

**MARKET STRUCTURE AND PERFORMANCE OF THE WHEAT FLOUR
INDUSTRY IN INDONESIA**

**STRUKTUR PASAR DAN KINERJA INDUSTRI TEPUNG TERIGU DI
INDONESIA**

Veralianta Br Sebayang

Agribusiness Management Study Program Vocational School, Bogor Agricultural University
Jln. Kumbang No. 14 Kota Bogor

ABSTRACT

This study aims to determine the market structure and performance of the wheat flour industry in Indonesia. Using micro data for Large and Medium Industries (IBS) from year 2010 to 2013, with ISIC code 10617, which is the Wheat Flour Industry. We used descriptive statistics and regression and also structure, conduct, and performance models for the data analysis. The result analysis showed that the wheat flour industry market structure from year to year tends to lead to a strict oligopoly structure, where there is one large dominant company. The dominant market structure in the wheat flour industry causes market behavior that occurred in this industry tends to follow large company. This is called the band wagon effect where small companies will follow the steps taken by large companies. This will encourage collusive price leadership. The market performance of the wheat flour industry is still considered inefficient, as indicated by the high CR4 and HHI values in contrast with the low PCM.

Keyword: *wheat flour, tight oligopoly, band wagon effect, price leadership, collusion*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui struktur pasar dan kinerja industri tepung terigu di Indonesia. Menggunakan data sekunder, yaitu row data Industri Besar dan Sedang (IBS) periode 2010–2013, dengan Kode ISIC 10617, yang merupakan Industri Tepung Terigu. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi dan model structure, conduct, dan performance. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur pasar industri tepung terigu dari tahun ke tahun cenderung mengarah pada struktur oligopoly ketat, dimana terdapat satu perusahaan besar yang dominan. Struktur pasar yang dominan dalam industri tepung terigu menyebabkan perilaku pasar yang terjadi dalam industri ini cenderung mengikuti perusahaan besar. Ini disebut dengan *band wagon effect* dimana perusahaan kecil akan mengikuti langkah yang diambil perusahaan besar. Hal ini akan mendorong terjadinya kepemimpinan harga yang kolusif. Kinerja pasar dari industri tepung terigu dinilai masih inefisiensi, yang ditunjukkan dari nilai CR4 dan HHI yang tinggi namun PCM-nya rendah.

Kata kunci: *tepung terigu, oligopoli ketat, band wagon effect, kepemimpinan harga, kolusi*

PENDAHULUAN

Selera masyarakat terhadap pangan berubah seiring dengan semakin maraknya jenis pangan olahan siap saji dan praktis, serta dapat diperoleh dengan mudah. Perubahan gaya hidup masyarakat

juga berpengaruh pula pada gaya makan. Selain beras, tepung terigu merupakan salah satu sumber karbohidrat dan komoditi pangan penting bagi masyarakat Indonesia sehingga perkembangan industri inipun menjadi penting dalam perekonomian Indonesia. Industri

penggilingan gandum menjadi tepung telah berdiri sejak 200 tahun yang lalu di Hungaria dan Jerman (Bogasari Flour Mills (2011) dalam Apriande dan Daryanto, 2012).

Sebagai industri yang berada dalam subsistem pengolahan, industri tepung terigu memiliki kaitan erat dengan industri hulu (*backward*) dan hilir (*forward*). Industri ini telah lama mendapatkan proteksi dari pemerintah karena merupakan salah satu industri yang dinilai strategis. Sejak pendirian industri ini pada tahun 1979, pemerintah melakukan intervensi berupa kebijakan monopoli melalui Badan Urusan Logistik (Bulog) terhadap hampir di setiap aspek dari industri tepung terigu, karena tepung terigu dianggap sebagai bahan pangan strategis. Intervensi yang dilakukan sebagai berikut (Nursantiyah, 2009 dalam Apriande dan Daryanto, 2012) adalah:

1. Pemerintah menetapkan harga gandum yang akan diproses oleh industri itu lebih rendah dari harga impor (*landed import process*) yang sebenarnya.
2. Pemerintah menetapkan harga jual produk industri ini lebih tinggi dari harga impor yang sebenarnya.
3. Distribusi tepung terigu diatur secara ketat oleh pemerintah melalui Bulog sebagai satu-satunya lembaga distributor.

Adanya restriksi investasi baru dalam industri tepung terigu telah memberikan monopoli kepada Bogasari dalam industri ini. Monopoli yang tercipta di industri tepung terigu ini tentu akan berdampak pada industri pengguna tepung terigu sebagai input utamanya. 60 persen pengguna tepung terigu adalah industri mie (Aptindo, 2011 dalam Apriande dan Daryanto, 2012).

Subsidi terhadap industri ini pun menjadi salah satu faktor pemicu terjadinya akumulasi modal, karena keuntungan yang didapat sangat besar. Akumulasi modal ini kemudian akan

diinvestasikan untuk bidang-bidang lain. Hal ini akan menimbulkan ekspansi konglomerasi di Indonesia.

