukuran** : 15,5 × 23 cm; xvi + 196 hlm

**ISBN** : 978-602-386-476-8

1801015-B2E

**Redaksi:**

Jl. Grafika No. 1, Bulaksumur

Yogyakarta, 55281

Telp./Fax.: (0274) 561037

ugmpress.ugm.ac.id | gmupress@ugm.ac.id

**Cetakan pertama:** Juli 2019

2849.090.07.19

**Hak Penerbitan ©2019 Gajah Mada University Press**

*Dilarang mengutip dan memperbanyak tanpa izin tertulis dari penerbit, sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apa pun, baik cetak, photoprint, microfilm, dan sebagainya.*

# PENGANTAR PENERBIT

Puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan dan berkah-Nya sehingga buku yang berjudul *Ekonomi Industri* ini dapat diselesaikan proses editorialnya.

Salah satu daya dorong dalam kemajuan suatu negara adalah melalui perekonomian. Perkembangan ekonomi ke arah yang lebih baik tentu akan membawa dampak positif bagi negara tersebut, misalnya saja kesejahteraan masyarakat yang dapat terpenuhi. Setiap negara mempunyai tugas untuk menyejahterakan rakyatnya. Pertumbuhan perekonomian ke arah yang lebih baik dapat dilakukan salah satunya melalui ekonomi industri.

Pemahaman mengenai ekonomi industri dapat Anda dapatkan salah satunya dengan membaca buku ini. Dalam buku ini dibahas berbagai struktur pasar, yang terdiri atas konsentrasi, struktur biaya, harga dan pelelangan, diferensiasi produk, hambatan masuk ke pasar, dan tingkat pengaturan pemerintah. Selain itu, penulis juga menyediakan studi kasus yang terkait agar lebih mudah untuk memahami kasus-kasus yang terjadi dalam dunia ekonomi industri.

Dengan diterbitkannya buku ini, diharapkan dapat menambah referensi buku mengenai ekonomi industri dalam bahasa Indonesia. Buku ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, praktisi, dan pelaku kegiatan ekonomi industri. Semoga dengan terbitnya buku ini dapat menambah wawasan mengenai ekonomi industri bagi siapa saja yang membacanya.

# KATA PENGANTAR

Dalam tahun-tahun terakhir ini semakin meningkat perhatian terhadap masalah-masalah ekonomi industri, seperti kasus struktur pasar: oligopoli dan monopoli; perilaku pasar: merger, take over dan kolusi baik di kalangan akademisi maupun kalangan praktisi.

Buku ini ditulis untuk ikut serta mengatasi masalah kelangkaan buku ekonomi industri yang ditulis dalam bahasa Indonesia. Ide awal membuat buku ini adalah pada saat penulis mengambil mata kuliah Ekonomi Industri Tahun 1981 dan menulis skripsi dengan bimbingan Prof. Soekadji Ranuwiharjo. Ide utama penulisan buku ini penulis mengambil konsep dan gambar dari buku asli *The Economics of Industrial of Organization* yang ditulis William G. Shepherd sebagai buku utama dengan modifikasi kasus Indonesia. Pendekatan materi mengacu pada Organisasi Pasar Industri yang terutama menjelaskan mengapa pasar diorganisasi serta bagaimana pengorganisasiannya memengaruhi kinerja pasar industri. Buku ini merupakan edisi revisi ketiga, dalam edisi revisi ini dilengkapi dengan beberapa studi kasus aplikasi di Indonesia dan diperkaya dengan contoh aplikasi artikel jurnal.

Buku ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan asisten di Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM dan teman-teman sejawat, atas bantuan dan komentarnya, penulis mengucapkan terima kasih. Penulis percaya bahwa dalam penyusunan buku Ekonomi Industri ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan ke depannya.

