

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

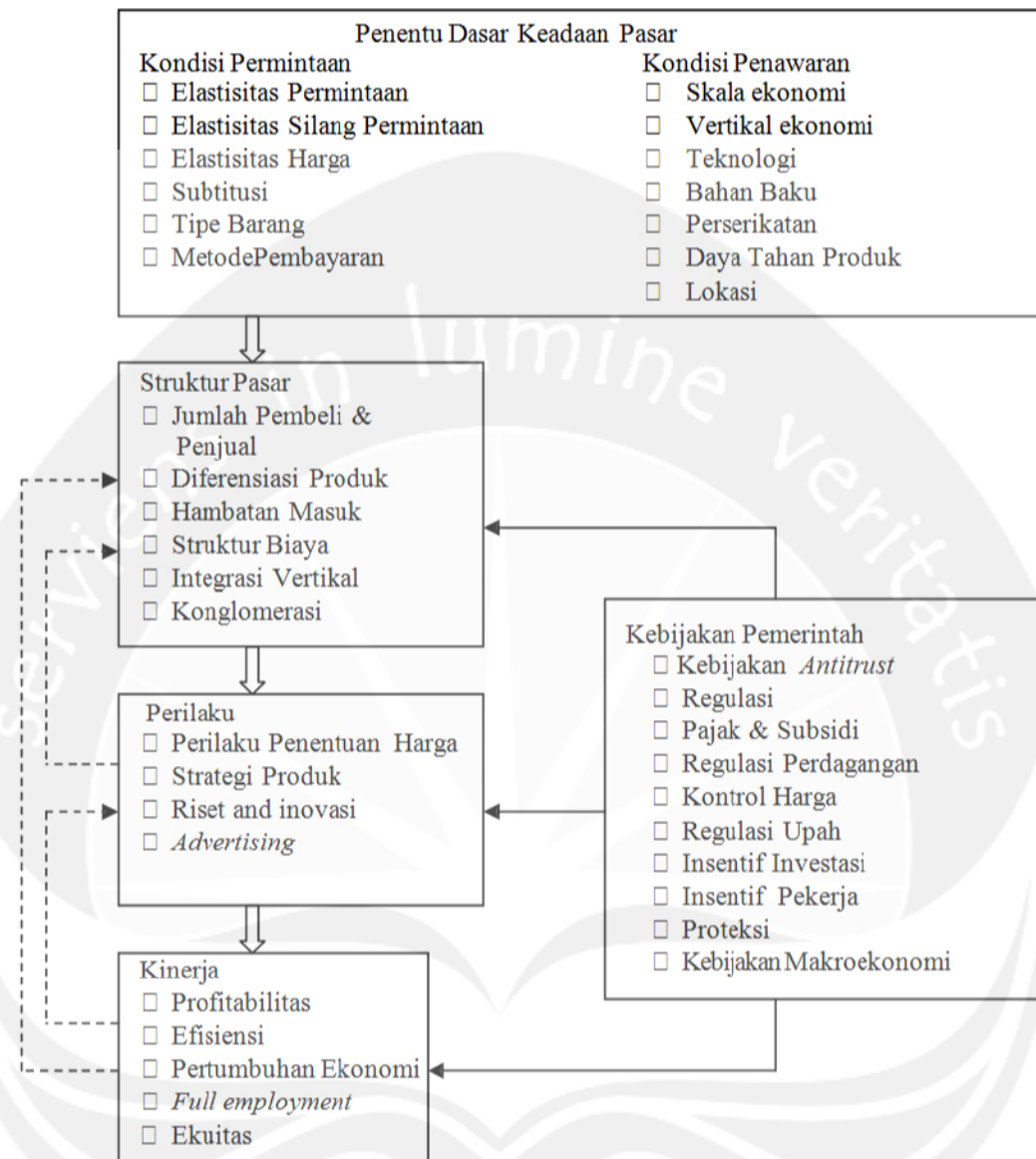
2.1 Landasan Teori

Salah satu kerangka dasar dalam analisis ekonomi industri adalah hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja atau *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier di mana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Dalam SCP hubungan ketiga komponen tersebut saling mempengaruhi termasuk adanya faktor-faktor lain seperti teknologi, progresivitas, strategi dan usaha-usaha untuk mendorong penjualan (Martin, 1994).