Bogasari sebagai perusahaan terbesar melakukan banyak inovasi dalam upaya mengembangkan pasar (Apriande dan Daryanto, 2012). Inovasi tersebut berupa 1) Tepung Premiks Cepat Saji “Chesa” dengan 5 varian, bahkan pada tahun 2014 Bogasari telah meluncurkan kembali variant pilihan lainnya. 2) Tepung premium Cakra Kembar Emas (CKE) dalam kemasan 5 kg. 3) Menjadi pabrik tepung terigu pertama yang memproduksi terigu dalam kemasan 1 kg atau Consumer Pack Premium (CPP) yang memiliki kandungan tambahan berupa Vitamin A, B3, dan D3. 4) Meluncurkan karung terigu 25 kg dengan konsep *degradable* atau ramah lingkungan yang diawali dengan merek Segitiga Biru dan saat ini semua kemasan tepung terigu Bogasari @ 25 kg sudah memakai kemasan *degradable* (www.bogasari.com).

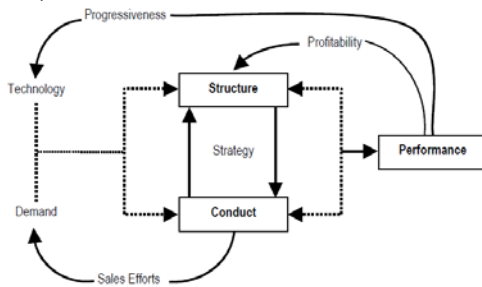
Struktur Pasar mengacu pada karakteristik organisasi pasar yang cenderung mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan seperti jumlah penjual, tingkat pengetahuan tentang tindakan masing-masing, tingkat kebebasan untuk masuk dan derajat diferensiasi produk (Lipsey dan Steiner, 1981). Perilaku Pasar menyiratkan perilaku perusahaan apakah kompetitif atau kolusi. Hal ini mengacu pada perilaku perusahaan dalam membuat keputusan (Ferguson dan Ferguson, 1994). Hal ini dapat diukur dari segi volume penjualan, akses ke praktik pemasaran termasuk harga, sumber informasi pemasaran, sumber pengadaan produk). Kinerja Pasar menurut Ferguson memerlukan seberapa baik perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen dalam periode waktu, yang dapat diukur dengan menggunakan variabel seperti harga komoditas, efisiensi pasar, tingkat keuntungan yang diperoleh serta biaya. Ketiga faktor ini berinteraksi bersama untuk menentukan arus informasi pasar

pada harga, yang selalu mempengaruhi margin pemasaran. Adapun tujuan dari penelitian ini mengetahui dan menjelaskan tentang struktur dan kinerja industri tepung terigu di Indonesia.

METODOLOGI

Kerangka Pemikiran

Terdapat dua pendekatan utama dalam studi organisasi industri. Pendekatan pertama, struktur-perilaku-kinerja (*structure-conduct-performance/SCP*), yaitu menjelaskan dan menyediakan gambaran tentang organisasi industri secara mendasar. Pendekatan kedua, teori harga (*price theory*) yaitu menggunakan model ekonomi mikro untuk menjelaskan perilaku perusahaan dan struktur pasar. (Carlton dan Perloff). Penelitian ini menggunakan pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja (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).



Gambar 1. The Interactive Structure-Conduct-Performance Framework

Sumber: Stephen Martin (1994) dalam Saftiana (2014)

Model struktur-perilaku-kinerja yang disajikan pada Gambar 1 diatas memperlihatkan struktur dan perilaku

ditentukan secara bersamaan, dengan menggarisbawahi, kondisi permintaan dan teknologi. Struktur mempengaruhi perilaku, Struktur dan perilaku berinteraksi menentukan kinerja. Usaha penjualan - sebagai unsur perilaku - juga sebagai umpan balik dan mempengaruhi permintaan. Kinerja, pada gilirannya, mempengaruhi kembali teknologi dan struktur. *Progressiveness* menciptakan ketersediaan teknologi dan profitabilitas, yang menentukan seberapa menariknya pelaku pasar untuk memasuki pasar, mempunyai pengaruh yang dinamis (secara antar waktu) (Martin, 1994).

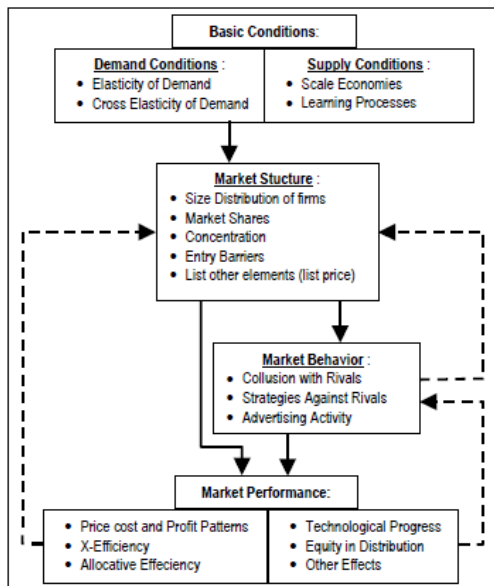
Pendekatan SCP

Struktur pasar (*market structure*) dapat diartikan sebagai karakteristik dari produk maupun institusi yang terlibat pada pasar tersebut, yang merupakan resultan atau saling mempengaruhi *market conduct* (perilaku pasar) dan keragaan pasar (*market performance*). Struktur pasar dapat diartikan sebagai tipe atau jenis-jenis pasar dan merupakan tingkat persaingan pasar (Asmarantaka, 2012). Hasibuan (1993) menjelaskan bahwa struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan. Struktur pasar merupakan kunci penting dari pola konsep konvensional dalam ekonomi industri. Struktur pasar juga mempengaruhi perilaku dari perusahaan. Struktur dan perilaku akhirnya akan mempengaruhi kinerja pasar. Aspek utama dari struktur, perilaku dan kinerja adalah determinan-determinan yang membentuk struktur itu sendiri, yaitu skala ekonomi dan disekonomi.

