



**STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI KREATIF  
SUBSEKTOR *ADVERTISING* DI INDONESIA  
TAHUN 2016 – 2018**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi  
(S1)**

**Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan**

**Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh :**

**Anindhita Dipa Renoati**

**NPM : 15 11 22082**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YGYAKARTA  
YOGYAKARTA,  
JULI 2019**

*[Faint, illegible text, likely bleed-through from the reverse side of the page]*

Skripsi  
**STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI KREATIF  
SUBSEKTOR *ADVERTISING* DI INDONESIA  
TAHUN 2016 – 2018**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Anindhita Dipa Renoati**

NPM: 15 11 22082

telah dipertahankan di depan panitia penguji

pada tanggal 13 September 2019

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

(S1) Program Studi Ekonomi Pembangunan

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

**Anggota Panitia Penguji**

  
Dr. Y. Sri Susilo, SE., M.Si

  
Drs. Andreas Sukamto, M.Si

  
Ag. Edi Sutarta, S.E. M.Si

Yogyakarta, 22 Oktober 2019

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

### **STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR *ADVERTISING* DI INDONESIA TAHUN 2016 – 2018**

benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 23 Juli 2019

Yang menyatakan



**Anindhita Dipa Renoati**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia yang diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Kreatif Subsektor Advertising Di Indonesia Tahun 2016 – 2018”**.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat – syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan ini penulis ingin berterimakasih atas segala bimbingan dan bantuan yang telah diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan skripsi, kepada :

1. Bapak Dr. Y. Sri Susilo, SE.,M.Si. Selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, kesempatan, dan pengarahan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Drs. Andreas Sukamto, M.Si dan Bapak Ag. Edi Sutarta, S.E. M.Si. Selaku Dosen penguji skripsi yang memberikan kesempatan, saran maupun kritik kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Drs. Sigit Triandaru, M.Si., Ph.D. dan Ibu Nurcahyaningtyas, SE.,M.Si. Selaku Dosen penguji kolokium yang telah memberikan waktu, kritik dan saran kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

4. Bapak dan Ibu Dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan membantu penulis selama kuliah.
5. Keluarga, yang telah memberikan semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Joshua Praja firhandi Caesarrio, yang telah menjadi penyemangat, penghibur dan banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat – sahabat terbaik yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang telah diberikan.

Akhirnya penulis mengharapkan segala bentuk kritik, masukan, maupun saran yang membangun untuk perbaikan skripsi ini karena penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 25 Juli 2019

Penulis



Anindhita Dipa Renoati

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>8</b>
2.1. Teori Persaingan Dalam Industri .....	8
2.1.1. Persaingan Sempurna .....	9
2.1.2. Persaingan Monopolistik .....	14
2.1.3. Monopoli .....	17
2.1.4. Oligopoli.....	23
2.2. Pendekatan <i>Structure – Conduct – Performance</i> (SCP).....	27
2.2.1. <i>Structure</i> .....	28
2.2.2. <i>Conduct</i> .....	29
2.2.3. <i>Performance</i> .....	30
2.3. Studi Terkait .....	31

<b>BAB III</b> .....	<b>35</b>
3.1. Jenis Data dan Sumber Data .....	35
3.2. Alat Analisis .....	35
3.2.1. Rasio Konsentrasi ( $CR_N$ ) Untuk Struktur Pasar .....	36
3.2.2. Indeks Herfindahl – Hirschman (IHH) Untuk Struktur Pasar .....	38
3.2.3. Analisis Perilaku Industri .....	40
3.2.4. Pendekatan Laporan Keuangan .....	41
3.2.5. Korelasi Sederhana Metode Pearson Correlation.....	43
3.3. Batasan Operasional .....	45
<b>BAB IV</b> .....	<b>46</b>
4.1. Hasil Struktur Pasar .....	46
4.1.1. Konsentrasi $CR_2$ .....	46
4.1.2. Indeks Herfindahl – Hirschman (IHH).....	50
4.2. Hasil Laporan Keuangan .....	53
4.2.1. Likuiditas – <i>Current Ratio</i> .....	53
4.2.2. Likuiditas – <i>Quick Ratio</i> .....	56
4.2.3. Manajemen Aset - <i>Total Assets Turnover Ratio</i> .....	59
4.2.4. Profitabilitas – <i>Profit Margin On Sales</i> .....	62
4.2.5. Profitabilitas – <i>Return On Total Assets (ROA)</i> .....	65
4.2.6. Profitabilitas – <i>Return On Common Equity (ROE)</i> .....	68
4.2.7. Manajemen Hutang – <i>Total Debt To Total Assets Ratio</i> .....	71
4.3. Hasil korelasi sederhana Metode <i>Pearson Correlation</i> .....	74
4.3.1. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap <i>Current Ratio</i> .....	74
4.3.2. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap <i>Quick Ratio</i> .....	74
4.3.3. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap <i>Total Assets Turnover Ratio</i> .....	75
4.3.4. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap <i>Total Debt To Total Assets Ratio</i> ..	75
4.3.5. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap ROA .....	76
4.3.6. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap ROE.....	76
4.3.7. Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap <i>Profit Margin On Sales</i> .....	77
4.4. Pembahasan Struktur .....	78
4.4.1. Konsentrasi $CR_2$ .....	78