2.1.1 Pendekatan *Structure-Conduct-Performance* (S-C-P)

Menurut kelompok tradisional, perilaku monopoli dapat ditentukan berdasarkan teori mengenai kekuatan pasar (*market power*) dari bentuk dasar persaingan sempurna dan monopoli. Dengan memperhatikan kondisi dasar tersebut, perusahaan (*firm*) akan melakukan strategi persaingan baik melalui strategi harga maupun pemasaran.

Kondisi dasar dalam suatu perekonomian akan melandasi terbentuknya persaingan atau menjadi penyebab terbentuknya struktur pasar dalam suatu industri. Untuk menerangkan kondisi dasar dalam suatu persaingan, dapat dilihat pada diagram mengenai struktur persaingan dalam industri seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.1



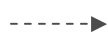
Sumber : Modifikasi dari Waldman, *et al* (1998), Heather (2002)

Gambar 2.1
Pendekatan *Structure-Conduct-Performance*

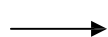
Keterangan :



Menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan berdasarkan pemikiran aliran tradisional



Menunjukkan pengaruh kedua yang tergantung pada kondisi yang dicapai pada kinerja



Menunjukkan arah pengaruh dari kebijakan pemerintah

Gambar 2.1 menjelaskan terbentuknya struktur, perilaku dan kinerja, dan kaitannya dengan kondisi pasar dan kebijakan pemerintah. Struktur pasar dibentuk dari kondisi dasar yang terdapat dalam suatu pasar. Kondisi dasar merupakan faktor-faktor yang dapat membentuk struktur persaingan dalam industri. Kondisi ini terdiri dari dua bagian, yaitu kondisi dasar permintaan dan kondisi dasar penawaran. Kondisi dasar akan menentukan terbentuknya struktur persaingan dalam suatu industri yang selanjutnya akan menentukan bagaimana perilaku dan kinerja produsen dalam suatu industri. Perilaku suatu perusahaan tergantung pada struktur pasar yang relevan. Struktur bisa dilihat dari jumlah maupun skala penjual dan pembeli, tingkat diferensiasi produk, ada tidaknya hambatan masuk pasar, struktur biaya, integrasi vertial dan horizontal, serikat kerja dan tingkat konglomerasinya. Perilaku ini nantinya mempengaruhi kinerja perusahaan dan industri. Struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana perilaku para pelaku industri (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*) industri tersebut.

Struktur sebuah pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam pasar tersebut yang secara bersama-sama menentukan kinerja sistem pasar secara keseluruhan. Kinerja suatu industri diukur antara lain dari nilai tambah, derajat inovasi, efisiensi dan profitabilitas. Konsep hubungan struktur perilaku dan kinerja menjelaskan bagaimana perusahaan akan berperilaku dalam menghadapi struktur pasar tertentu dalam suatu industri. Dari perilaku tersebut, akan tercipta suatu kinerja tertentu dimana struktur dan perilaku akan mempengaruhi kinerja. Berikut ini akan diterangkan kondisi dari masing-masing struktur, perilaku, dan kinerjanya.

2.1.1.1. Struktur Pasar

Shy (1995) menerangkan bahwa banyaknya penjual dan pembeli, diferensiasi produk, hambatan masuk, struktur biaya, integrasi vertikal, dan tingkat konglomerasi menjadi dasar terbentuknya struktur pasar persaingan dalam industri. Banyaknya penjual dan pembeli berhubungan dengan posisi tawar di antara penjual, pembeli, atau di antara pembeli dan penjual. Suatu persaingan juga dapat dilihat berdasarkan indikator diferensiasi produk semakin terkonsentrasi suatu persaingan produsen, maka tingkat diferensiasi produk semakin rendah. Hambatan masuk akan semakin besar jika tingkat persaingan antar produsen semakin tinggi. Bentuk struktur pasar juga dapat diperhatikan melalui kondisi struktur biaya, yaitu kondisi yang menggambarkan bagaimana hubungan antara output dan biaya. Pada tingkat kebijakan, kondisi persaingan dinyatakan dengan adanya integrasi vertikal, yaitu tindakan untuk menyatakan keseluruhan organisasi produksi dari penanganan bahan baku hingga proses akhir. Konglomerasi yang dimaksudkan di sini adalah kemungkinan perusahaan mengkonsentrasikan persaingannya hanya pada satu produk tertentu atau dengan mengeluarkan berbagai jenis produk. Ciri-ciri ini dianggap sebagai pandangan dasar untuk melihat bentuk struktur pasar dalam suatu industri. Pengertian struktur adalah sifat permintaan barang dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual dalam industri, jumlah dan ukuran distribusi pembeli, diferensiasi produk dan hambatan masuk pasar. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi persaingan.