Market conduct merupakan perilaku partisipan (pembeli dan penjual), strategi atau reaksi yang dilakukan partisipan pasar secara individu atau kelompok, dalam hubungan kompetitif atau negosiasi terhadap partisipan lainnya untuk mencapai tujuan pemasaran dalam struktur pasar tertentu. Hubungan antara pembeli dan penjual merupakan hubungan

Market Structure and Performance of the Wheat Flour Industry in Indonesia

persaingan. Setelah ada kesepakatan, maka terjadi transaksi atau terjadi hubungan negosiasi (Asmarantaka, 2012).



Gambar 2. Variabel-variabel dalam SCP
Sumber: William G. Shepperd (1972)
dalam Asmarantaka (2014)

Hasibuan (1993) menjelaskan bahwa kinerja pasar atau industri adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri. Lebih lanjut Jaya (2001) menjelaskan bahwa kinerja industri biasanya dipusatkan pada tiga aspek pokok yaitu efisiensi, kemajuan teknologi dan kesinambungan dalam distribusi (keadilan). Menurut Sudiyono (2002), keragaan pasar merupakan hasil keputusan akhir yang diambil dalam hubungan dengan proses tawar menawar dan persaingan harga.

Market Structure, Conduct and Performance Hypothesis

Hubungan kausal antara struktur pasar, perilaku dan kinerja (*Structure, Conduct and Performance*) pertama kali dikenal oleh Mason (1930), dan kemudian dimodifikasi oleh Bain (1951) yang disebut hipotesis SCP. Terdapat tiga hipotesis dalam menganalisis hubungan

antara struktur pasar dan kinerja dengan menggunakan paradigma *structure-conduct-performance* (SCP) yang digunakan untuk melihat kinerja industri. Pertama adalah hipotesis tradisional, kedua adalah hipotesis diferensiasi, dan ketiga adalah hipotesis efisiensi (Naylah, 2010).

Hipotesis tradisional menjelaskan bahwa konsentrasi pasar akan mendorong kolusi di antara perusahaan-perusahaan besar pada suatu industri yang selanjutnya akan menghambat berkembangnya perusahaan kecil dan baru. Perilaku kolusi ini yang menyebabkan perusahaan besar dapat mengatur kondisi pasar melalui tingkat harga yang selanjutnya dapat meningkatkan profit. Oleh karena itu, dalam hipotesis tradisional akan menunjukkan bahwa tingkat konsentrasi pasar akan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja suatu perusahaan.

Hipotesis diferensiasi menjelaskan bahwa pangsa pasar yang diperoleh adalah akibat perilaku diferensiasi produk yang dilakukan perusahaan. Artinya, ketika perusahaan melakukan diferensiasi produk, hal ini akan berpengaruh terhadap profit atau tingkat keuntungan perusahaan tersebut. Selanjutnya, perusahaan yang melakukan diferensiasi produk tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Berkenaan dengan hal tersebut, diferensiasi produk dilakukan dalam pasar yang berbeda dengan harga yang lebih bisa diterima didalam masing-masing pasar. Pembedaan pasar ini yang akan meningkatkan pangsa pasar karena besarnya surplus konsumen yang mampu diraih perusahaan dalam mendiferensiasikan produknya, karena pangsa pasar yang besar maka perusahaan tersebut memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Hipotesis efisiensi menyatakan bahwa efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan akan meningkatkan pangsa pasar dan pada akhirnya akan meningkatkan konsentrasi pasar. Untuk mendapatkan profit atau keuntungan yang

tinggi tidak hanya diperoleh dengan memberikan tingkat harga yang tinggi, tetapi juga dapat diperoleh dengan tingkat biaya yang rendah. Biaya yang rendah hanya bisa dicapai perusahaan bila beroperasi secara efisien. Dimana perusahaan yang melakukan efisiensi tersebut akan berkembang dan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar dan selanjutnya struktur pasar akan cenderung terkonsentrasi pada perusahaan yang menguasai pangsa pasar.

Teori SCP menyatakan bahwa kinerja ditentukan oleh perilaku perusahaan, yang selalu ditentukan oleh struktur pasar. Jika struktur pasar memberi dorongan perilaku yang menaikkan harga dan menaikkan profit, kemudian ini dapat menarik pesaing, akan mengakibatkan perubahan struktur pasar (Ferguson dan Ferguson, 1994).

Menurut Aleksandrova dan Lubys (2004), hipotesis SCP menyatakan bahwa karakteristik pasar tertentu seperti konsentrasi dan hambatan masuk mempengaruhi profitabilitas perusahaan di dalam pasar bersangkutan. Teori ini mengacu pada dua hipotesis yaitu hipotesis struktur-efisien dan hipotesis struktur-kinerja. Hipotesis struktur-kinerja menyatakan bahwa tingkat konsentrasi pasar berbanding terbalik dengan tingkat persaingan, sedangkan hipotesis struktur-efisien menyatakan bahwa kinerja perusahaan secara positif berkaitan dengan efisiensi.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, dalam hal ini adalah row data Industri Besar dan Sedang (IBS) periode 2010 – 2013. Kode International Standard Industrial Classification (ISIC) digunakan adalah 5 Digit dengan kode ISIC 10617 yang merupakan Industri Tepung Terigu. Sumber data diperoleh dari BPS dan Literatur Jurnal.

