

**ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI  
MINYAK GORENG SAWIT INDONESIA MENGGUNAKAN  
PARADIGMA *STRUCTURE CONDUCT PERFORMANCE* (SCP)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik**

**VIVI EVERTINA  
04 04 07067Y**



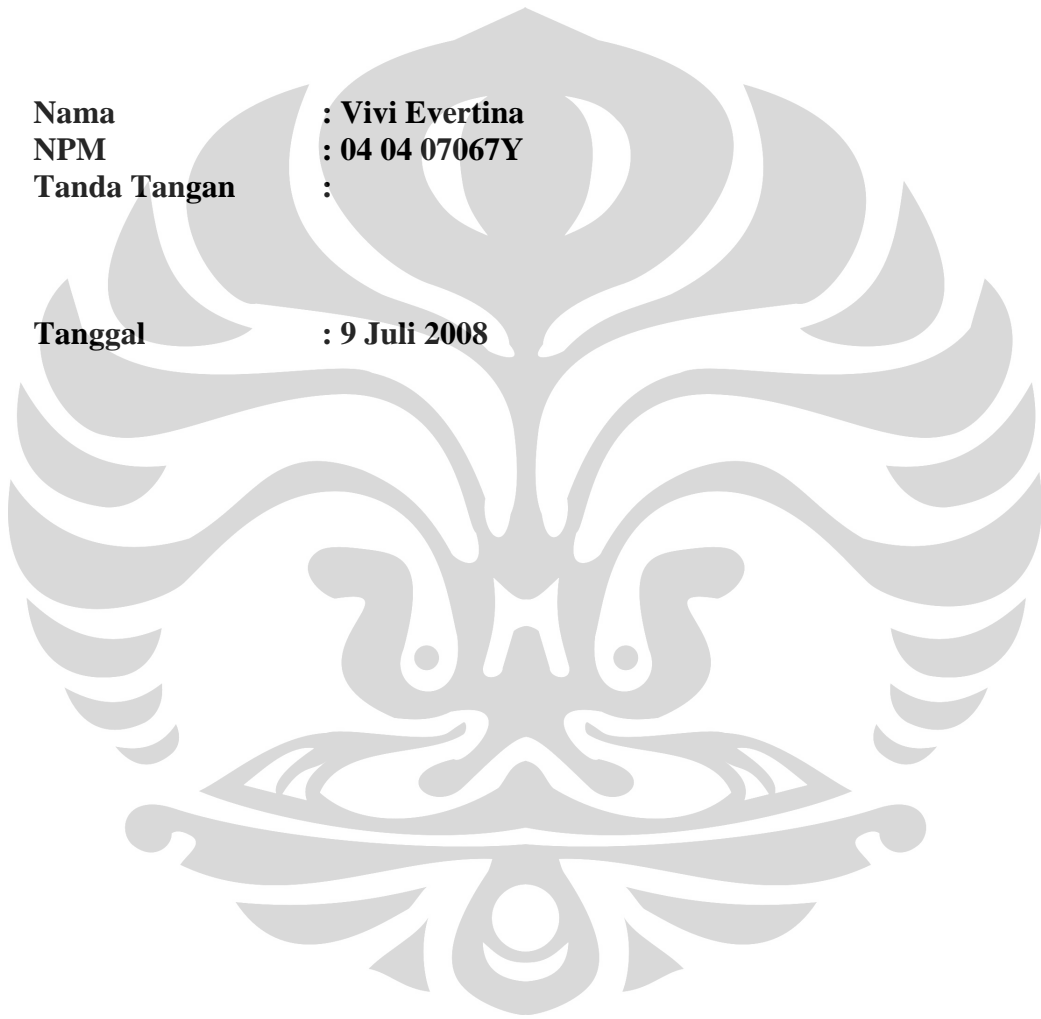
**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS INDONESIA  
DEPOK  
JULI 2008**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Vivi Evertina**  
**NPM : 04 04 07067Y**  
**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 9 Juli 2008**



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Vivi Evertina  
NPM : 040407067Y  
Program Studi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri  
Minyak Goreng Sawit Indonesia Menggunakan Paradigma *Structure Conduct Performance* (SCP)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan di terima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Erlinda Muslim, MEE (.....)  
Penguji : Ir. M. Dachyar, M. Sc (.....)  
Penguji : Ir. Fauzia Dianawati, Msi (.....)

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : 9 Juli 2008

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS  
(Hasil Karya Perorangan)**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivi Evertina  
NPM/NIP : 040407067Y  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia Menggunakan Paradigma *Structure Conduct Performance* (SCP) beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 9 Juli 2008  
Yang menyatakan

( Vivi Evertina)

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa kerja sama dan dukungan dari berbagai pihak yang telah membimbing, membantu, memberikan saran, kritik, dan motivasi. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

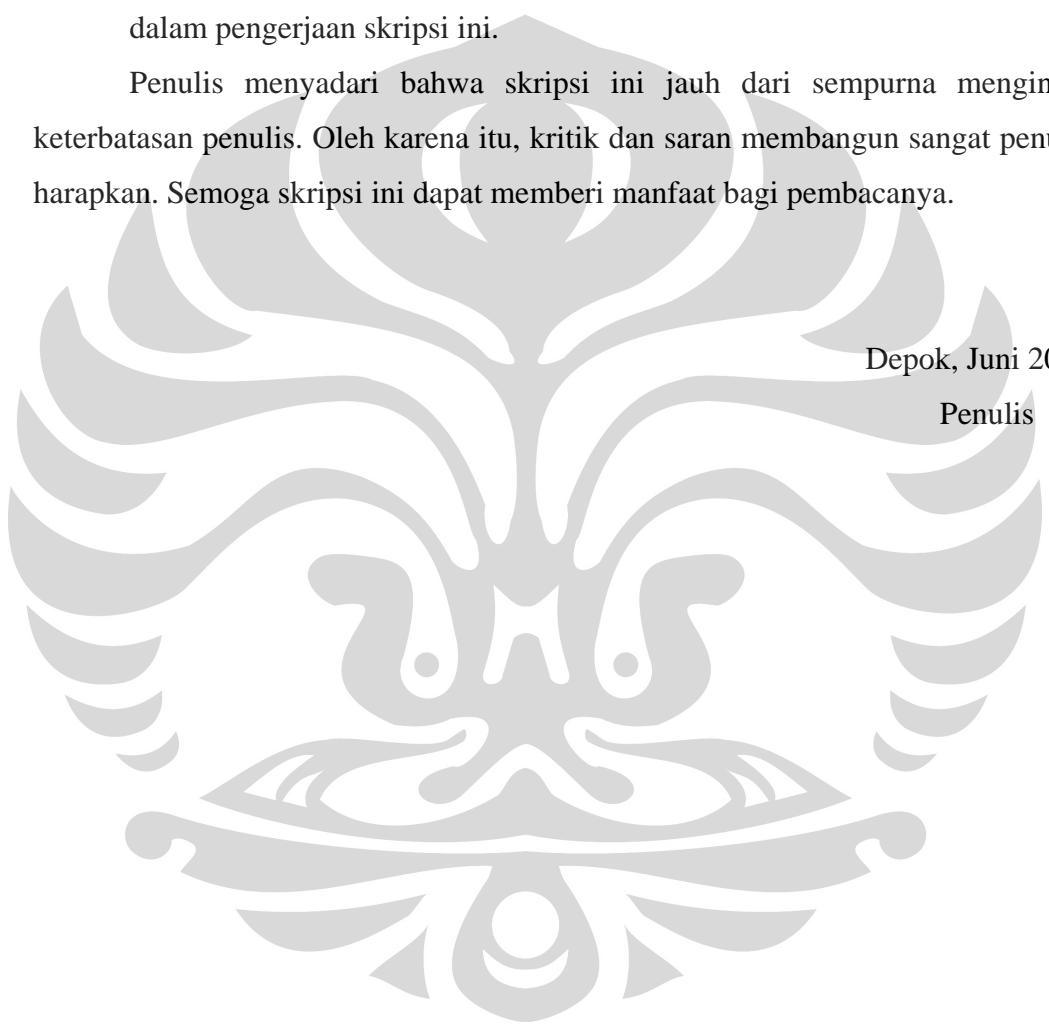
1. Kedua orang tua penulis, yang selalu mendoakan, memberikan dorongan dan menjadi motivasi penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Abang Bob, Adek Mega, dan Geri yang akan selalu menjadi Saudara yang terbaik untuk penulis
3. Ibu Ir. Erlinda Muslim, MEE selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing, memotivasi dan memberikan pengarahan bagi penulis
4. Bapak Ir. Rahmat Nur Cahyo yang sangat membantu, memotivasi, dan memberikan masukan dalam pengerjaan skripsi penulis
5. Amy, Dhanu, Diar LVP, Prasty, Melati, dan Fenny yang sudah menjadi sahabat terbaik selama ini
6. Ian C. yang sudah menjadi teman terbaik dan selalu sabar menghadapi penulis
7. Marshel J. Indri yang mengajarkan penggunaan software Eviews dan merekomendasikan literatur metode SCP
8. Nuri, Dita, Glory, Nanda, Azis, dan Ita sebagai teman diskusi dalam pengerjaan skripsi penulis
9. Surip, Ajeng, Nadya, Dee, Hendry, Ari, Fahmi, Gukguk, Rio, Bjo, Distya, Asep, Cinde, Ipeh, Dika, Gode, Cici, Ade, Randy, Willy, Dawi, Ramon, Ifu, Gde, Arief (emte), Reza, Ria, Erika, Oka, dan anak TI04 lainnya yang namanya tidak bisa disebut satu-satu atas kebersamaannya dan menjadi teman terbaik penulis selama empat tahun ini
10. Prof. Tresna yang memberikan topik skripsi ini

11. Karyawan Pusdatin dan Perpustakaan Deperin yang sangat terbuka membantu penulis mencari data
12. Pak Bintoro yang memberikan bantuan untuk mendapatkan data inti penelitian ini
13. Mbak Har, Mbak Ana, Mas Mursyid, Mas Latif, Mas Dody, Mas Iwan atas bantuannya selama ini.
14. Seluruh pihak yang baik secara langsung dan tidak langsung membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna mengingat keterbatasan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembacanya.

Depok, Juni 2008

Penulis



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Vivi Evertina  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 21 April 1986  
Alamat : Jl. Kayu Mas Tengah No. 11 Jakarta Timur 13260

Pendidikan :

|    |      |   |   |
|----|------|---|---|
| a. | SD   | : | SD N 05 Pagi (1992 – 1998)  |
| b. | SLTP | : | SLTP N 92 (1998 – 2001)   |
| c. | SMU  | : | SMU N 68 (2001 – 2004)  |
| d. | S-1  | : | Departemen Teknik Industri,<br>Fakultas Teknik Universitas Indonesia<br>(2004 – 2008) |

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS  
(Hasil Karya Perorangan)**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vivi Evertina  
NPM/NIP : 040407067Y  
Program Studi : Teknik Industri  
Fakultas : Teknik  
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia Menggunakan Paradigma *Structure Conduct Performance* (SCP) beserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 24 Juni 2008  
Yang menyatakan

( Vivi Evertina)



## ABSTRAK

Nama : Vivi Evertina  
Program studi : Teknik Industri  
Judul : Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Menggunakan Paradigma Structure Conduct Performance (SCP)

Sebagai negara penghasil CPO terbesar kedua di dunia dan didukung pula oleh upaya yang dilakukan Pemerintah dalam menstabilkan harga minyak goreng sawit dengan menetapkan kebijakan, seperti pungutan ekspor harusnya Indonesia bisa mengendalikan harga minyak goreng sawit domestik. Akan tetapi tidak begitu kenyataannya, harga minyak goreng sawit tidak stabil bahkan terus melambung naik, terutama sejak krisis ekonomi yang melanda Indonesia tahun 1998 lalu.

Penelitian ini mencoba untuk mengidentifikasi keadaan pasar sebenarnya dengan melihat struktur, perilaku, dan kinerja industri minyak goreng sawit menggunakan metode Structure Conduct Performance (SCP) sehingga dapat diketahui penyebab dari tidak stabilnya harga minyak goreng domestik. Kemudian dilakukan analisis ekonometrika menggunakan analisis regresi majemuk untuk mengetahui hubungan struktur terhadap kinerja industri (yang dipengaruhi oleh naiknya harga minyak goreng). Selanjutnya adalah mengevaluasi kebijakan yang dibuat Pemerintah dalam menstabilkan harga minyak goreng.

Dari hasil penelitian didapat bahwa adanya perilaku dominasi dari beberapa perusahaan besar dalam menetapkan harga minyak goreng sawit akibat dari struktur pasarnya yang oligopoli (dengan nilai konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar (CR4) lebih dari 40%). Nilai tingkat keuntungan (PCM)/kinerja perusahaan industri minyak goreng sawit melebihi indeks lerner 0 (antara 0,2 – 0,35). Artinya perusahaan pada industri minyak goreng sawit memiliki kekuatan pasar. Dari hasil penelitian juga dapat diketahui juga bahwa kebijakan yang dikeluarkan Pemerintah dalam menstabilkan harga minyak goreng kurang efektif, terbukti dengan harga minyak goreng yang selalu naik.

Kata kunci :

industri minyak goreng sawit, *Structure Conduct Performance*, kebijakan industri minyak goreng sawit

## ABSTRACT

Nama : Vivi Evertina  
Program studi : Teknik Industri  
Judul : Structure, Conduct, and Performance Analysis in Palm Cooking Oil Industry in Indonesia Using Structure Conduct Performance Paradigm (SCP)

As the second largest country producing CPO in the world, Indonesia should have had the power to control domestic palm cooking oil price. Even though the government made serious efforts to stabilize the price by establishing policies, such as export tax, as a matter of fact, palm cooking oil price is unstable and keep rising, particularly since Indonesia's economy crisis in 1998.

This research tried to identify the real market condition by observing the structure, conduct, and performance of palm cooking oil industry using Structure Conduct Performance (SCP) method to find the cause of the instability of palm cooking oil price. To know the relationship between variables indicating structure and industry performance we used econometric analysis using multiple regression analysis, so the factors that affect the performance (affect by the rising of palm cooking oil price) can be identified. The next step is evaluating government policies in stabilizing domestic palm cooking oil.

The research results are: there is the domination behavior from some big companies in order to decide the price of palm cooking oil as consequences of Oligopoly market structure (with four largest companies concentration ratio (CR4) is more than 0,4). The average profit margin (PCM) of palm cooking oil industry is more than 0 (between 0,2 – 0,35). It means that company has a power to control the market. And also from the research is known that The government policies to stabilize palm cooking oil price are not effective because of the palm cooking price still increases until now.

Kata kunci :

palm cooking oil industry, *Structure Conduct Performance*, Policy of palm cooking oil industry

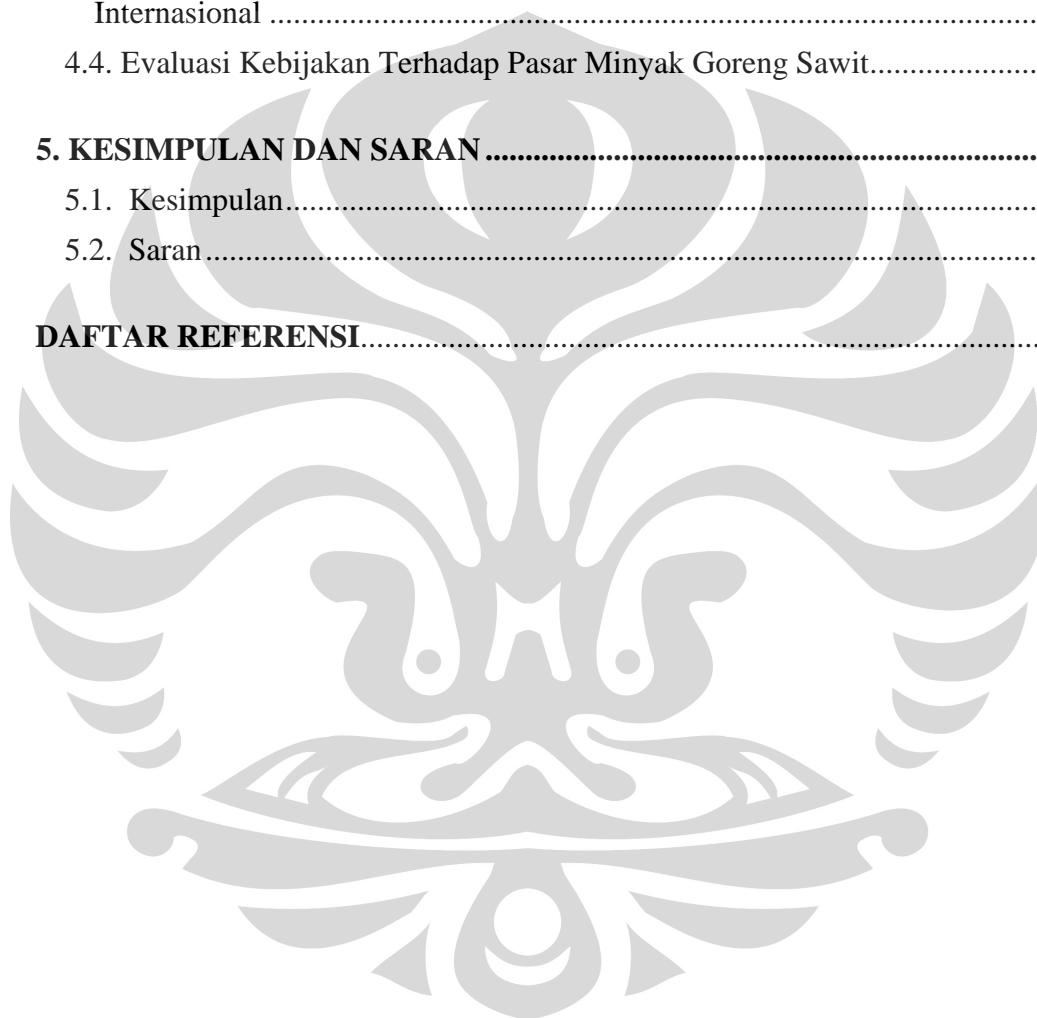
## DAFTAR ISI

|   |              |
|---|--------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>  | <b>i</b>     |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>                          | <b>iii</b>   |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>                                      | <b>iv</b>    |
| <b>LEMBAR PERSETULEMBAR KEASLIAN SKRIPSI .....</b>                    | <b>ii</b>    |
| <b>JUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>                               | <b>vi</b>    |
| <b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>                                     | <b>vii</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>viii</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>   | <b>ix</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>  | <b>x</b>     |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>   | <b>xiv</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>   | <b>xvi</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>   | <b>xviii</b> |
| <b>1. PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>     |
| 1.1. Latar Belakang.....  | 1            |
| 1.2. Diagram Keterkaitan Masalah.....                                 | 4            |
| 1.3. Perumusan Masalah.....   | 4            |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....   | 5            |
| 1.5. Batasan Masalah.....   | 5            |
| 1.6. Metodologi Penelitian .....                                      | 5            |
| 1.7. Sistematika Penulisan.....                                       | 9            |
| <b>2. LANDASAN TEORI.....</b>   | <b>11</b>    |
| 2.1. Organisasi Industri.....   | 11           |
| 2.2. Pendekatan Structure Conduct Performance .....                   | 12           |
| 2.2.1. Kondisi Dasar Pasar .....                                      | 14           |
| 2.2.1.1. Sisi Permintaan .....  | 14           |
| 2.2.1.2. Sisi Penawaran.....  | 14           |
| 2.2.2. Struktur Industri ( <i>Structure</i> ).....                    | 16           |
| 2.2.2.1. Konsentrasi Pasar ( <i>Market Concentration</i> ).....       | 17           |
| 2.2.2.2. Hambatan Masuk Pasar ( <i>Entry Barrier</i> ).....           | 19           |
| 2.2.2.3. Diferensiasi Produk ( <i>Product Differentiation</i> ) ..... | 20           |
| 2.2.2.4. Integrasi Vertikal ( <i>Vertical Integration</i> ).....      | 20           |
| 2.2.3. Perilaku Industri ( <i>Conduct</i> ).....                      | 25           |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 2.2.3.1.  | Strategi Harga ( <i>Pricing Strategy</i> ) .....                              | 26        |
| 2.2.3.2.  | Strategi Produk ( <i>Product Strategy</i> ) .....                             | 27        |
| 2.2.3.3.  | Riset dan Pengembangan .....  | 27        |
| 2.2.3.4.  | <i>Advertising</i> .....  | 27        |
| 2.2.3.5.  | Persaingan dan Kolusi .....   | 27        |
| 2.2.4.    | Kinerja Industri ( <i>Performance</i> ) .....                                 | 31        |
| 2.2.4.1.  | <i>Price Cost Margin</i> .....  | 33        |
| 2.2.4.2.  | Tingkat Efisiensi .....   | 35        |
| 2.2.4.3.  | <i>Progressiveness</i> .....  | 35        |
| 2.3.      | Analisis Struktur Kekuatan Persaingan .....                                   | 36        |
| 2.4.      | Hubungan Struktur Perilaku Kinerja .....                                      | 38        |
| 2.4.1.    | Metode Regresi .....  | 40        |
| 2.4.1.1.  | Panel ( <i>Pooled Data</i> ) .....  | 41        |
| 2.4.1.2.  | Aturan Keputusan Pengujian Hipotesis .....                                    | 42        |
| 2.4.1.3.  | Pengujian Asumsi OLS .....  | 43        |
| <b>3.</b> | <b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>                                  | <b>45</b> |
| 3.1.      | Pengumpulan Data Industri Kelapa Sawit dan Industri Minyak Goreng Sawit ..... | 45        |
| 3.1.1.    | Gambaran Umum Kelapa Sawit .....  | 45        |
| 3.1.1.1.  | Sejarah Kelapa Sawit .....  | 45        |
| 3.1.1.2.  | Pohon Industri Kelapa Sawit .....   | 46        |
| 3.1.1.3.  | Proses Penyulingan Minyak Kelapa Sawit .....                                  | 47        |
| 3.1.2.    | Industri Kelapa Sawit Indonesia .....   | 48        |
| 3.1.2.1.  | Perkembangan Industri Kelapa Sawit di Indonesia .....                         | 49        |
| 3.1.2.2.  | Ketersediaan Lahan Produksi Kelapa Sawit .....                                | 49        |
| 3.1.2.3.  | Ketersediaan Pasar .....  | 52        |
| 3.1.2.4.  | Daya Saing .....  | 53        |
| 3.1.2.5.  | Posisi Industri Kelapa Sawit Indonesia .....                                  | 55        |
| 3.1.2.6.  | Peluang Industri Kelapa Sawit Indonesia .....                                 | 56        |
| 3.1.2.7.  | Perusahaan Kelapa Sawit .....   | 57        |
| 3.1.3.    | Prospek Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....                          | 57        |
| 3.1.3.1.  | Perkembangan Produksi Minyak Goreng Sawit Di Indonesia .....                  | 58        |
| 3.1.3.2.  | Para Pelaku Usaha Minyak Goreng Sawit dan Penyebarannya .....                 | 59        |
| 3.1.4.    | Potensi Persaingan Indonesia Versus Malaysia .....                            | 63        |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1.5. Kebijakan Yang Berkembang Dalam Industri Kelapa sawit dan Turunannya di Indonesia .....   | 64        |
| 3.2. Pengumpulan Data Untuk Pengolahan SCP .....   | 70        |
| 3.2.1. Data Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia .....   | 71        |
| 3.2.2. Data Perilaku Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia .....   | 72        |
| 3.2.3 Data Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....  | 74        |
| 3.3. Pengolahan Data .....   | 75        |
| 3.3.1. Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia .....  | 75        |
| 3.3.1.1. Tingkat Konsentrasi Industri .....  | 75        |
| 3.3.1.2. Hambatan Masuk Pasar .....  | 76        |
| 3.3.2. Perilaku Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....   | 77        |
| 3.3.2.1. Estimasi Model .....  | 78        |
| 3.3.2.2. Uji Pelanggaran Asumsi .....  | 79        |
| 3.3.2.3. Hasil Estimasi Model .....  | 81        |
| 3.3.3. Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit .....  | 82        |
| 3.3.3.1. <i>Price Cost Margin (PCM)</i> .....  | 82        |
| 3.3.3.2. Efisiensi .....   | 83        |
| 3.3.3.3. Sumbangan Nilai Tambah dan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit terhadap Industri Manufaktur di Indonesia ..... | 84        |
| 3.3.4. Menganalisis Hubungan Antara Struktur dan Kinerja .....   | 88        |
| 3.3.4.1. Estimasi Model .....  | 89        |
| 3.3.4.2. Uji Pelanggaran Asumsi .....  | 90        |
| 3.3.4.3. Hasil Estimasi Model .....  | 92        |
| <b>4. ANALISIS .....</b>   | <b>93</b> |
| 4.1. Analisis Deskriptif .....   | 93        |
| 4.1.1. Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia .....  | 93        |
| 4.1.1.1. Tingkat Konsentrasi Industri .....  | 93        |
| 4.1.1.2. Hambatan Masuk Pasar .....  | 98        |
| 4.1.1.3. Analisis Struktur Kekuatan Persaingan .....   | 101       |
| 4.1.2. Perilaku Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....   | 103       |
| 4.1.2.1. Perilaku Pendistribusian Produksi CPO Indonesia .....   | 104       |
| 4.1.2.2. Perilaku Harga Minyak Goreng Domestik .....   | 106       |
| 4.1.3. Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....  | 110       |
| 4.1.3.1. <i>Price Cost Margin (PCM)</i> .....  | 110       |
| 4.1.3.2. Efisiensi .....   | 110       |

|  |            |
|--|------------|
| 4.1.3.3. Sumbangan Nilai Tambah dan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur di Indonesia ..... | 114        |
| 4.2. Analisis Ekonometrika .....   | 116        |
| 4.2.1. Hasil Regresi Model .....   | 117        |
| 4.3. Analisis Dampak Kebijakan Terhadap Kinerja Industri .....   | 123        |
| 4.3.1. Kebijakan Pungutan Ekspor.....  | 123        |
| 4.3.2. Kebijakan DMO.....  | 126        |
| 4.3.3. Kebijakan Pungutan Ekspor Yang Disesuaikan dengan Harga CPO Internasional .....   | 127        |
| 4.4. Evaluasi Kebijakan Terhadap Pasar Minyak Goreng Sawit.....  | 128        |
| <b>5. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>129</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....   | 129        |
| 5.2. Saran.....  | 131        |
| <b>DAFTAR REFERENSI.....</b>   | <b>132</b> |



## DAFTAR TABEL

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Tabel 2.1. Kelebihan dan Kekurangan Utama Strategi Integrasi Vertikal.....   | 21                                  |
| Tabel 2.2. Jenis-jenis Utama Struktur Pasar .....  | 22                                  |
| Tabel 2.3. Ukuran Kinerja Menurut Area dan Sudut Pandang   | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 3.1. Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit CPO.....   | 50                                  |
| Tabel 3.2. Pangsa Produksi dan Konsumsi Minyak Nabati Dunia.....   | 54                                  |
| Tabel 3.3. Produksi Kelapa Sawit Dunia .....   | 56                                  |
| Tabel 3.4. Kapasitas Terpasang Industri Fraksionasi Tahun 2001 .....   | 58                                  |
| Tabel 3.5. Total Konsumsi Minyak Goreng Sawit dan Minyak Goreng Kelapa....   | 59                                  |
| Tabel 3.6. Penyebaran Minyak Goreng Sawit Berdasarkan Propinsi Berikut Kapasitas Produksinya .....                 | 62                                  |
| Tabel 3.7. Ekspor CPO Indonesia ke Negara Lain .....   | 63                                  |
| Tabel 3.8. Perjalanan Kebijakan Pemerintah Yang Menyangkut Stabilisasi Harga Minyak Goreng Sawit .....             | 69                                  |
| Tabel 3.9. List Pengumpulan Data Hasil Observasi Peneliti .....  | 71                                  |
| Tabel 3.10. Nilai Output 4 Perusahaan Terbesar .....   | 72                                  |
| Tabel 3.11. Daftar Harga Minyak Goreng Domestik, CPO Domestik, dan CPO Internasional (dalam Rupiah/Kg).....        | 72                                  |
| Tabel 3.12. Nilai Input, Output, Nilai Tambah, dan Biaya Upah Industri Minyak Goreng Sawit (dalam 000 Rupiah)..... | 74                                  |
| Tabel 3.13. Nilai Output 4 Perusahaan Terbesar pada Tahun 2001.....  | 75                                  |
| Tabel 3.14. Tingkat Konsentrasi Minyak Goreng Sawit Indonesia.....   | 76                                  |
| Tabel 3.15. Nilai Rata-rata Output 4 perusahaan Terbesar beserta Data Output Industri Periode 2001-2005.....       | 76                                  |

