

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teori**

##### **2.1.1 Pengertian Ekonomika Industri**

Menurut Setiawan (2019) ekonomika industri merupakan salah satu cabang dari ilmu ekonomi yang berkaitan dengan bagaimana suatu produksi barang dan jasa diatur atau dikoordinasikan di dalam suatu industri atau pasar serta mempelajari bagaimana perilaku perusahaan dalam merespon perilaku perusahaan lainnya dalam suatu lingkungan persaingan bisnis. Ekonomika industri lebih dikenal dengan sebutan *industrial organization (IO)* atau organisasi industri. Ekonomika industri juga merupakan cabang ilmu ekonomi yang memiliki peranan penting dalam membantu analisis persaingan usaha tidak sehat di setiap otoritas kompetisi di dunia. Kajian ekonomi industri sendiri lebih fokus pada kajian mengenai perilaku dari beberapa perusahaan dominan di dalam industri atau pasar yang memiliki struktur persaingan tidak sempurna. Struktur pasar pada dasarnya akan menentukan perilaku perusahaan (bersaing atau tidak) sehingga mempengaruhi kinerja baik perusahaan maupun industri yang ada di dalamnya (Setiawan, 2019).

##### **2.1.2 Pengertian Industri**

Menurut Teguh (2019) industri merupakan kumpulan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat substitusi yang sangat erat. Industri jika dilihat dari sisi pembentukan pendapatan secara makro dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang

menciptakan nilai tambah. Teori ekonomi industri yang memperlihatkan, antara struktur pasar, perilaku pasar, dan kinerja pasar memiliki hubungan keterkaitan yang sangat erat dikenal dengan istilah *Structure-Conduct-Performance (SCP)*. Struktur pasar pada satu sisi menentukan perilaku pasar, dan perilaku pasar menentukan keadaan kinerja pasar (Teguh, 2019).

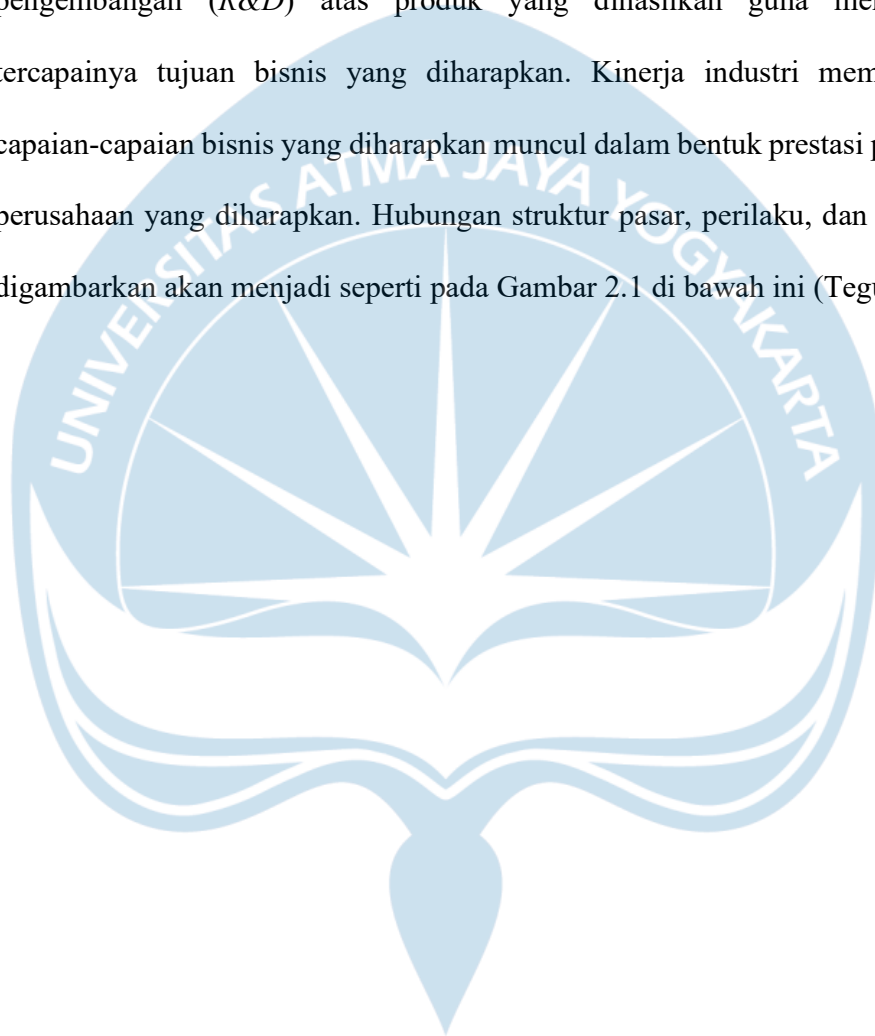
Menurut Nikensari (2018) industri merupakan sebuah bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat yang lebih tinggi. Istilah industri juga bisa menunjuk pada agregasi dari sejumlah perusahaan dalam suatu wilayah tertentu yang didasarkan pada kriteria-kriteria sisi *demand (market based)* dan sisi *supply (technological based)*. Industri jika dilihat dari sisi penawaran (berbasis teknologi), yaitu pengelompokan produsen yang memiliki keahlian teknologi dalam menyediakan produk tertentu yang relatif sama. Keuntungan dari pendekatan ini adalah pengakuan kemampuan perusahaan untuk beralih dengan kreasi (diferensiasi) produk atau merek baru seperti yang diproduksi oleh perusahaan-perusahaan lain dengan *input* produksi sejenis. Industri jika dilihat dari sisi permintaan (berbasis pasar), yaitu dengan mengelompokan perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk dengan elastisitas harga silang (*cross elasticity*) yang mencapai batas tertentu. Keuntungan dari pendekatan ini adalah dapat mengerti bagaimana konsumen membedakan produk-produk tertentu meskipun teknologi yang digunakan relatif sama (Nikensari, 2018).