Metode Analisis

Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi. Analisis efisiensi pemasaran dilakukan dengan menganalisis organisasi pasar melalui model S-C-P (*structure, conduct, dan performance*), yaitu struktur pasar (*market structure*), perilaku pasar (*market conduct*) dan keragaan pasar (*market performance*).

Struktur pasar merupakan gambaran mengenai hubungan antara penjual dan pembeli, yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran, diferensiasi produk, dan kondisi keluar masuk pasar (*entry condition*). Analisis struktur pasar menurut Kohl dan Uhl (2002) adalah pangsa pasar, konsentrasi pasar, diferensiasi produk dan hambatan masuk pasar. Pangsa pasar menggambarkan bagian yang diperoleh perusahaan/wilayah dari total penjualan industri. Persamaan Market Share (MS_{ij}) (Farris, et al, 2007) adalah

$$MS_{ij} = \frac{S_i}{S_{total}} \times 100\%$$

S_i merupakan produksi tepung terigu perusahaan terbesar ke- i (ton/tahun). S_{total} merupakan total produksi tepung terigu di seluruh wilayah (ton) (provinsi di Indonesia)

Pengukuran konsentrasi rasio dilakukan dengan menghitung nilai *four firm concentration ratio* (CR4), dimana konsentrasi rasio diperoleh dengan mengukur besarnya kontribusi output yang dihasilkan oleh empat perusahaan besar di Indonesia. S_{ij} merupakan pangsa pasar (Market Share) dalam hal ini adalah produksi terbesar dari empat perusahaan penghasil tepung terigu yang terbesar di seluruh Indonesia.

Pengukuran *Indeks Hirschman – Herfindahl* (HHI) didasarkan pada jumlah total dan distribusi ukuran dari perusahaan-perusahaan dalam industri. Dihitung dengan penjumlahan kuadrat pangsa pasar semua perusahaan dalam suatu industri.

$$HHI_{ij} = \sum_{i=1}^n MS_i^2$$

Hirschman - Herfindahl Index (HHI) mengasumsikan bahwa nilai 10.000 mempunyai arti jika hanya ada satu industri di sektor tersebut (berarti strukturnya monopoli) dan jika nilainya mendekati 0 berarti pada industri yang diamati terdapat sejumlah besar industri yang ukurannya relatif sama. Pada struktur pasar persaingan sempurna menunjukkan nilai HHI kurang dari 100. Pada pasar monopolistik nilai HHI adalah antara 101 sampai dengan 999. Pada struktur pasar oligopoly nilai HHI diatas 1.000, dan pada struktur pasar monopoly nilai HHI adalah 10.000 (Naylah, 2010).

Menurut Asian Development Bank (2001) *barrier to entry* dapat didefenisikan sebagai setiap bentuk karakteristik pasar yang menghambat pendatang (*entrant*) baru untuk bersaing atas dasar yang sama dengan perusahaan yang sudah ada. Dalam defenisi ini, kombinasi biaya yang hilang (*sunk cost*) dan skala ekonomi dapat menjadi *barrier to entry*. Mengukur hambatan masuk pasar: *Minimum Efficiency Scale (MES)*

$$MES = \frac{\text{Penjualan Output Perusahaan Terbesar}}{\text{Total Output Industri}}$$

Penyebab hambatan masuk pasar adalah (1) keberadaan perusahaan terbesar yang telah ada sebelumnya dalam sebuah industry, (2) Tingginya MES dapat menjadi penghalang bagi pesaing baru untuk memasuki pasar dan (3) Jika nilai MES lebih besar dari 10 persen menggambarkan hambatan masuk yang tinggi pada suatu industri.

Keragaan pasar merupakan gambaran gejala pasar yang tampak akibat interaksi antara struktur pasar (*market structure*) dan perilaku pasar (*market conduct*). Analisis kinerja dilakukan dengan menggunakan analisis *Price-Cost-*

Margin (PCM), efisiensi-X dan utilisasi kapasitas produksi. PCM dinyatakan sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga di atas biaya produksi. PCM juga didefinisikan sebagai persentase keuntungan dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung.

$$PCM = \frac{\text{Nilah Tambah Upah Total}}{\text{Output yang dihasilkan}}$$

Pengukuran efisiensi dapat dilakukan dengan menghitung rasio nilai tambah dengan nilai input ataupun dengan cara mengukur atau melihat tingkat utilisasi kapasitas produksi perusahaan-perusahaan di industri tersebut.

$$X - eff = \frac{\text{Nilah Tambah Industri}}{\text{Nilai Input Industri}}$$

Rasio efisiensi yang dinyatakan sebagai perbandingan antara nilai tambah dan nilai input industri pada tahun ke-t untuk mengukur efisiensi internal industri (%),

$$utilisasi = \frac{\text{utilisasi kapasitas produksi}}{\text{kapasitas produksi}}$$

Untuk melihat hubungan struktur dan kinerja dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda (Ordinary Least Square). Variabel endogen adalah proksi dari keuntungan industri yaitu PCM (persen). Variabel eksogen yang digunakan adalah rasio konsentrasi (persen), nilai efisiensi-X (persen), produktivitas (persen), jumlah ekspor (ton), jumlah impor (ton)

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + X_n + e$$

X_i = Variabel eksogen yang digunakan adalah nilai efisiensi-X (persen), dan utilitas (persen)

Y = PCM (persen)

e = error term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur dan Pangsa Pasar

Hingga saat ini ada 13 perusahaan di dalam industri tepung terigu. Berdasarkan

Tabel 2, terlihat bahwa biaya terbesar yang dikeluarkan dalam industri tepung terigu adalah biaya untuk penyediaan bahan baku dan penolong (rata-rata 83%).