Dalam struktur pasar terdapat tiga elemen pokok yaitu pangsa pasar (*market share*), konsentrasi pasar (*market concentration*) dan hambatan-hambatan untuk masuk pasar (*barrier to entry*).

2.1.1.2. Perilaku (*Conduct*)

Perilaku diartikan upaya untuk memperoleh pasar. Perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan untuk mencapai tujuan dan menghadapi persaingan. Perilaku dapat terlihat dari bagaimana perusahaan menentukan harga jual, promosi produk, pengiklanan, koordinasi dalam pasar dan pengembangan. Menghadapi kondisi persaingan, produsen akan menggunakan sejumlah kekuatan sumber daya ekonomi untuk mempertahankan atau memperluas kapasitas persaingannya dalam suatu industri. Shy (1995) menerangkan pada struktur pasar yang semakin terkonsentrasi para produsen akan bertindak sama yaitu bermain melalui strategi harga, strategi produk, riset dan inovasi, dan periklanan. Struktur biaya yang digambarkan pada struktur pasar akan berdampak pada perilaku penetapan harga. Strategi atas perilaku harga tidak sepenuhnya dapat dijadikan gambaran tindakan persaingan karena pihak produsen akan mempergunakan pula alternatif lain berupa strategi produk, yaitu kemungkinan terdapat perluasan konsep produk. Dalam hal ini, diperlukan upaya pengembangan yang ditunjukkan dengan adanya upaya riset dan inovasi. Pada struktur pasar yang semakin terkonsentrasi, riset dan inovasi jarang dimanfaatkan karena strategi perusahaan lebih terkonsentrasi pada harga dan biaya. Indikator lain yang dapat digunakan adalah iklan yang umumnya dimanfaatkan sebagai

sarana atau alat untuk bersaing terutama dalam memperkenalkan atau menancapkan *image* produk.

2.1.1.3. Kinerja (*Performance*)

Kinerja (*Performance*) merupakan hasil akhir dari keseluruhan bentuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan S-C-P. 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 terutama dalam menghadapi kondisi dalam suatu lingkungan industri (Shy, 1995). Pada pendekatan S-C-P (S-C-P paradigm), untuk bentuk struktur pasar tertentu, perusahaan memiliki cara yang berbeda dalam menetapkan strategi persaingannya. Perilaku ini berdampak pada tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dan peningkatan efisiensi serta pertumbuhan perusahaan. Dasar analisis industri adalah efisiensi. Kemudian, perspektif sebuah industri adalah Darwinisme yaitu, *survival for the fittest*: yang dapat menyesuaikan diri akan mampu bertahan, sedangkan yang tidak dapat akan mati. Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu

perusahaan di dalam suatu industri. Kinerja tercermin dalam efisiensi alokatif, efisiensi teknis, efek inflasi, pemerataan, kemajuan teknologi, kualitas produk, kesempatan kerja dan laba.

