

Estimasi bentuk persaingan usaha dan perilaku kolusi pada industri pembibitan ayam pedaging di Indonesia

Ibnu Edy Wiyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90738&lokasi=lokal>

Abstrak

Diskusi mengenai pasar oligopoli pada umumnya selalu bermuara pada pembahasan mengenai bentuk perilaku persaingan usaha (mode of competition) dan perilaku kolusi (collusive behavior) perusahaan-perusahaan yang ada didalamnya.

Mengikuti arus besar tersebut, tesis ini mencoba untuk mengestimasi bentuk perilaku persaingan usaha dan perilaku kolusi perusahaan-perusahaan pembibitan ayam pedaging di Indonesia. Ketersediaan data dan posisi strategis dari output (Day Old Chicks/bibit ayam) yang dihasilkan oleh perusahaan pembibitan ayam pedaging bagi kelangsungan usaha peternak ayam pedaging menjadi dua alasan utama dipilihnya industri ini.

Bentuk pasar yang oligopolistis sebagaimana yang ditunjukkan oleh tingginya tingkat penguasaan pasar oleh empat perusahaan pembibit utama dan adanya perbedaan skala usaha yang cukup tajam antara perusahaan pembibit besar dengan perusahaan pembibit kecil menjadi alasan lain dipilihnya industri pembibitan ayam pedaging Indonesia sebagai studi kasus penelitian ini.

Pendekatan conjectural variation yang digunakan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa perusahaan pembibitan ayam pedaging di Indonesia dalam menentukan tingkat produksi yang memaksimalkan keuntungannya selalu memperhitungkan tingkat produksi output perusahaan pembibit lainnya. Dengan kata lain perilaku persaingan usaha di industri ini cenderung mengikuti model persaingan ala Cournot. Perusahaan-perusahaan pembibit pun cenderung tidak saling melakukan koordinasi (independen) dalam proses penentuan output yang memaksimalkan keuntungannya.

Tidak ditemukannya kolusi yang permanen dalam jangka panjang di industri ini berimplikasi pada perlu adanya perubahan fokus pengawasan industry regulator dari isu kolusi ke isu kemungkinan dilakukannya predatory pricing oleh perusahaan-perusahaan pembibit berskala besar terhadap perusahaan-perusahaan pembibit berskala kecil. Isu predatory pricing menjadi penting karena akan sangat sulit untuk dideteksi jika hal ini dilakukan pada saat pasar mengalami kelebihan produksi dimana pada kondisi ini price cut mendapatkan legitimasi bisnisnya.