Tabel 2. Struktur Biaya Industri Tepung Terigu Tahun 2010-2013 (Rp Miliar)

Komponen Biaya	2010		2011		2012		2013	
	Rerata	%	Rerata	%	Rerata	%	Rerata	%
Tenaga Kerja	27.88	2.72	27.62	2.39	26.44	1.29	27.50	1.78
Bahan Bakar dan Pelumas	2.76	0.27	3.14	0.27	7.27	0.35	4.79	0.31
Bahan baku dan Penolong	843.36	82.34	992.18	85.69	1,709.21	83.48	1,312.30	84.71
Listris dan Gas	33.08	3.23	35.32	3.05	81.53	3.98	53.48	3.45
Pengeluaran Lainnya	117.17	11.44	99.55	8.60	223.04	10.89	151.12	9.75
Total	1,024.26	100.00	1,157.81	100.00	2,047.49	100.00	1,549.19	100.00

Sumber: IBS, 2010-2013

Besarnya biaya yang harus dikeluarkan dalam memproduksi tepung terigu, maka modal yang harus dimiliki perusahaan untuk bermain dalam industri juga besar. Hal ini akan menciptakan hambatan masuk (*entry barrier*) bagi perusahaan yang akan masuk dalam industri.

Pada tahun 2009, Bogasari memiliki pangsa pasar terbesar dalam industri tepung terigu. Menurut Aptindo, 2011 dalam Apriande dan Daryanto (2012) bahwa Bogasari memiliki pangsa pasar sebesar 57,3 persen yang merupakan pangsa pasar terbesar dalam industri tepung terigu. Sedangkan posisi kedua ditempati oleh PT Eastern Pearl Flour Mills atau dulu dikenal dengan nama PT Berdikari Sari Utama Flour Mills dengan pangsa pasar sebesar yaitu 10,3 persen.

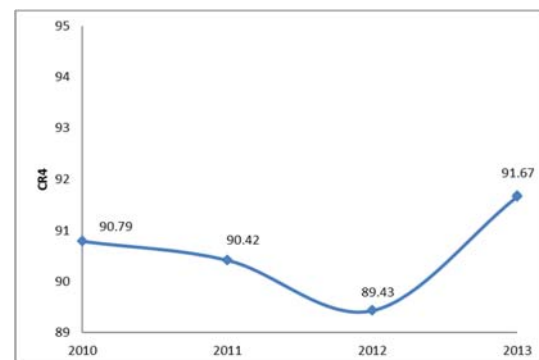
Selanjutnya secara berturut turut yaitu PT Sriboga, PT Panganmas, PT Pundi Kencana yang masing-masing pangsa pasarnya adalah 5,5 persen, 3,2 persen, dan 0,4 persen. Sedangkan 7,8 persen oleh perusahaan lainnya dan 15,5 persen adalah impor. Secara umum pangsa pasar masing-masing perusahaan dalam industry Tepung Terigu yang diolah dari data IBS 2010-2013 ditampilkan pada Tabel 3. Dari table 3 diketahui bahwa pangsa pasar hanya dikuasai oleh 3 perusahaan besar di Indonesia, dimana ketiga perusahaan tersebut menguasai

86.27 persen pada tahun 2010 dan pada tahun 2013 sebesar 86.68 persen.

Tabel 3. Pangsa Pasar Masing-masing Perusahaan di Industri Tepung Terigu Tahun 2010-2013

Firm ke	2010	2011	2012	2013
1	41.29	40.82	63.92	51.74
2	25.37	28.41	17.85	21.89
3	19.61	17.24	4.67	13.05
4	4.51	3.95	2.99	4.99
5	4.01	3.8	2.7	3.28
6	3.99	3.21	2.67	1.57
7	0.73	1.4	2.2	1.31
8	0.31	0.73	1.85	1.21
9	0.13	0.38	1.14	0.48
10	0.04	0.03	0.01	0.38
11	0	0.02	0	0.06
12	0	0	0	0.05
13	0	0	0	0
Total	100	100	100	100

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)



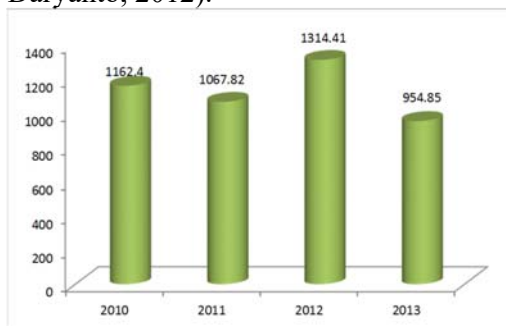
Gambar 3. Konsentrasi Pasar (CR4) Periode, 2010-2013 CR4

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

Market Structure and Performance of the Wheat Flour Industry in Indonesia

Rasio ini dapat dihitung dengan menjumlahkan pangsa pasar setiap perusahaan CR. CR4 merupakan penjumlahan empat perusahaan dengan pangsa pasar terbesar. Berdasarkan Gambar, dapat dihitung nilai CR4 untuk industri tepung terigu adalah sebesar 91.67 pada tahun 2013 (Gambar 3)