Tabel 2.1
Ilustrasi Hubungan Struktur Pasar, Perilaku, dan Kinerja
Berdasarkan Pendekatan S-C-P Struktur

| <i>Structure</i> | <i>Conduct</i> | <i>Performance</i> |
|---------------------------------|--|------------------------------------|
| <i>Perfect Competition</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Maksimalisasi keuntungan • Tidak ada iklan | Efisiensi alokasi sumber daya |
| <i>Monopolistic Competition</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Maksimalisasi keuntungan • Ada iklan | Alokasi sumberdaya tidak efisien |
| <i>Oligopoly</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kemungkinan untuk maksimalisasi keuntungan • Terdapat periklanan dan bentuk persaingan non harga lainnya | Alokasi sumberdaya tidak efisien |
| <i>Monopoly</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat kemungkinan untuk maksimalisasi keuntungan • Hanya terdapat beberapa iklan | Alokasi sumber daya tidak maksimal |

Sumber : Heather (2002)

Pada Tabel 2.1 menunjukkan ciri utama yang terdapat pada masing-masing bentuk struktur pasar. Perilaku produsen digambarkan dengan melihat bagaimana kondisi maksimalisasi tingkat keuntungan dapat direalisasikan. Kinerja (performance) digambarkan melalui pengertian terhadap alokasi sumber daya. Pandangan S-C-P menyatakan bahwa hasil akhir dari struktur pasar terlihat pada kondisi perusahaan yang ditunjukkan melalui kinerjanya (Shy, 1995).

Pengukuran kinerja merupakan upaya mencari informasi mengenai hasil yang dicapai pada suatu periode tertentu dan mengukur seberapa jauh terjadinya penyimpangan akibat kondisi- kondisi tertentu, dapat berupa perubahan yang bersifat positif maupun negatif. Pengukuran kinerja adalah tindakan pengukuran yang dilakukan terhadap aktivitas dalam rantai nilai yang ada pada perusahaan. Hasil pengukuran tersebut kemudian digunakan sebagai umpan balik yang akan memberikan informasi tentang prestasi pelaksanaan suatu rencana dan titik dimana perusahaan memerlukan penyesuaian atas aktivitas perencanaan dan pengendalian (Yuwono, 2003).

Tujuan pengukuran kinerja adalah menghasilkan informasi yang akurat yang berhubungan dengan perilaku dan kinerja anggota suatu perusahaan atau industri dalam suatu periode tertentu. Informasi yang dihasilkan ini selanjutnya akan digunakan untuk mengevaluasi efektivitas perusahaan berdasarkan standart tertentu dan bila perlu akan dilakukan perbaikan dalam kegiatan perusahaasn. Pengukuran kinerja dilakukan untuk menekankan perilaku yang tidak semestinya dan untuk merangsang dan menegakkan perilaku yang semestinya diinginkan melalui umpan balik hasil kinerja pada waktunya serta penghargaan. Menurut Lynch dan Cross (1991), manfaat pengukuran kinerja yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Menelusuri kinerja terhadap harapan pelanggan sehingga akan membawa perusahaan lebih dekat pada pelanggannya dan membuat seluruh orang dalam organisasinya terlibat dalam upaya member kepuasan kepada pelanggan

- 2) Memotivasi pegawai untuk melakukan pelayanan sebagai bagian dari mata rantai pelanggan dan pemasok internal
- 3) Mengidentifikasi berbagai pemborosan sekaligus mendorong upaya-upaya terhadap pemborosan tersebut
- 4) Membuat suatu tujuan strategis yang biasa masih kabur menjadi lebih konkrit sehingga mempercepat proses pembelajaran organisasi.
- 5) Membangun konsensus untuk melakukan suatu perubahan dengan memberi *reward* atas perilaku yang diharapkan tersebut.

Pengukuran kinerja dapat bermacam-macam antara lain pengukuran kinerja berdasar sudut pandang manajemen, pemilik atau pemberi pinjaman, diamati melalui nilai tambah (*value added*), produktivitas dan efisiensi. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai input dengan nilai output. Nilai input terdiri atas biaya bahan baku, biaya bahan bakar, jasa industri, biaya sewa gedung, mesin dan alat-alat serta jasa industri. Sementara nilai output merupakan nilai barang yang dihasilkan (Kuncoro, 2007).