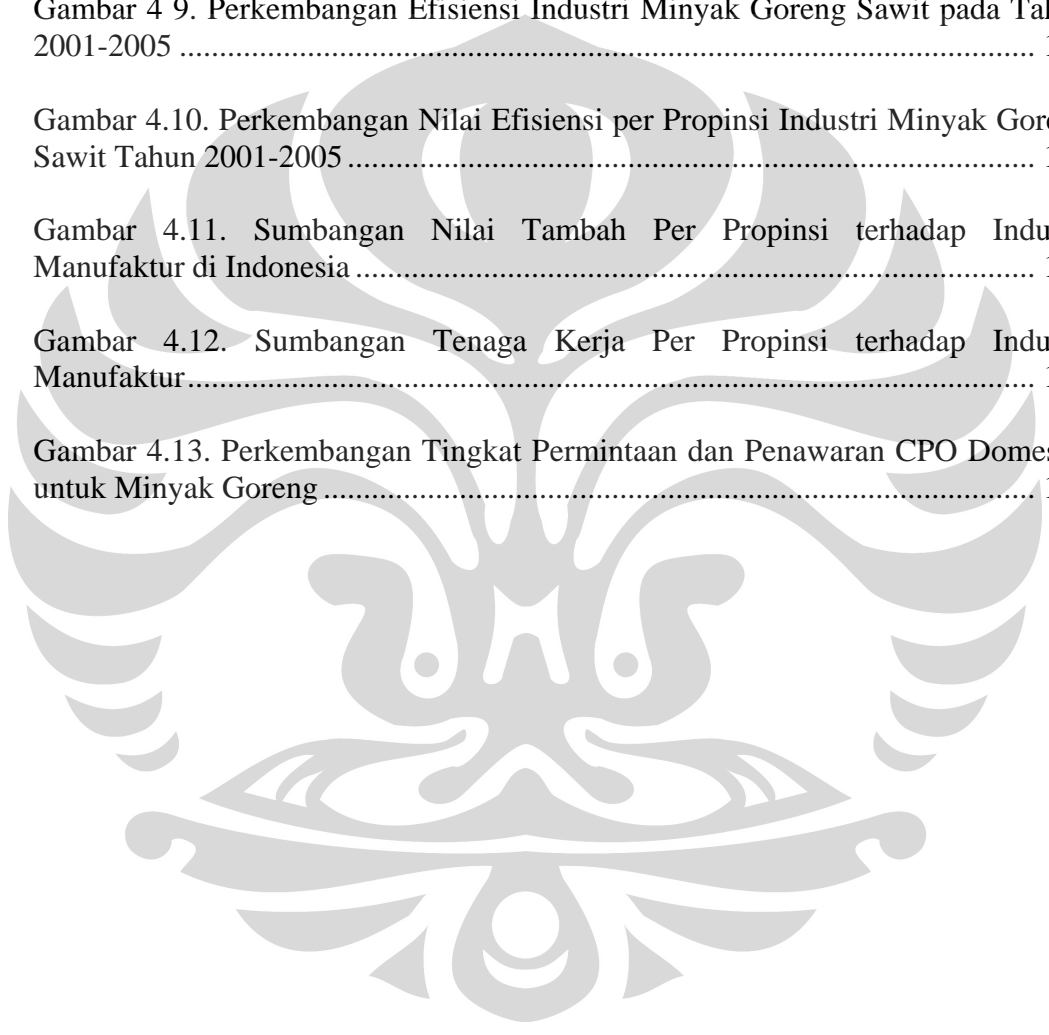
|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Tabel 3.16. Nilai Minimum of Efficiency Scale Industri Minyak Goreng Sawit ..  | 77                                  |
| Tabel 3. 17 Hipotesa antara Harga Minyak Goreng dengan Variabel Independennya .....                                    | 78                                  |
| Tabel 3.18. Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit.....  | 83                                  |
| Tabel 3.19. Efisiensi Industri Minyak Goreng Domestik Tiap Propinsi di Indonesia Tahun 2001-2005 .....                 | 84                                  |
| Tabel 3.20. Nilai Tambah dan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia pada Tahun 2001-2005 .....         | 85                                  |
| Tabel 3.21. Sumbangan Nilai Tambah Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur Indonesia.....            | 87                                  |
| Tabel 3.22. Sumbangan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur Indonesia..... | 88                                  |
| Tabel 3.23. Hipotesa antara Harga Minyak Goreng dengan Variabel Independennya .....                                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Tabel 4.1. Pasokan CPO Untuk Minyak Goreng Menurut Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit (Ton) .....                      | 95                                  |
| Tabel 4.2. Perusahaan Minyak Goreng Sawit Menurut Group-nya dan Penyebarannya Tahun 2001 (dalam Ton) .....             | 98                                  |
| Tabel 4.3. Penawaran CPO Domestik, Permintaan CPO Domestik, dan Ekspor CPO .....                                       | 105                                 |
| Tabel 4.4. Pergerakan Harga Minyak Goreng Domestik, Harga CPO Domestik, dan Harag CPO Internasional.....               | 109                                 |
| Tabel 4 5. Sumbangan Industri Minyak Goreng Sawit terhadap Total Industri Manufaktur.....                              | 114                                 |
| Tabel 4.6. Daftar 8 Perusahaan Terbesar Minyak Goreng Sawit beserta Grup Perusahaannya.....                            | 121                                 |
| Tabel 4.7. Perkembangan Harga Minyak Goreng dan CPO Domestik pada Tahun 1994-1996 .....                                | 124                                 |
| Tabel 4.8. Perkembangan Ekspor CPO dan Non-CPO Tahun 1990-2005 .....   | 125                                 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |                                     |
|--|-------------------------------------|
| Gambar 1.1. Perkembangan Pangsa Produksi Minyak Nabati Dunia.....                              | 1                                   |
| Gambar 1.2. Diagram Keterkaitan Masalah Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia .....        | 4                                   |
| Gambar 1.3. Diagram Alir Metodologi Penelitian Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia ..... | 8                                   |
| Gambar 2. 1 Model Analisis Organisasi Industri.....  | 13                                  |
| Gambar 2. 2 Model Lima Kekuatan Persaingan .....   | 36                                  |
| Gambar 2. 3 Hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja yang Saling Mempengaruhi .....                  | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 3.1. Pohon Industri Kelapa Sawit.....   | 46                                  |
| Gambar 3.2. Alur Proses Penyulingan minyak kelapa sawit .....                                  | 47                                  |
| Gambar 3.3. Alur proses pengolahan minyak kelapa sawit.....                                    | 48                                  |
| Gambar 3.4. Peta Wilayah Persebaran Lahan Produksi Kelapa Sawit .....                          | 51                                  |
| Gambar 3.5. Peta Persebaran Luas Lahan Dan Produksi Kelapa Sawit .....                         | 51                                  |
| Gambar 3.6. Beberapa Negara Potensial Untuk Pengembangan Pasar Minyak kelapa sawit.....        | 52                                  |
| Gambar 3.7. Produktivitas Minyak Beberapa Komoditas .....                                      | 54                                  |
| Gambar 4.1. Perkembangan Konsentrasi Pasar Industri Minyak Goreng Sawit ..                     | 94                                  |
| Gambar 4.2. Perkembangan CR4 dan MES pada Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....         | 99                                  |
| Gambar 4.3. Perkembangan Jumlah Perusahaan Minyak Goreng Sawit Indonesia .....                 | 100                                 |
| Gambar 4.4. Tingkat Konsumsi Berbagai Minyak Makan di Dunia .....                              | 103                                 |

|   |     |
|---|-----|
| Gambar 4.5. Perkembangan Harga Minyak Goreng Domestik, harga CPO domestik, dan CPO Internasional.....     | 109 |
| Gambar 4.6. Perkembangan Nilai PCM Industri Minyak Goreng Sawit.....                                      | 110 |
| Gambar 4.7. Perkembangan Harga Minyak Goreng Domestik dan CPO Domestik .....                              | 111 |
| Gambar 4.8. Perkembangan PCM dan CR4 Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia .....                         | 111 |
| Gambar 4.9. Perkembangan Efisiensi Industri Minyak Goreng Sawit pada Tahun 2001-2005 .....                | 113 |
| Gambar 4.10. Perkembangan Nilai Efisiensi per Propinsi Industri Minyak Goreng Sawit Tahun 2001-2005 ..... | 114 |
| Gambar 4.11. Sumbangan Nilai Tambah Per Propinsi terhadap Industri Manufaktur di Indonesia .....          | 115 |
| Gambar 4.12. Sumbangan Tenaga Kerja Per Propinsi terhadap Industri Manufaktur.....                        | 116 |
| Gambar 4.13. Perkembangan Tingkat Permintaan dan Penawaran CPO Domestik untuk Minyak Goreng .....         | 126 |



## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1** Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisis Ekonometrika

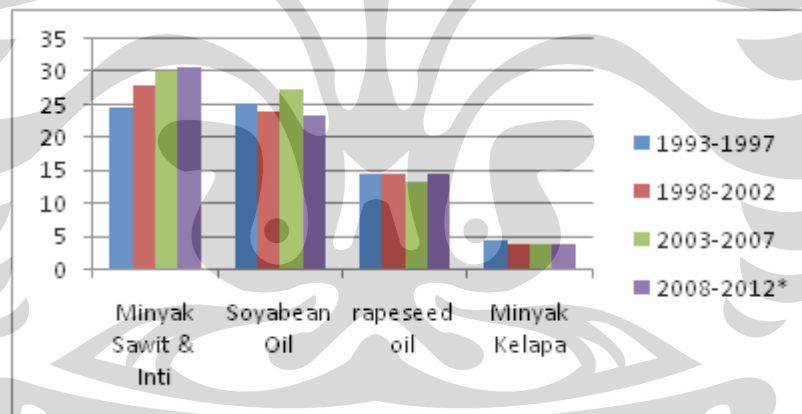


## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara penghasil minyak kelapa sawit dunia terbesar setelah Malaysia. Bahkan diperkirakan tahun 2010 Indonesia akan menjadi negara penghasil kelapa sawit terbesar menggantikan posisi Malaysia.

Perkembangan industri minyak kelapa sawit Indonesia selama periode 22 tahun terakhir sangat pesat dimana terjadi penambahan produksi sebesar 13.220.338 ton atau meningkat sebesar 648% (Ditjen Perkebunan, 2007). Berkembangnya Industri kelapa sawit Indonesia berkaitan dengan semakin meningkatnya penggunaan minyak sawit untuk konsumsi minyak makan dunia, yaitu menjadi 30,1% dari total konsumsi minyak makan dunia. Berikut merupakan gambar grafik perkembangan pangsa produksi minyak nabati dunia.



**Gambar 1.1.** Perkembangan Pangsa Produksi Minyak Nabati Dunia

(Sumber: *Oil World*, 2007, dipublikasikan oleh Visidata)

Produksi minyak sawit (CPO) di dalam negeri diserap oleh industri pangan terutama industri minyak goreng sawit dan industri non pangan seperti industri kosmetik dan farmasi. Namun, potensi pasar paling besar adalah industri minyak goreng. Potensi tersebut terlihat dari alokasi pengolahan CPO yang 76 % digunakan untuk minyak goreng (Komisi Minyak Sawit Indonesia, 2006). Didukung pula oleh pangsa pasar konsumsi minyak goreng sawit sebesar 83,3% dari total konsumsi minyak goreng.

Dengan Indonesia memegang pangsa pasar kedua terbesar di dunia dan didukung pula oleh kebijakan yang digunakan Pemerintah dalam mengendalikan harga minyak goreng, seperti kebijakan pungutan ekspor, tidak lantas membuat Indonesia dapat mengendalikan harga minyak goreng dalam negeri. Sejak tahun 1999 harga minyak goreng terus melambung tinggi bahkan pada awal tahun 2008 harga minyak goreng mencapai Rp. 15000/kg (Departemen Perindustrian, 2008). Banyak pihak yang mengatakan bahwa naiknya harga minyak goreng sawit di Indonesia terkait dengan kenaikan harga CPO dunia akibat dari permintaan CPO yang semakin meningkat tiap tahunnya. Hal ini membuat para pelaku usaha CPO domestik lebih memprioritaskan menjual hasil komoditinya ke luar negeri karena keuntungannya akan jauh lebih besar sehingga membuat pasokan CPO untuk pengolahan minyak goreng dalam negeri terbatas. Selain itu dugaan lain tentang naiknya harga minyak goreng yang terjadi beberapa tahun terakhir disebabkan kemungkinan terjadi persaingan yang tidak sehat akibat adanya perilaku dominasi atau persekongkolan dari beberapa perusahaan pengolah minyak kelapa sawit dalam penetapan harga minyak goreng sawit.

Terus melonjaknya harga minyak goreng beberapa tahun belakangan ini menimbulkan keinginan membuat penelitian untuk mengetahui keadaan persaingan pasar sebenarnya pada industri minyak goreng sawit. Dari penelitian tersebut dapat diketahui benar tidaknya ada dugaan persaingan yang tidak sehat akibat adanya perilaku dominasi atau persekongkolan dari beberapa perusahaan pengolah minyak kelapa sawit dalam penetapan harga minyak goreng sawit. Tentunya perilaku tersebut dipengaruhi oleh struktur pasar yang terbentuk pada industri minyak goreng kelapa sawit. Hal ini bisa diterapkan dengan melakukan analisis struktur, perilaku, dan kinerja yang terbentuk di industri minyak goreng sawit.

Dari analisis struktur kita bisa tahu tentang struktur pasar yang terbentuk, apakah monopoli, oligopoli, atau persaingan sempurna. Struktur pasar dipengaruhi oleh faktor internal, yaitu konsentrasi pasar, dan faktor eksternal yaitu hambatan masuk ke dalam pasar dan kebijakan pemerintah.<sup>1</sup> Penelitian tentang struktur, kinerja, dan perilaku industri ini menggunakan paradigma SCP

---

<sup>1</sup> Wihana K. Jaya, *Ekonomi Industri, Edisi Kedua*. BPFE, 2001, Yogyakarta, hal 4.

(*Structure, Conduct, Performance*)<sup>2</sup>. Dari struktur industri yang berkaitan dengan jumlah pelaku usaha berikut potensi pengaruhnya di pasar, menjadi salah satu langkah awal untuk menggali informasi yang lebih mendalam lagi tentang perilaku (*conduct*), seperti perilaku harga apa yang terjadi di pasar industri minyak goreng sawit. kemudian setelah menganalisis struktur dan perilaku dapat dianalisis kinerja (*performance*) dari industri minyak goreng sawit.

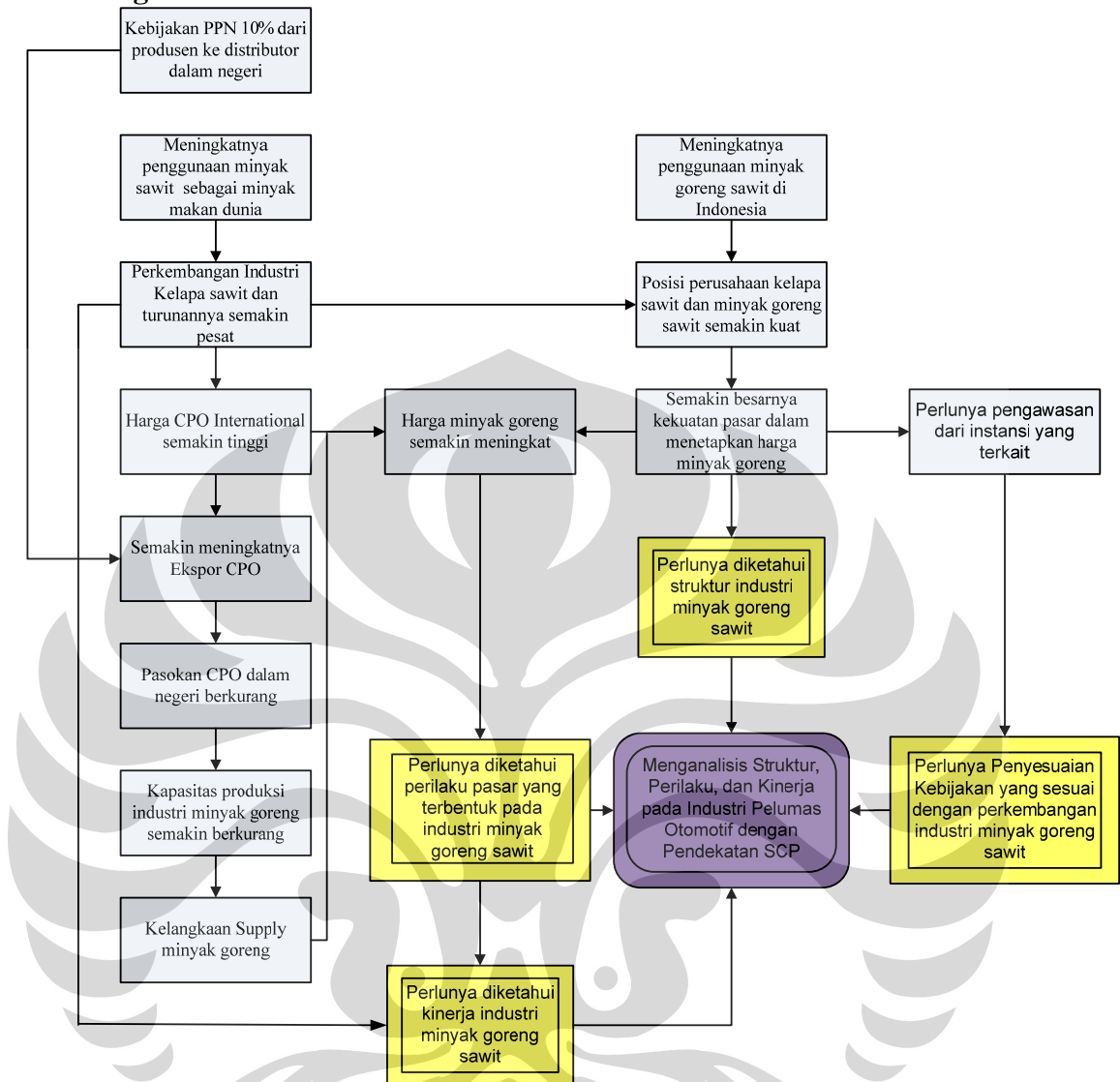
Kelebihan pendekatan dengan paradigma SCP adalah kemampuannya dalam mengorganisasikan prinsip-prinsip atau konsep-konsep yang sangat diperlukan dalam berbagai bidang yang kompleks.

Penelitian ini juga ingin mengetahui dampak dari kebijakan yang telah dibuat Pemerintah guna menekan harga minyak goreng dan mengatasi permasalahan persediaan kelapa sawit, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap gejolak harga minyak goreng sawit di pasar domestik. Sehingga hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai masukan untuk Pemerintah untuk membuat kebijakan yang adil dan efektif, baik bagi masyarakat konsumen, petani, maupun produsen CPO dan minyak goreng sawit itu sendiri.

---

<sup>2</sup> Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) dibangun oleh seorang ekonom Harvard yaitu Edward S. Mason (1949) dengan kolega sekaligus mahasiswanya Joe S. Bain (1959). Mason dan Bain menyatakan bahwa terdapat hubungan yang langsung dan kuat antara struktur pasar sebuah industri (*market structure*), praktek bisnis dan perilaku pihak-pihak pembentuk pasar (*market conduct*) dan kinerja industri itu sendiri (*market performance*).

## 1.2. Diagram Keterkaitan Masalah



**Gambar 1.2.** Diagram Keterkaitan Masalah Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia

## 1.3. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang permasalahan dan diagram keterkaitan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka inti permasalahan pada skripsi ini adalah perlunya menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja Industri minyak goreng sawit di Indonesia terkait dengan adanya kemungkinan menjurusnya persaingan industri minyak goreng sawit ke arah yang tidak sehat akibat dugaan perilaku dominasi atau persekongkolan dari beberapa perusahaan pengolah

minyak goreng sawit dalam penetapan harga minyak goreng sawit dengan menggunakan paradigma *Structure Conduct Performance* (SCP).

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah

1. Memperoleh struktur, perilaku, dan kinerja industri minyak goreng sawit di Indonesia
2. Mengetahui apakah struktur industri mempengaruhi kinerja industri tersebut dan seberapa kuat pengaruhnya terhadap kinerja industri
3. Mengetahui dampak yang diakibatkan oleh kebijakan yang menyangkut stabilisasi harga minyak goreng sawit terhadap struktur pasar minyak goreng sawit yang kemudian dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh instansi terkait dalam membuat penyesuaian kebijakan

#### **1.5. Batasan Masalah**

Untuk menfokuskan penelitian pada pokok permasalahan, maka penelitian ini dibatasi ruang lingkupnya. Adapun batasan-batasan itu adalah:

1. Observasi untuk analisis struktur dan kinerja berdasarkan data sekunder dari tahun 2001-2006
2. Observasi untuk perilaku harga berdasarkan data sekunder dari Januari 2003-Maret 2008

#### **1.6. Metodologi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan terdiri dari 4 tahap utama, yaitu:

1. Penentuan Topik Penelitian

Adapun topik penelitian ini adalah analisis struktur, perilaku, dan kinerja industri minyak goreng sawit Indonesia

2. Penentuan landasan teori

Pada tahap ini ditentukan dan disusun landasan teori yang dapat mendukung penelitian yang dilakukan. Teori yang dibahas adalah teori seputar organisasi



industri (*Industrial Organization*) dan teori metode *Structure, Conduct, Performance*, juga teori tentang analisis regresi.

### 3. Pengumpulan data

Pada tahap ini dicari dan dikumpulkan data sekunder untuk mengetahui kondisi yang ada pada industri minyak goreng sawit dengan menggunakan referensi antara lain dari buku, jurnal, artikel dari Koran, *Annual Report*, Badan penelitian seperti LPEM dan Visidata, Badan Pusat Statistik, Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan, Asosiasi Minyak Makan Indonesia (AIMMI), serta wawancara dengan pihak yang terkait.

### 4. Pengolahan Data

Pada tahap ini diolah data-data yang telah dikumpulkan hingga dihasilkan suatu analisis struktur, perilaku, dan kinerja sektor minyak goreng sawit dengan pendekatan SCP (*Structure, Conduct, Performance*). Adapun langkah-langkah pengolahannya adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis struktur industri minyak goreng sawit di Indonesia.
  - Melakukan penghitungan rasio konsentrasi pasar terhadap 4 perusahaan terbesar pada sektor minyak goreng sawit. Biasa disebut penghitungan CR4.
  - Melihat ada tidaknya hambatan masuk ke pasar (*Entry Barrier*) dengan menggunakan proksi MES (*Minimum Efficiency of Scale*)
- b. Menganalisis perilaku industri minyak goreng sawit di Indonesia
  - Melihat perilaku harga minyak goreng sawit domestik terhadap harga pembentuknya, yaitu harga CPO domestik dan CPO Internasional
- c. Menganalisis kinerja industri minyak goreng sawit di Indonesia
  - Melakukan perhitungan rasio Keuntungan *Price Cost Margin* (PCM)
- d. Dari hasil pengolahan di atas, dianalisis apakah struktur industri mempengaruhi kinerja industri tersebut (Hal ini akan dilihat dari variabel pembentuk struktur (Tingkat konsentrasi, hambatan masuk terhadap tingkat keuntungan (PCM) sebagai proxy dari kinerja tersebut)
- e. Menganalisis dampak dari kebijakan yang menyangkut stabilisasi harga minyak goreng sawit (seperti kebijakan pungutan ekspor, kebijakan PPN 10%

untuk pasokan CPO pasar dalam negeri) terhadap kondisi pasar industri minyak goreng sawit

5. Analisis Data

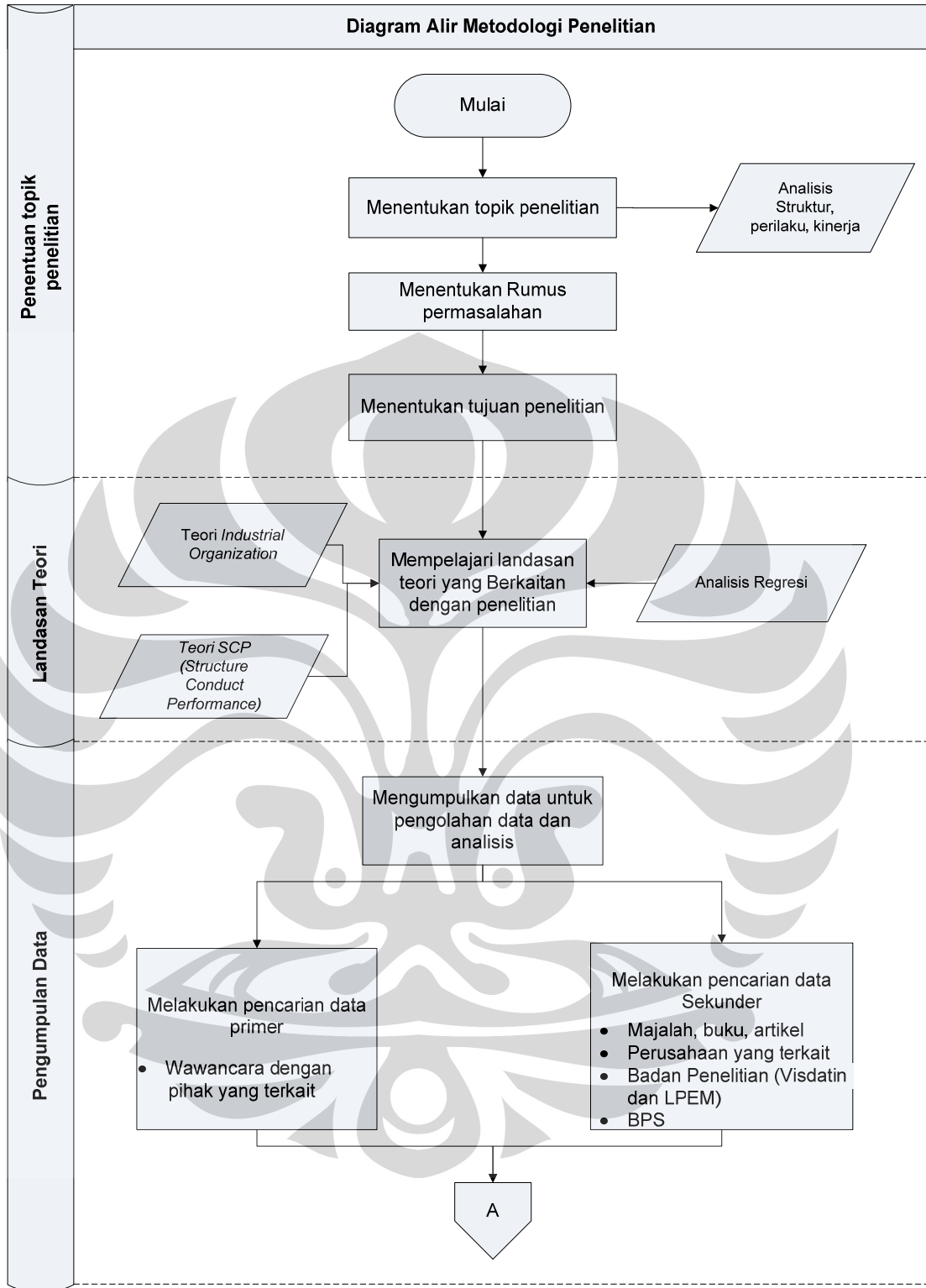
Dalam tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data untuk memperoleh tujuan penulisan skripsi.