Berdasarkan nilai CR4 dan HHI tahun 2013 (Gambar 4) yang masing-masing bernilai 91.67 dan 954.85 perusahaan besar tepung terigu yang ada di Indonesia sangat menguasai pasar. Maka dapat dikatakan bahwa industri tepung terigu sangat terkonsentrasi pada perusahaan besar yang ada di dalamnya. Struktur pasar industri tepung terigu di Indonesia memiliki karakteristik oligopoli ketat (*tight oligopoly*) karena nilai CR4 di atas 60 persen dan HHI di atas 1.800 (Shepherd (1990) dalam Apriande dan Daryanto, 2012).



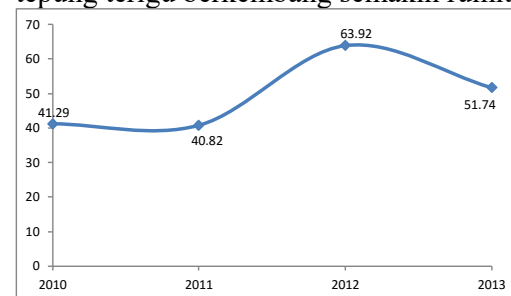
Gambar 4. Hirschman-Herfindahl Index (HHI)
Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

Hambatan Masuk Pasar

Awalnya industri tepung terigu di monopoli oleh Bulog. Ketika itu Bogasari menguasai pasar penggilingan tepung terigu di Indonesia. Kebijakan pemerintah pada saat itu menghambat perusahaan untuk investasi dalam industri tepung terigu, sehingga industri tepung terigu masuk ke dalam Daftar Negatif Investasi (DNI). DNI ini merupakan sebuah kebijakan pemerintah untuk membatasi penguasaan asing di Indonesia dengan mengatur sektor/komoditi apa yang dapat dikelola asing. Pada tahun 1995,

pemerintah mengeluarkan kebijakan yang dikenal dengan Paket Juni (Pakjun) 1995. Sehingga industri tepung terigu tidak masuk lagi dalam DNI (Alistair, 2004).

Nilai MES tahun 2013 adalah 51,74% (Gambar 5). Pelaku baru setidaknya menghasilkan rata-rata output minimal 51,74% dari total output tepung terigu lokal di Indonesia. Jika tidak dilakukan, maka pesaing baru tersebut akan menanggung biaya unit yang lebih besar dan tidak akan sanggup untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan pesaing *incumbent*. Penelitian lain adalah Alistair (2004) disebutkan bahwa skala efisiensi minimum (MES) rata-rata dari tahun 1998-2002 sebesar 45,39 persen. Sementara menurut Puspasari (2006) nilai *Minimum Efficient Scale* (MES) sebesar 25,58 persen. Dilihat dari hal ini maka jelas hambatan masuk pasar industri tepung terigu berkembang semakin rumit.



Gambar 5. Nilai Minimum Efisiensi Scala (MES)

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

Faktor penghambat investasi lainnya adalah kebijakan yang mengharuskan perusahaan untuk mengekspor 65 persen dari total produksinya ke luar negeri. Namun, saat ini kebijakan tersebut telah dihapuskan. Perusahaan harus ditunjang dengan kapasitas pabrik yang besar serta fasilitas yang memadai dan modal yang besar pula. Hal inilah yang menjadi salah satu penghambat masuknya perusahaan baru dalam industri tepung terigu. Berikut merupakan nilai investasi yang dimiliki perusahaan-perusahaan dalam industri tepung terigu pada Tabel 4.

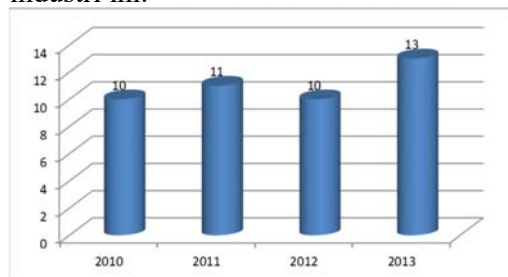
Tabel 4. Total Investasi Industri Terigu Nasional

Firm Ke	2010		2011		2012		2013	
	ASET	TK	ASET	TK	ASET	TK	ASET	TK
1	0.00	1,561	0.00	1,561	0.00	1,561	0.00	1,300
2	1,512.36	861	1,512.95	876	1,554.01	841	1,554.83	730
3	526.87	586	501.42	598	0.00	114	516.22	637
4	355.95	137	0.00	151	0.00	35	0.00	135
5	55.62	294	363.57	137	363.57	137	14.73	310
6	0.00	151	20.50	310	18.50	310	144.69	110
7	0.00	28	0.00	54	0.00	54	0.00	99
8	0.00	217	0.00	28	41.84	183	0.00	224
9	0.99	30	0.00	256	0.00	28	11.84	61
10	0.53	30	1.70	51	1.42	22	0.00	28
11	0.00	0	0	20	0	0	1.90	75
12	0.00	0	0	0	0	0	0.51	28
13	0.00	0	0	0	0	0	0.66	20

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

Entry and Exit Process

Perusahaan di dalam industri tepung terigu yang pertama sekali adalah PT. Bogasari. Tahun 1982 berdiri perusahaan PT. Berdikari yang sekarang dikenal dengan nama PT. Eastern Pearl Flour Mills (Apriande dan Daryanto, 2012), hingga saat ini sudah terdapat 13 perusahaan di dalam industri tepung terigu. Berikut merupakan perkembangan jumlah perusahaan yang berada dalam industri ini.