Economic Value Added (EVA) adalah nilai tambah ekonomis yang diciptakan perusahaan dari kegiatan atau strateginya selama periode tertentu. Prinsip EVA memberikan sistem pengukuran yang baik untuk menilai suatu kinerja dan prestasi keuangan karena EVA berhubungan langsung dengan nilai pasar sebuah perusahaan (Stewart, 1993). EVA adalah ukuran nilai tambah ekonomis yang dihasilkan perusahaan sebagai akibat dari aktifitas atau strategi manajemen. EVA yang positif menandakan perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi pemilik modal karena perusahaan mampu menghasilkan tingkat penghasilan

melebihi tingkat biaya modal. Hal ini sejalan dengan tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Sebaliknya EVA yang negatif menunjukkan bahwa nilai perusahaan menurun karena tingkat pengembalian lebih rendah daripada biaya modalnya.

EVA memberikan pengukuran yang lebih baik atas nilai tambah yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham. Oleh karena itu manajer yang menitikberatkan pada EVA dapat diartikan telah beroperasi pada cara-cara yang konsisten untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. EVA merupakan suatu ukuran kinerja perusahaan yang dapat berdiri sendiri tanpa memerlukan ukuran-ukuran lain baik berupa perbandingan dengan menggunakan perusahaan sejenis atau menganalisis kecenderungan (*trend*). Hasil perhitungan EVA mendorong mengalokasikan dana perusahaan untuk investasi dengan biaya modal yang rendah.

2.2. Studi Terkait

Supramono dan Elletarianti (2004) dengan judul penelitian “Pengukuran Kinerja Industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Indonesia melalui pendekatan Economic Value Added (EVA)” menerapkan perhitungan EVA untuk mengukur kinerja industri TPT dan untuk melihat apakah industri TPT sudah mampu menciptakan nilai tambah secara ekonomis dan apakah industri ini masih bisa dijadikan andalan ekspor setelah banyak masuknya produk impor tekstil dari China. Penelitian ini menggunakan analisis data sekunder yang didapat dengan

objek penelitiannya adalah 21 perusahaan yang tergabung pada industri tekstil yang *go public* pada tahun 1999-2001.

Hasil penelitian ini menunjukkan hasil EVA yang negatif yang menunjukkan bahwa industri TPT belum mampu menghasilkan laba yang dapat digunakan untuk menutup modal, dan MVA positif yang berarti investor mempunyai ekspektasi positif terhadap industri TPT dan dari hasil uji korelasi menunjukkan hasil yang signifikan yaitu EVA mempunyai korelasi dengan MVA. Karena hasil perhitungan EVA bernilai negatif maka dapat dikatakan bahwa selama kurun waktu 1999-2001 industri ini belum menunjukkan kinerja yang baik, dan hasil perhitungan MVA yang positif mengimplikasikan bahwa industri TPT masih banyak membutuhkan perhatian dalam rangka peningkatan kinerja baik dari pelaku usaha maupun dari pemerintah sehingga industri TPT dapat kembali dijadikan andalan ekspor.

Suryawati (2009) dengan judul penelitian “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Provinsi DIY” menggunakan pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja yang digunakan untuk menganalisis kondisi industri tekstil dan garmen di DI Provinsi Yogyakarta. Untuk memperkuat penelitian, pendekatan SWOT (*strength, weakness, opportunity* dan *threat*) juga digunakan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder terkait dengan industri tekstil dan pakaian jadi skala sedang dan besar di Provinsi DIY tahun 2000-2006. Termasuk ke dalam industri besar adalah perusahaan-perusahaan yang masing-masing mempekerjakan 100 orang atau lebih. Sementara pada industri sedang, perusahaan-perusahaan yang termasuk kedalamnya masing-

masing mempekerjakan antara 20-99 orang. Data-data ini bersumber dari publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) dan Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, didukung publikasi media massa. Hasil penelitian: 1) industri ini ketergantungan yang relatif tinggi terhadap sektor memasok; 2) permintaan industri didorong tidak signifikan dengan meningkatnya permintaan output pengguna sektor; 3) industri yang relatif tinggi rasio input-output mencerminkan tingginya ketergantungan industri terhadap masukan persediaan; 4) peran industri dalam memenuhi permintaan lokal melemah oleh porsi yang relatif besar produk yang diimpor; 5) industri harga-biaya dan keuntungan margin secara signifikan dipengaruhi oleh biaya input dan output produksi.