6. Kesimpulan dan Saran

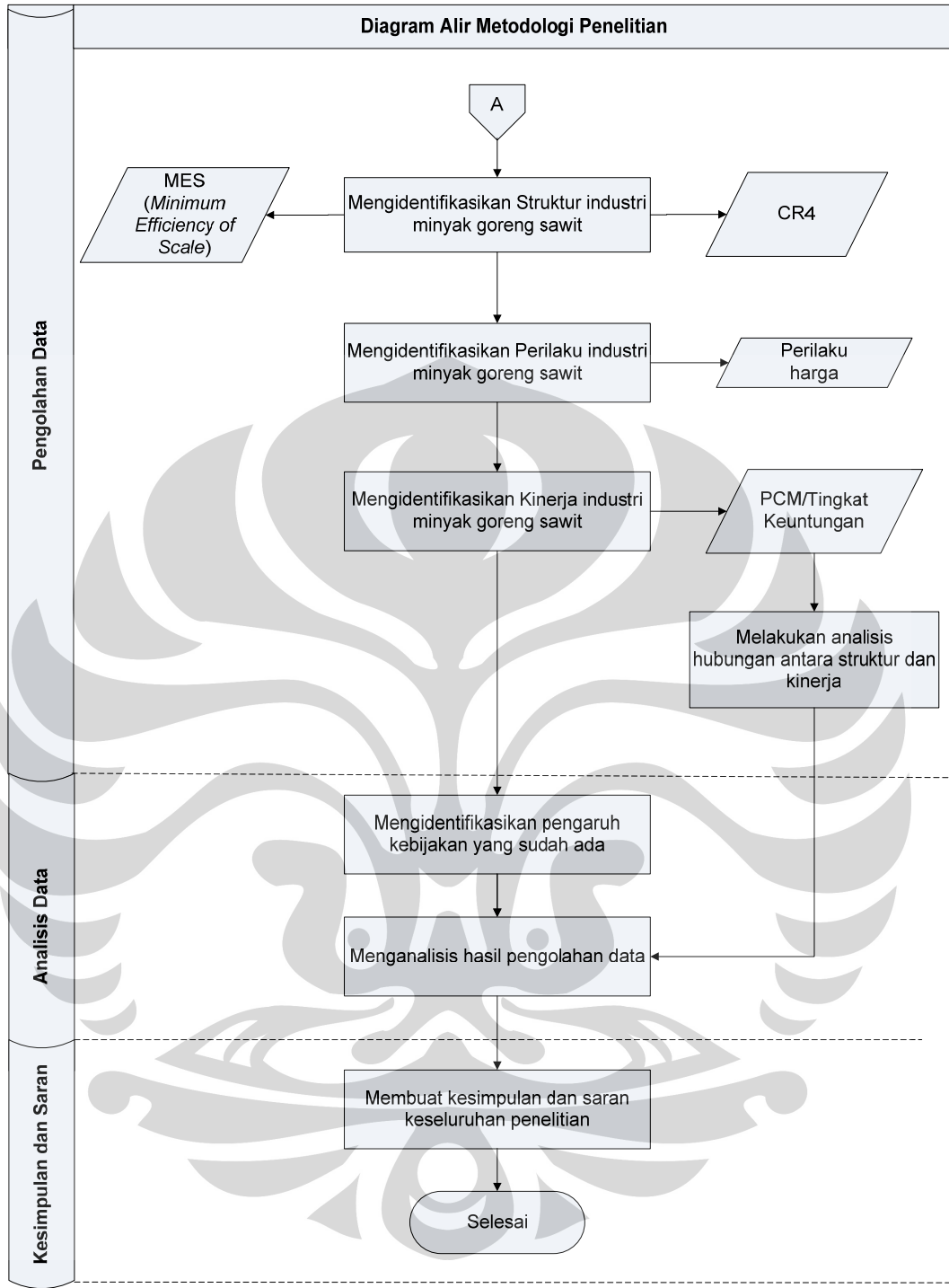
Tahap ini adalah pembuatan kesimpulan dan saran yang terkait dengan persaingan usaha di industri minyak goreng sawit sehingga dapat digunakan oleh instansi terkait sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan.

Berikut ini adalah diagram alir metodologi penelitian yang dilakukan penulis:





**Gambar 1.3.** Diagram Alir Metodologi Penelitian Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia



**Gambar 1.3.** Diagram Alir Metodologi Penelitian Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia (*lanjutan*)

### 1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan ini disusun dalam lima bab yang menguraikan penelitian secara terinci dan terurut.

Bab 1 merupakan bab pendahuluan yang menjelaskan latar belakang dipilihnya topik skripsi ini. Hal ini diperkuat dengan penguraian tujuan penelitian yang ingin dicapai, perumusan masalah dan batasan masalah sehingga pusat perhatian penelitian ini menjadi jelas bagi pembaca. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai metodologi penelitian dan sistematika penulisan sehingga pembaca dapat memperoleh gambaran awal tentang langkah-langkah dan proses penelitian yang dilakukan.

Bab 2 ini dijelaskan secara terperinci mengenai landasan teori dan konsep yang relevan dengan masalah yang telah dirumuskan, yang terdiri dari teori *Industrial Organizational* yang dibahas secara umum dan teori SCP (*Structure, Conduct, Performance*) secara khusus dan detail.

Bab 3 menjelaskan tentang hasil pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yang bersumber dari studi literatur (buku, jurnal, majalah, dan referensi), *Annual Report*, Badan penelitian seperti LPEM dan Visidata, Badan Pusat Statistik, Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan, Asosiasi Minyak Makan Indonesia (AIMMI), serta wawancara dengan pihak yang terkait.

Bab 4 menjelaskan tentang langkah-langkah pengolahan data dan analisis. Mengolah data yang diperoleh untuk mendapatkan hasil yang kemudian akan dianalisis. Pertama akan dilakukan pengukuran konsentrasi penjual dengan metode CR4. Hasil pengukuran tersebut beserta pangsa pasar dan hambatan yang ada akan dianalisis untuk mengidentifikasi struktur industri. Kemudian perilaku harga dianalisis untuk mengidentifikasi perilaku industri. Lalu tingkat keuntungan industri dan perusahaan dianalisis untuk mengidentifikasi kinerja industri. Setelah itu, akan dilakukan analisis pengaruh kebijakan terhadap struktur, perilaku, dan kinerja industri.

Bab 5 merupakan bab terakhir dimana pada bab ini disimpulkan secara keseluruhan uraian dari bab-bab sebelumnya.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Organisasi Industri

Organisasi industri (*Industrial Organizational*) adalah bagian khusus dari ilmu ekonomi yang menjelaskan mengapa sebuah pasar atau sebuah industri terbentuk menjadi sebuah bentuk organisasi tertentu serta bagaimana bentuk organisasi itu mempengaruhi cara pasar tersebut bekerja (Cabral, 2000, Chapter 1). Organisasi industri berkembang menjadi sebuah disiplin ilmu karena desakan kebutuhan yang datang dari pihak pemerintah dalam menentukan kebijakan-kebijakan publik menyangkut sebuah industri. Kebutuhan akan analisis yang mampu menggambarkan apa yang terjadi di pasar pada saat ini dan prediksi arah perkembangannya di masa depan mendesak para ekonom untuk mengembangkan teori-teori ekonomi yang bersifat normatif menjadi alat analisis yang jauh lebih empiris.

Analisis sebuah industri dapat menggunakan studi organisasi industri yang menggunakan teori-teori ekonomi mikro untuk menjelaskan interaksi antara para pelaku pada sebuah industri, bagaimana perusahaan-perusahaan membentuk struktur pasar industri tersebut serta pengaruhnya terhadap praktek bisnis perusahaan-perusahaan dan pengaruh kebijakan-kebijakan pemerintah terhadap industri tersebut. Dalam perkembangannya studi organisasi industri memberikan pendekatan yang jauh lebih bumi daripada teori-teori ekonomi mikro yang modelnya menggunakan asumsi-asumsi yang menyederhanakan kondisi riil di dunia nyata<sup>1</sup>. Model-model yang digunakan dalam organisasi industri juga menjadi lebih realistis karena menggunakan model yang dinamik yang memasukkan dimensi waktu sehingga dapat dilihat evolusi perkembangan industri tersebut daripada model-model teori ekonomi mikro yang menggunakan model statis yang hanya memotret kondisi pada satu waktu tertentu saja<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Carlton, Dennis W, Perloff, Jeffrey M. *Modern Industrial Organization*, Scott Foresman & CP, 1990

<sup>2</sup> Waldman, Don E, Jensen Elizabeth J., *Industrial Organization: Theory and Practice*, Addison Wesley, 2000, hal. 9.

Organisasi Industri memiliki orientasi yang lebih pragmatis yaitu memberikan gambaran deskriptif berupa model-model, struktur pasar, dan pola perilaku yang bersifat empiris dan teoritis. Karena studi-studi organisasi industri ini menekankan pada *practicability*, empirisme, dan realistik sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan dan kebijakan-kebijakan pemerintah maka dalam analisisnya selain digunakan pendekatan kuantitatif seperti analisis statistik, perhitungan rasio, dan model-model organisasi industri, juga digunakan analisis secara kualitatif seperti studi kasus serta pengamatan yang menghasilkan kesimpulan-kesimpulan yang diambil secara kualitatif dan tentu saja bersifat subyektif. Analisis yang sifatnya kualitatif digunakan agar kesimpulan yang diambil benar-benar merupakan refleksi dari apa yang terjadi di lapangan secara empiris. Jadi harus ada keseimbangan antara teori dan pendekatan temua-temuan empiris<sup>3</sup>.

Pendekatan analisis organisasi industri dalam dua dekade terakhir berkembang menjadi lebih teoritis seperti yang dipelopori oleh Chicago School of Economics yang menitikberatkan pada penggunaan teori harga sebagai pisau analisisnya. Namun pendekatan yang sudah diterima secara lebih luas digunakan sejak tahun 1950-an yang bersifat empiris dan deskriptif adalah model pendekatan *Structure Conduct Performance*.

## **2.2. Pendekatan Structure Conduct Performance**

Pendekatan *Structure Conduct Performance* (SCP) dibangun oleh seorang ekonom Harvard yaitu Edward S. Mason (1949) dengan kolega sekaligus mahasiswanya Joe S. Bain (1959). Mason dan Bain menyatakan bahwa terdapat hubungan yang langsung dan kuat antara struktur pasar sebuah industri (*market structure*), praktek bisnis dan perilaku pihak-pihak pembentuk pasar (*market conduct*) dan kinerja industri itu sendiri (*market performance*)<sup>4</sup>.

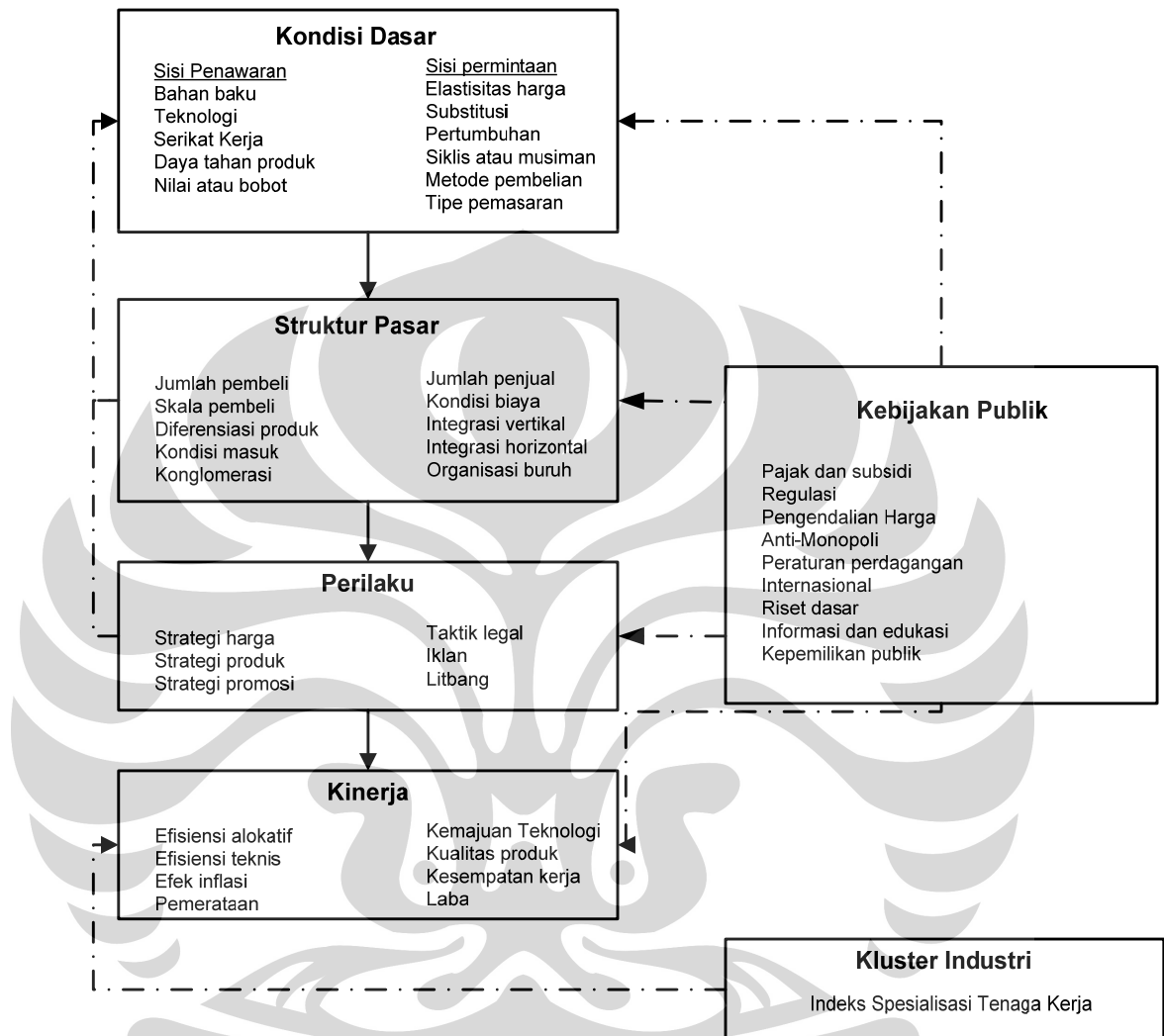
Ada empat faktor utama yang membentuk paradigma *Structure Conduct Performance*, yaitu struktur industri/pasar, kondisi pasar (*basic market condition*), praktek dan pola perilaku bisnis di industri, kinerja industri (*performance*), dan

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hal. 10.

<sup>4</sup> Bain, Joe S, *Industrial Organization*, John Wiley & Son, 1959.

kebijakan pemerintah. Masing-masing faktor utama memiliki poin-poin sendiri. Hubungan keempat faktor tersebut dapat dilihat dalam gambar 2.1.



**Gambar 2.1.** Model Analisis Organisasi Industri

(Sumber: Dimodifikasi dari Scherer (1980: 4))

Gambar 2.1 menunjukkan hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja, Kluster Industri, dan Kebijakan Publik. Kinerja (*performance*) dalam suatu industri atau pasar dipengaruhi oleh perilaku (*conduct*) dari para penjual dan pembeli seperti perilaku harga, persaingan non harga (produk, promosi, dan inovasi), serta kerja sama antar perusahaan. Perilaku perusahaan tergantung pada struktur (*structure*) pasar yang relevan. Struktur bisa dilihat dari jumlah maupun skala penjual atau pembeli, tingkat diferensiasi produk, ada tidaknya hambatan masuk ke pasar



(*barrier to entry*), struktur biaya, integrasi vertikal dan horizontal, serikat pekerja, dan tingkat konglomerasinya. Sederet kondisi dasar pada sisi permintaan meliputi elastisitas harga atas permintaan, ada tidaknya substitusi produk, tingkat permintaan dan variasi pertumbuhan, metode pembelian, serta karakteristik pemasaran. Dari sisi penawaran, kondisi dasar yang mempengaruhi adalah bahan baku, teknologi, serikat kerja, daya tahan produk, nilai atau bobot barang, dan perilaku bisnis. Adanya konsentrasi industri secara spesial merupakan fokus kajian kluster industri, yang mempengaruhi kinerja suatu industri di lokasi industri.

Dalam melakukan analisis organisasi industri, ada empat cara untuk mengamati hubungan antar keterkaitan antara struktur, perilaku, dan kinerja. Keempat cara sebagai berikut:<sup>5</sup>

1. Hanya memperdalam dua aspek, yakni hanya memperhatikan hubungan antara struktur dan kinerja, tanpa terlalu memperhatikan perilaku.
2. Menelaah kaitan antara struktur dan perilaku, baru kemudian mengamati kinerja industri.
3. Menelaah hubungan antara kinerja dan perilaku, baru mengaitkannya dengan struktur.
4. Tidak mengamati kinerja sama sekali karena dianggap sudah terjawab dari menelaah hubungan antara perilaku dan struktur.

#### 2.2.1. Kondisi Dasar Pasar

Kondisi dasar pasar merupakan salah satu faktor pembentuk paradigma *Structure Conduct Performance*. Kondisi dasar pasar dilihat dari dua sisi, yaitu dari sisi penawaran dan permintaan.

##### 2.2.1.1. Sisi Permintaan

###### a. Elastisitas Harga

Elastisitas permintaan produk terhadap harganya adalah ukuran yang menunjukkan pengaruh penurunan atau kenaikan harga terhadap kuantitas

---

<sup>5</sup> N. Hasibuan, *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*, LP3ES, Jakarta, 1993, hal 179-180.

permintaan atas produk tersebut. Apabila kenaikan atau penurunan harga mempunyai efek yang sangat besar terhadap jumlah kuantitas permintaan maka dikatakan elastisitas harga produk tersebut besar. *Demand* produk tersebut sangat dipengaruhi oleh besarnya harga yang ditetapkan, konsumen produk tersebut dikategorikan konsumen yang sensitive terhadap harga.

#### b. Pertumbuhan Pasar

Pertumbuhan industri diukur dari jumlah output produk yang dihasilkan oleh industri yang berhasil dijual kepada konsumen. *Market Growth* sangat erat kaitannya dengan siklus hidup sebuah produk yang memiliki tahapan-tahapan sebagai berikut: tahap pengenalan, pertumbuhan, matang, dan tahap penurunan dimana permintaan terhadap produk tersebut kurang bahkan sampai hilang karena adanya perkembangan teknologi yang menyebabkan teknologi produk yang bersangkutan menjadi *obsolete*, perubahan selera konsumen, atau munculnya substitusi yang lebih unggul.

#### c. Metode dan Pola Pembelian

Metode pembelian dan pola pembelian berkaitan dengan pola transaksi yang digunakan dalam industri tersebut yaitu bagaimana transaksi jual beli dilakukan, cara pembayaran, frekuensi pembelian (*seasonality*), kuantitas produk yang dibeli setiap transaksi (*Lumpiness of order*), serta peran perantara (*intermediaries*) dalam proses transaksi tersebut.

### 2.2.1.2. Sisi Penawaran

#### a. Teknologi

Tingkat teknologi yang digunakan untuk menghasilkan output sebuah industri dikelompokkan menjadi tiga kelompok besar, yaitu *high tech industry*, *medium tech industry*, dan *low the industry*. Pengelompokkan tersebut didasarkan pada tingkat presisi output yang dihasilkan, kerumitan menggunakan mesin dan peralatan, besarnya biaya riset dan pengembangan secara relative terhadap total

biaya.<sup>6</sup>serta tingkat keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk menghasilkan output.

#### b. Bahan Baku

Bahan mentah dan bahan baku yang dibutuhkan dapat dikelompokkan berdasarkan kelangkaannya (*scarcity*), harganya secara relative, adanya substitusi, serta faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi proses produksi pada sebuah industri.

#### c. Ketenagakerjaan

Kondisi ketenagakerjaan pada sebuah industry dapat ditinjau dari kuantitas dan kualitas *supply* buruh dan pegawai, daya tawar serikat buruh, dan masalah penggajian. Jumlah dan kualitas buruh akan sangat banyak mempengaruhi proses produksi yang dipilih perusahaan, tingkat produktivitas, dan kelacaran dan kontinuitas proses perproduksi itu sendiri.

### 2.2.2. Struktur Industri (*Structure*)

Dalam konteks ekonomi, struktur adalah sifat permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual (perusahaan) dalam industri, jumlah dan ukuran distribusi pembeli, diferensiasi produk, serta mudah tidaknya masuk ke dalam industri. Semakin besar hambatan untuk masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Hambatan masuk meliputi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Pemerintah untuk memasuki pasar, yaitu besarnya investasi yang dibutuhkan, efisiensi tingkat produksi, bermacam-macam usaha penjualan, serta besarnya *sunk cost*.

Dari keseluruhan hal diatas dapat disimpulkan bahwa struktur industri merupakan cerminan struktur pasar pada suatu industri. Dalam pengertian umum pasar merupakan suatu wujud abstrak suatu mekanisme ketika pihak pembeli dan penjual bertemu untuk mengadakan tukar menukar. Karakteristik yang paling penting agar sesuatu bisa disebut pasar adalah adanya pembeli dan penjual yang

---

<sup>6</sup> *Handbook of Industrial Organization*, MIT Press, 1999.

bertemu dan terciptanya transaksi yang melibatkan harga dan kuantitas (Hasibuan, 1993: 12).<sup>7</sup>

Struktur pasar merupakan elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan perusahaan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja di dalam pasar (Koch, 1997). Struktur pasar menunjukkan atribut pasar biasa dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Menurut Jaya (2001) Elemen dari struktur pasar adalah pangsa pasar (*market share*), konsentrasi (*concentration*), dan hambatan (*barrier*). Sedangkan menurut Scherer (1980: 4), seperti yang dijelaskan pada gambar 2.1 elemen yang mempengaruhi struktur pasar diantaranya adalah jumlah pembeli, diferensiasi produk, hambatan masuk pasar, integrasi vertikal dan horizontal, dan lain-lain.

#### 2.2.2.1. Konsentrasi Pasar (*Market Concentration*)

Konsentrasi pasar menunjukkan penguasaan pasar oleh beberapa perusahaan produsen. Semakin tinggi konsentrasi sebuah pasar berarti mayoritas pangsa pasar dikuasai oleh jumlah perusahaan semakin sedikit. Pasar yang dikuasai oleh sedikit perusahaan yang memiliki kekuatan pasar yang besar akan terbentuk menjadi pasar yang bersifat monopoli atau oligopoli. Tolok ukur konsentrasi industri ada beberapa macam, yaitu diantaranya:

##### a. Rasio Konsentrasi (*Concentration Ratio*)

Rasio konsentrasi adalah jumlah kumulatif pangsa pasar yang dikuasai oleh sejumlah N perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar sering juga disebut sebagai N *Firms ratio*. Pangsa pasar dapat ditinjau dari nilai penjualan, jumlah asset, dan *value added*<sup>8</sup>. Nilai dari rasio konsentrasi ini antara 0, yang berarti pasar bersifat persaingan sempurna, dan 100 yang berarti pasar bersifat monopoli. Jika mengurutkan berdasarkan pangsa pasar secara menurun—perusahaan 1 terbesar pertama, 2 terbesar kedua, dan seterusnya—kemudian,  $s_1 \geq s_2 \geq \dots \geq s_i \geq \dots \geq s_N$ . Rasio konsentrasi perusahaan N (CR<sub>N</sub>) adalah jumlah pangsa pasar dari perusahaan m terbesar:

<sup>7</sup> Hasibuan, *Log. Cit*, hal. 12

<sup>8</sup> Waldma, Don E, Jensenn Elizabeth J.. *Industrial Organization: Theory and Practice*. Addison Wesley. 2000. Halaman 95

$$CR_n = \sum_{i=1}^n s_i \dots \dots \dots (2.1)$$

Rasio konsentrasi ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu pertama konsentrasi pasar dihitung berdasarkan beberapa perusahaan yang terbesar saja sehingga dapat mengaburkan informasi sebenarnya. Rasio konsentrasi hanya menunjukkan konsentrasi pada N perusahaan terbesar dan mengabaikan konsentrasi pada jumlah perusahaan yang lebih besar dari N dan dinamikanya. Bisa terjadi konsentrasi sebuah industri terlihat jauh lebih tinggi pada 4 perusahaan terbesar/4 *firms ratio* dibandingkan industri yang lain namun bila diperluas jumlah perusahaan yang diamati menjadi 8 perusahaan yang terlihat justru sebaliknya. Penilaian menggunakan rasio konsentrasi menjadi tidak konsisten. Keterbatasan kedua adalah bahwa rasio konsentrasi tidak memberikan informasi tentang distribusi pangsa pasar di antara perusahaan-perusahaan yang diamati. Tidak diketahui dominasi dan *market power* yang dimiliki oleh setiap perusahaan besar tersebut.

b. *Herfindahl-Hirschman Index* (HHI)

*Herfindahl-Hirschman Index* merupakan tolok ukur tingkat konsentrasi pasar yang memperhitungkan distribusi pangsa pasar di antara perusahaan-perusahaan yang ada dalam suatu industri. HHI adalah jumlah dari kuadrat pangsa pasar yang dapat diekspresikan dalam bentuk matematis

$$s_{1a}^2 + s_{2a}^2 + s_{3a}^2 + \dots + s_{na}^2 = \sum_{i=1}^n s_{ia}^2 \dots \dots \dots (2.2)$$

Pangsa pasar dihitung dalam persentase sehingga nilai HHI berkisar antara 0 yang berarti industri bersifat persaingan sempurna dan 10.000 yang berarti monopoli. Semakin banyak perusahaan dalam industri maka nilai HHI akan semakin kecil, *ceteris paribus*. Semakin tidak merata distribusi penguasaan pasar diantara perusahaan maka HHI akan semakin besar. Kwoka menemukan terdapat korelasi yang kuat antara 4 firm rasio konsentrasi (CR4) dengan HHI. Namun penjelasan yang diberikan kedua tolok ukur tersebut untuk menjelaskan penguasaan pasar

memiliki sisi dan kekuatan yang berbeda sehingga penggunaannya disesuaikan dengan ketersediaan data dan pertanyaan yang ingin di jawab<sup>9</sup>.

HHI dapat pula ditentukan dari:

$$HHI = \frac{1}{N} + N \sigma^2 \dots\dots\dots(2.3)$$

Dimana  $\sigma^2$  adalah varian ukuran perusahaan.

#### 2.2.2.2. Hambatan Masuk Pasar (*Entry Barrier*)

*Entry Barrier* adalah penghalang bagi pemain baru yang ingin masuk ke dalam suatu industri. Menurut Bain, *Entry Barrier* adalah kondisi industri yang memberikan peluang kepada pemain yang ada untuk menetapkan tarif diatas tingkat kompetitif tanpa menyebabkan tertariknya pemain baru untuk masuk<sup>10</sup>. *Entry Barrier* dalam pengertian seperti ini disebut *Entry Barrier* yang bersifat struktural dimana karakteristik teknis dan struktural yang sifatnya alamiah dari sebuah industri menjadi penghalang pemain baru yang ingin masuk. Karakter-karakter tersebut tidak berada dibawah kontrol para pemain yang sudah ada dalam industri tersebut. Struktur biaya yang berbeda antara pemain baru dengan yang lama tercermin dari perbedaan struktur biaya di antara mereka yang muncul karena adanya *first mover advantages* proses belajar dan akumulasi pengetahuan keterampilan serta pengalaman, hak paten penguasaan input (*raw material*, staff manajerial, tenaga ahli riset), keunggulan lokasi, dan faktor skala ekonomis. Bain menyebutkan *economies of scale*, *absolute cost advantages*, *High Capital cost or capital requirement*, dan *product differentiation* sebagai *entry barrier*.