Gambar 6. Jumlah Perusahaan Tepung Terigu

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

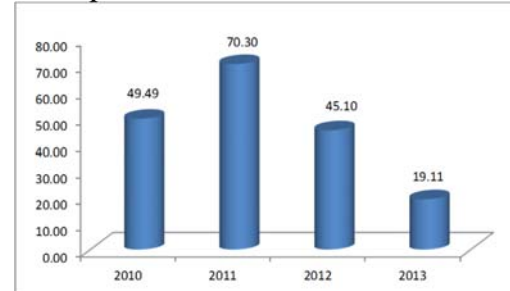
Tabel 5. Jumlah Perusahaan Tepung Terigu di Indonesia Menurut Jenis Investasinya

Tahun	PMDN	PMA	Lainnya	Total
2010	4	2	4	10
2011	4	2	5	11
2012	5	2	3	10
2013	4	3	6	13

Sumber: IBS, 2010-2013 (Diolah)

Kinerja Pasar

Indikator yang dapat menunjukkan kinerja pasar dilihat dari keuntungan yang diperoleh dalam industri. Pendekatan yang umum digunakan adalah *Price-Cost Margin* (PCM) sebagai persentase keuntungan dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung. Menurut Kemendag (2008) nilai PCM pada tahun 2009 yaitu 10,75 persen.

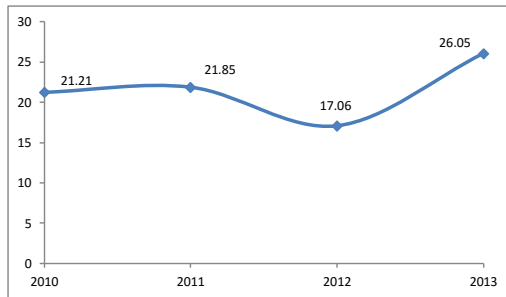


Gambar 7. Efisiensi-x Industri Tepung Terigu di Indonesia Tahun 2010-2013

Sumber: IBS, 2010-2013 (diolah)

Hal ini berarti industri tepung terigu menerima keuntungan sebesar 10,75 persen dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung. Sementara dalam temuan kami mencapai 26.05% pada tahun 2013 (Gambar 8). Selain PCM dan efisiensi-x, pengukuran kinerja dapat dilakukan dengan melihat utilitas kapasitas produksi industri tepung terigu setiap tahunnya. Berdasarkan analisis kinerja pasar yang telah dikaji, nilai PCM

dan efisiensi-x dari industri tepung terigu relatif rendah.



Gambar 8. Nilai PCM

Sumber: IBS, 2010-2013 (diolah)

Namun, nilai CR4 dan HHI sangat tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa industri tepung terigu memiliki kondisi *contestable market* atau *inefisiensi* (dapat salah satu atau keduanya) yang dapat menyebabkan tingkat persaingan dalam industri yang cukup rendah (Alistair, 2004).

Hubungan Struktur dan Kinerja

Hasil analisis menggunakan pendekatan regresi menunjukkan bahwa respon perubahan efisiensi-x dan utilitas adalah positif, dan kedua variabel tersebut signifikan secara statistik khususnya variabel efisiensi-x. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi efisiensi-x dan utilitas maka kinerja perusahaan juga akan tinggi.

$$PCM = 4.21 + 0.20 \text{ eff-X} + 0.19 \text{ utilitas}$$

(3.43) (1.33)

$$R^2 = 0.823$$

Data Pooled, IBS. Industri sebagai Ruang, Tahun 2010-2013 sebagai series

Keterkaitan Studi Sebelumnya dengan Studi ini

Beberapa studi yang dijadikan acuan dalam penelitian ini antara lain adalah tulisan (Apriande dan Daryanto, 2012) dengan judul Analisis Struktur,

Perilaku, dan Kinerja Industri Tepung Terigu di Indonesia, dan tulisan lainnya yang memiliki konten yang sama tetapi dengan kasus industri/komoditi yang berbeda, seperti Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Kayu Di Provinsi Lampung (Anggraini, et.al, 2013), Analisis Efisiensi Pemasaran Jagung Di Provinsi Nusa Tenggara Barat (Sari, et.al, 2013), dan *Rice Market Structure, Conduct and Performance in Nigeria: A Survey of Akwa Ibom State Rice Marketers* (Bassey, et. al, 2013), Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja Industri Mi Instan di Indonesia (Puspasari, 2006) dan Analisis Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja pada Industri Tepung Terigu di Indonesia Pasca Penghapusan Monopoli Bulog (Alistair, 2004).

Beberapa hal yang dapat ditarik kesimpulan yang mendasar jika ditelaah dari tulisan Apriande dan Daryanto, (2012) adalah bahwa stuktur industri ini semakin mengarah kepada oligopoli ketat. Hal ini juga terlihat semakin besarnya nilai PCM, menurut Alistair (2004) industri tepung terigu rata-rata PCM nya sebesar 26,11 sedangkan dalam tulisan Apriande dan Daryanto (2012) nilainya menurun menjadi sebesar 10,75, dan dalam hasil penelitian ini meningkat kembali menjadi 26,05.