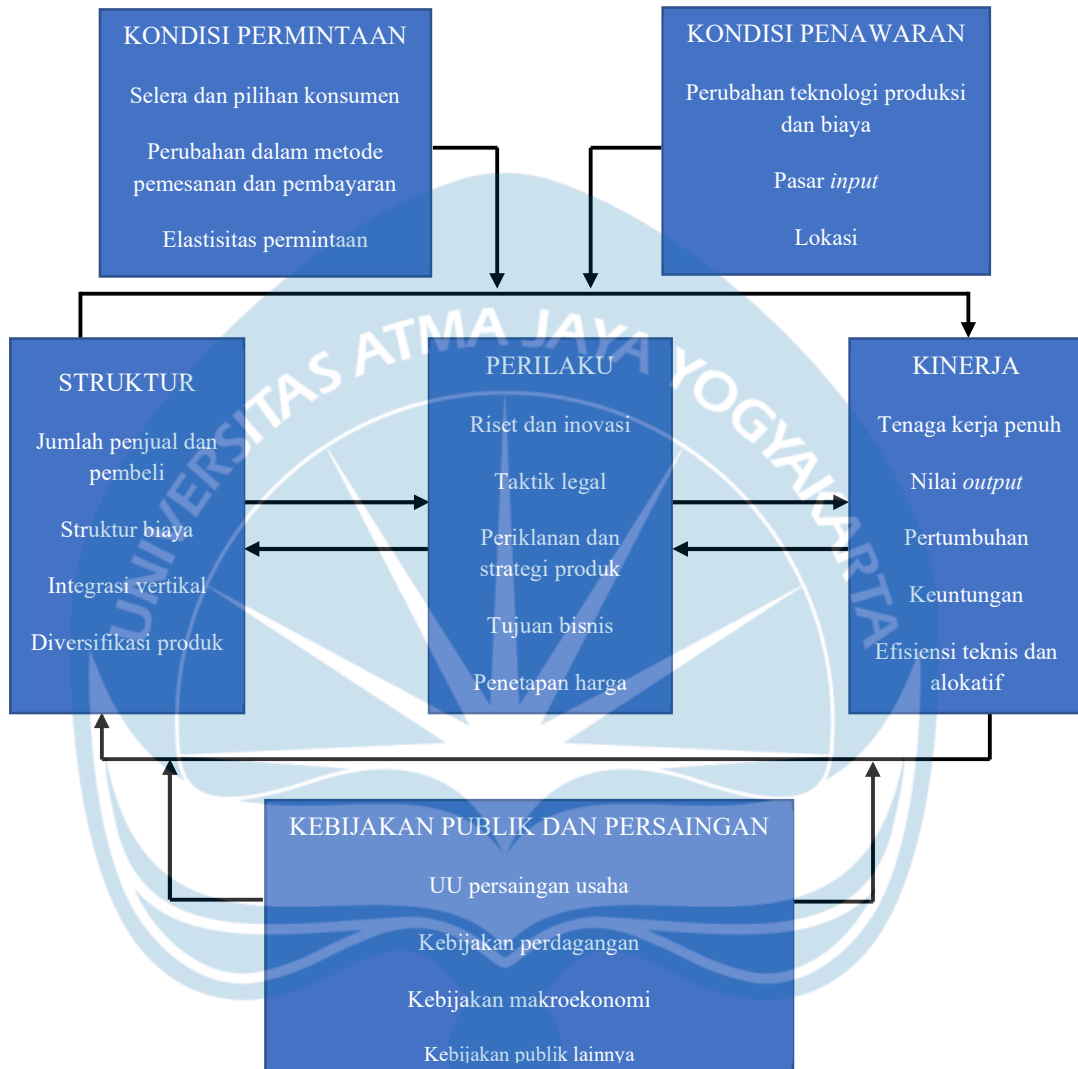
Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) industri merupakan suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Industri juga dimaknai sebagai kelompok usaha atau perusahaan yang mempunyai produk yang relatif sama. Berdasarkan struktur perekonomian nasional Indonesia, industri diklasifikasikan berdasarkan Klasifikasi Baku Lapangan Usaha (KBLI) yang sederhananya adalah klasifikasi rujukan yang digunakan untuk mengklasifikasikan aktivitas atau kegiatan ekonomi Indonesia ke dalam beberapa lapangan usaha atau bidang usaha yang dibedakan berdasarkan jenis kegiatan ekonomi yang menghasilkan produk atau *output* baik berupa barang maupun jasa (Badan Pusat Statistik, 2022).