Stigler mendefinisikan *Entry Barrier* sebagai biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh perusahaan yang baru masuk ke sebuah industri yang tidak dikeluarkan oleh perusahaan yang sudah beroperasi pada industri tersebut. Von Weizsacker menambahkan definisi Stigler dengan syarat adanya penurunan tingkat kesejahteraan publik akibat adanya *entry barrier* tersebut. *Entry barrier* seperti ini digolongkan ke dalam *entry barrier* yang bersifat strategis yang muncul

---

<sup>9</sup> Kwoka, John E., *The Herfindahl Hirschman Index in Theory and Practice*, Antitrust Bulletin 30, Winter 1985

<sup>10</sup> Bain, Joe S., *Barrier to New Competition*, Harvard University Press, Cambridge, 1956

dari pola perilaku dan aksi-aksi sengaja dari pemain yang sudah ada dalam industri untuk profitabilitas masuknya pemain baru.<sup>11</sup>

Salah satu proksi yang dapat digunakan untuk mengukur *entry barrier* adalah MES (*Minimum Efficiency of Scale*). Variabel ini merupakan kondisi di mana penambahan output yang diproduksi menyebabkan penurunan biaya produksi pada jangka panjang. Perhitungan MES yang dilakukan adalah (Martin, 1988):

$$\text{MES} = \frac{\text{rata-rata output 4 perusahaan yang menghasilkan 50\% * output industri}}{\text{Output industri}} \quad (2.4)$$

Angka 50% dalam persamaan di atas bukanlah mutlak. Angka ini dapat saja melebihi 50% jika struktur pasar dalam keadaan natural monopoli.

#### 2.2.2.3. Diferensiasi Produk (*Product Differentiation*)

Diferensiasi produk dapat berbentuk dari yang paling mendasar yaitu perbedaan spesifikasi produk atau teknologi yang digunakan sampai perbedaan *features* atau hanya perbedaan yang terletak pada kemasannya. Diferensiasi produk disebut bersifat horizontal apabila pada harga yang sama, konsumen akan memilih produk yang berbeda. Konsumen akan menilai perbedaan produk-produk itu sebagai cukup signifikan akan bersedia menerima perbedaan harganya. Sementara diferensiasi produk disebut bersifat vertikal kalau pada harga yang sama, konsumen akan memilih produk yang sama. Perbedaan produk tidak terlalu signifikan atau nilai perbedaannya tidak sebanding dengan perbedaan harganya.

Jika di pasar ada merek yang menguasai, maka umumnya pendatang akan sulit meyakinkan pasar untuk berpindah merek. Pendatang setidaknya harus melakukan terobosan baru, misalnya harga murah, kualitas unggul, dan sebagainya, untuk meyakinkan konsumen agar beralih merek. Cara lainnya adalah pendatang harus meningkatkan biaya iklan lebih besar dari pesaing untuk setiap penjualan barang.

#### 2.2.2.4. Integrasi Vertikal (*Vertical Integration*)

Strategi integrasi vertikal adalah usaha perusahaan untuk memperoleh kembali inputnya (*backward*), outputnya (*forward*), atau keduanya. Pada integrasi

---

<sup>11</sup> Carlton, Dennis W, Parloff, Jeffrey M. *Op. Cit.* hal. 2 dan 10

vertikal ke belakang, perusahaan memperoleh kendali terhadap input atau sumber dayanya dengan menjadi pemasoknya sendiri. Pada integrasi vertikal ke depan, perusahaan memperoleh kendali output (produk atau jasa) dengan menjadi distributor bagi dirinya sendiri.

Strategi integrasi vertikal dianggap sebagai strategi pertumbuhan karena memperluas operasi perusahaan. Namun, suatu organisasi tunggal yang menggunakan strategi integrasi vertikal tetap dianggap organisasi bisnis tunggal karena perusahaan tidak diperluas dalam industri yang berbeda-beda. Tabel 2.1 berikut ini menjelaskan kelebihan dan kekurangan dalam penerapan integrasi vertikal pada perusahaan:

**Tabel 2.1.** Kelebihan dan Kekurangan Utama Strategi Integrasi Vertikal

| <b>Kelebihan</b>                                    | <b>Kekurangan</b>   |
|---|---|
| Mengurangi biaya penjualan dan pembelian            | mengurangi fleksibilitas, karena perusahaan terkunci dalam produk dan teknologi |
| Memperbaiki koordinasi antar fungsi dan kapabilitas | kesulitan dalam mengintegrasikan bermacam operasi                               |
| Melindungi hak kepemilikan terhadap teknologi       | Beban finansial ketika memulai usaha atau akuisisi                              |

(Sumber: Coulter (2002: 257); Kuncoro (2006; 115))

Struktur industri merupakan bentuk atau tipe keseluruhan pasar industri yang dapat dilihat pada tabel 2.2 tentang jenis-jenis utama struktur pasar, yang dibedakan menurut jumlah produsen, diferensiasi produk, derajat pengendalian harga, dan metode pemasaran.



**Tabel 2.2.** Jenis-jenis Utama Struktur Pasar

| No | Struktur   | Jumlah Produsen dan Derajat Diferensiasi Produk   | Contohnya dalam Perekonomian                                      | Derajat Pengendalian Perusahaan Terhadap Harga | Metode Pemasaran                               |
|----|--|---|---|--|--|
| 1  | Monopoli   | Produsen tunggal, produk tanpa barang substitusi yang dekat                               | fasilitas telepon, listrik, dan gas (monopoli alamiah); Microsoft | Sangat besar                                   | Iklan dan produksi jasa                        |
| 2  | Persaingan Tidak Sempurna                                  |   |   |  |  |
|    | a. Oligopoli   | Jumlah produsen sedikit, hanya sedikit perbedaan dalam produk, atau tidak ada sama sekali | Industri baja dan bahan kimia                                     | Beberapa                                       | Iklan dan persainagn kualitas, penetapan harga |
|    |  | jumlah produsen sedikit, diferensiasi produk (berbeda)                                    | Industri mobil, program pengolah kata ( <i>word processing</i> )  | Beberapa                                       | Iklan dan persainagn kualitas, penetapan harga |
|    | b. Persaingan Monopolistik (banyak penjual produk berbeda) | Jumlah produsen banyak, banyak produk diferensiasi (semua atau riil)                      | perdagangan eceran (pizza, bensin, dsb.), Komputer PC             | Ada, sedikit                                   | Iklan dan persainagn kualitas, penetapan harga |
| 3  | Persaingan Sempurna ( <i>Perfect competitio</i> )          | Jumlah produsen banyak, produk identik (homogen)  | Beberapa produk pertanian dasar (gandum, jagung, dsb.)            | Tidak ada                                      | Pertukaran pasar atau lelang                   |

(Sumber: Dimodifikasi dari Samuelson dan Nordhaus (2005: 169))

#### a) Monopoli

William A. McEachern (2003) menjelaskan bahwa monopoli terjadi jika produk suatu perusahaan tidak memiliki substitusi dengan yang lain dan perusahaan tersebut tidak memiliki pesaing, sehingga perusahaan akan menjadi pembuat harga (*price maker*).

Beberapa penyebab yang mendorong hadirnya struktur pasar monopoli adalah:<sup>12</sup> (1) terjadinya merger; (2) skala ekonomi yang besar dan ditunjang efisiensi; (3) efisiensi dan inovasi; (4) fasilitas pemerintah; (5) terjadi persaingan yang tidak sehat; serta (6) perusahaan memperoleh hak-hak istimewa dalam mengelola input yang sukar diperoleh perusahaan lain.

Berikut merupakan jenis-jenis struktur monopoli:<sup>13</sup> (1) monopoli alami – *natural monopoly*, terjadi karena dalam suatu pasar dengan skala tertentu, skala

<sup>12</sup> *Ibid*, hal. 76-78.

<sup>13</sup> Roger Blair and David L. Kaserman, *Antitrust Economics*, Richard D. Irwin, Inc., Illinois, 1985, hal. 94-97.

efisiensi minimum produksi sangat sulit dicapai, sehingga perusahaan yang paling efisienlah yang mampu bertahan dan menjadi perusahaan monopolis; (2) perusahaan yang mampu mencapai efisiensi superior – *superior efficiency*, perusahaan dapat menguasai sebuah industri jika memiliki *superior skill* dan kemampuan melihat peluang industri ke depan; (3) monopoli karena paten – *patent monopoly*, perusahaan yang mematenkan produknya sama dengan melakukan monopoli, namun dengan cara yang legal.

#### b) Oligopoli

Roger A. Arnold (2004) menjelaskan bahwa oligopoli terjadi jika jumlah penjual hanya ada beberapa atau sedikit, barang yang beredar jenisnya sama atau homogen, dan adanya rintangan untuk masuk.

Samuelson dan Nordhaus (2005) membagi pasar oligopoli ke dalam dua tipe, yaitu: (1) memproduksi barang identik, sehingga perubahan harga sekecil apapun akan menyebabkan konsumen beralih ke produsen lain; (2) memproduksi barang dengan diferensiasi produk (tidak identik).

McAfee (2002) membagi pasar oligopoli menjadi dua, yaitu: (1) oligopoli ketat – *tight oligopoly*, dimana kemiripan antara perusahaan yang terdapat di pasar sangat kecil, sehingga perusahaan memiliki banyak pilihan dalam mengimplementasikan strateginya. Perusahaan memasarkan produknya melalui iklan yang mengangkat kelebihan produk masing-masing dan mengurangi strategi perang harga; (2) oligopoli longgar – *loose oligopoly*, dimana keuntungan bisa didapatkan dengan strategi diferensiasi produk dan membuat inovasi yang mengubah peta industri, sehingga menyebabkan semakin besarnya halangan untuk masuk bagi perusahaan lain.

Sedangkan, menurut Joe S. Bain, struktur oligopoli terbagi dalam tingkat yang lebih bervariasi tergantung pada tingkat konsentrasi dari industri yang bersangkutan: (1) oligopoli penuh, yaitu tiga perusahaan terbesar menguasai 87% dari total pasar atau delapan perusahaan terbesar menguasai 99% pasar industri; (2) empat perusahaan terbesar menguasai 72% pasar atau delapan perusahaan terbesar menguasai 88% pasar industri; (3) empat perusahaan terbesar menguasai 61% pasar atau delapan perusahaan terbesar menguasai 77% pasar industri; (4)

empat perusahaan terbesar menguasai 38% pasar atau delapan perusahaan terbesar menguasai 45% pasar industri; (5) empat perusahaan terbesar menguasai 32% pangsa pasar.

#### c) Monopolistik

Menurut Baye (2001), sebuah industri memiliki struktur monopolistik jika memiliki syarat-syarat berikut: (1) ada banyak penjual dan pembeli; (2) setiap perusahaan dalam industri menghasilkan produk terdiferensiasi; (3) ada kebebasan untuk keluar-masuk industri.

Syarat-syarat tersebut juga merupakan syarat bagi industri dengan struktur persaingan sempurna. Namun, terdapat perbedaan antara kedua struktur industri tersebut, yaitu pada industri dengan struktur monopolistik setiap perusahaan menghasilkan produk yang agak mirip atau memiliki perbedaan yang signifikan, tetapi produk-produk tersebut tidak bisa saling mensubstitusi. Sehingga satu-satunya alasan mengapa perusahaan dalam industri berstruktur monopolistik dapat mengendalikan harga produk mereka hanyalah subyektivitas konsumen yang memandang produknya berbeda. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di industri tersebut berusaha meyakinkan konsumennya bahwa produk mereka berbeda dan lebih baik dari perusahaan lainnya. Strategi yang dijalankan untuk meyakinkan konsumennya, yaitu mengeluarkan dana besar untuk mempromosikan produknya dengan iklan komparatif dan memperkenalkan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

#### d) Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang memiliki banyak penjual dan banyak pembeli untuk barang yang bersifat sama. Karakteristik pasar persaingan sempurna adalah sebagai berikut (Permono, 1990; Baye, 2000; Blair dan Kaserman, 1985): (1) produknya homogen, produk yang satu dengan produk lainnya dapat disubstitusi dengan sempurna dan konsumen tidak merasakan perbedaan dalam mengkonsumsi barang tersebut; (2) jumlah penjual dan pembeli yang banyak, sehingga konsumen hanya bertindak sebagai penerima harga dan penjual pun tidak dapat mempengaruhi harga; (3) informasi sempurna,

menyebabkan pembeli tidak akan membeli produk dengan harga di atas harga pasar dan terjadinya harga tunggal dalam suatu pasar; (4) tidak ada halangan signifikan untuk keluar-masuk pasar, semua sumber daya dapat bergerak keluar-masuk pasar dengan mudah.

### 2.2.3. Perilaku Industri (*Conduct*)

Perilaku di dalam ekonomika industri dapat diartikan bagaimana cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar mendapatkan pasar. Dengan kata lain, perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan yang terdapat dalam suatu industri untuk mencapai tujuannya dan menghadapi persaingan. Perilaku dapat terlihat dalam bagaimana perusahaan menentukan harga jual, promosi produk atau periklanan (*advertising*), koordinasi kegiatan dalam pasar (misalnya dengan berkolusi, kartel, dan sebagainya), serta litbang (*research and development*).

Menurut Hasibuan, perilaku didefinisikan sebagai pola tanggapan dan penyesuaian suatu industri di dalam pasar untuk mencapai tujuannya. Perilaku industri satu dengan industri lainnya berbeda. Salah satunya disebabkan oleh perbedaan struktur pasar beberapa industri.<sup>14</sup>

Perilaku perusahaan dalam suatu industri akan menarik untuk diamati apabila perusahaan berada dalam suatu industri yang mempunyai struktur pasar yang tidak sempurna. Struktur pasar persaingan sempurna menyebabkan perusahaan tidak memiliki kekuasaan untuk menentukan harga pasar.<sup>15</sup>

Dalam praktik bisnis, 'perilaku' perusahaan dalam suatu industri memiliki karakteristik berbeda. Perilaku dalam hal ini dapat dilihat dari: perilaku harga, strategi produk, riset dan pengembangan, *advertising*. Pasar persaingan tidak sempurna mendorong perilaku industri ke arah kolusi. Hal ini disebabkan oleh semakin besarnya kekuasaan yang dimiliki oleh perusahaan besar dalam menetapkan harga.

---

<sup>14</sup> Hasibuan, *Loc. Cit.*, hal 16.

<sup>15</sup> S. Martin, *Industrial Economic Analysis and Public Policy*, Edisi Kedua, Prentice-Hall, New Jersey, 1994, hal.5.

### 2.2.3.1. Strategi Harga (*Pricing Strategy*)

Perusahaan pada beberapa industri memiliki harga pengelembungan (*mark up*) yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain di industri yang berbeda. Sebagai ilustrasi, kita bisa melihatnya pada indeks Lerner (Baye, 2000: 250):

$$L = \frac{P - MC}{P} \dots\dots\dots(2.5)$$

Dimana:

P adalah harga

MC adalah biaya marjinal (*marginal cost*)

Dari persamaan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa indeks *Lerner* mengukur selisih antara harga dengan biaya marjinal dibandingkan dengan harga sebuah produk.

Ketika sebuah perusahaan menetapkan harga yang sama dengan biaya marjinal, maka indeks *Lerner* bernilai nol. Hal ini berarti harga yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli suatu produk persis sama dengan biaya tambahan perusahaan untuk memproduksi satu produk kembali. Sebaliknya, jika perusahaan menetapkan harga di atas biaya marjinalnya, maka indeks *Lerner* akan lebih besar dari nol.

Indeks *Lerner* dapat pula digunakan untuk melihat besarnya *mark up* harga yang dilakukan oleh perusahaan. Indeks *Lerner* yang semakin rendah berarti perusahaan melakukan *mark up* yang rendah pula terhadap harga suatu produk. Hal demikian umumnya terjadi pada perusahaan yang berada dalam industri yang memiliki persaingan yang sangat ketat. Sementara itu, indeks *Lerner* yang tinggi atau mendekati satu berarti perusahaan melakukan *mark up* yang besar. Perusahaan yang melakukan *mark up* harga seperti ini umumnya berada dalam industri dengan persaingan tidak terlalu ketat.

Indeks *Lerner* berhubungan dengan biaya *mark up* yang dikenakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, kita dapat memodifikasi persamaan 2.3 menjadi:

$$P = \frac{1}{1 - L} MC \dots\dots\dots(2.6)$$

Dimana:

$\frac{1}{1-L}$  disebut faktor *mark up*, yaitu faktor pengali dari biaya marginal untuk mendapatkan harga suatu produk. Jika indeks *Lerner* bernilai nol, maka faktor *mark up* akan bernilai 1. Artinya, harga produk tepat sama dengan biaya marginal. Kemudian jika indeks *Lerner* bernilai  $\frac{1}{2}$ , maka faktor *mark up* bernilai 2. Artinya, harga produk 2 kali dari biaya marginalnya.

#### 2.2.3.2. Strategi Produk (*Product Strategy*)

Strategi produk adalah strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan pada sebuah industri yang dimanifestasikan dalam bentuk tingkat kualitas produk, variasi dan tipe produk, siklus hidup produk, dan kandungan teknologi.

#### 2.2.3.3. Riset dan Pengembangan

Riset dan pengembangan produk dari sebuah industri menunjukkan persaingan yang terjadi pada industri tersebut. Industri yang masih tumbuh dengan siklus hidup produknya masih pada tahap-tahap awal sementara para kompetitor secara agresif ingin menguasai pasar akan memiliki alokasi biaya untuk riset dan pengembangan yang besar.

#### 2.2.3.4. Advertising

Perilaku dalam memasarkan produk sangat dipengaruhi oleh struktur pasar dan kondisi persaingan. Alokasi biaya pemasaran yang besar menunjukkan struktur pasar yang kurang terkonsentrasi serta kompetisi yang ketat. Biaya pemasaran yang besar juga bisa menunjukkan siklus hidup produk yang sudah matang atau menurun (*Declining*) sehingga produk industri sudah menjadi komoditi yang menyebabkan persaingan bergeser ke bagian pemasaran dan distribusi.

#### 2.2.3.5. Persaingan dan Kolusi

Menurut pandangan strukturalis, struktur pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam membuat keputusan untuk berkompetisi atau berkolusi. Pandangan ini juga meyakini bahwa tingkat konsentrasi yang tinggi memungkinkan adanya praktek kolusi yang pada akhirnya akan menunjukkan

kinerja yang dihasilkan akibat perilaku ini. Menurut paradigma ini, pasar akan berfungsi dengan baik, jika di dalamnya terdapat persaingan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kolusi dapat membuat kinerja suatu perusahaan menjadi buruk. Terkadang, tanpa dorongan untuk bersaing, membuat kualitas pelayanan menjadi buruk. Harga dan tingkat kualitas tidak terlalu diperhatikan, yang menjadi perhatian adalah bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sebagai akibatnya, dengan harga yang tinggi mengakibatkan industri tersebut mendapatkan keuntungan di atas normal.

Perilaku perusahaan dalam pasar dapat terlihat melalui sikap kooperatif dan non-kooperatif. Perusahaan yang bersikap non-kooperatif akan bertindak atas diri sendiri tanpa melakukan perjanjian secara eksplisit atau implisit terhadap lain. Hal ini akan mengakibatkan timbulnya perang harga. Sedangkan perusahaan yang bersifat kooperatif lebih memilih untuk meminimalkan persaingan melalui perjanjian yang disepakati bersama atau lebih dikenal dengan istilah kolusi. Istilah ini menunjukkan suatu situasi di mana perusahaan lebih bekerja sama menentukan harga atau output, membagi pasar di antara mereka, atau membuat keputusan bisnis lain secara bersama-sama.

Sesungguhnya oligopolis yang berkolusi dengan tujuan untuk memaksimalkan keuntungan bersamanya dengan mempertimbangkan saling ketergantungan mereka, mereka akan menghasilkan output dan tingkat harga yang cenderung bersifat monopoli, begitu juga dengan tingkat keuntungan yang dirasakan, juga mengarah kepada keuntungan monopoli. Meskipun banyak oligopolis yang gembira akan mendapatkan keuntungan yang besar, dalam kenyataannya akan menghadapi rintangan-rintangan yang menghalangi kolusi yang efektif. Rintangan pertama adalah kolusi merupakan hal yang ilegal. Kedua, kemungkinan terjadinya kecurangan di antara perusahaan-perusahaan yang melakukan kolusi. Di saat perusahaan menemukan peluang untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, maka semakin tinggi hasrat mereka untuk melanggar perjanjian yang telah disepakati. Salah satu bentuk kecurangan yang sering terjadi adalah dengan memproduksi jumlah output di luar kuota yang terdapat dalam kesepakatan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa keuntungan yang lebih besar merupakan insentif utama bagi perusahaan yang berada dalam pasar oligopoli untuk melakukan kolusi dan menghindari persaingan. Mereka akan berkolusi jika mereka berada pada kondisi yang lebih baik jika dibandingkan jika mereka menentukan harga sendiri-sendiri. Terlebih lagi jika mereka menganggap bahwa ketergantungan mereka terhadap pesaing merupakan hambatan mereka untuk menentukan harga sendiri. Pada sisi lain, ada perusahaan yang menganggap faktor saling ketergantungan ini dapat dijadikan senjata untuk melakukan kompetisi dan membuat pesaingnya keluar dari pasar.

Istilah kolusi menunjukkan suatu keadaan di mana dua atau lebih perusahaan bersama-sama menentukan harga atau output mereka atau membentuk suatu kesepakatan dalam melakukan tindak bisnis mereka yang pada akhirnya akan memunculkan kartel dalam perekonomian.

#### a) Faktor-faktor Terbentunya Kolusi

Selain ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar, faktor pemicu adanya kolusi adalah:

##### 1. Konsentrasi dan jumlah perusahaan

Semakin tinggi tingkat konsentrasi, semakin tinggi kekuatan pasar yang dimiliki suatu perusahaan maka semakin besar kemungkinan untuk terjadinya kolusi di antara mereka. Semakin sedikit pemimpin perusahaan maka akan semakin kuat kendali yang dapat dilakukan terhadap strategi yang diterapkan oleh perusahaan-perusahaan yang melakukan kesepakatan tersebut. Oleh karena itu, kolusi akan stabil dan akhirnya akan menuju ke monopoli.

##### 2. Persaingan non Harga

Persaingan non-harga merupakan substitusi dari persaingan harga yang dapat digunakan untuk merebut pangsa pasar pesaing. Namun butuh biaya yang tidak sedikit untuk melakukannya, sehingga jika dilakukan dengan kolusi dan kerja sama akan lebih baik.

##### 3. *Long Industry Experience*



Industri-industri yang sudah berada lama dalam pasar pada umumnya sudah saling mengenal karakteristik masing-masing dan mengalami situasi secara bersama-sama. Oleh karena itu menjadi lebih mudah dan memungkinkan bagi mereka untuk melakukan kolusi.

#### b) Bentuk-bentuk Kolusi

- Kartel

Kartel merupakan persetujuan penggabungan usaha secara terbuka dan formal. Persoalan yang diangkat dari kartel ini adalah bagaimana perusahaan-perusahaan yang bergabung itu bersama-sama menentukan tingkat harga yang berlaku dan jumlah produksi yang akan dihasilkan untuk mencapai laba maksimum. Terdapat dua wujud kerja sama, yaitu penentuan tingkat harga dan pembagian pangsa pasar. Sehingga, terdapat dua kemungkinan yang dapat ditempuh, *pertama* adalah membiarkan tiap perusahaan memproduksi sesuai kemampuan dan menjualnya ke pasar pada tingkat harga yang telah disepakati bersama. Kedua, menentukan kuota masing-masing perusahaan dalam bentuk jumlah output atau dapat pula dalam bentuk pembatasan daerah penjualan.

Kartel adalah bentuk konsentrasi usaha yang berdasarkan atas perjanjian dengan pelaku usaha persaingannya dengan maksud akan mempengaruhi harga dengan mengatur produksi atau pemasaran suatu barang dan jasa. Dengan sifatnya seperti itu, berdasarkan UU No. 5 tahun 1999 kartel termasuk ke dalam monopoli dan dapat menimbulkan persaingan yang tidak sehat.

- *Tacit Collusion*

*Tacit Collusion* merupakan persetujuan penetapan harga yang dilakukan secara diam-siam. Dalam *Tacit Collusion* terdapat kesepakatan antar perusahaan untuk melakukan kolusi. Namun dalam membentuk yang tidak nampak atau tidak berkolusi langsung atau tidak menandatangani persetujuan.

Contohnya adalah adanya *price leadership* dimana ada satu *leading firm* yang merupakan *price leader*. Melalui media massa membuat pengumuman

atau artikel yang mengindikasikan bahwa perlu diadakan kenaikan harga sehingga pelaku usaha lain tahu kalau mereka harus meningkatkan harga. Tindakan pemimpin harga ini dikatakan sebagai *price signaling* yang bisa diikuti *follower* untuk menghindari terjadinya perang harga yang dapat merugikan mereka.

Syarat stabilnya *price leadership* di dalam pasar adalah:

1. Tingkat konsentrasi yang tinggi dan tingkat pasar yang hampir sama
2. Hambatan masuk yang tinggi sehingga kemampuan perusahaan pemimpin dalam menentukan harga
3. Jenis barang tidak harus homogen, namun terdiferensiasi dengan substitusi yang dekat. Hal ini untuk menjamin bahwa di antara mereka harus terjadi *interdependence* yang kuat.
4. Kurva permintaan harus inelastis. Hal ini untuk menjamin bahwa restriksi jumlah output yang dilakukan mendatangkan keuntungan
5. Kondisi biaya masing-masing perusahaan setidaknya harus sama sehingga ketika terjadi penetapan harga, keuntungan yang diperoleh perusahaan-perusahaan tersebut akan sama pula.

- Asosiasi Perdagangan

Asosiasi perdagangan dikategorikan sebagai bentuk kolusi karena dalam asosiasi perdagangan biasanya perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam asosiasi tersebut bersama-sama menentukan jumlah produksi dan distribusi yang dapat memaksimalkan keuntungan mereka, baik secara individu maupun kelompok.

#### 2.2.4. Kinerja Industri (*Performance*)

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana hasilnya biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Namun, agar lebih terperinci kinerja dapat pula tercermin melalui efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, serta kebanggaan kelompok yang dapat dilihat pada tabel 2.3.

**Tabel 2.3.** Ukuran Kinerja Menurut Area dan Sudut Pandang

| <b>Manajemen Analisis Operasional</b>   | <b>Pemilik Profitabilitas</b>       | <b>Pemberi Pinjaman Likuiditas</b> |
|---|-------------------------------------|------------------------------------|
| <i>Gross Margin</i>                     | <i>Return on total net worth</i>    | <i>Current ratio</i>               |
| <i>Profit Margin</i>                    | <i>return on common equity</i>      | <i>Acid test</i>                   |
| <i>Operating expenses analysis</i>      | <i>Earnings per share</i>           | <i>Quick sale value</i>            |
| <i>Contribution analysis</i>            | <i>cash flow per share</i>          | <i>Cashflow patterns</i>           |
| <i>Operating leverage</i>               | <i>share price appreciation</i>     |                                    |
| <i>Comparative analysis</i>             | <i>Total shareholder return</i>     |                                    |
|   | <i>shareholdeer value analysis</i>  |                                    |
| <b>Manajemen Sumber Daya</b>            | <b>Disposisi Penghasilan</b>        | <b>Financial Leverage</b>          |
| <i>Assets turnover</i>                  | <i>Dividends per share</i>          | <i>Debt to assets</i>              |
| <i>Working Capital management</i>       | <i>Dividend yield</i>               | <i>Debt to capitalization</i>      |
| <i>-Inventory turnover</i>              | <i>Payout/retention of earnings</i> | <i>Debt to equity</i>              |
| <i>- Accounting receivable patterns</i> | <i>Dividend Coverage</i>            | <i>Risk/reward trade-off</i>       |
| <i>- ccount payable patterns</i>        | <i>Dividends to assets</i>          |                                    |
| <i>Human resources effectiveness</i>    |                                     |                                    |
| <b>Profitabilitas</b>                   | <b>Indikator Pasar</b>              | <b>Debt Sevice</b>                 |
| <i>Returns on assets (total or net)</i> | <i>Cash flow analysis</i>           | <i>Interests coverage</i>          |
| <i>Return before interest and taxes</i> | <i>Price/earnings ratio</i>         | <i>Burden coverage</i>             |
| <i>Return on current value basis</i>    | <i>Cash flow multiples</i>          | <i>Cash flow analysis</i>          |
| <i>Investment project economics</i>     | <i>Market to book value</i>         |                                    |
| <i>Cash flow return on investment</i>   | <i>Relative price movements</i>     |                                    |
| <i>Free cash flow</i>                   | <i>Value of the firm</i>            |                                    |

(Sumber: Kuncoro dan Suhardjono (2002: 559))

Pada praktiknya, ukuran kinerja dapat bermacam-macam, tergantung pada jenis industrinya. Pertama, ukuran kinerja berdasarkan sudut pandang manajemen, pemilik, atau pemberi pinjaman. Menurut sudut pandang manajemen yang sering dilihat adalah bagaimana besar keuntungannya (*Price Cost Margin*). Biasanya dalam analisis internal, banyak perusahaan menerapkan rasio dan standar yang memisahkannya ke dalam komponen serangkaian keputusan yang mempengaruhi kinerja operasional, keseluruhan *returns*, dan harapan pemegang saham.