4.4.2. Indeks Herfindahl – Hirschman (IHH).....	80
4.3. Pembahasan Perilaku Industri.....	82
4.5.1. Strategi Bersaing Harga.....	82
4.5.2. Strategi Bersaing Bukan Harga .....	83
4.6. Pembahasan Laporan Keuangan.....	85
4.6.1. <i>Current Ratio</i> .....	85
4.6.2. <i>Quick Ratio</i> .....	86
4.6.3. <i>Total Assets Turnover Ratio</i> .....	87
4.6.4. <i>Total Debt To Total Assets Ratio</i> .....	88
4.6.5. <i>Profit Margin On Sales</i> .....	89
4.6.6. <i>Return On Total assets (ROA)</i> .....	89
4.6.7. <i>Return On Common Equity (ROE)</i> .....	90
4.7. Pembahasan Korelasi Menggunakan Metode Pearson .....	91
<b>BAB V</b> .....	<b>94</b>
5.1. Kesimpulan .....	94
5.2. Saran .....	95
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>97</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Presentase Jumlah Penduduk Bekerja Di Industri Periklanan dan 4 Kelompok Umur 2014 – 2016 .....	2
Tabel 1.2. Daftar Perusahaan Industri Periklanan.....	3
Tabel 1.3. Belanja Iklan Koran, Majalah dan Tabloid 2011 – 2016.....	4
Tabel 3.1. Tipe – Tipe Struktur Pasar Oligopoli.....	38
Tabel 3.2. Pengklasifikasian IHH Gwin (2001).....	39
Tabel 3.3. Pengklasifikasian IHH dan Kebijakan <i>Antitrust</i> Amerika Serikat.....	40
Tabel 4.1. Jumlah Pendapatan & Pangsa Pasar Industri Periklanan Terbesar Tahun 2016.....	47
Tabel 4.2. Jumlah Pendapatan & Pangsa Pasar Industri Periklanan Terbesar Tahun 2017.....	47
Tabel 4.3. Jumlah Pendapatan & Pangsa Pasar Industri Periklanan Terbesar Tahun 2018.....	47
Tabel 4.4. Hasil Perhitungan $CR_2$ dan $CR_3$ Industri Terbesar Tahun 2016 – 2018.....	48
Tabel 4.5. Perhitungan IHH Industri Periklanan Tahun 2016.....	50
Tabel 4.6. Perhitungan IHH Industri Periklanan Tahun 2017.....	51
Tabel 4.7. Perhitungan IHH Industri Periklanan Tahun 2018.....	52
Tabel 4.8. Hasil Perhitungan IHH Industri Periklanan Tahun 2016 – 2018.....	52
Tabel 4.9. Hasil Perhitungan <i>Current Ratio</i> Tahun 2016 – 2018.....	53
Tabel 4.10. Hasil Perhitungan <i>Quick Ratio</i> Tahun 2016 – 2018.....	56
Tabel 4.11. Hasil Perhitungan <i>Total Assets Turnover Ratio</i> Tahun 2016 – 2018..	59
Tabel 4.12. Hasil Perhitungan <i>Profit Margin On Sales</i> Tahun 2016 – 2018.....	62
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan ROA Tahun 2016 – 2018.....	65
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan ROE Tahun 2016 – 2018.....	68
Tabel 4.15. Hasil Perhitungan <i>Total Debt To Total Assets</i> Tahun 2016 – 2018....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kurva Pasar persaingan Sempurna Dalam Jangka waktu yang Sangat Pendek.....	11
Gambar 2.2. Kurva Pasar persaingan Sempurna Dalam Jangka Pendek.....	12
Gambar 2.3. Keseimbangan Jangka Panjang.....	14
Gambar 2.4. Ekuilibrium Jangka Pendek Pasar Monopolistik.....	16
Gambar 2.5. Monopoli Alamiah.....	19
Gambar 2.6. Maksimisasi Laba.....	20
Gambar 2.7. Kurva Diskriminasi Harga.....	21
Gambar 2.8. <i>Kinked Demand Curve</i> .....	25
Gambar 2.9. Kerangka Analisis SCP.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Perhitungan $CR_2$ , $CR_3$ dan IHH Tahun 2016 – 2018.....	104
Lampiran 2. Perhitungan <i>Current Ratio</i> 2016 – 2018.....	106
Lampiran 3. Perhitungan <i>Quick Ratio</i> Tahun 2016 – 2018.....	108
Lampiran 4. Perhitungan <i>Total Assets Turnover Ratio</i> Tahun 2016 – 2018.....	110
Lampiran 5. Perhitungan <i>Total Debt To Total Assets Ratio</i> Tahun 2016 – 2018 .... .....	113
Lampiran 6. Perhitungan <i>Profit Margin On Sales</i> Tahun 2016 – 2018..... .....	115
Lampiran 7. Perhitungan ROA Tahun 2016 – 2018.....	117
Lampiran 8. Perhitungan ROE Tahun 2016 – 2018.....	119
Lampiran 9. Laporan Keuangan Graha Layar Prima.....	122
Lampiran 10. Laporan Keuangan PT Elang Mahkota Tbk.....	125
Lampiran 11. Laporan Keuangan PT Fortune Indonesia Tbk.....	129
Lampiran 12. Laporan Keuangan PT Jasuindo Tiga Perkasa Tbk.....	132
Lampiran 13. Laporan Keuangan PT First Media Tbk.....	136
Lampiran 14. Laporan Keuangan PT Link Net Tbk.....	141
Lampiran 15. Laporan Keuangan PT Mahaka Radio Integra Tbk.....	145
Lampiran 16. Laporan Keuangan PT Inter Media Capital Tbk.....	148
Lampiran 17. Laporan Keuangan PT Media Nusantara Citra Tbk.....	151
Lampiran 18. Laporan Keuangan PT MNC Sky Vision Tbk.....	154
Lampiran 19. Laporan Keuangan PT Surya Citra Media Tbk.....	158
Lampiran 20. Laporan Keuangan PT Visi Media Asia Tbk.....	161