### **2.1.3 Paradigma Struktur-Perilaku-Kinerja (SCP)**

Menurut Teguh (2019) struktur pasar (*market structure*), perilaku (*market conduct*), dan kinerja (*market performance*) memiliki hubungan keterkaitan yang erat. Struktur pasar pada satu sisi menentukan perilaku perusahaan industri, dan perilaku perusahaan industri menentukan keadaan kinerja pasar. Elemen-elemen pokok struktur pasar dapat dilihat dari keadaan-keadaan penjual, pembeli, produk, dan faktor rintangan dengan segala karakteristik yang melekat pada kondisi dasar. Keadaan struktur pasar industri akan tampil menjadi berbeda-beda jika elemen pokok dasar yang melekat pada struktur pasar juga berbeda-beda. Keadaan perilaku pasar dapat dilihat dari kebijaksanaan harga dan kebijaksanaan produk. Kebijaksanaan harga dapat dilihat dari tujuan perusahaan dalam melakukan

aktivitas bisnis, strategi bersaing di dalam industri, sampai ada tidaknya koordinasi antar pesaing. Kebijakan produk dapat dilihat dari penelitian dan pengembangan (*R&D*) atas produk yang dihasilkan guna mempermudah tercapainya tujuan bisnis yang diharapkan. Kinerja industri memperlihatkan capaian-capaian bisnis yang diharapkan muncul dalam bentuk prestasi perusahaan-perusahaan yang diharapkan. Hubungan struktur pasar, perilaku, dan kinerja jika digambarkan akan menjadi seperti pada Gambar 2.1 di bawah ini (Teguh, 2019).