Kedua, kinerja dalam suatu industri dapat 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 itu, nilai output merupakan nilai barang yang dihasilkan. tingkat perubahan teknologi (*Progresiveness*) juga merupakan salah satu indikator kinerja.

Produktivitas merupakan hasil yang dicapai per tenaga kerja atau unit faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Pada umumnya, tingkat produktivitas dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, alat produksi, dan keahlian (*skill*) yang dimiliki oleh tenaga kerja. Produktivitas tenaga kerja merupakan perbandingan antara nilai output dan tenaga kerja.

Efisiensi adalah perbandingan seberapa besar kita dapat mengambil manfaat dari suatu variabel untuk mendapatkan output sebanyak-banyaknya. Untuk mengukur suatu efisiensi, kita dapat menggunakan perbandingan nilai tambah dan nilai input.

#### 2.2.4.1. Price Cost Margin

Pada dasarnya, usaha untuk mengukur tingkat kekuatan pasar dilakukan pertama kali oleh Lerner pada tahun 1934. Menurutnya, perusahaan akan memilih tingkat output ketika *marginal cost* (MC) sama dengan *marginal revenue* (MR) untuk memaksimalkan tingkat keuntungan. Jadi tingkat keuntungan maksimum dapat dicapai pada saat:

$$MC = MR \dots\dots\dots(2.7)$$

Dalam pasar persaingan sempurna, pendapatan marjinal terdiri dari dua komponen, yaitu<sup>16</sup>:

1. Memproduksi tambahan satu unit output dan menjualnya pada tingkat harga (P) akan menambah penerimaan sebesar  $(1)(P) = P$
2. Untuk menjual tambahan satu unit output, perusahaan harus menurunkan tingkat harga  $(\Delta P/\Delta Q)$  sehingga mengurangi penerimaan terhadap keseluruhan output yang terjual sebesar  $Q(\Delta P/\Delta Q)$ .

Sehingga *marginal revenue* pada pasar persaingan tidak sempurna adalah:

$$MR = P + Q\left(\frac{\Delta P}{\Delta Q}\right) = P\left[1 + \left(\frac{Q}{P}\right)\left(\frac{\Delta P}{\Delta Q}\right)\right] = P\left(1 - \frac{1}{\eta}\right) \dots\dots\dots(2.8)$$

Elastisitas permintaan barang terhadap harga ( $\eta$ ) menggambarkan persentase perubahan permintaan akibat adanya kenaikan harga sebesar 1%. Dimana

<sup>16</sup> Robert S. Pyndick, Daniel L. Rubinfeld, *Microeconomic.*, 5<sup>th</sup> Edition, (New Jersey: Prentice-Hall, 1998), hal.333

elastisitas permintaan barang,  $\eta = (P/Q)(\Delta Q/\Delta P)$ , sehingga persamaan diatas merupakan kebalikan dari elastisitas permintaan barang terhadap harga ( $1/\eta$ ).

Berdasarkan model tersebut, maka perusahaan pada persaingan tidak sempurna akan memilih tingkat output ketika *marginal cost* sama dengan *marginal revenue* untuk memaksimalkan tingkat keuntungan.

$$MR = P\left(1 - \frac{1}{\eta}\right) = MC \dots\dots\dots(2.9)$$

Kerugian yang diderita masyarakat pada persaingan tidak sempurna dikarenakan perusahaan membatasi output, dimana tingkat harga dinaikan melebihi *marginal cost*. Dengan demikian pengukuran tingkat kekuatan pasar (*market power*) adalah melihat sejauh mana perusahaan dapat meningkatkan harga diatas *marginal cost*.

Persamaan diatas kemudian dapat ditulis kembali sebagai:

$$\frac{(P - MC)}{P} = \frac{1}{\eta} \dots\dots\dots(2.10)$$

Persamaan tersebut disebut dengan indeks Lerner. Sisi kiri menunjukkan kekuatan pasar (*market power*) suatu perusahaan, yang dihitung melalui perbedaan tingkat harga dan *marginal cost*, dibagi dengan harga. Nilai indeks Lerner berada antara 0 dan 1, dimana pada pasar yang kompetitif indeks Lerner akan bernilai 0 atau dengan kata lain tingkat harga sama dengan *marginal cost*. Semakin besar indeks Lerner, semakin besar pula kekuatan pasar suatu perusahaan. Indeks Lerner juga memperlihatkan hubungan negatif antara elastisitas permintaan dengan *marginal cost*. Dengan kata lain, semakin tinggi elastisitas permintaan suatu barang, maka kekuatan pasar suatu perusahaan akan semakin kecil.

Data *marginal cost* dalam dunia nyata sulit didapat. Untuk mengatasinya, maka diasumsikan industri bersifat *constant return to scale* (CRTS) sehingga dalam jangka panjang *marginal cost* sama dengan *average cost*<sup>17</sup>. Indeks Lerner ini kemudian menjadi

$$\frac{P - AVC}{P} \dots\dots\dots(2.11)$$

Perhitungan tersebut dikenal sebagai *price cost margin*.

---

<sup>17</sup> Martin, op. cit., hal. 203

Pada penelitian ini, perhitungan *price cost margin* sama seperti yang dilakukan Jayanthakumaran (1999). *Price-cost margin* (PCM) kemudian dapat dihitung dengan membagi nilai tambah yang telah dikurangi upah dengan penjualan. Penyesuaian pada perhitungan dilakukan dengan mengganti nilai penjualan dengan nilai output. Hal tersebut dikarenakan nilai penjualan di Indonesia tidak mencerminkan penjualan yang sesungguhnya. Dengan demikian *price-cost margin* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PCM_j = \frac{VA_j - W_j}{O_j} \dots\dots\dots(2.12)$$

Dimana:  $VA_j$  = nilai tambah industri  $j$

$W_j$  = upah tenaga kerja  $j$

$O_j$  = output industri  $j$

#### 2.2.4.2. Tingkat Efisiensi

Variabel ini mengacu pada tingkat efisiensi yang dimiliki oleh suatu pasar dalam hal mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk proses produksi pada tingkat teknologi tertentu. Tingkat efisiensi dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja suatu pasar. Sebagai contoh pasar monopoli yang dapat membatasi output dan meningkatkan harga, sering dituding sebagai pasar yang tidak efisien karena adanya *loadweight loss* dan penggunaan sumber daya yang tidak optimal. Sebaliknya pasar yang kompetitif adalah pasar yang dianggap dapat mengalokasikan sumber dayanya secara lebih optimal, sehingga tingkat efisiensi yang dimiliki oleh pasar yang kompetitif akan tinggi.

Rumus menghitung efisiensi adalah (Kuncoro, 2007) :

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Nilai tambah}}{\text{Input}} \dots\dots\dots(2.13)$$

#### 2.2.4.3. Progressiveness

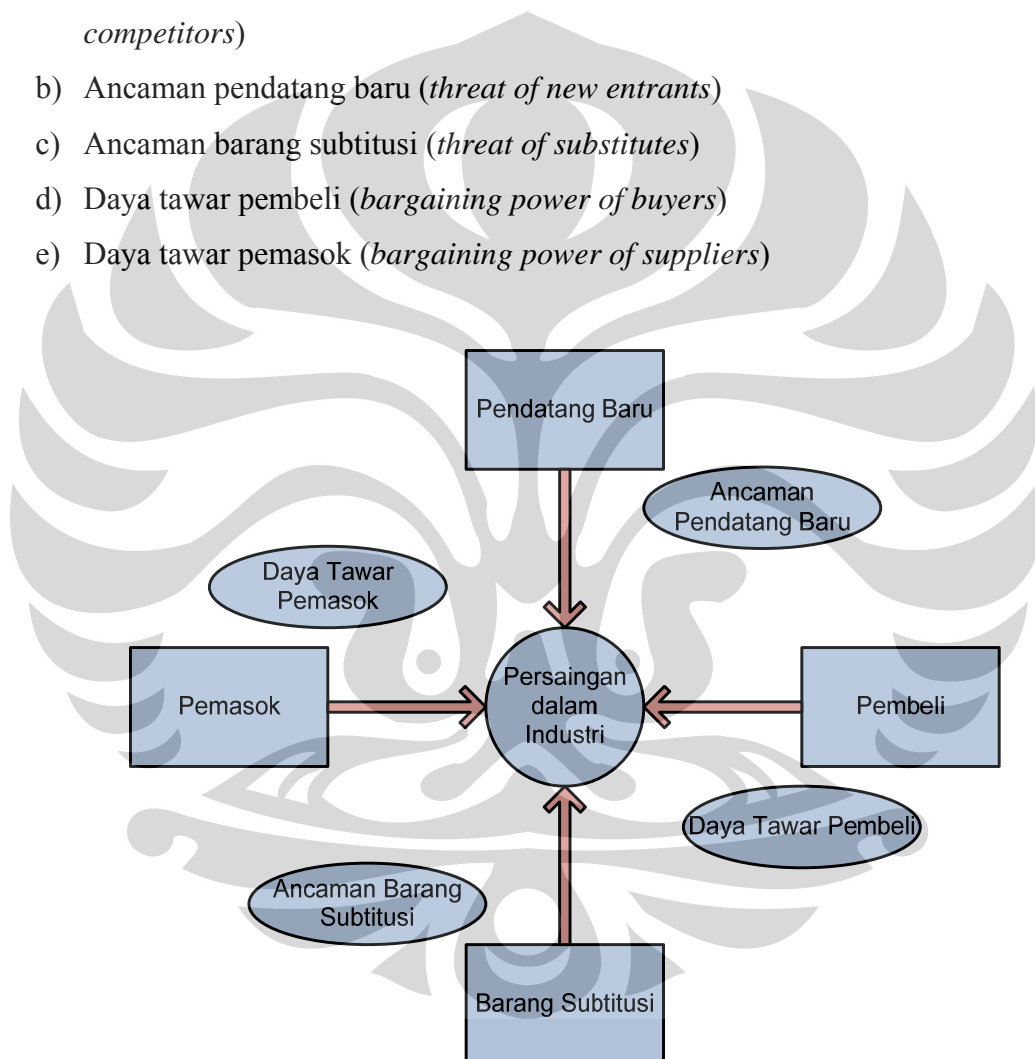
Variabel ini menggambarkan tingkat perubahan teknologi. Semakin meningkat teknologi yang digunakan, maka kinerja dari pasar tersebut akan semakin baik. Sehingga dalam pengertian sehari-hari, variabel ini biasa juga

didefinisikan sebagai efisiensi dinamis, karena dalam ilmu ekonomi perubahan teknologi identik dengan perubahan antar waktu.

### 2.3. Analisis Struktur Kekuatan Persaingan

Untuk menganalisis lingkungan persaingan dalam suatu industri, Porter (1985) mengajukan model lima kekuatan (*five forces model*). Lima kekuatan persaingan tersebut adalah:

- Persaingan antar pesaing dalam industri yang sama (*rivalry among current competitors*)
- Ancaman pendatang baru (*threat of new entrants*)
- Ancaman barang substitusi (*threat of substitutes*)
- Daya tawar pembeli (*bargaining power of buyers*)
- Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)



**Gambar 2.2.** Model Lima Kekuatan Persaingan

(Sumber: Porter)

Menurut Porter, faktor persaingan antar pesaing dalam industri yang sama merupakan pusat kekuatan persaingan. Semakin tinggi tingkat persaingan antar perusahaan, semakin tinggi profitabilitas industri. Namun, ada kemungkinan

profitabilitas perusahaan menurun. Intensitas persaingan dipengaruhi faktor-faktor berikut:

- Pertumbuhan industri (*industry growth*)
- Biaya tetap dan biaya penyimpanan (*fixed and storage cost*)
- Diferensiasi produk (*product differentiation*)
- Identitas merek (*brand identity*)
- Biaya pengalihan ke barang lain (*switching cost*)
- Konsentrasi dan keseimbangan (*concentration and balance*)
- Informasi yang kompleks (*informational complexity*)
- Keberagaman pesaing (*diversity of competitors*)
- Halangan keluar (*exit barriers*)

Secara umum, masuknya pemain baru dalam suatu industri akan membuat persaingan menjadi lebih ketat dan berujung pada turunnya keuntungan yang diterima oleh semua perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesulitan hambatan dalam memasuki suatu industri adalah:

- Skala ekonomi (*economies of scale*)
- Diferensiasi produk (*product differentiation*)
- Identitas merek (*brand identity*)
- Biaya pengalihan (*switching cost*)
- Kebutuhan modal (*capital requirements*)
- Akses terhadap distribusi (*access to distribution*)
- Keunggulan biaya absolute (*absolute cost advantage*)
- Kebijakan pemerintah (*government policy*)
- Reaksi pesaing (*expected retaliation*)

Barang substitusi adalah barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Ancaman barang substitusi dipengaruhi oleh:

- Harga relative dalam kinerja barang substitusi (*relative price performance of substitutes*)



- Biaya pengalihan (*switching cost*)
- Kecenderungan pembeli untuk mensubstitusi (*buyer propensity to substitute*)

Berikut ini beberapa faktor yang dapat meningkatkan kekuatan tawar pembeli:

- Pangsa pembeli yang besar
- Biaya mengalihkan ke produk lain yang relative kecil
- Banyaknya produk substitusi
- Tidak ada atau minimnya diferensiasi produk

Sedangkan, berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kekuatan tawar pemasok:

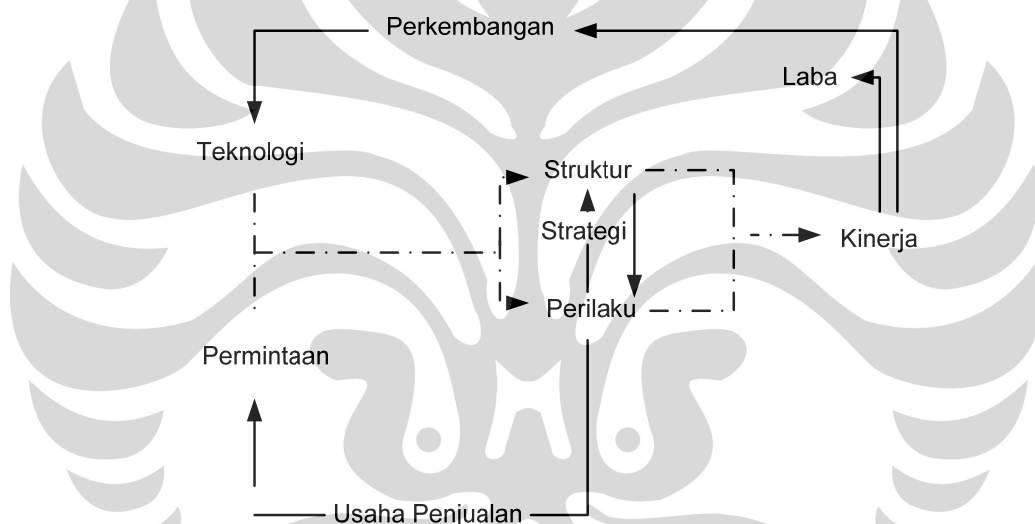
- Industri pemasok didominasi sedikit perusahaan
- Produk pemasok hanya memiliki sedikit barang substitusi
- Pembeli bukan merupakan pelanggan yang penting bagi pemasok
- Produk pemasok merupakan produk yang penting bagi pembeli
- Produk pemasok dideferensiasikan
- Produk pemasok memiliki biaya pengalihan yang tinggi
- Pemasok memiliki ancaman integrasi ke depan yang kuat

#### **2.4. Hubungan Struktur Perilaku Kinerja**

Paradigma SCP tidak hanya secara sederhana menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang linear antara struktur industri, perilaku industri, dan kinerja industri. Pembuktian oleh para ekonom IO (*Industrial Organization*) menjelaskan bahwa model SCP juga dapat menjelaskan bahwa terdapat Interaksi diantara struktur, perilaku, dan kinerja pasar (gambar 2.3)

Hubungan antara struktur perilaku dan kinerja pasar bersifat kompleks dan saling interaksi (Philips, 1974). Edward S. Masson awalnya membuat pernyataan bahwa jika ingin melihat kejadian di suatu pasar, dimana ada harga yang naik atau tinggi dalam suatu pasar, maka kita harus melihat dari kinerja suatu pasar. Kinerja itu sendiri, menurut beliau dilihat dari perilakunya yang tercermin dari struktur industri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk melihat suatu kinerja pasar itu

lebih baik atau buruk, terlebih dahulu harus melihat struktur pasar yang mempengaruhi perilaku pasar tersebut. Struktur pasar mempengaruhi perilaku pasar, tetapi perilaku pasar, melalui perilaku strategik, juga dapat mempengaruhi struktur suatu pasar. Sehingga, selanjutnya struktur pasar dan perilaku pasar akan saling berinteraksi di dalam menentukan kinerja pasar. Selain itu, *sales effort* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di dalam pasar tersebut juga turut mempengaruhi permintaan. Sehingga, kinerja pasar, melalui *progressiveness*, pada akhirnya akan memberikan timbal balik terhadap teknologi dan struktur pasar. Secara lebih luas lagi dapat disimpulkan bahwa profitabilitas, efisiensi, dan *progressiveness*, yang merupakan elemen dari kinerja pasar, memiliki dampak yang dinamik terhadap struktur pasar.



**Gambar 2 3.** Hubungan Struktur-Perilaku-Kinerja yang Saling Mempengaruhi  
(Sumber: Martin, 1999:7)

Joe s. Bain merupakan orang pertama yang melakukan pendekatan hubungan tersebut ke dalam sebuah teori empiris. Bain mencoba membuat suatu persamaan sederhana untuk mencoba membuktikan apa yang dikatakan Masson, yaitu kinerja dipengaruhi oleh struktur. Persamaan yang dibentuk oleh Bain adalah sebagai berikut.

$$P = f(S)$$

Dimana:

P= Performance

S= Structure

Kemudian Bain mencari variabel yang mempengaruhi struktur tersebut. Ditemukan bahwa yang menentukan struktur terkonsentrasi atau tidak adalah variabel tingkat konsentrasi dan tingkat hambatan masuk. Sehingga besaran kinerja merupakan fungsi dari tingkat konsentrasi dan tingkat hambatan masuk. Persamaan di atas diperjelas lagi seperti di bawah ini.

$$P = f(\text{CR}, \text{EB})$$

Dimana:

CR = *Concentration Rate*

EB = *Entry Barrier*

Untuk *Entry Barrier* (Hambatan masuk) dapat dilihat dari *Minimum Efficiency of Scale* (MES) dan *Product Differentiated*. Sehingga, persamaan di atas menjadi:

$$P = f(\text{CR}, \text{MES}, \text{DIFT})$$

Dimana:

CR = *Concentration Rate*

MES = *Minimum Efficiency of Scale*

DIFT = *Product Differentiated*

Dari persamaan di atas, Bain mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat konsentrasinya maka akan semakin tinggi tingkat hambatan masuk ke dalam suatu pasar, sehingga pasar tersebut akan memiliki kinerja yang buruk karena mendekati monopoli dimana pada struktur pasar ini, persaingan hampir tidak ada. Dari persamaan tersebut, juga dapat diketahui bahwa struktur akan mempengaruhi kinerja melalui perilaku suatu perusahaan atau suatu industri.

Dari teori Bain yang telah dikelaskan di atas, untuk dapat membuktikan hubungan antar struktur perilaku secara kuantitatif, biasanya digunakan analisis ekonometrika menggunakan analisis regresi.

#### 2.4.1. Metode Regresi

Menurut jurnal yang dibuat oleh Ian Domowitz, dalam mengkuantifikasikan hubungan antara struktur dan kinerja dapat menggunakan analisis regresi antara variabel kinerja, dalam hal ini variabel tingkat keuntungan (PCM) dengan variabel pembentuk struktur, seperti konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar dan hambatan

masuk pasar. Metode Least Square merupakan metode yang sering digunakan dalam analisis regresi. Pengolahan data dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*) pada dasarnya harus memenuhi asumsi *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Oleh karena itu, agar model yang digunakan dalam penelitian ini menjadi model yang memenuhi kaidah BLUE maka harus memenuhi beberapa asumsi (Gujarati, 2003). Asumsi-asumsi yang perlu dipenuhi adalah variabel-variabel independen/bebas yang digunakan dalam model bukan stokastik dan tidak ada hubungan linear yang persisten antara dua atau lebih variabel bebas. Hal ini berarti tidak ada multikolinearitas di antara variabel bebas. Artinya tidak ada pengaruh/hubungan linear antara variabel independennya. Sedangkan asumsi lain yang harus dipenuhi adalah bahwa *error-term* observasi-observasi yang berbeda adalah independen dan karenanya tidak memiliki korelasi atau tidak adanya autokorelasi, mempunyai nilai harapan nol, mempunyai varians yang konstan untuk semua observasi atau disebut homoskedastis, dan terdistribusi normal.

#### 2.4.1.1. Panel (*Pooled Data*)

Data panel merupakan sebuah set data yang berisi data sampel individu (rumah tangga, perusahaan, kabupaten, kota, dll) pada sebuah periode waktu tertentu. Oleh sebab itu data panel merupakan gabungan antara data lintas waktu (*time series*) dengan lintas individu (*cross section*). Data panel sangat bermanfaat, karena dapat mendalami efek ekonomi yang tidak dapat diperoleh dengan hanya menggunakan data lintas waktu atau lintas individu saja. Contohnya pada model tingkat laba perusahaan dalam sebuah industri.

Secara umum, penggunaan data panel mampu memberikan banyak keunggulan secara statistik maupun teori ekonomi, antara lain<sup>18</sup>:

1. Panel data mampu memperhitungkan heterogenitas individu secara eksplisit dengan mengizinkan variabel-spesifik individu
2. Kemampuan mengontrol heterogenitas individu ini pada gilirannya membuat data panel dapat digunakan untuk menguji dan membangun model perilaku yang lebih kompleks. Misal fenomena skala ekonomis

---

<sup>18</sup> Yusuf Wibisono, Modul Pelatihan Ekonometrika Dasar, 5 Desember 2005, kampus UI, Depok.

lebih baik dengan menggunakan data panel dibandingkan dengan secara murni menggunakan *time series* atau *cross section*,

3. Jika efek spesifik adalah signifikan berkorelasi dengan variabel penjelas lainnya, maka penggunaan panel data dapat mengurangi masalah *omitted* variabel secara substantial.
4. Karena mendasarkan diri pada observasi *cross section* yang berulang-ulang, maka data panel sangat baik digunakan untuk *study of dynamic adjustment* seperti mobilitas tenaga kerja, tingkat keluar masuk pekerjaan, dan lain-lain.

#### 2.4.1.2. Aturan Keputusan Pengujian Hipotesis

Yang pertama perlu dilakukan adalah menguji signifikansi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini dapat dilakukan dengan cara :

- Uji t-statistik, untuk menguji signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel tidak bebas dengan menganggap variabel bebas lainnya tetap. Dengan spesifikasi:

Dimana:  $H_0 : \beta = 0 \rightarrow$  variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan.

$H_1 : \beta \neq 0 \rightarrow$  variabel independen mempengaruhi secara signifikan.

Tolak  $H_0$  jika probabilitas t-stat < 0.05 dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 5\%$ . Berarti variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependennya/variabel terikat.

- Uji F-statistik, untuk menguji signifikansi hubungan variabel bebas secara keseluruhan dapat berpengaruh terhadap variabel tidak bebas.

Dimana:  $H_0 : \beta = 0 \rightarrow$  variabel independen tidak mempengaruhi secara signifikan.

$H_1 : \beta \neq 0 \rightarrow$  variabel independen mempengaruhi secara signifikan.

Tolak  $H_0$  jika probabilitas t-stat < 0.05 dengan tingkat kepercayaan 95% dan  $\alpha = 5\%$ . Berarti variabel independen mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependennya.

- Uji *Goodness of Fit* yang dapat dideteksi dengan melihat koefisien determinasi ( $R^2$ ), Uji R-Squared ( $R^2$ ) merupakan uji kecocokan model regresi

yang menggambarkan kemampuan model dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Pada model *time series* yang baik memiliki  $R^2$  diatas 0.90, sedangkan untuk data cross section sebaiknya memiliki  $R^2$  diatas 0.30.

#### 2.4.1.3. Pengujian Asumsi OLS

Dalam regresi majemuk perlu dihindari adanya penyimpangan asumsi klasik (Gujarati, 2003). Oleh karena itu dalam penelitian ini akan diuji tiga asumsi klasik yang dianggap sangat penting, yaitu: multikolinieritas, heteroskedastis dan auto korelasi.

- Multikolinieritas, adanya hubungan linier antara variabel-variabel bebas untuk mendeteksinya dapat dilihat dari:
  - a. F-stat yang signifikan, tetapi t-sta individu tidak signifikan serta menunjukkan arah koefisien yang tidak sesuai dengan teori.
  - b. Nilai koefisien korelasi masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0.8
  - c. Nilai korelasi parsial dari variabel bebas (variabel bebas sebagai variabel kontrol) lebih besar dari 0.8

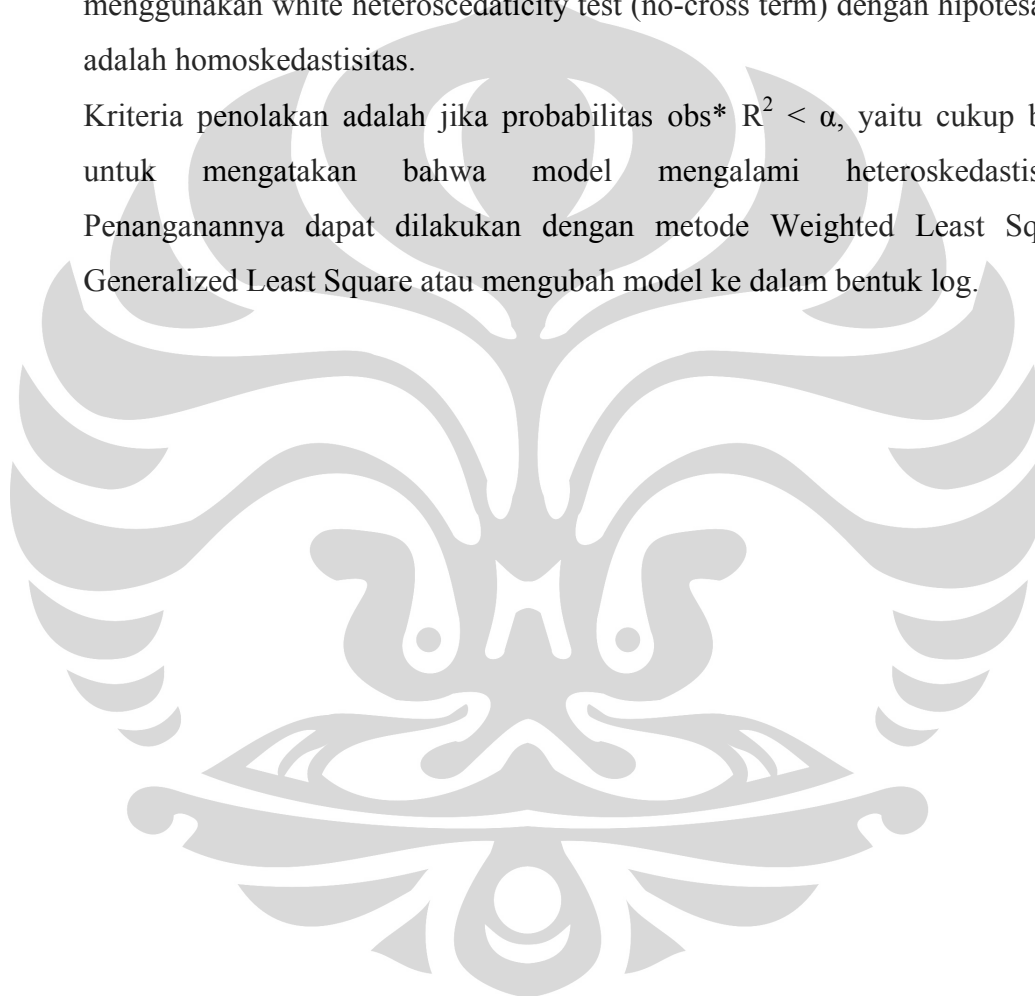
Untuk mengatasi permasalahan ini maka dapat dilakukan dengan

- a. menghilangkan variabel bebas yang menyebabkan multikolinieritas
  - b. menambah atau mengurangi jumlah observasi
  - c. mengubah bentuk data variabel bebas atau
  - d. mengubah spesifikasi model
  - e. atau bahkan tidak melakukan apapun seperti yang dikemukakan oleh Blancard
- Autokorelasi, adanya korelasi antar residual variabel independen. Pelanggaran ini biasa terjadi dalam data *time series* yang dapat diujikan dengan menggunakan statistik Durbin-Watson. Apabila  $DW > 2$  atau  $DW < 2$  maka menunjukkan adanya autokorelasi. Sedangkan bila  $DW$  mendekati 2 maka dapat dikatakan model tersebut tidak berautokorelasi. Namun, untuk lebih spesifik dapat digunakan (Breusch-Godfrey Lagrange Multiplier) LM-test dengan hipotesa nol tidak terdapat autokorelasi. Jika probabilitas  $obs * R^2 < \alpha$  maka cukup bukti untuk mengatakan bahwa ada masalah autokorelasi di dalam model tersebut. Selain itu, ada cara lain untuk menguji autokorelasi

yaitu dengan menggunakan corelogram-Q-statistics, dengan memperhatikan nilai autokorelasi dan partial correlation, bila melebihi 0.5 atau nilai probabilita  $< 0.1$  menunjukkan adanya masalah autokorelasi. Penanganan masalah ini adapat dilakukan dengan menggunakan metode autoregressive (AR), moving average (MA) serta dependent lag.