Malik (2003) dengan judul penelitian “Analisis Struktur Pasar, Perilaku dan Kinerja Industri TPT di Sukoharjo”. Menggunakan metode penelitian dintegration tiga metode pengumpulan data allatonce, yaitu Survei Lapangan, survei Lembaga saling terkait. Hasil penelitian menunjukkan Analisis konsentrasi industri dengan indikator CR4 menunjukkan bahwa untuk Subsektor industri TPT, angka konsentrasi industrinya cukup bervariasi dengan kecenderungan menurun mulai tahun 1991 s/d 1997 tetapi setelah itu 1998 s/d 2000 mengalami peningkatan. Dilihat dan ratio konsentrasinya, yang paling tinggi rasio konsentrasi industrinya adalah industri pertenunan. Sedang yang paling rendah konsentrasi industrinya adalah industri penyempurnaan.

Naylah (2010) dengan judul penelitian “Pengaruh Struktur Pasar terhadap Kinerja Industri Perbankan Indonesia” menganalisis hubungan antara struktur pasar dan kinerja dengan menggunakan paradigma *Structure Conduct*

Performance (SCP). Dengan sampel 16 bank umum terbesar selama tahun 2004-2008. Pertama, hipotesis tradisional yang mendasarkan pada perilaku kolusi, kedua, hipotesis diferensiasi yang mendasarkan pada perilaku diferensiasi produk dan yang ketiga, hipotesis efisiensi yang mendasarkan pada perilaku efisiensi pasar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa kuat pengaruh dari struktur pasar pada kinerja industri perbankan. Penelitian ini mencoba membuktikan bahwa pangsa pasar dan konsentrasi pada industri perbankan adalah proksi dari efisiensi. Jika hal tersebut terbukti, maka tidak akan ada hubungan yang signifikan antara pangsa pasar dan konsentrasi dengan profitabilitas sehingga mendukung hipotesis efisiensi. Jika terdapat hubungan yang positif antara pangsa pasar dengan profitabilitas, maka hasilnya mendukung hipotesis diferensiasi. Namun jika terdapat hubungan yang positif antara konsentrasi dengan profitabilitas, berarti kinerja industri perbankan tersebut dipengaruhi oleh konsentrasi sebagai proksi dari struktur pasar yang mana didalamnya ditengarai terdapat perilaku kolusi. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis tradisional.

Kaesti (2010) menganalisis Industri TPT dengan pendekatan *Structure – Conduct – Performance* (S-C-P) pada tahun 2000 – 2003. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui struktur dari industri TPT tahun 2000-2003, pengaruh struktur industri terhadap perilaku perusahaan dan menganalisis pengaruh CR_4 , *minimum efficiency of scale* (MES), dan rasio modal tenaga kerja (CLR) terhadap margin keuntungan (PCM) industri TPT Indonesia. Penelitian ini menggunakan sample 28 perusahaan dari industri TPT dan alat analisis regresi data panel untuk melihat

pengaruh CR_4 , MES dan CLR. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa industri TPT Indonesia pada tahun 2000-2003 berbentuk oligopoli yang ditandai dari hasil perhitungan CR_4 yang lebih dari 60%. CLR yang mencerminkan perilaku perusahaan lebih dipengaruhi oleh efisiensi daripada tingkat konsentrasi dalam industri oleh karena itu kondisi efisiensi dapat dicapai dengan penggunaan teknologi yang lebih tinggi (rasio modal terhadap tenaga kerja yang lebih tinggi). Hasil estimasi dari 3 variabel independen, variabel CLR merupakan variabel yang paling berpengaruh sehingga diperlukan penambahan modal untuk meningkatkan produktivitas dari perusahaan. Tingginya rasio penggunaan biaya input terhadap output yang dihasilkan menunjukkan kondisi yang inefisien, yang terlihat dari adanya hubungan negatif antara MES dan PCM pada industri TPT tahun 2000-2003. Hal ini menunjukkan struktur industri yang oligopoli menyebabkan perusahaan di dalam industri tersebut tidak efisien.