Sumber: Setiawan (2019)

**Gambar 2.1**

### **Paradigma Struktur-Perilaku-Kinerja**

#### **2.1.4 Struktur Pasar (*Structure*)**

Menurut Teguh (2019) struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar. Keadaan jumlah dan distribusi penjual

di dalam pasar mempengaruhi harga jual yang berlaku dan *output* yang terdapat di pasar. Keadaan produk pada struktur pasar dapat mempengaruhi perilaku produsen yang berada di pasar untuk bersaing. Perbedaan corak produk (*product differentiation*) memberikan keleluasaan yang lebih besar bagi produsen guna mengatur strategi pasar. Produsen melalui keunggulan produk memiliki kekuatan tambahan guna mengendalikan keadaan pasar sehingga mampu menjadi monopolis di wilayah-wilayah pasarnya sendiri. Produk yang ditawarkan jika seragam (*homogen*), maka hal ini menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan untuk berbelanja. Pasar dengan demikian cenderung kompetitif, dan produsen tidak dapat mengendalikan pasar guna menentukan harga dan *output* di dalam pasar secara semena-mena. Elemen lainnya bagi produsen guna membuat keputusan di dalam pasar adalah faktor rintangan pasar. Produsen yang efisien dalam memproduksi pada dasarnya memiliki kekuatan alamiah guna merintang para pesaing potensial untuk memasuki pasar. Produsen yang mapan (*established firm*) dapat menentukan tingkat harga dan *output* yang menurutnya menguntungkan, dan melalui kekuatan tersebut produsen mampu meraih keuntungan pasar yang lebih besar (Teguh, 2019).

#### **2.1.5 Perilaku (*Conduct*)**

Menurut Teguh (2019) perilaku menunjukkan tindakan-tindakan yang diambil oleh perusahaan-perusahaan dalam industri dengan tujuan penetrasi pasar. Tindakan-tindakan tersebut berupa strategi-strategi guna memenangkan persaingan pasar. Perilaku kolusi merupakan perilaku umum yang terdapat di dalam pasar yang

berstruktur oligopoli. Pesaing yang berada di dalam pasar yang berstruktur oligopoli pada dasarnya memiliki dua pilihan untuk berkolusi, yaitu apakah berkolusi secara formal, ataukah berkolusi secara informal. Kolusi formal ditandai dengan adanya perjanjian-perjanjian yang bersifat mengikat. Perusahaan yang melakukan persekutuan mengikatkan diri dengan persetujuan-persetujuan yang telah diatur secara ketat yang dibuat oleh mereka bersama secara tertulis yang sifatnya memberikan keuntungan secara bersama sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Kolusi informal di sisi lain yang sering disebut *tacit collusion*, yaitu setiap anggota dalam persekutuan adalah tidak saling mengenal langsung satu dengan lainnya secara tepat. Mereka bersekutu secara diam-diam guna menciptakan situasi aman bagi masing-masing pesaing yang terdapat di dalam pasar (Teguh, 2019).

#### **2.1.6 Kinerja (Performance)**

Menurut Teguh (2019) kinerja menunjukkan hasil-hasil atau prestasi yang muncul di dalam pasar sebagai reaksi akibat terjadinya tindakan-tindakan para pesaing pasar yang menjalankan berbagai strategi perusahaan guna bersaing dan menguasai keadaan pasar. Kinerja dapat dilihat dari indikator seperti harga, keuntungan, dan efisiensi. Industri dengan situasi struktur pasar persaingan sempurna harga jual yang terjadi di pasaran cenderung rendah mengikuti gejolak pasar yang berlangsung dikarenakan di dalam pasar tidak ada satupun produsen yang mampu mengendalikan keadaan pasar. Industri dengan situasi struktur pasar monopoli, keadaan harga jual di pasaran cenderung relatif tinggi karena produsen

monopolis memiliki kemampuan penuh guna mengendalikan keadaan pasar sehingga monopolis tersebut dapat menentukan harga jual yang tinggi sesuai dengan kehendaknya dibandingkan dengan harga jual persaingan. Efisiensi ekonomi pada industri yang bersifat bersaing umumnya produsen memproduksi secara efisien. Produsen memproduksi pada tingkat biaya marginal menyamai biaya rata-rata pada titik terendah. Industri yang berstruktur monopoli, produsen akan memproduksi pada situasi penerimaan marginal sama dengan biaya marginal pada saat biaya rata-rata sedang mengalami penurunan. Monopolis dengan kata lain dengan sengaja memproduksi pada situasi kapasitas produksi yang rendah (*under capacity*) sehingga monopolis dapat memperoleh keuntungan yang normal (Teguh, 2019).