# **STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI KREATIF SUBSEKTOR *ADVERTISING* DI INDONESIA TAHUN 2016 – 2018**

**Disusun oleh**

**Anindhita Dipa Renoati**

**NPM: 15 11 22082**

**Pembimbing**

**Dr. Y. Sri Susilo, SE.,M. Si.**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja industri kreatif subsektor *advertising* tahun 2016 – 2018 serta untuk melihat korelasi antara struktur pasar dengan kinerja. Data menggunakan data sekunder bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Alat analisis yang digunakan adalah rasio konsentrasi dan Indeks Hirschman – Herfindahl (IHH) untuk mengukur struktur pasar, analisis laporan keuangan untuk mengukur kinerja, perilaku dianalisis menggunakan analisis deskriptif sedangkan untuk korelasi menggunakan *Person Correlation*.

Struktur pasar dalam industri periklanan tahun 2016 – 2018 dengan alat konsentrasi rasio untuk 2 dan 3 perusahaan dengan pangsa pasar tertinggi menunjukkan bahwa struktur pasar masuk kedalam oligopoli konsentrasi tinggi dan oligopoli penuh. Berdasarkan pendekatan metode IHH, industri periklanan tahun 2016 – 2018 tergolong sangat terkonsentrasi. Perilaku industri menunjukkan Strategi harga banyak dimanfaatkan oleh kelompok perusahaan dengan pangsa pasar yang besar (*market leader*) dan akan diikuti oleh perusahaan – perusahaan lainnya (*follower*). Kinerja industri berdasarkan analisis laporan keuangan menunjukkan bahwa rasio likuiditas pada tahun 2016 – 2018, Graha Layar Prima Tbk (BLTZ), PT Jasuindo Tiga Perkasa Tbk (JTPE), dan PT Mahaka Radio Integra Tbk (MARI) merupakan yang terbaik, dilihat dari rasio profitabilitas perusahaan PT Surya Citra Media Tbk (SCMA) dan MARI merupakan yang terbaik, apabila dilihat dari manajemen aset dan hutang perusahaan MARI, BLTZ, SCMA, PT Fortune Indonesia Tbk (FORU), PT MNC Sky Vision Tbk (MSKY), PT Intermedia Capital Tbk (MDIA), dan PT First Media Tbk (KBLV) merupakan yang terbaik. korelasi antara struktur pasar (pangsa pasar) dengan kinerja menunjukkan nilai korelasi antara pangsa pasar dengan total assets turnover ratio memiliki hubungan yang kuat dan searah.

**Kata Kunci :** industri kreatif, periklanan, struktur industri, perilaku industri, kinerja industri, korelasi.