Yogyakarta, Juli 2018

Wihana Kirana Jaya

# DAFTAR ISI

PENGANTAR PENERBIT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
<b>BAB 1</b> PENDAHULUAN.....	<b>1</b>
1.1 Pengantar.....	1
1.2 Pandangan Statis dan Dinamis dalam Persaingan.....	2
1.3 Konsep Dasar.....	4
1.4 Syarat Persaingan.....	9
1.5 Manajemen Strategis: Persaingan Model Porter.....	10
<b>BAB 2</b> HUBUNGAN STRUKTUR DAN KINERJA PASAR.....	<b>12</b>
2.1 Garis Besar tentang Hubungan Struktur dan Kinerja Pasar.....	12
2.2 Persaingan dan Kinerja.....	20
2.3 Keterbatasan Efisiensi dalam Persaingan.....	25
<b>BAB 3</b> HUBUNGAN STRUKTUR PASAR DAN PERSAINGAN.....	<b>30</b>
3.1 Pengantar.....	30
3.2 Definisi Pasar.....	30
3.3 Elemen-Elemen Struktur Pasar.....	34
3.4 Tingkat dan Konsep Persaingan Parsial.....	41
3.5 Indeks Konsentrasi.....	51

BAB 4	STRUKTUR PASAR RIIL.....	59
	4.1 Pengantar.....	59
	4.2 Bentuk Struktur Pasar Dan Studi Kasus Di Indonesia ...	59
BAB 5	KONSEP EKONOMI DAN DISEKONOMI PENENTU STRUKTUR PASAR .....	77
	5.1 Pengantar.....	77
	5.2 Teori Dasar .....	78
	5.3 Sumber-Sumber Penghematan dan Pemborosan dalam Proses Produksi .....	84
	5.4 Penghematan dan Pemborosan pada <b>Multiplant</b> .....	<b>91</b>
BAB 6	STRATEGI PENETAPAN HARGA DALAM OLIGOPOLI	102
	6.1 Pengantar.....	102
	6.2 Teori Dasar Mengenai Interdependensi.....	102
	6.3 Kolusi Terselubung dan Kepemimpinan Harga .....	116
	6.4 Kondisi Biaya dan Permintaan Maya.....	123
	6.5 Aturan Ibu Jari.....	125
BAB 7	KERJA SAMA DAN KOLUSI .....	130
	7.1 Pengantar.....	130
	7.2 Kerja Sama Vs Kecurangan .....	130
	7.3 Peningkatan Kerja Sama .....	137
	7.4 Macam-Macam Kolusi.....	138
BAB 8	DISKRIMINASI HARGA .....	147
	8.1 Pengantar.....	147
	8.2 Sifat Dasar Diskriminasi Harga .....	148
	8.3 Pengaruh Diskriminasi Harga .....	157
	8.4 Tindakan Mematikan Perusahaan Lain .....	164
BAB 9	INTEGRASI VERTIKAL KONGLOMERASI DAN MERGER .....	172
	9.1 Pengantar.....	172
	9.2 Kekuatan Monopsoni .....	173
	9.3 Integrasi Vertikal, Merger, dan Restriksi .....	177
	9.4 Pengaruh Besarnya Perusahaan.....	183
	9.5 Diversifikasi dan Keuntungannya .....	187

9.6	Merger .....	188
<b>BAB 10</b>	<b>DIFERENSIASI PRODUK.....</b>	<b>197</b>
10.1	Pengantar .....	197
10.2	Produk Baru.....	198
10.3	Pengeluaran untuk Penjualan .....	203
10.4	Analisis Terhadap Peranan Advertensi .....	207
<b>BAB 11</b>	<b>PENGARUH KEKUATAN PASAR TERHADAP HARGA DAN EFISIENSI.....</b>	<b>217</b>
11.1	Pengantar .....	217
11.2	Pengaruh-Pengaruh Finansial .....	218
11.3	Efisiensi .....	225
11.4	Pemeliharaan Sumber Daya Alam.....	227
<b>BAB 12</b>	<b>PERTUMBUHAN DAN KELAYAKAN.....</b>	<b>235</b>
12.1	Pengantar .....	235
12.2	Konsep-Konsep dan Hubungannya .....	236
12.3	Efek-Efek Monopoli yang Mungkin .....	241
12.4	Pengaruh-Pengaruh Lainnya .....	253
<b>BAB 13</b>	<b>KEBIJAKAN INDUSTRI.....</b>	<b>255</b>
13.1	Pengantar .....	255
13.2	Kebijakan Persaingan.....	256
13.3	Implementasi Kebijakan Persaingan .....	263
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>273</b>
	<b>INDEKS.....</b>	<b>276</b>
	<b>BIOGRAFI PENULIS .....</b>	<b>277</b>