- Heteroskedastis adalah varians residuan dari variabel independen tidak konstan atau tidak homoskedastis. Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan white heteroscedaticity test (no-cross term) dengan hipotesa nol adalah homoskedastisitas.

Kriteria penolakan adalah jika probabilitas  $obs * R^2 < \alpha$ , yaitu cukup bukti untuk mengatakan bahwa model mengalami heteroskedastisitas. Penanganannya dapat dilakukan dengan metode Weighted Least Square Generalized Least Square atau mengubah model ke dalam bentuk log.



### 3. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 3.1. Pengumpulan Data Industri Kelapa Sawit dan Industri Minyak Goreng Sawit

Industri minyak goreng sawit tidak akan pernah bisa dipisahkan dari industri pembentuknya yaitu kelapa sawit yang merupakan bahan baku dari minyak goreng sawit. Setiap perubahan apapun dari kelapa sawit pasti mempengaruhi minyak goreng sawit. Gambaran tentang minyak goreng sawit juga pembentuknya yaitu kelapa sawit akan dibahas secara detail di bab ini.

##### 3.1.1. Gambaran Umum Kelapa Sawit

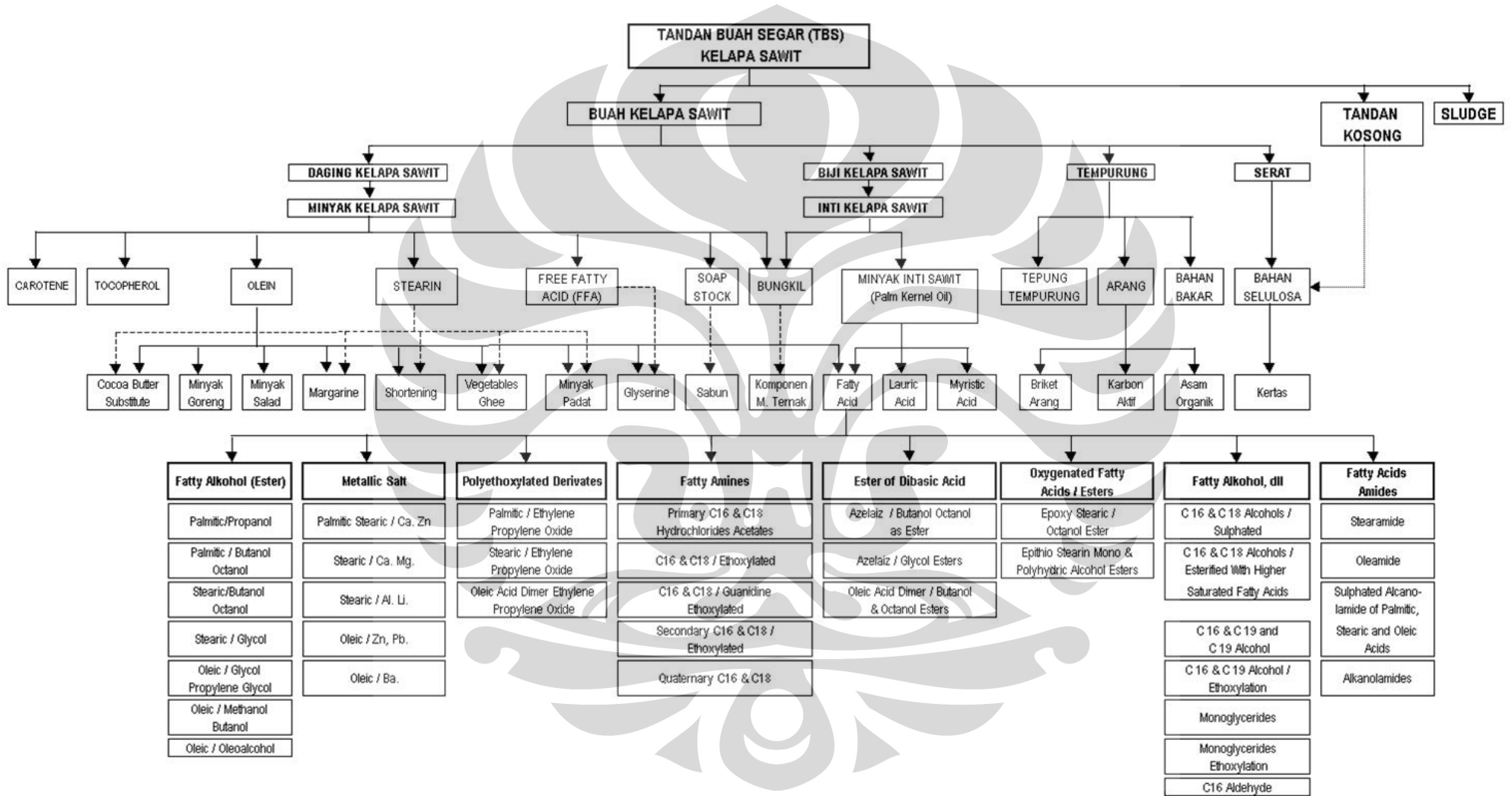
###### 3.1.1.1. Sejarah Kelapa Sawit

Pohon Kelapa Sawit terdiri dari dua spesies *Arecaceae* atau famili *palma* yang digunakan untuk pertanian komersil dalam pengeluaran minyak kelapa sawit. Pohon Kelapa Sawit Afrika, *Elaeis guineensis*, berasal dari Afrika barat di antara Angola dan Gambia, dan Pohon Kelapa Sawit Amerika, *Elaeis oleifera*, berasal dari Amerika Tengah dan Amerika Selatan.

Kelapa sawit termasuk tumbuhan pohon, tingginya dapat mencapai 24 meter, bunga dan buahnya berupa tandan, serta bercabang banyak. Buahnya kecil dan apabila masak, berwarna merah kehitaman. Daging buahnya padat. Daging dan kulit buahnya mengandung minyak. Minyaknya itu digunakan sebagai bahan minyak goreng, sabun, dan lilin. Ampasnya dimanfaatkan untuk makanan ternak, khususnya sebagai salah satu bahan pembuatan makanan ayam. Tempurungnya digunakan sebagai bahan bakar dan arang.



### 3.1.1.2. Pohon Industri Kelapa Sawit

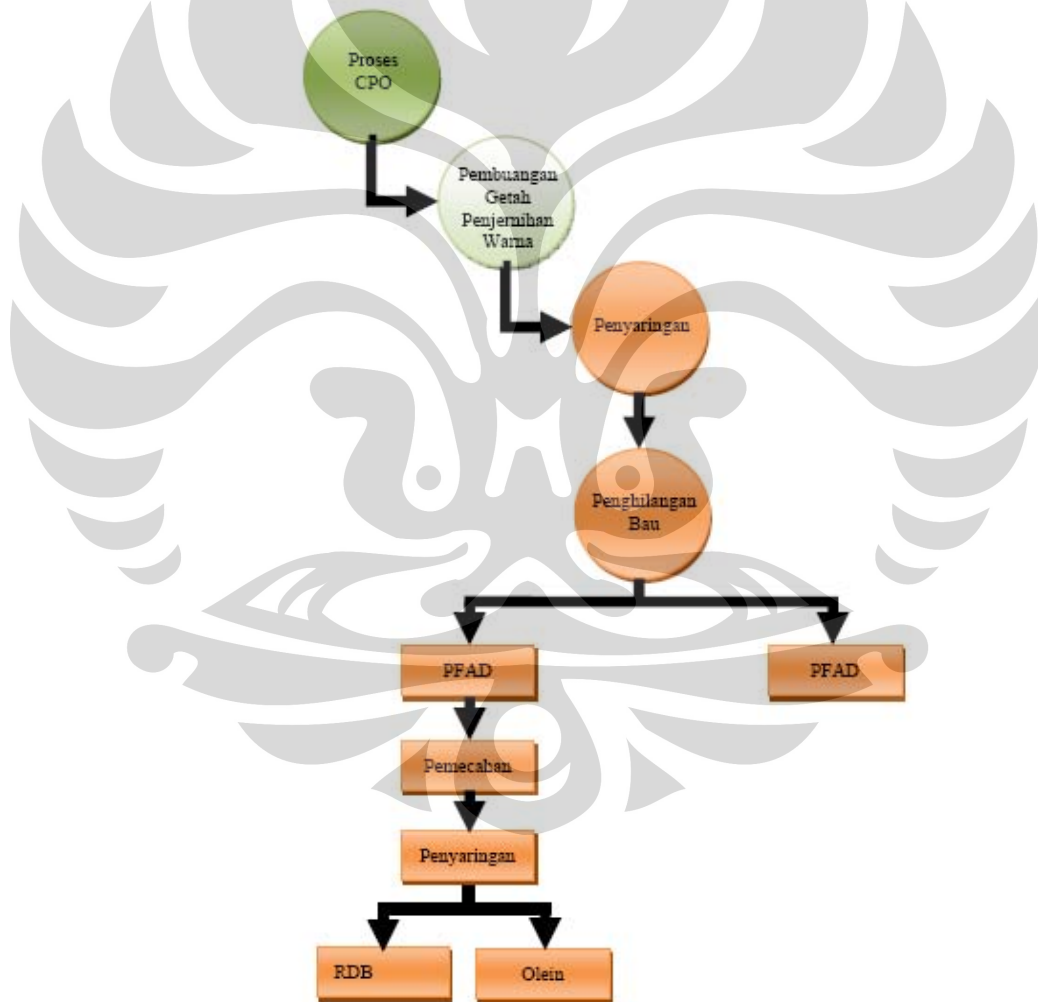


Gambar 3.1. Pohon Industri Kelapa Sawit

### 3.1.1.3. Proses Penyulingan Minyak Kelapa Sawit

Proses penyulingan dikerjakan untuk penjernihan dan penghilangan bau atau RBDPO (*Refined, Bleached and Deodorized Palm Oil*). kemudian diuraikan lagi menjadi minyak kelapa sawit padat (RBD Stearin) dan untuk produksi minyak kelapa sawit cair (RBD Olein). Secara keseluruhan proses penyulingan minyak kelapa sawit tersebut dapat menghasilkan 73% olein, 21% stearin, 5% PFAD (*Palm Fatty Acid Distillate*) dan 0.5% buangan.

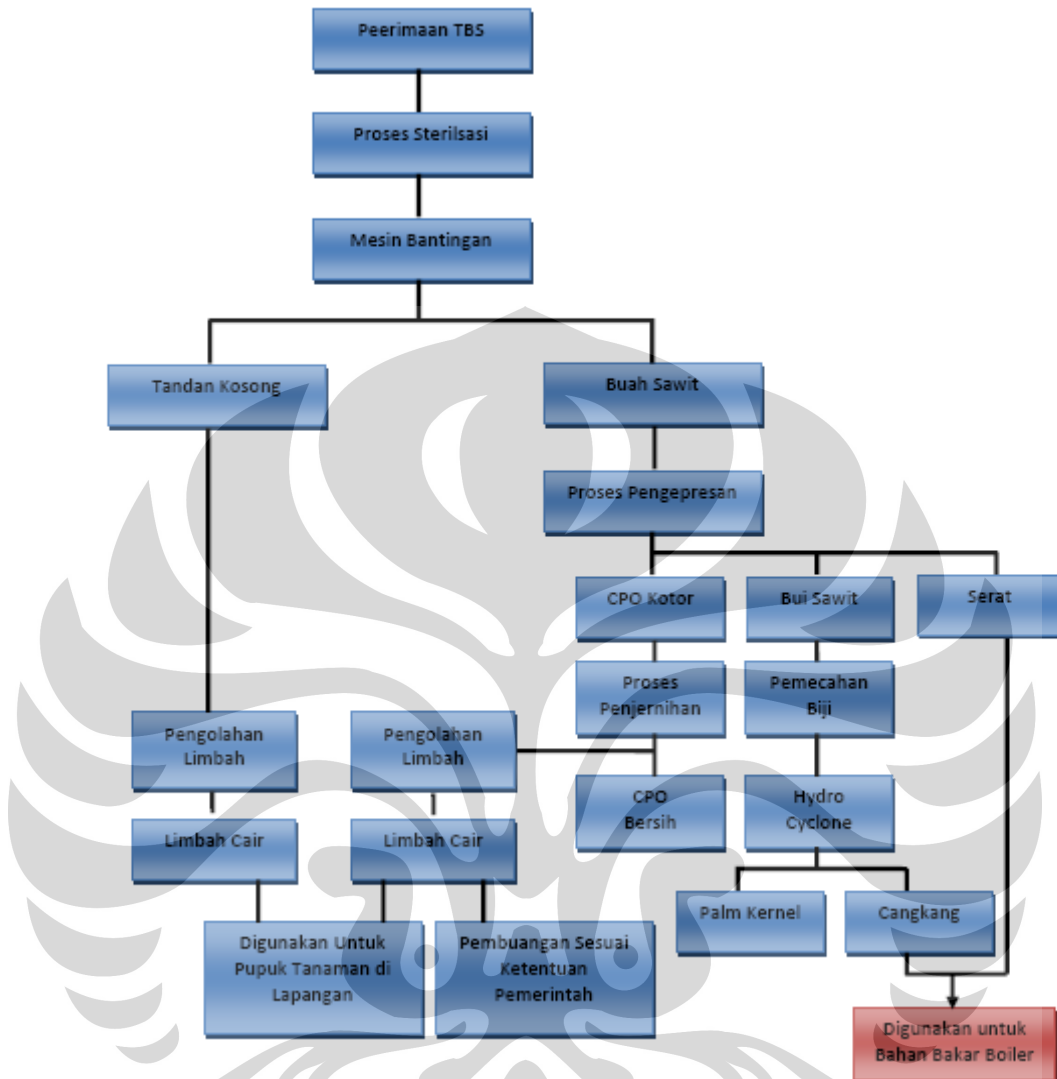
Gambar 3.2 berikut ini merupakan bagan proses penyulingan minyak kelapa sawit dan pengolahan kelapa sawit.



**Gambar 3.2.** Alur Proses Penyulingan minyak kelapa sawit

(Sumber: Depperin, 2007)

Gambar 3.3 berikut merupakan alur proses dari pengolahan minyak kelapa sawit:



**Gambar 3.3.** Alur proses pengolahan minyak kelapa sawit

(Sumber: Depperin, 2007)

### 3.1.2. Industri Kelapa Sawit Indonesia

Tanaman kelapa sawit merupakan salah satu sumber minyak nabati dimana pada saat ini telah menjadi komoditas unggulan di Indonesia, baik sebagai sumber pendapatan negara, pendapatan bagi kaum petani, penyedia lapangan pekerjaan, dan juga sebagai pemicu pertumbuhan industri hilir berbasis minyak kelapa sawit (CPO) di Indonesia.

### 3.1.2.1. Perkembangan Industri Kelapa Sawit di Indonesia

Kelapa sawit sebagai tanaman penghasil minyak kelapa sawit dan inti sawit merupakan salah satu primadona tanaman perkebunan yang menjadi sumber penghasil devisa non migas bagi Indonesia. Cerahnya prospek komoditi minyak kelapa sawit dalam perdagangan minyak nabati dunia telah mendorong pemerintah Indonesia untuk memacu pengembangan areal perkebunan kelapa sawit.

Tanaman kelapa sawit pertama-tama didatangkan oleh Gubernur Jenderal Inggris Sir Thomas Stamford Raffles. Tanaman ini berasal dari Afrika yang dibawa ke kebun raya Bogor tahun 1848. Dari biji buah tersebut, kemudian dibudidayakan di Sumatera Utara, yang kemudian pada tahun 1911 dikembangkan kebun sawit pertama di Sumatera Utara.

Pada tahun 1915, dibukalah perkebunan kelapa sawit seluas 2.715 hektar yang kemudian makin berkembang menjadi lebih dari 100.000 hektar pada tahun 1939, luas areal perkebunan sawit ini semakin lama semakin berkembang. Pada tahun 1968, luas kebun kelapa sawit semakin bertambah besar yaitu mencapai 119.600 hektar. Sepuluh tahun kemudian tepatnya pada tahun 1978 kelapa sawit mulai mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan memiliki luas areal kebun sawit seluas 250.116 hektar. Perkembangan Industri Kelapa Sawit Indonesia selama periode 22 tahun terakhir (1985-2007) sangat pesat dimana terjadi penambahan luas kebun mencapai lima juta hektare atau meningkat 837%. Begitu pula untuk tingkat produksi kelapa sawit yang meningkat sebesar 648% dimana terjadi penambahan produksi sebesar 13.220.338 ton.

Berkembangnya perkebunan kelapa sawit di Indonesia tidak lepas dari adanya kebijakan pemerintah yang memberikan berbagai insentif, terutama kemudahan dalam hal perijinan dan bantuan subsidi investasi untuk pembangunan perkebunan rakyat dengan pola PIR-Bun dan dalam pembukaan wilayah baru untuk areal perkebunan besar swasta.

### 3.1.2.2. Ketersediaan Lahan Produksi Kelapa Sawit

Tabel 3.1 menjelaskan ketersediaan luas areal perkebunan kelapa sawit dari tahun 1985 sampai tahun 2006 beserta proyeksinya dari tahun 2007-2009. Luas

areal perkebunan kelapa sawit dimiliki oleh tiga kepemilikan, yaitu Perkebunan Rakyat (PR), Perkebunan Besar Negera (PBN), Perkebunan Besar Swasta (PBS). Setiap tahunnya selalu terjadi penambahan luas areal perkebunan kelapa sawit. Semakin luas areal perkebunan yang diolah semakin banyak hasil produksi minyak kelapa sawit yang akan dihasilkan. Oleh karena itu, posisi industri kelapa sawit bertambah kuat karena luasnya lahan kebun sawit yang dimiliki Indonesia.

**Tabel 3.1.** Luas Areal Perkebunan Kelapa Sawit CPO

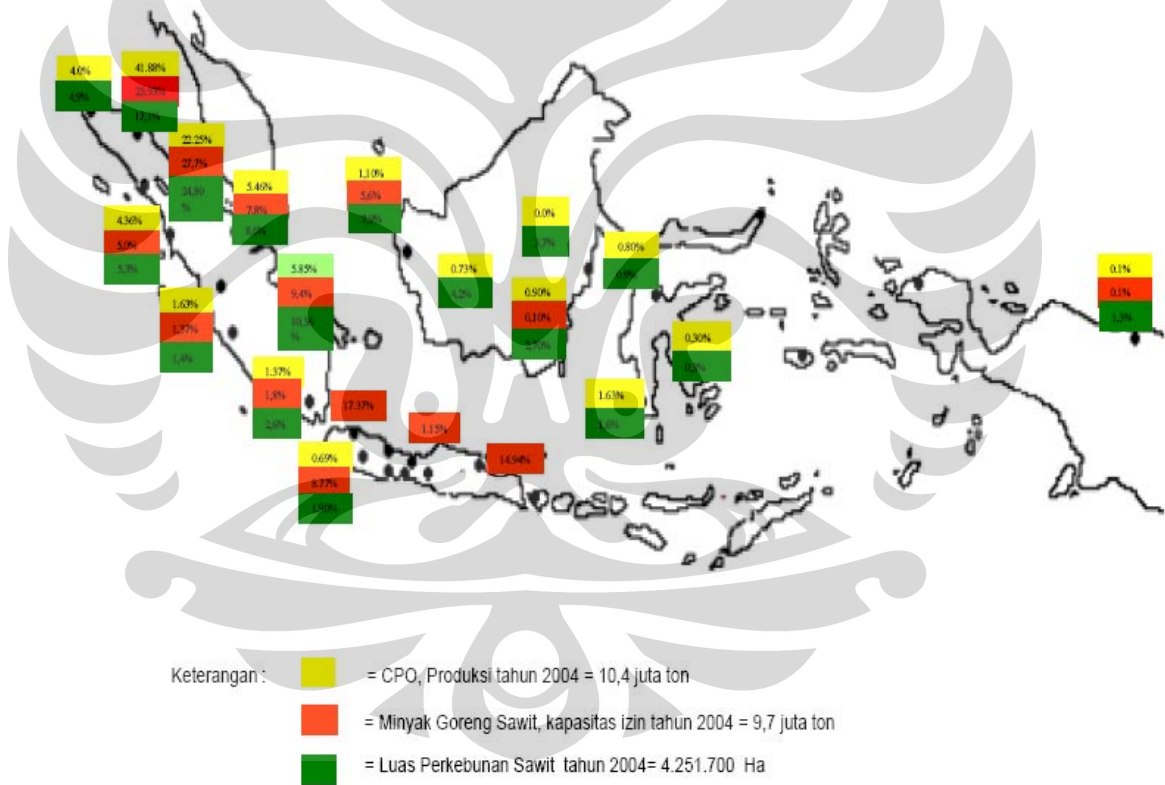
| TAHUN | LUAS AREAL (Ha) CPO |           |           | TOTAL     |
|-------|---------------------|-----------|-----------|-----------|
|       | PR                  | PBN       | PBS       |           |
| 1985  | 118.564             | 335.195   | 143.603   | 597.362   |
| 1986  | 129.904             | 332.694   | 144.182   | 606.780   |
| 1987  | 203.047             | 365.575   | 160.040   | 728.662   |
| 1988  | 196.279             | 373.409   | 293.171   | 862.859   |
| 1989  | 223.832             | 366.028   | 383.668   | 973.528   |
| 1990  | 291.338             | 372.246   | 463.093   | 1.126.677 |
| 1991  | 384.594             | 395.183   | 531.219   | 1.310.996 |
| 1992  | 439.468             | 389.761   | 638.241   | 1.467.470 |
| 1993  | 502.332             | 380.746   | 730.109   | 1.613.187 |
| 1994  | 572.544             | 386.309   | 845.296   | 1.804.149 |
| 1995  | 658.536             | 4.040.732 | 961.718   | 5.660.986 |
| 1996  | 738.887             | 426.804   | 1.083.823 | 2.249.514 |
| 1997  | 813.175             | 517.064   | 1.592.057 | 2.922.296 |
| 1998  | 890.506             | 556.640   | 2.113.050 | 3.560.196 |
| 1999  | 1.041.046           | 576.999   | 2.283.757 | 3.901.802 |
| 2000  | 1.166.758           | 588.125   | 2.403.194 | 4.158.077 |
| 2001  | 1.561.031           | 609.947   | 2.542.457 | 4.713.435 |
| 2002  | 1.808.424           | 631.566   | 2.627.068 | 5.067.058 |
| 2003  | 1.854.394           | 662.803   | 2.766.360 | 5.283.557 |
| 2004  | 2.220.338           | 605.865   | 2.458.520 | 5.284.723 |
| 2005  | 2.356.895           | 529.854   | 2.567.068 | 5.453.817 |
| 2006  | 2.636.425           | 696.699   | 2.741.802 | 6.074.926 |
| 2007* | 2.857.777           | 717.803   | 1.849.481 | 5.425.061 |
| 2008* | 3.079.129           | 783.906   | 2.957.161 | 6.820.196 |
| 2009* | 3.300.481           | 760.010   | 3.064.840 | 7.125.331 |

(Sumber: Ditjen Perkebunan, 2007)

Ket: \* Merupakan proyeksi



**Gambar 3.4.** Peta Wilayah Persebaran Lahan Produksi Kelapa Sawit  
(Sumber: BKPM, Depperin, 2007)

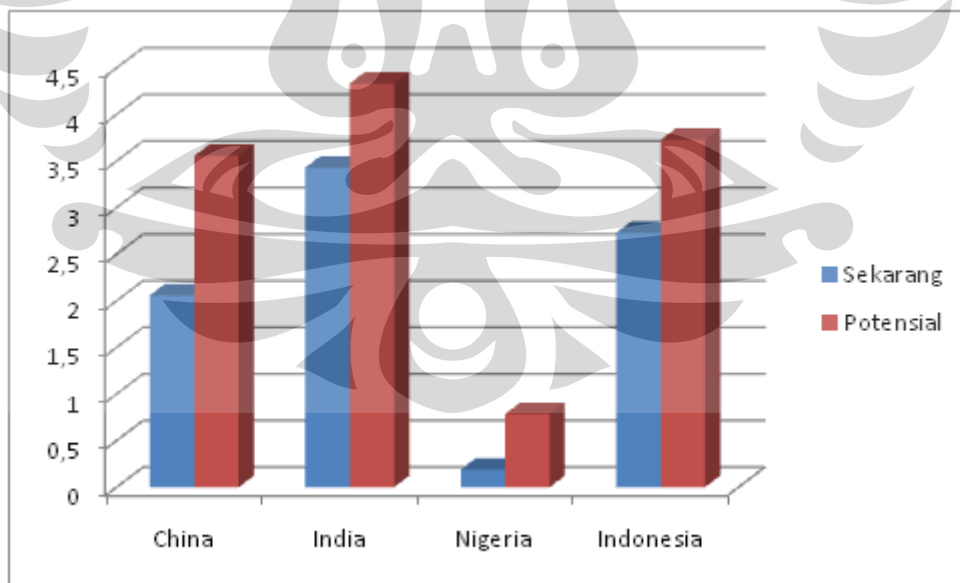


**Gambar 3.5.** Peta Persebaran Luas Lahan Dan Produksi Kelapa Sawit  
(Sumber: Pusat Data dan Informasi Departemen Perindustrian, 2007)

### 3.1.2.3. Ketersediaan Pasar

Di pasar dunia minyak sawit bersaing dengan minyak lain terutama minyak kedelai (minyak soya), minyak biji lobak, minyak biji kapas, minyak kacang tanah, minyak biji bunga matahari, minyak kelapa, minyak jagung, dan minyak hewani. Dengan komposisi kimia yang sangat mirip, daya substitusi minyak-minyak tersebut sangat besar sehingga untuk keperluan pangan maupun non-pangan, konsumen dapat beralih dari satu minyak keminyak lain sesuai dengan keinginannya.