#### **2.1.7 Kondisi Permintaan dan Penawaran**

Menurut Setiawan (2019) kondisi permintaan dan penawaran dapat mempengaruhi bagaimana struktur, perilaku dan kinerja yang ada pada suatu pasar atau industri. Permintaan dan selera konsumen dapat merubah bagaimana struktur dan kemudian direspon dengan perilaku dan hasil kerja perusahaan dan industri yang ada. Kondisi industri seperti lokasi dan kondisi pasar input dapat mempengaruhi struktur, perilaku dan kinerja perusahaan dan industri. Kondisi pasar input yang tidak efisien pada akhirnya juga akan berdampak atau mempengaruhi bagaimana perilaku dan kinerja perusahaan yang ada di suatu industri (Setiawan, 2019).



### **2.1.8 Kebijakan Publik dan Persaingan**

Menurut Setiawan (2019) kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi persaingan di pasar atau industri. Kebijakan publik yang dibahas dalam kajian ekonomi industri bukan hanya permasalahan regulasi atau Undang-Undang (UU) anti persaingan usaha tidak sehat tetapi juga lebih jauh mengatur permasalahan perdagangan (*trade*) antar perusahaan di dalam dan di luar negeri. Persaingan di dalam negeri tidak hanya melibatkan perusahaan domestik tetapi perusahaan asing yang kemungkinan berdomisili di luar negeri dan menyalurkan produknya ke dalam negeri. Penerapan perjanjian perdagangan bebas antar negara seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dan perkembangan ekonomi bisnis digital yang sangat cepat akan sangat memungkinkan adanya perluasan konsep persaingan (Setiawan, 2019).

## **2.2 Gambaran Umum Industri Kreatif di Indonesia**

### **2.2.1 Pengertian Industri Kreatif**

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) industri kreatif merupakan industri yang menciptakan nilai tambah dengan berbasiskan ide, kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif), dan ilmu pengetahuan termasuk warisan budaya serta kemajuan teknologi. Sumber daya yang digunakan pada industri kreatif bisa dibidang merupakan sumber daya terbarukan. Sumber daya ekonomi kreatif yang semakin dieksploitasi justru semakin menghasilkan nilai tambah bagi barang yang dihasilkan oleh industri tersebut. Karakteristik industri kreatif yang ramah lingkungan merupakan sebuah

keunggulan jika dibandingkan dengan industri-industri non kreatif seperti pertambangan dan kehutanan sehingga akan tetap menjaga kelestarian alam (Kemenparekraf, 2021).

### 2.2.2 Klasifikasi Industri Kreatif

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) mengklasifikasikan industri kreatif menjadi 17 sub sektor industri. Klasifikasi beserta penjelasan setiap sub sektor industri kreatif dijelaskan dibawah ini (Kemenparekraf, 2021) :

a. Aplikasi

Industri atau kegiatan membuat layanan berbentuk perangkat lunak (*software*) yang menggabungkan antara ilmu pengetahuan dan teknologi guna mempermudah kegiatan masyarakat termasuk kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya.

b. Arsitektur

Wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia, sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang.

c. Desain komunikasi visual

Proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan gagasan atau ide yang menggunakan bantuan visual.

d. Desain produk

Layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik.

e. Desain interior

Kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup, dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.

f. Fotografi

Sebuah industri yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja.

g. Musik

Segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.

h. Kriya

Merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.

i. Kuliner

Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya pembeli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

j. Fesyen

Gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok termasuk kebudayaan dan adat istiadat.

k. Penerbitan

Suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi.

l. Film, animasi, dan video

Karya seni gambar bergerak yang membuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi.