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Karakteristik utama suatu pasar .....	6
Tabel 2.1	Perkembangan ekspor industri nonmigas 2016.....	24
Tabel 2.2	Tipe struktur pasar oligopoli menurut konsentrasi.....	24
Tabel 2.3	Konsentrasi industri kertas dan pulp .....	25
Tabel 3.1	Kriteria-kriteria pendefinisian pasar .....	32
Tabel 3.2	Pengukuran-pengukuran konsentrasi perusahaan .....	52
Tabel 3.3	Contoh hasil indeks konsentrasi .....	53
Tabel 4.1	Daftar kode industri dan subnya.....	63
Tabel 4.2	Konsentrasi rasio 2009–2010 (dalam persen (%)) .....	67
Tabel 4.3	Jumlah perusahaan tiap industri 2006–2010 .....	68
Tabel 4.4.	Struktur Pasar Berdasarkan Konsentrasi Rasio .....	72
Tabel 5.1	Matriks struktur pasar.....	96
Tabel 8.1	Contoh-contoh diskriminasi dan nondiskriminasi.....	149
Tabel 8.2	Kondisi-kondisi yang memengaruhi elastisitas permintaan.....	155
Tabel 8.3	Tipe-tipe diskriminasi harga.....	157
Tabel 9.1	Indeks ukuran perusahaan .....	183
Tabel 10.1	Contoh produk yang mengalami siklus (produk Blackberry).....	199
Tabel 10.2	Karakteristik pada daur hidup suatu produk .....	202
Tabel 10.3	Estimasi pengeluaran <i>advertising</i> di Indonesia (miliar rupiah) .....	206
Tabel 11.1	Perbandingan penyesuaian risiko tingkat hasil .....	224
Tabel 13.1	GCI Indonesia 2015–2016 .....	269



# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Lereng Kurva Permintaan Perusahaan dalam Pasar Monopoli dan Pasar Persaingan Sempurna.....	5
Gambar 1.2	Pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja pasar.....	7
Gambar 1.3	Pendekatan <i>Structure Conduct Performance</i> .....	8
Gambar 2.1	Biaya efisiensi-X dan inefisiensi-X.....	14
Gambar 2.2	Surplus konsumen .....	15
Gambar 2.3	Jumlah surplus konsumen bergantung pada elastisitas permintaan.....	16
Gambar 2.4	Pertumbuhan pelanggan telepon seluler, nirkabel, dan kabel .....	18
Gambar 2.5	Kondisi yang dicapai pada pasar persaingan.....	21
Gambar 3.1	Sebuah contoh pasar rokok berdasarkan daerah geografis .....	31
Gambar 3.2	Pola pangsa pasar pada empat perudahaan utama dari struktur pasar .....	35
Gambar 3.3	Hubungan antara pangsa pasar dan keuntungan .....	37
Gambar 3.4	Kaitan dasar antara pemusatan dan keuntungan .....	39
Gambar 3.5	Persaingan monopolistik .....	50
Gambar 4.1	Estimasi hubungan antara keuntungan dan pangsa pasar serta hambatan untuk masuk .....	60
Gambar 4.2	Oligopoli bisa jadi mempunyai ukuran perusahaan yang hampir sama, tetapi biasanya ukurannya berbeda.....	62
Gambar 5.1	Perbandingan antara ukuran perusahaan dan MES .....	78
Gambar 5.2	Dua kurva biaya rata-rata yang berlawanan.....	79