Secara global, Buana (2001) menunjukkan bahwa permintaan minyak dunia naik dengan laju 3,01 % per tahun. Laju tersebut lebih tinggi dari laju pertumbuhan produksi beberapa minyak utama seperti minyak jagung sedangkan laju pertumbuhan produksi minyak sawit dunia lebih dari 5% per tahun sehingga minyak sawit mengambil alih pasar dari beberapa minyak lain. Penelitian lebih lanjut yang dilakukan oleh Buana (2002) mendapatkan bahwa tingkat konsumsi aktual masih jauh di banding kejenuhan pasar minyak sawit sehingga negara tersebut merupakan pasar potensial. Gambar 3.6 berikut ini merupakan gambaran beberapa negara yang berpotensi tinggi untuk mengembangkan pasar minyak sawit.



**Gambar 3.6.** Beberapa Negara Potensial Untuk Pengembangan Pasar Minyak kelapa sawit

(Sumber: *Indonesian Oil Palm Research Institute, 2004*)

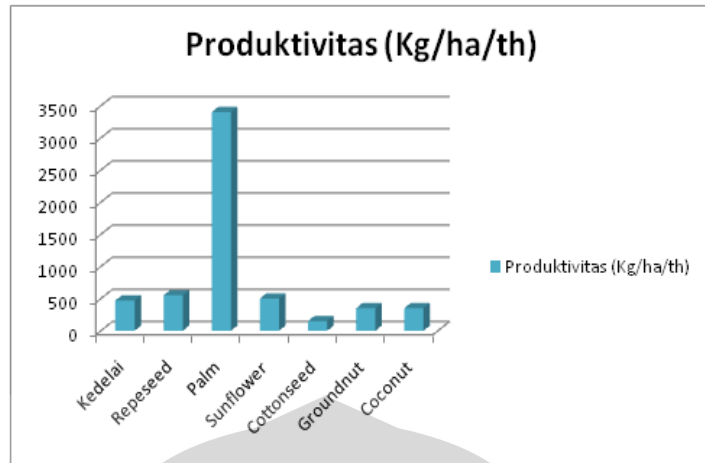
Penelitian yang sama juga mendapatkan bahwa pertumbuhan minyak kelapa sawit di Australia diperkirakan akan cukup besar yaitu sekitar 20 ribu ton per tahun selama 7,5 tahun ke depan. Permintaan minyak kelapa sawit di China diperkirakan akan naik sekitar 404 ribu ton per tahun selama 26 tahun ke depan sedangkan Korea naik 4.900 ton per tahun selama 31 tahun ke depan. Di belahan barat, pada laju pertumbuhan normal, penambahan permintaan dari India adalah 231 ribu ton per tahun selama 16 tahun ke depan. Konsumsi perkapita di Nigeria diperkirakan dapat mencapai 22,5 kg/kepala/tahun. Dengan GNP saat ini hanya USD 700/tahun, diperkirakan pertumbuhan permintaan Nigeria adalah 31700 ton per tahun selama 19 tahun ke depan. Pasar dalam negeri terutama pulau Jawa juga potensial. Diperkirakan laju pertumbuhan permintaan minyak dalam negeri adalah 57 ribu ton per tahun.

Di sektor pangan, faktor lain yang dapat meningkatkan pasar minyak kelapa sawit adalah ditemukannya keunggulan nutrisi dari minyak kelapa sawit seperti sifat antioksidan dan bebas *trans fat*. Di sektor non pangan, faktor yang dapat meningkatkan permintaan minyak kelapa sawit adalah perkembangan industri dan permintaan produk oleokimia termasuk biodiesel. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pasar minyak kelapa sawit masih sangat terbuka, khususnya untuk Asia, termasuk Indonesia yang mempunyai potensi sangat besar terkait dengan luasnya areal perkebunan yang potensial untuk dikembangkan.

#### 3.1.2.4. Daya Saing

Secara global, produktivitas minyak dari tanaman kelapa sawit jauh lebih tinggi dari minyak manapun. Dengan keterbatasan areal akibat penambahan kebutuhan lahan untuk tanaman pangan dan pemukiman, maka tanaman dengan produktivitas minyak tinggi merupakan komoditas paling kompetitif untuk memenuhi permintaan. Namun, penelitian telah menghasilkan varietas tanaman kedelai GMO (*genetically modified organism*) yang sangat produktif. Oleh sebab itu, produktivitas kelapa sawit perlu terus menerus ditingkatkan dan kegiatan penelitian perlu digalakkan dan didukung. Pada gambar 3.7 dapat dilihat produktivitas dari beberapa komoditas minyak dunia.





**Gambar 3.7.** Produktivitas Minyak Beberapa Komoditas

(Sumber: *Indonesian Oil Palm Research Institute, 2004*)

Tabel 3.2 berikut ini merupakan pangsa produksi dan konsumsi minyak nabati dunia. Dapat dilihat pada tabel, setelah tahun 1997, minyak kelapa sawit dan inti sawit merupakan pangsa produksi dan konsumsi terbesar.

**Tabel 3.2.** Pangsa Produksi dan Konsumsi Minyak Nabati Dunia

| URAIAN              | 1993-1997 | 1998-2002 | 2003-2007 | 2008-2012* |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Minyak sawit & Inti | 24,7      | 27,8      | 30,1      | 30,8       |
| Soyabean Oil        | 25,1      | 23,8      | 27,4      | 23,2       |
| rapeseed oil        | 14,3      | 14,3      | 13,3      | 14,3       |
| Minyak Kelapa       | 4,2       | 3,7       | 3,8       | 3,8        |
| Minyak Lainnya      | 31,7      | 30,4      | 25,4      | 27,9       |

**Pangsa Konsumsi Minyak Nabati Dunia**

| URAIAN              | 1993-1997 | 1998-2002 | 2002-2007 | 2007-2012* |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Minyak sawit & Inti | 17        | 19,2      | 21,4      | 22,5       |
| Soyabean Oil        | 19,7      | 19,3      | 18,9      | 19         |
| rapeseed oil        | 11,1      | 11,3      | 11,5      | 11,7       |
| Minyak Kelapa       | 9,2       | 9,2       | 9,2       | 9,1        |
| Minyak Lainnya      | 43        | 41        | 39        | 37,7       |

(Sumber: Oil World, Dipublikasikan oleh Visidata, 2007)

Selain produktivitas, keramahan terhadap lingkungan merupakan faktor penting dalam persaingan. Dalam beberapa tahun ini industri kelapa sawit mendapat sorotan yang kurang baik dalam aspek lingkungan terutama dalam aspek konversi hutan, pembakaran hutan, pencemaran air sungai.

Tanaman kelapa sawit sendiri merupakan tanaman yang ramah lingkungan. Kajian yang dilakukan oleh Henson (1997) mendapatkan bahwa kebun kelapa sawit lebih banyak menyerap CO<sub>2</sub> melepaskan O<sub>2</sub>, sehingga kebun kelapa sawit merupakan filter udara raksasa. Kebun kelapa sawit juga memanfaatkan lebih banyak energi matahari dari pada hutan tropis. Artinya kebun kelapa sawit menyerap dan mengubah energi cahaya menjadi bentuk lain. Secara konseptual, industri kelapa sawit adalah industri nir limbah. Limbah cair yang dihasilkan perkebunan kelapa sawit (PKS) seluruhnya dapat dimanfaatkan dalam industri kompos. Faktor lain yang meningkatkan daya saing minyak kelapa sawit adalah bahwa minyak kelapa sawit secara nutrisi memiliki beberapa keunggulan yaitu kaya akan vitamin A dan E yang dapat mengurangi resiko penyakit jantung dan kanker, dan harganya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan minyak lainnya.

Faktor geografis juga menentukan daya saing. Seperti telah diungkapkan bahwa pasar potensial adalah di Asia Timur, Australia, India, dan Afrika. Beberapa provinsi secara geografis dekat dengan pasar tersebut sehingga biaya angkut akan lebih murah dan minyak kelapa sawitnya lebih kompetitif. Faktor penting yang menentukan daya saing adalah daya tarik investasi. Tanpa adanya investor, maka seluruh keunggulan komparatif yang dimiliki tidak dapat dieksploitasi dan diubah menjadi keunggulan kompetitif.

#### 3.1.2.5. Posisi Industri Kelapa Sawit Indonesia

Indonesia merupakan negara kedua terbesar yang memproduksi kelapa sawit setelah Malaysia (dapat dilihat pada tabel 3.3). Oleh karena itu posisi Indonesia di industri kelapa sawit terbilang cukup kuat.

**Tabel 3 3. Produksi Kelapa Sawit Dunia**

| Uraian           | Malaysia | Indonesia | Nigeria | Thailand | Columbia | Lainnya | Dunia  |
|------------------|----------|-----------|---------|----------|----------|---------|--------|
| 1993             |          |           |         |          |          |         |        |
| Produksi 000 Ton | 7403     | 3421      | 645     | 297      | 324      | 1716    | 13806  |
| Pangsa %         | 53,6%    | 24,8%     | 4,7%    | 2,2%     | 2,3%     | 12,4%   | 100,0% |
| 2000             |          |           |         |          |          |         |        |
| Produksi 000 Ton | 10842    | 7000      | 740     | 525      | 524      | 2196    | 21827  |
| Pangsa %         | 49,7%    | 32,1%     | 3,4%    | 2,4%     | 2,4%     | 10,1%   |        |
| 2005             |          |           |         |          |          |         |        |
| Produksi 000 Ton | 14962    | 13920     | 799     | 685      | 661      | 2563    | 33590  |
| Pangsa %         | 44,5%    | 41,4%     | 2,4%    | 2,0%     | 2,0%     | 7,6%    | 100,0% |

(Sumber: Oil World, dipublikasikan oleh Visidata, 2007)

Oil World mengemukakan bahwa pada tahun 2010 produksi minyak kelapa sawit Indonesia diproyeksikan akan mencapai 14,594 juta ton dan akan melampaui Malaysia yang diproyeksikan akan memproduksi 14,107 juta ton. Dengan demikian Indonesia diproyeksikan pada tahun 2010 menjadi produsen terbesar di dunia. Bahkan menurut salah satu sumber, berdasarkan data tahun 2006, Indonesia telah menjadi negara penghasil CPO terbesar di dunia dengan total produksi sekitar 16 juta ton. Sementara negara tetangga kita Malaysia yang selama ini berada pada posisi no.1, saat ini berada pada posisi ke-2 dengan total produksi sebesar 15.8 juta ton (sumber: pidato sambutan kepala BPP Teknologi & berkas sambutan menteri perindustrian RI yang dipublikasikan oleh *Udrekh. Peneliti Indonesia Energi Institute (INDENI), Peneliti BPP Teknologi*).

#### 3.1.2.6. Peluang Industri Kelapa Sawit Indonesia

Secara umum, permintaan untuk CPO Indonesia adalah konsumsi domestik dan ekspor. Untuk periode 2000-2005, konsumsi domestik diperkirakan meningkat dengan laju 5%-6% per tahun. Selanjutnya untuk periode 2005-2010, laju peningkatan konsumsi diperkirakan adalah 3%-5% per tahun. Oleh karena itu, konsumsi domestik pada tahun 2005 adalah 3,92 juta ton dan pada tahun 2010 diperkirakan sebesar 4,58 juta ton. Selain mengandalkan pasar domestik, pasar ekspor juga merupakan pasar utama CPO Indonesia. Ekspor Indonesia pada dekade terakhir ini meningkat dengan laju antara 7-8% per tahun. Di samping dipengaruhi oleh harga di pasar internasional dan tingkat produksi, kinerja ekspor CPO Indonesia sangat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah, khususnya tingkat pajak ekspor atau sekarang yang dikenal dengan sebutan pungutan ekspor (PE).

### 3.1.2.7. Perusahaan Kelapa Sawit

Semenjak tahun 1979an, produsen kelapa sawit di tanah air terbagi menjadi tiga golongan, yaitu perkebunan rakyat dimana penguasaan areal lahan sebesar 34% dari total area, perkebunan pemerintah sekitar 12%, dan perkebunan swasta besar sekitar 54%. Dari sisi produsen, hingga tahun 2005, Indonesia memiliki lebih dari 200 pabrik kelapa sawit, dengan jumlah perusahaan sebanyak 200an perusahaan. Untuk perkebunan pemerintah (*Public Plantation*) didominasi oleh 10 BUMN, yaitu PT. Perkebunan Nusantara (PTPN) yang meliputi PTPN 1-VIII, XIII, dan XIV. Perkebunan swasta besar (*Private Plantation*) didominasi oleh lima pemain besar (empat kelompok swasta nasional dan 1 kelompok swasta internasional), yaitu PT. Sinas Mas Agro Resources and Technology/PT. SMART (kelompok Sinar MAS), PT. Astra Agro Lestari, PT. Asian Agri (grup Raja Garuda Mas), Minamas Plantation (Grup Guthrie Berhad Malaysia), dan PT. Indofood, Tbk. Para pemain besar BUMN dan perusahaan swasta menguasai luas perkebunan kelapa sawit sekitar 50%. Beberapa pemain besar lainnya adalah PT. Bakrie Sumatera Plantation, Bakrie Pasaman Plantation, dan PT. London Sumatera (Lonsum).

### 3.1.3. Prospek Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

Industri minyak goreng sawit memiliki prospek yang sangat cerah karena 76% alokasi produksi CPO adalah untuk minyak goreng sawit. Jadi, perkembangan industri minyak goreng sawit sangat dipengaruhi oleh perkembangan industri kelapa sawit.

Industri fraksionasi yaitu industri yang memisahkan CPO menjadi fraksi padat dan fraksi cairnya. Fraksi padat merupakan bahan baku margarin dan produk minyak kelapa lainnya, sedangkan fraksi cair merupakan minyak goreng kualitas curah melalui fraksi berganda dan penambahan bahan lain dapat dihasilkan minyak goreng kualitas tinggi.

Dapat dilihat pada tabel 3.4 Kapasitas pabrik fraksionasi yang ada di Indonesia telah melampaui produksi CPO nasional sehingga sekitar 40% dari kapasitas terpasang dari pabrik rafinasi-fraksionasi tidak dimanfaatkan. Diperkirakan sebagian industri fraksionasi tersebut telah berhenti beroperasi tetapi

cukup banyak juga industri “raksasa” yang masuk dan mengembangkan diri ke industri minyak goreng ini. Keadaan ini disebabkan pasar minyak goreng dalam negeri masih cukup menarik sehingga industri yang memiliki jaringan pemasaran yang kuat akan menang.

**Tabel 3.4.** Kapasitas Terpasang Industri Fraksionasi Tahun 2001

| Propinsi            | Ton/tahun         |
|---------------------|-------------------|
| Sumatera Utara      | 4.290.000         |
| Riau                | 1.920.000         |
| Jambi               | 90.000            |
| Sumatera selatan    | 540.000           |
| Lampung             | 180.000           |
| DKI                 | 2.397.000         |
| Jawa barat & Banten | 105.000           |
| Jawa Timur          | 1.425.000         |
| Kalimantan barat    | 60.000            |
| Sumatera barat      | 75.000            |
| <b>Total</b>        | <b>11.082.000</b> |

(Sumber: *Indonesian Oil Palm Research Institute*, 2007)

#### 3.1.3.1. Perkembangan Produksi Minyak Goreng Sawit Di Indonesia

Perkembangan industri minyak goreng sawit pada dasawarsa terakhir mengalami peningkatan sejalan dengan beralihnya pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng kelapa ke minyak goreng kelapa sawit. Konsumsi per kapita minyak goreng Indonesia mencapai 16,5 kg per tahun dimana konsumsi perkapita khusus untuk minyak goreng sawit sebesar 12,7 kg per tahun. Berdasarkan perkembangan berbagai variabel terkait seperti peningkatan konsumsi minyak goreng untuk keperluan rumah tangga maupun industri dapat dilihat total konsumsi minyak goreng dalam negeri tahun 2005 mencapai 6 juta ton dimana 83.3% terdiri dari minyak goreng sawit.

**Tabel 3.5.** Total Konsumsi Minyak Goreng Sawit dan Miyak Goreng Kelapa

| Year | Palm Cooking Oil | +/- (%) | Shares (%) | Coconut Cooking Oil | +/- (%) | Shares (%) | Total   | +/- (%) |
|------|------------------|---------|------------|---------------------|---------|------------|---------|---------|
| 1999 | 2,598.4          | 12.5    | 77.3       | 763.9               | 6.0     | 22.7       | 3,362.4 | 11.0    |
| 2000 | 2,923.2          | 12.5    | 78.3       | 809.8               | 6.0     | 21.7       | 3,733.0 | 11.0    |
| 2001 | 3,303.2          | 13.0    | 79.4       | 858.4               | 6.0     | 20.6       | 4,161.6 | 11.5    |
| 2002 | 3,732.7          | 13.0    | 80.6       | 901.3               | 5.0     | 19.4       | 4,633.9 | 11.3    |
| 2003 | 4,217.9          | 13.0    | 81.7       | 946.3               | 5.0     | 18.3       | 5,164.2 | 11.4    |
| 2004 | 4,766.2          | 13.0    | 82.7       | 993.7               | 5.0     | 17.3       | 5,759.9 | 11.5    |
| 2005 | 5,385.8          | 13.0    | 83.8       | 1,043.3             | 5.0     | 16.2       | 6,429.2 | 11.6    |

(Sumber: BIRO, 2006)

### 3.1.3.2. Para Pelaku Usaha Minyak Goreng Sawit dan Penyebarannya

Berdasarkan data yang dihimpun dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan (2004) yang sekarang terpisah menjadi Departemen Perindustrian dan Departemen Perdagangan, sebagaimana dikutip Q-Data Media (2007) menginformasikan bahwa berdasarkan pengelompokan usahanya, industri minyak goreng nasional rata-rata terkonsentrasi pada pelaku usaha yang mengusahakannya secara berkelompok (group). Untuk minyak goreng dengan bahan baku minyak kelapa sawit, sebagian besar diproduksi oleh kelompok usaha Musim Mas Grup, Bukit Kapur Reksa Grup, Sinar Mas Grup, Wilmar Grup, Sungai Budi Grup, Berlian Ekasakti Grup, Raja Garuda Mas Grup, Salim Grup dan kelompok usaha PT Perkebunan milik negara.

Kelompok Musim Mas Group dan kelompok Bukit Kapur Reksa masing-masing memiliki kapasitas total sekitar 1,6 juta. Kelompok Musim Mas Group memiliki 5 pabrik yang tersebar di 4 propinsi berbeda yakni Sumatera Utara, Riau, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Kelompok yang didirikan oleh Anwar Karim pada tahun 1972 di Medan, Sumatera Utara ini, produksi utamanya adalah minyak goreng, sabun, glycerine, CPO, dan beberapa produk turunan CPO lainnya. Adapun merk produk minyak goreng yang mewakili kelompok ini adalah *Musim Mas*.

Kelompok Bukit Kapur Reksa Group yang berada di urutan pertama bersama Musim Mas group memiliki 3 pabrik yang tersebar di 3 propinsi yakni Sumatera

Utara, Sumatera Selatan, dan Riau. Salah satu pabriknya, PT Bukit Kapur Reksa yang berlokasi di Riau memiliki kapasitas sekitar 820 ribu ton per tahun merupakan pabrik terbesar dibandingkan pabrik-pabrik yang ada. Dalam memasarkan produknya, kelompok ini mempergunakan merk dagang *Tropical*.

Kelompok lainnya yang menggeluti bisnis minyak goreng ini umumnya juga dikenal di bisnis lainnya seperti Sinar Mas Group, Sungai Budi Group, dan Salim Group. Sementara itu dari kelompok PT Perkebunan yang paling besar adalah PT Agrintara yang berlokasi di Riau dengan kapasitas 360 ribu ton per tahun. Kelompok ini memiliki 4 pabrik minyak goreng yang berlokasi di 3 propinsi yakni Sumatera, Riau, dan Kalimantan Barat.

Dua kelompok yang sangat dikenal di dunia usaha adalah Sinar Mas Group, dan Salim Group. Kedua kelompok ini memegang peranan cukup penting dalam industri minyak goreng di Indonesia saat ini, terutama dalam penguasaan pasarnya.

Kedua konglomerat dari kedua kelompok tersebut yaitu Eka Tjipta Wijaya (Sinar Mas Group) dan Liem Sioe Liong (Salim Group) sebelumnya pernah bersama-sama mengendalikan pabrik minyak goreng, PT Sayang Heulang sejak tahun 1986. Akan tetapi sejak tahun 1991 Sinar Mas Group melepas sahamnya di perusahaan tersebut dan memunculkan SMART Corporation yang berbasis di Surabaya, Jawa Timur.

PT Smart Corp. Tbk. (Sinar Mas Agro Resources and Technology Corporation) kini menjadi holding company yang mengkoordinasikan seluruh anak perusahaan Sinar Mas Group yang bergerak di bidang agribisnis. Semula perusahaan ini bernama PT Maskapai Perkebunan Sumcana Padang Halaban yang didirikan pada tanggal 18 Juni tahun 1962 di Jakarta. Sejak tahun 1991 perusahaan ini meningkatkan aktifitasnya di industri minyak kelapa sawit dan produk olahannya. Sedangkan bidang perkebunan sawit yang dimilikinya juga saat ini merupakan pendukung pokok dalam memproduksi produk-produk utamanya seperti minyak goreng, margarine, dan lemak nabati. Di samping itu, PT Smart Corp. Tbk., juga mengelola perkebunan teh, kelapa, pisang, dan pengalengan ikan tuna.

Desember 1991, PT Smart Tbk. mengambil alih PT Mulyorejo Industrial Company milik PT Supra Veritas yang bergerak di bidang industri minyak goreng, margarine, dan lemak nabati di Surabaya, Jawa Timur. Pada tahun 1992, PT Smart Tbk. juga membeli pabrik minyak goreng PT Kunci Mas Wijaya yang terletak di Surabaya yang juga milik PT Supra Veritas. Untuk meningkatkan kegiatan usahanya, PT Smart Tbk. pada tanggal 15 Oktober 1992 melakukan *go publik* dengan menjual sahamnya kepada masyarakat sebanyak 30 juta lembar. Sehingga modal dasar perusahaan ini ditingkatkan menjadi Rp. 1 triliun. Komposisi pemegang saham PT. Smart Tbk. pada tahun 2006 adalah PT Purimas Sasmita (72.19%), dan Publik (27,81%).

Satu perusahaan lainnya dari kelompok Sinar Mas Group ini yaitu PT Ivo Mas Tunggal. Perusahaan ini didirikan oleh kelompok Panin tahun 1978 dengan nama PT Indonesian Vegetable Oil Factory. Pada tahun 1985 perusahaan ini diambil alih oleh kelompok Sinar Mas Group. Perusahaan ini memiliki pabrik di dua tempat yaitu di Medan, Sumatera Utara, dan Surabaya, Jawa Timur. Kini kapasitasnya mencapai sekitar 534 ribu ton per tahun, setelah memperluas kapasitasnya yang dilakukan pada tahun 1992, tahun 1993, dan tahun 1999. Setelah itu Sinar Mas Group ini mendirikan pabrik baru dibawah nama PT Sinar Meadow International Indonesia. Perusahaan ini merupakan kerja sama dengan Meadow Lea Food (MLF), satu perusahaan dari Australia. Perusahaan dengan kapasitas sekitar 30,000 ton per tahun ini memulai produksinya pada tahun 1993. Keempat anak perusahaan dari kelompok ini secara total mempunyai kapasitas sekitar 953 ribu ton per tahun. Produk dari kelompok Sinar Mas Group dikenal dengan merk *Filma, Obor, Kunci Mas, Paloma, dan Meadolli*.

Sementara itu, Salim Group, selain PT Sayang Heulang juga memiliki 2 pabrik minyak goreng sawit lainnya yaitu PT Sawit Malinda Edible Oil Industries di Medan, Sumatera Utara, dan PT Intiboga Sejahtera di Jakarta, dan Surabaya. Ketiga anak perusahaannya ini memiliki kapasitas sekitar 337,280 ton per tahun menempati urutan kesembilan. Dari kelompok Salim Group ini dikenal merk minyak goreng yang diproduksi yaitu *Bimoli, Sunrise, dan Delima*.

Sebelumnya kelompok Salim Group ini berada di urutan keempat, namun beberapa tahun terakhir ini terdapat kelompok-kelompok lain yang dapat



meningkatkan kapasitasnya dengan cukup besar seperti kelompok Berlian Eka Sakti Group, PT Perkebunan Group, dan Sungai Budi Group. Kelompok Berlian Eka Sakti memiliki kapasitas total sekitar 430 ribu ton per tahun. Berikutnya kelompok PT Perkebunan dengan kapasitas total sekitar 439 ribu ton, sedangkan Sungai Budi Group kapasitas totalnya sekitar 420 ribu ton per tahun.

Kelompok-kelompok perusahaan ini umumnya disamping memproduksi minyak goreng curah tanpa merk, juga menjual produk ber-merk yang ditujukan untuk kalangan menengah-atas. Sebaliknya perusahaan lainnya diluar kesembilan kelompok ini umumnya memproduksi minyak goreng curah tanpa merk dengan kualitas sedang untuk kalangan menengah bawah.

Perkembangan perusahaan minyak goreng sawit dapat dilihat pada tabel 3.6 di bawah ini:

**Tabel 3.6. Penyebaran Minyak Goreng Sawit Berdasarkan Propinsi Berikut Kapasitas Produksinya**

| No | Propinsi    | 1996         |                   |            | 2004         |                   |            |
|----|-------------|--------------|-------------------|------------|--------------|-------------------|------------|
|    |             | Jumlah Prshn | Kapasitas Ton/thn | Share (%)  | Jumlah Prshn | Kapasitas Ton/thn | Share (%)  |
| 1  | Sumut       | 16           | 1.882.500         | 29,13      | 15           | 2.480.297         | 34,4       |
| 2  | Jatim       | 6            | 1.110.000         | 17,17      | 8            | 1.377.300         | 19,1       |
| 3  | DKI Jakarta | 12           | 936.000           | 14,48      | 10           | 1.276.655         | 17,7       |
| 4  | Jabar       | 4            | 405.000           | 6,27       | 7            | 686.160           | 9,51       |
| 5  | Riau        | 2            | 1.200.000         | 18,57      | 2            | 504.000           | 6,98       |
| 6  | Lampung     | 2            | 120.000           | 1,86       | 5            | 462.000           | 6,4        |
| 7  | Sumsel      | 4            | 750.000           | 11,6       | 1            | 220.000           | 3,05       |
| 8  | Banten      |              |                   |            | 1            | 143.640           | 1,99       |
| 9  | Sumbar      | 1            | 60.000            | 0,93       | 1            | 35.000            | 0,48       |
| 10 | Kalbar      |              |                   |            | 1            | 30.000            | 0,42       |
| 11 | Jateng      |              |                   |            | 1            | 1.800             | 0,02       |
| 12 | Jambi       |              |                   |            | 1            | 1.030             | 0,01       |
|    |             | <b>47</b>    | <b>6.463.500</b>  | <b>100</b> | <b>53</b>    | <b>7.217.882</b>  | <b>100</b> |

(Sumber: AIMMI, 2004)

### 3.1.4. Potensi Persaingan Indonesia Versus Malaysia

Malaysia dan Indonesia telah lama dikenal sebagai sentra produksi minyak kelapa sawit dunia sekaligus sebagai eksportir utama komoditi tersebut. Sehingga kedua negara tersebut memiliki kompetensi dan kompetisi yang sangat kuat di pasar internasional. Belanda merupakan salah satu negara di kawasan Eropa Barat yang memiliki potensi cukup tinggi sebagai negara tujuan ekspor CPO dunia. Bahkan tren impor CPO di negara ini memiliki kecenderungan meningkat di beberapa tahun, kecuali tahun 1998-1999, Indonesia mampu mengungguli kontribusi Malaysia, bahkan kontribusi Indonesia terhadap impor CPO pada tahun 2000 mampu mencapai 48,4%.

India dan China merupakan dua negara pengimpor CPO terbesar di deretan negara Asia. Dapat dilihat pada tabel 3.7, India dan China merupakan negara pengimpor CPO dari Indonesia yang terbesar.