m. Periklanan

Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

n. Permainan interaktif

Suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpun balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*).

o. Seni pertunjukan

Cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*) yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*) baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tari.

p. Seni rupa

Penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya.

q. TV dan radio

Kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Menurut Bilan *et al.* (2019) industri kreatif harus setidaknya ditopang oleh empat faktor supaya di masa yang akan datang bisa bertahan atau berkelanjutan. Faktor pertama adalah regulasi yang dipegang oleh pemerintah dengan mengedepankan integrasi, pengembangan dan penerapan kebijakan publik, serta susunan institusi yang

bertanggungjawab atas perkembangan industri kreatif di masyarakat. Faktor yang kedua adalah akses finansial yang dimana pelaku industri kreatif diberi akses modal yang nantinya digunakan untuk mengembangkan bisnis usaha kreatif. Faktor ketiga adalah pendidikan atau edukasi yang harus diberikan terutama oleh pemerintah guna membekali atau melatih sumber daya manusia kreatif berupa institusi pendidikan ataupun konsultasi kepada para pelaku industri kreatif. Faktor yang keempat adalah infrastruktur yang dimana pemerintah terutama menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh terutama para pelaku industri kreatif agar perkembangan dan kinerja industri menjadi semakin efisien (Bilan *et al.*, 2019).

Menurut Elisabet (2012) tingkat efisiensi industri tepung terigu dalam kurun waktu dua belas tahun terakhir cenderung tidak efisien. Ketidakefisienan ini dapat dilihat dari nilai perbandingan antara nilai tambah dengan biaya yang dikeluarkan oleh industri. Perkembangan efisiensi industri tepung terigu selama periode 1997- 2008 mengalami penurunan dari 1,54 menjadi 0,10 dengan efisiensi rata-rata per tahun sebesar 0,36 dan tingkat pertumbuhan rata-rata per tahun sebesar -75,31%. Produktivitas tenaga kerja di sisi lain mengalami kenaikan setiap tahunnya yang dimana hal ini disebabkan oleh terjadinya peningkatan jumlah tenaga kerja yang diikuti peningkatan nilai output (Elisabet, 2012).

Menurut Wahyu (2006) berdasarkan pengamatannya yang dilakukan selama tahun 2000-2005 tingkat efisiensi sektor industri besar-sedang di Jawa Tengah bisa dikatakan masih belum efisien. Industri dengan kode klasifikasi 18 yaitu industri pakaian jadi tidak pernah mencapai tingkat efisiensi sama sekali. Industri dengan kode klasifikasi

31 yaitu industri listrik dan peralatannya merupakan industri dengan tingkat efisiensi paling rendah dengan angka sebesar 34,51 pada tahun 2000. Industri dengan kode klasifikasi 15,16,17,24,34, dan 35 secara berturut-turut yaitu industri makanan dan minuman, tembakau, tekstil, kimia dan barang-barang kimia, kendaraan bermotor dan alat angkutan lainnya merupakan industri-industri dengan tingkat efisiensi seratus selama tiga tahun berturut-turut sehingga bisa dikatakan industri-industri tersebut termasuk dalam kategori efisien (Wahyu, 2006).

Menurut Wulandari *et al.* (2015) jumlah *output* tidak berpengaruh signifikan secara individu terhadap nilai tambah. Hal ini disebabkan oleh pembuatan produk kerajinan bambu sudah memiliki standar kebutuhan bahan baku dan bahan penolong sehingga jika jumlah produk yang dihasilkan berubah maka bahan baku dan bahan penolong yang dibutuhkan juga berubah secara proporsional. Harga bahan baku berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah (Wulandari *et al.*, 2016).

Menurut Linda *et al.* (2004) variabel tenaga kerja dan bahan baku berpengaruh positif terhadap produksi. Koefisien elastisitas untuk bahan baku sebesar 0,838 dan koefisien elastisitas untuk tenaga kerja sebesar 0,492. Variabel bahan baku dan tenaga kerja berpengaruh secara signifikan pada tingkat keyakinan 95% (Linda *et al.*, 2004).