Gambar 5.3	Empat alternatif bentuk kurva biaya rata-rata .....	80
Gambar 5.4	<i>Output</i> pergeseran kurva-kurva biaya rata-rata.....	85
Gambar 5.5	Ilustrasi <i>X-inefficiency</i> .....	86
Gambar 5.6	Peningkatan biaya transportasi rata-rata dapat mengurangi skala optimal pabrik .....	89
Gambar 5.7	<i>Learning Curve</i> .....	90
Gambar 5.8	Biaya yang tetap pada <i>multiplant</i> dengan penambahan perusahaan.....	91
Gambar 5.9	Kurva biaya rata-rata pada <i>multiplant</i> secara umum.....	92
Gambar 6.1	Dalam oligopoli yang ketat, perusahaan berposisi dekat satu sama lain di pusat pasar .....	104
Gambar 6.2	Kecenderungan oligopoli yang ketat.....	105
Gambar 6.3	Matriks pembayaran untuk duopoli.....	107
Gambar 6.4a	Kurva permintaan patah yang konvensional .....	111
Gambar 6.4b	Decivasi kurva permintaan patah oligopolis pesimis.....	113
Gambar 6.5	Kurva permintaan yang patah .....	116
Gambar 6.6	Pola umum rintangan untuk memasuki pasar dan pengaruh masuknya perusahaan baru.....	119
Gambar 6.7	Pola umum rintangan untuk memasuki pasar dan pengaruh masuknya perusahaan baru.....	119
Gambar 6.8	<i>Economics of scale</i> sebagai rintangan untuk memasuki pasar .....	120
Gambar 6.9	Keuntungan biaya produksi absolut sebagai rintangan untuk memasuki pasar.....	121
Gambar 6.11	Bila kurva permintaan tiap oligopolis berbeda, harga yang diinginkan juga berbeda .....	124
Gambar 6.12	Dua kurva permintaan dan satu kurva biaya skala optimal.....	124
Gambar 7.1	Dorongan untuk berbuat curang.....	132
Gambar 8.1	Diskriminasi sederhana antara dua kelompok.....	151
Gambar 8.2	Diskriminasi harga kasus biaya berbeda .....	154
Gambar 8.3	Taktik penelitian harga antarperusahaan .....	158
Gambar 8.4	Diskriminasi harga dapat terjadi dalam kondisi yang prokompetitif maupun antikompetitif .....	160
Gambar 9.1	Bentuk-bentuk vertikal.....	173

Gambar 9.2	Contoh monopoli bilateral.....	174
Gambar 9.3	Ilustrasi dari sebuah merger vertikal .....	178
Gambar 9.4	Tiga tipe utama dari merger .....	188
Gambar 10.1	Siklus hidup suatu produk ekonomi industri.....	199
Gambar 10.2	Total belanja iklan nasional (miliar rupiah) .....	206
Gambar 10.3	Analisis pengeluaran penjualan.....	207
Gambar 10.4	Iklan penyebab hambatan masuk .....	209
Gambar 10.5	Hubungan antara maya man dan pangsa pasar.....	210
Gambar 11.1	Pengilustrasian kerugian akibat pengalokasian yang tidak tepat dari kekuatan pasar .....	226
Gambar 12.1	Sebuah ilustrasi mengenai pilihan-pilihan rasional oleh sebuah perusahaan yang melakukan inovasi.....	240
Gambar 12.2	Sebuah ilustrasi dari waktu, biaya, dan manfaat suatu inovasi: seorang monopolis dibandingkan dengan seorang pelaku kompetisi .....	243
Gambar 13.1	Surplus konsumen dan produsen: persaingan sempurna vs monopoli .....	257
Gambar 13.2	Kebijakan industri dan peningkatan volume produksi....	271
Gambar 13.3	Kebijakan industri dan peningkatan daya saing produk..	271
Gambar 13.4	Kebijakan industri dan kebijakan-kebijakan lainnya .....	271