Apriande dan Daryanto (2012), dalam kajiannya menjelaskan bahwa bahwa struktur industri tepung terigu adalah struktur pasar oligopoli ketat (*tight oligopoly*) dimana terdapat persaingan ketat antara beberapa perusahaan besar. Hal ini dapat dilihat dari nilai rasio konsentrasi empat perusahaan besar (CR4) di atas 60 persen yaitu 76,3 persen, sementara Puspasari (2006) memperoleh rata-rata CR4 yaitu sebesar 51,71 persen pada periode penelitian dan dalam penelitian ini ditemukan bahwa CR4 mencapai pada besaran 91,67% yang nilainya cukup fantastis. Dari nilai ini dapat disadari bahwa dari 4 perusahaan memiliki share produk sebesar 91,67%

terhadap industri tepung. Secara logis, maka dapat dipastikan bahwa keempat perusahaan tersebut dapat mempengaruhi pasar secara signifikan. Meskipun terlihat perkembangan jumlah perusahaan meningkat, tetapi ada indikasi bahwa perusahaan tersebut merupakan anak cabang dari perusahaan yang telah stabil dan memiliki pangsa pasar yang besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait dengan industri tepung di Indonesia, yaitu:

1. Struktur pasar industri tepung terigu dari tahun ke tahun cenderung mengarah pada struktur oligopoly ketat, dimana terdapat satu perusahaan besar yang dominan. Hal ini dilihat dari hasil pengukuran konsentrasi pasar dengan menggunakan CR4 dan HHI.
2. Struktur pasar yang dominan dalam industri tepung terigu menyebabkan perilaku pasar yang terjadi dalam industri ini cenderung mengikuti perusahaan besar. Ini disebut dengan *band wagon effect* dimana perusahaan kecil akan mengikuti langkah yang diambil perusahaan besar. Hal ini akan mendorong terjadinya kepemimpinan harga yang kolusif.
3. Kinerja pasar dari industri tepung terigu dinilai masih inefisiensi atau contestable market. Hal ini dilihat dari nilai CR4 dan HHI yang tinggi namun PCM-nya rendah.

Pasar yang tidak sempurna akan menyebabkan inefisiensi dalam ekonomi, sehingga intervensi pemerintah sangat diperlukan terutama mengatur agar pasar menjadi lebih kompetitif dan penguasaan industri tidak hanya dikuasai oleh beberapa industri besar saja. Memasukkan industri terigu ke dalam DNI perlu dipertimbangkan kembali. Dilihat dari nilai *concentration ratio* diketahui bahwa pangsa pasar hanya dikuasai oleh beberapa perusahaan besar yang

menggerakkan industri pertepungan di Indonesia, sehingga intervensi pemerintah terkait pembatasan penguasaan pasar harus dilakukan secara cermat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aleksandrova A. dan J. Lubys. 2004. *Application of The Structure-Conduct-Performance Paradigm in a Transition Economy: Explaining Reported Profitability of The Largest Latvian Firms*. SSE Working Papers 2004:8(63). Stockholm School of Economics in Riga, Latvia.
- Alistair. 2004. *Analisis Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja pada Industri Tepung Terigu di Indonesia Pasca Penghapusan Monopoli Bulog*. [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Apriande C, and A. Daryanto. *Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Tepung Terigu di Indonesia*. Forum Agribisnis. Vol. 2. No. 2. 2012.
- Asmarantaka, R.W. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Departemen Agribisnis. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Bogasari. 2016. <http://www.bogasari.com/tentang-kami/baca-berita.aspx?t=tiga-inovasi-produk-bogasari>. [26 Oktober 2016].
- Farris et al. 2007. *Marketing Metrics*. Wharton School Publishing. United States of America.
- Ferguson, Paul R dan Ferguson, Glenys. J. 1994. *Industrial Economics, Issues and Perspectives*. New York University Press.
- Hasibuan N. 1993. *Ekonomi Industri Persaingan, Monopoli dan Regulasi*. Jakarta: LP3ES.
- Jaya, W. K. 2001. *Ekonomi Industri*. BPFE. Yogyakarta.
- Kohls, R.L. dan J.N. Uhl. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. Ninth

Market Structure and Performance of the Wheat Flour Industry in Indonesia

- Edition. Macmillan Company, New York.
- Lipsey R. G. dan P.O. Steiner. 1981. *Economics*. New York: Harper and Row Publisher.
- Martin Stephen. 1994. *Industrial Economics; Economic Analysis and Public Policy*. Second Edition. New York.
- Mauludyani, Anna Vipta Resti. 2008. *Elastisitas Permintaan Pangan Strategis Berdasar Analisis Data SUSENAS 2005 dan Implikasinya Terhadap Konsumsi dan Upaya Perbaikan Konsumsi Pangan Masyarakat Indonesia*. [Skripsi]. Bogor : Program Studi Gizi Masyarakat dan Sumberdaya Keluarga, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Naylah, Maal. 2010. *Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Kinerja Industri Perbankan Indonesia*. [Tesis]. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Puspasari, Citra. 2006. *Analisis Struktur-Perilaku-Kinerja Industri Mi Instan Di Indonesia*. [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Saftiana, Y. 2014. *Analisis Hubungan Rasio Konsentrasi, Intensitas Iklan, dan Profitabilitas Industri Kosmetik di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, 12(4), 243-258.
- Sudiyono. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM Press. Malang.