**Tabel 3.7. Ekspor CPO Indonesia ke Negara Lain**

| Tujuan        | Tahun (Ton)      |                  |                  |                  |                  |                  |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|               | 1997             | 1998             | 1999             | 2000             | 2001             | 2002             |
| India         | 469.559          | 342.218          | 1.028.436        | 1.639.068        | 713.334          | 1.046.277        |
| Belanda       | 779.225          | 329.462          | 650.097          | 539.559          | 466.294          | 709.193          |
| China         | 401.600          | 143.519          | 333.107          | 438.084          | 27.650           | 30.502           |
| Malaysia      | 260.218          | 256.489          | 245.851          | 56.911           | 53.070           | 364.922          |
| Singapura     | 41.974           | 25.061           | 92.035           | 273.322          | 228.846          | 251.886          |
| dan lain-lain | 1.015.008        | 382.529          | 949.460          | 1.109.043        | 305.027          | 311.945          |
| <b>Total</b>  | <b>2.967.584</b> | <b>1.479.278</b> | <b>3.298.986</b> | <b>4.055.987</b> | <b>1.794.221</b> | <b>2.714.725</b> |

| Tujuan        | Tahun (Ton)      |                  |                  |                  |                  |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|               | 2003             | 2004             | 2005             | 2006             | Jan-Okt 2007     |
| India         | 1.402.783        | 1.745.649        | 1.796.301        | 1.893.813        | 2.177.467        |
| Belanda       | 377.425          | 477.558          | 680.871          | 834.256          | 434.046          |
| China         | 34.046           | 20.118           | 56.623           | 311.121          | 167.626          |
| Malaysia      | 320.528          | 492.806          | 477.496          | 469.106          | 197.268          |
| Singapura     | 263.931          | 340.721          | 426.030          | 489.370          | 338.331          |
| dan lain-lain | 435.986          | 698.831          | 1.091.398        | 1.153.095        | 1.121.099        |
| <b>Total</b>  | <b>2.834.699</b> | <b>3.775.683</b> | <b>4.528.719</b> | <b>5.150.761</b> | <b>4.435.837</b> |

(Sumber: Depperin, 2007)

### 3.1.5. Kebijakan Yang Berkembang Dalam Industri Kelapa sawit dan Turunannya di Indonesia

Indonesia tidak sesolid Malaysia dalam menetapkan kebijakan pada industri kelapa sawit dan turunannya. Indonesia tetap memberlakukan pajak ekspor dengan ketentuan yang berubah-ubah. Tujuan pengenaan pajak ekspor ini adalah untuk menjaga kestabilan harga minyak goreng domestik. Namun yang terjadi kebijakan ini tidak dapat mengatasi hal tersebut, justru yang ada harga minyak goreng domestik tetap mengalami naik turun harga.

Pemerintah memandang stabilitas harga kebutuhan pokok, termasuk minyak goreng, merupakan hal yang penting bagi masyarakat dan bagi perekonomian secara keseluruhan. Terkait dengan pasar minyak goreng, pemerintah pada awalnya telah menerapkan kebijakan Domestic Market Obligation (DMO) guna menjamin ketersediaan pasokan CPO untuk industri minyak goreng dalam negeri dan Pungutan Ekspor (atau Bea Keluaran) produk CPO dan turunannya, sedemikian sehingga diharapkan dapat adaptif terhadap perkembangan harga CPO dunia.

Pemerintah kemudian juga berencana untuk menerapkan kebijakan penjualan minyak goreng murah ke masyarakat dengan mendompleng program beras untuk masyarakat miskin (raskin). Namun, kebijakan ini tidak jadi dilakukan karena secara teknis tidak dapat dioperasional mengingat beberapa daerah sudah menghentikan program raskin tersebut sebelum akhir tahun. Pemerintah pada akhirnya menyalurkan anggaran subsidi minyak goreng melalui subsidi PPN untuk minyak goreng ditanggung pemerintah. Berikut dibawah ini akan diuraikan mengenai perjalanan, ruang lingkup dan konsepsi kebijakan pemerintah dalam rangka stabilisasi harga minyak goreng dimaksud.

#### 3.1.5.1. Kebijakan Domestic Market Obligation (DMO)

Domestic Market Obligation secara harfiah diartikan sebagai kewajiban pengusaha CPO untuk memasok kebutuhan bahan baku industri minyak goreng dalam rangka stabilisasi harga minyak goreng di dalam negeri. Pada mulanya DMO didasarkan kesepakatan para pengusaha CPO pada tanggal 16 Mei 2007.

Kesepakatan tersebut kemudian dikuatkan dengan SK Menteri Pertanian No. 339/Kpts/PD.300/5/2007.

Pasokan CPO untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dalam rangka stabilisasi harga minyak goreng curah yang wajib dipenuhi oleh perusahaan perkebunan kelapa sawit di Indonesia untuk bulan Mei 2007 sebesar 97.525 ton dan bulan Juni sebesar 102.800 ton. Pasokan minyak goreng tersebut dikirim ke pabrik minyak goreng di Medan, Jakarta, Semarang dan Surabaya. Harga CPO yang dipasok tersebut menurun secara bertahap sampai harga akhir Rp. 5.700 per kg (termasuk PPN 10%) sampai di lokasi pabrik minyak goreng yang telah ditentukan. Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI) bertugas mengkoordinasikan, mengawasi jumlah dan jadwal penyerahan CPO dari perusahaan perkebunan ke pabrik minyak goreng.

#### 3.1.5.2. Kebijakan Pungutan Ekspor

Berikut merupakan perjalanan perubahan kebijakan pajak ekspor atau sekarang lebih dikenal pungutan ekspor mulai dari tahun 1983 – 2007<sup>1</sup>:

- 1983-1984

Gejolak harga CPO diatasi dengan menerapkan pajak ekspor hingga 60% dan dibarengi dengan kebijakan alokasi CPO di pasar domestik.

- Juni 1986

pajak ekspor diturunkan hingga 0% karena harga CPO di pasar internasional rendah. Pada tahun 1991, perdagangan CPO dan minyak kelapa diregulasi pemerintah. Pedagang dibebaskan untuk mengimpor CPO dan kopra dengan pajak impor 5%, sedangkan minyak goreng dikenai pajak impor 10%.

- 1994

Pajak ekspor CPO dikenakan lagi pajak ekspor yang bervariasi dari 40% hingga 75% tergantung harga CPO internasional.

- 1997

Deregulasi perdagangan berlangsung terus dan pada tahun dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing Indonesia dalam menghadapi era

---

<sup>1</sup> Laporan minyak goreng, KPPU, 2007

globalisasi. Hal ini terkait dengan komitmen Indonesia dalam perjanjian WTO, AFTA dan APEC hingga tahun. Pada tahun 1997 harga batas CPO yang tidak dikenai pajak ekspor adalah US\$ 435 per ton. Harga CPO di atas US\$ 435 per ton hingga US\$ 470 per ton, pajak ekspor yang ditetapkan 60% dari perbedaan harga ekspor dan harga batas. Untuk setiap tambahan kenaikan harga CPO US\$ 35, pajak ekspor kemudian turun 4% dihitung dari perbedaan antara harga ekspor dan harga batas. Struktur pajak ekspor ini berlaku hingga harga CPO US\$ 610 per ton dan setelah itu pajak ekspor ditetapkan 40% dari perbedaan harga ekspor dan harga batas.

- Akhir tahun 1997 hingga pertengahan tahun 1998  
Larangan ekspor CPO diterapkan
- Pertengahan 1998  
Pajak ekspor yang tinggi. Perubahan pajak ekspor berlanjut beberapa tahun dan pada bulan September tahun 2000 tarif pajak ekspor dan harga ekspor CPO dan PPO yang menjadi dasar ditetapkan. Pajak ekspor CPO sebesar 5% dan harga dasar ekspor US\$ 190 per ton. Pada tahun 2003, pajak ekspor atas CPO dan PPO sebesar 3% dan 1%. Tandan Buah Segar (TBS) dan inti sawit (IS) dibolehkan untuk diekspor dengan tarif pajak ekspor 3%. Harga ekspor ditetapkan secara bulanan berdasarkan harga rata-rata bulan sebelumnya.
- Pada tahun 2005  
Istilah pajak ekspor diubah menjadi pungutan ekspor seiring dengan lahirnya UU tentang Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP). Tarif pungutan ekspor atas CPO dan produk turunannya diubah menjadi 1,5%. Besarnya nilai pungutan ekspor diperhitungkan terhadap harga patokan ekspor (HPE) yang ditetapkan pemerintah secara bulanan berdasarkan harga rata-rata satu bulan sebelumnya.
- Pertengahan Juni 2007  
Pemerintah menetapkan tarif PE untuk CPO dan produk turunannya 6,5%, sedangkan untuk TBS sebesar 10%. Penetapan HPE untuk masing-masing produk tersebut tidak mengalami perubahan. Selain PE, pada bulan Mei

dan Juni 2007, pemerintah juga melakukan operasi pasar minyak goreng dan menetapkan domestic market obligation (DMO) untuk stabilisasi harga minyak goreng.

- Masih pada tahun 2007, tepatnya mulai 3 September 2007, formula PE berubah lagi. Ukuran/besaran PE perlu disesuaikan dengan perkembangan harga internasional dan besaran PE bersifat otomatis dan progresif. Tarif PE CPO dan produk lainnya sesuai Peraturan Menteri Keuangan adalah sebagai berikut: Jika harga CPO di pasar internasional di bawah US\$ 550 per ton, tarif PE sebesar 0%. Jika harga CPO US\$ 550–649 per ton, tarif PE 2,5%. Harga CPO mencapai US\$ 650–749 per ton, maka PE ditetapkan 5% dan jika harga CPO mencapai US\$ 750–849 per ton, diberlakukan PE 7,5%. Kemudian jika harga melampaui US\$ 850, PE sebesar 10%. PE untuk produk turunan CPO seperti minyak goreng curah (crude olein), refined bleached deodorized (RBD) olein (minyak goreng kemasan), RBD PKO serta stearin, kernel stearin, olein, dan RBD palm oil ditetapkan 0% pada harga US\$ 550 per ton, 1,5% pada harga US\$ 550–649 per ton, 4% pada harga US\$ 650–749 per ton, dan 6,5% pada harga US\$ 750–849 per ton. Kemudian mulai harga US\$ 850 per ton ditetapkan PE 9%. Sementara untuk TBS dan IS dikenai 40%.

### 3.1.5.3 Kebijakan Subsidi PPN Minyak Goreng

Dalam rencana awal, pemerintah mempersiapkan kebijakan penyaluran minyak goreng murah dengan mendompleng program beras untuk masyarakat miskin (raskin). Namun, kebijakan ini tidak jadi dilakukan menyusul keberatan yang diajukan Bulog dengan alasan antara lain waktu yang terbatas dan program raskin tersebut sudah habis masa berlakunya di beberapa daerah.

Selanjutnya pemerintah mengeluarkan kebijakan subsidi minyak goreng dengan instrumen PPN melalui Keputusan Menteri Keuangan nomor 188/011/2007 tanggal 24 September 2007 tentang PPN Minyak Goreng Ditanggung Pemerintah yang mengacu pada UU Nomor 41/2007 tentang Anggaran Pengeluaran dan Belanja Negara – Perubahan 2007 ditetapkan bahwa mulai tanggal 25 September 2007 PPN minyak goreng curah dan tidak bermerek

ditingkat produsen Di-Tanggung-Pemerintah (DTP). Dalam pelaksanaannya, setiap faktur Pajak Keluaran produsen dan penjual minyak goreng di-cap “DTP”.

Melalui mekanisme ini, PPN 10% (yang lazimnya termasuk komponen harga minyak goreng dari produsen ke distributor) akan disubsidi dalam bentuk Di-Tanggung-Pemerintah (DTP) memanfaatkan dana “Subsidi Minyak Goreng” yang sudah dialokasikan di APBN-P 2007 sebesar Rp 325 milyar. Sedangkan untuk tahun anggaran 2008 DPR telah menyetujui anggaran subsidi khusus minyak goreng senilai Rp 600 miliar atau Rp 275 miliar lebih tinggi dibandingkan anggaran serupa di 2007. Langkah ini dilakukan karena masyarakat miskin dinilai masih memerlukan dukungan pemerintah agar mampu membeli minyak goreng yang harganya terus meningkat.

Melalui kebijakan ini, produsen dan distributor akan diringankan karena sebagian biaya produksinya dibayar oleh pemerintah. Diharapkan produsen dan distributor turut bertanggung-jawab memastikan agar harga minyak goreng dapat turun lebih rendah dan stabil hingga akhir tahun. Kebijakan ini akan terus dimonitor pelaksanaannya dan akan dievaluasi efektivitasnya dalam menurunkan harga minyak goreng.

Berikut merupakan *road map* kebijakan yang ditetapkan pemerintah guna menstabilisasi gejolak harga minyak goreng sawit Indonesia.

**Tabel 3.8.** Perjalanan Kebijakan Pemerintah Yang Menyangkut Stabilisasi Harga Minyak Goreng Sawit

| 1983-1984  | Juni 1986  | 1991  | 1994  | 1997   | 1998  | 2000   | 2003   | 2005  | 2007  |
|--|--|---|---|--|---|--|--|---|---|
| Gejolak harga CPO diatasi dengan menerapkan pajak ekspor hingga 60% dan dibarengi dengan kebijakan alokasi CPO di pasar domestik | Pajak Ekspor diturunkan hingga 0% karena harga CPO di pasar internasional rendah | Perdagangan CPO dan minyak kelapa diregulasi pemerintah. Pedagang dibebaskan untuk mengimpor CPO dan Kopra dengan pajak impor 5%, untuk minyak goreng 10% | Akibat kenaikan harga CPO yang mencapai puncaknya pada bulan agustus, maka pajak ekspor dikenakan bervariasi dari 40% hingga 70% tergantung harga CPO | Pada bulan Juli 1997, penerapan pajak ekspor dimaksudkan untuk mendorong pengembangan industri hilir melalui peningkatan nilai tambah ke industri minyak sawit. Bahkan pada akhir tahun 1997 ekspor CPO dilarang | pertengahan tahun 1998 Larangan tersebut diganti dengan pajak ekspor yang tinggi, yaitu sebesar 60%. Pada awal tahun 1999 Pemerintah kembali menurunkan besaran Pajak Ekspor CPO menjadi sebesar 40%. | September tahun 2000 tarif pajak ekspor CPO ditetapkan sebesar 5%. | pajak ekspor atas CPO ditetapkan sebesar 3%. TBS dan inti sawit (IS) dibolehkan untuk diekspor dengan tarif pajak ekspor 3%. Harga ekspor ditetapkan secara bulanan berdasarkan harga rata-rata bulan sebelumnya | istilah pajak ekspor diubah menjadi pungutan ekspor seiring dengan lahirnya UU tentang Pendapatan Negara Bukan Pajak (PNBP). Tarif pungutan ekspor atas CPO diturunkan menjadi 1,5% dari harga patokan ekspor (HPE) yang ditetapkan pemerintah secara bulanan berdasarkan harga rata-rata satu bulan sebelumnya | pada bulan Mei dan Juni 2007, pemerintah melakukan operasi pasar minyak goreng dan menetapkan domestic market obligation (DMO) untuk stabilisasi harga minyak goreng. Pada pertengahan Juni 2007, pemerintah menetapkan tarif PE untuk CPO dan turunannya sebesar 6,5%. Per 3 September 2007, besaran PE bersifat otomatis dan progresif. Jika harga CPO US\$ 550–649 per ton, tarif PE 2,5%. Apabila harga CPO mencapai US\$ 650–749 per ton, maka PE ditetapkan 5% dan jika harga CPO mencapai US\$ 750–849 per ton, diberlakukan PE 7,5%. Kemudian jika harga melampaui US\$ 850, PE sebesar 10% |

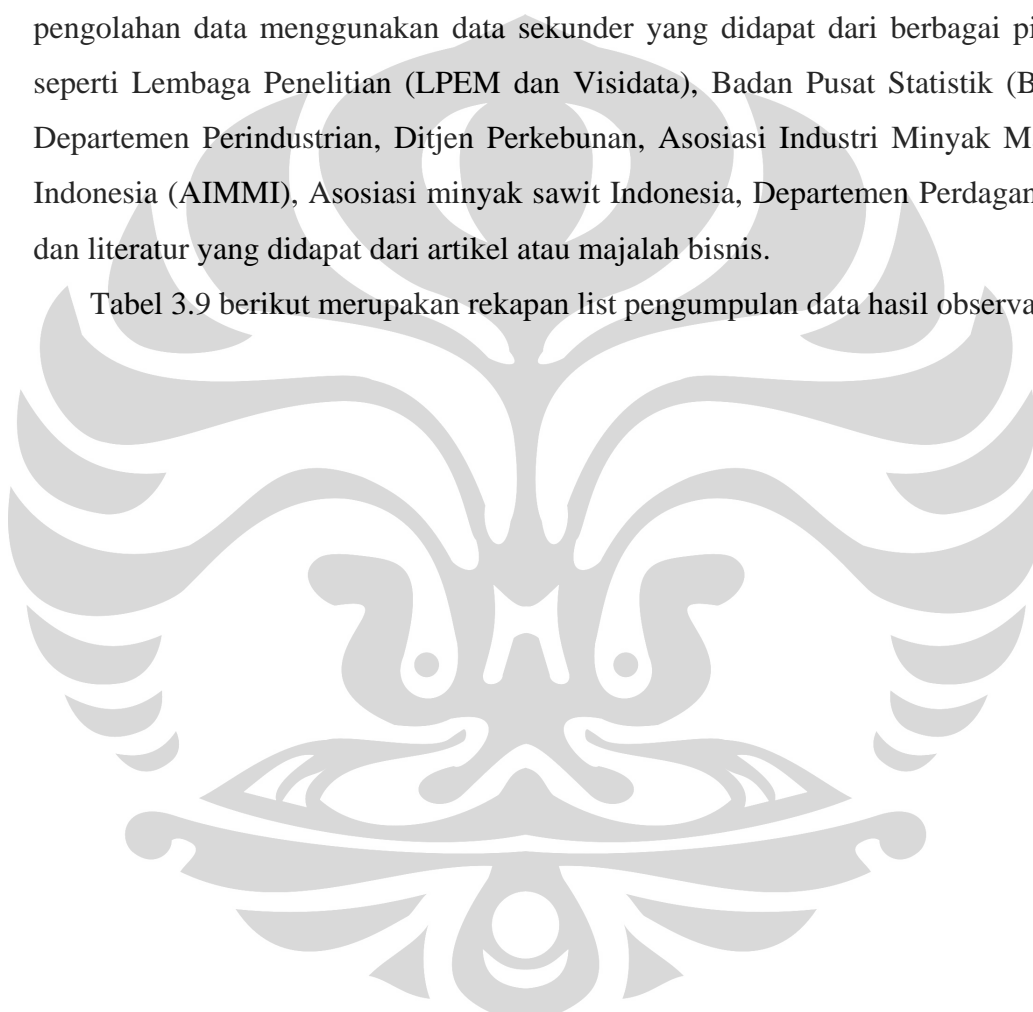
(Sumber: KPPU, 2007)



### 3.2. Pengumpulan Data Untuk Pengolahan SCP

Ada dua jenis data yang akan digunakan untuk pengolahan data, yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapat melalui proses wawancara yang dilakukan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan obyek penelitian, seperti pihak perusahaan yang terkait, Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan, Badan Pusat Statistik, dan lembaga yang terkait lainnya. Data primer digunakan untuk mendukung analisis hasil pengolahan data. Proses pengolahan data menggunakan data sekunder yang didapat dari berbagai pihak, seperti Lembaga Penelitian (LPEM dan Visidata), Badan Pusat Statistik (BPS), Departemen Perindustrian, Ditjen Perkebunan, Asosiasi Industri Minyak Makan Indonesia (AIMMI), Asosiasi minyak sawit Indonesia, Departemen Perdagangan, dan literatur yang didapat dari artikel atau majalah bisnis.

Tabel 3.9 berikut merupakan rekapan list pengumpulan data hasil observasi:



**Tabel 3.9.** List Pengumpulan Data Hasil Observasi Peneliti

| No | Sumber Data  | List Data yang didapat                                |
|----|--|---|
| 1  | LPEM   | Output per perusahaan minyak goreng sawit             |
|    |  | Input per perusahaan minyak goreng sawit              |
|    |  | Biaya upah karyawan per perusahaan                    |
|    |  | Jumlah karyawan                                       |
| 2  | Visidata   | Produksi dan konsumsi minyak nabati dunia             |
|    |  | Produksi minyak kelapa sawit beberapa negara di dunia |
| 3  | Badan Pusat Statistik (BPS)  | Penawaran & Permintaan CPO Domestik                   |
|    |  | Output industri                                       |
|    |  | Input industri  |
|    |  | Total upah industri                                   |
|    |  | Jumlah pekerja industri                               |
| 4  | Depperin   | Harga CPO domestik, CPO internasional, minyak goreng  |
|    |  | Ekspor dan Impor CPO                                  |
| 5  | Ditjen Perkebunan  | Luas areal perkebunan kelapa sawit                    |
|    |  | Tingkat Produksi kelapa sawit                         |
| 6  | Asosiasi Industri Minyak Makan Indonesia (Aimmi & Asosiasi minyak sawit Indonesia) | Pangsa konsumsi CPO                                   |
|    |  | Perusahaan minyak goreng sawit dan persebarannya      |
| 7  | Annual Report (perusahaan minyak goreng besar)                                     | Sinar Mas Group (Ivo Mas, Smart Tbk.)                 |
|    |  | Salim Group   |
|    |  | London Sumatera                                       |
|    |  | PTPN  |
|    |  | Astra Agro Lestari                                    |
|    |  | Wilmar Group  |

(Sumber: Penulis)

### 3.2.1. Data Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia

Dua variabel yang diolah untuk mengetahui struktur industri minyak goreng sawit, yaitu variabel konsentrasi 4 perusahaan terbesar dan variabel hambatan masuk pasar. Kedua variabel tersebut membutuhkan data output 4 perusahaan terbesar dan output industri. Output adalah total semua hasil yang diperoleh oleh perusahaan. Berikut merupakan data perkembangan output 4 perusahaan terbesar:

**Tabel 3.10.** Nilai Output 4 Perusahaan Terbesar

| Nama Perusahaan/Tahun  | Nilai Output per Perusahaan (000 Rupiah) |                    |                   |                  |                   |                    |
|------------------------|--|--------------------|-------------------|------------------|-------------------|--------------------|
|                        | 2001                                     | 2002               | 2003              | 2004             | 2005              | 2006               |
| Perusahaan - 1         | 1179385519                               | 3311370658         | 6793427151        | 6199419200       | 7443919510        | 7356567981         |
| Perusahaan - 2         | 851686330                                | 2708250149         | 5762895002        | 4026176355       | 6777623414        | 7055789345         |
| Perusahaan - 3         | 629450450                                | 2523082107         | 5626988862        | 3264290957       | 3484368260        | 3678556234         |
| Perusahaan - 4         | 382932480                                | 1553451762         | 5020775400        | 1431801820       | 3219486704        | 3353162362         |
| <b>Output Industri</b> | <b>5964581771</b>                        | <b>21593813916</b> | <b>3,4399E+10</b> | <b>3,253E+10</b> | <b>3,9803E+10</b> | <b>40789657547</b> |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

### 3.2.2. Data Perilaku Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia

Dalam penelitian ini perilaku yang dibahas adalah perilaku harga yang mempengaruhi pembentukan harga minyak goreng sawit di pasar Indonesia. Data yang dibutuhkan adalah data harga minyak goreng sawit, minyak kelapa sawit domestik, dan minyak kelapa sawit internasional yang sudah dikonversikan dalam rupiah. Tabel 3.11 berikut merupakan daftar harga minyak goreng domestik, CPO domestik, dan CPO Internasional.

**Tabel 3.11.** Daftar Harga Minyak Goreng Domestik, CPO Domestik, dan CPO Internasional (dalam Rupiah/Kg)

| Tahun       | Bulan     | Harga Minyak Goreng | Harga CPO Domestik | Harga CPO Internasional |
|-------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>2003</b> | Januari   | 450                 | 4024               | 0                       |
|             | Februari  | 4855,0              | 4024,0             | 4053,9                  |
|             | Maret     | 4716,0              | 3885,0             | 3896,2                  |
|             | April     | 4528,0              | 3697,0             | 3783,6                  |
|             | Mei       | 4301,0              | 3470,0             | 3603,5                  |
|             | Juni      | 4270,0              | 3439,0             | 3806,2                  |
|             | Juli      | 4295,0              | 3464,0             | 3873,7                  |
|             | Agustus   | 4027,0              | 3196,0             | 3468,3                  |
|             | September | 4284,0              | 3453,0             | 3761,1                  |
|             | Oktober   | 4777,0              | 3946,0             | 4076,4                  |
|             | Nopember  | 5203,0              | 4372,0             | 4594,4                  |
|             | Desember  | 5246,0              | 4415,0             | 4616,9                  |

(Sumber: Depperin, 2008)

**Tabel 3.11.** Daftar Harga Minyak Goreng Domestik, CPO Domestik, dan CPO Internasional (dalam Rupiah/Kg) (Lanjutan)

| Tahun       | Bulan     | Harga Minyak Goreng | Harga CPO Domestik | Harga CPO Internasional |
|-------------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------------|
| <b>2004</b> | Januari   | 4884,2              | 4210,0             | 4652,1                  |
|             | Februari  | 4875,2              | 4201,0             | 4769,6                  |
|             | Maret     | 5552,2              | 4878,0             | 5216,0                  |
|             | April     | 5475,2              | 4801,0             | 5122,0                  |
|             | Mei       | 5549,2              | 4875,0             | 5192,5                  |
|             | Juni      | 4869,2              | 4195,0             | 4205,7                  |
|             | Juli      | 4506,2              | 3832,0             | 3923,7                  |
|             | Agustus   | 4544,2              | 3870,0             | 4064,7                  |
|             | September | 4861,2              | 4187,0             | 4276,2                  |
|             | Oktober   | 4605,2              | 3931,0             | 4135,2                  |
|             | Nopember  | 4677,2              | 4003,0             | 4088,2                  |
|             | Desember  | 4473,2              | 3799,0             | 3994,2                  |
| <b>2005</b> | Januari   | 4785,0              | 3749,0             | 3961,6                  |
|             | Februari  | 4627,0              | 3591,0             | 3742,8                  |
|             | Maret     | 4914,0              | 3878,0             | 4156,0                  |
|             | April     | 4932,0              | 3896,0             | 4107,4                  |
|             | Mei       | 4987,0              | 3951,0             | 4034,5                  |
|             | Juni      | 4880,0              | 3844,0             | 3985,9                  |
|             | Juli      | 5157,0              | 4121,0             | 4083,1                  |
|             | Agustus   | 4947,0              | 3911,0             | 3937,3                  |
|             | September | 5189,0              | 4153,0             | 3937,3                  |
|             | Oktober   | 5447,0              | 4411,0             | 4860,8                  |
|             | Nopember  | 5710,0              | 4674,0             | 5128,2                  |
|             | Desember  | 6003,0              | 4967,0             | 5419,8                  |
| <b>2006</b> | Januari   | 5130,7              | 3819,0             | 4011,4                  |
|             | Februari  | 5138,7              | 3827,0             | 4204,7                  |
|             | Maret     | 5231,7              | 3920,0             | 4253,1                  |
|             | April     | 4972,7              | 3661,0             | 4180,6                  |
|             | Mei       | 5003,7              | 3692,0             | 4253,1                  |
|             | Juni      | 5120,7              | 3809,0             | 4156,4                  |
|             | Juli      | 5363,7              | 4052,0             | 4398,1                  |
|             | Agustus   | 5791,7              | 4480,0             | 4857,2                  |
|             | September | 5791,7              | 4480,0             | 4881,4                  |
|             | Oktober   | 5733,7              | 4422,0             | 4398,1                  |
|             | Nopember  | 5780,7              | 4469,0             | 4349,7                  |
|             | Desember  | 5416,7              | 4105,0             | 4204,7                  |

(Sumber

r: Depperin, 2008)

**Tabel 3.11.** Daftar Harga Minyak Goreng Domestik, CPO Domestik, dan CPO Internasional (dalam Rupiah/Kg) (Lanjutan)

| Tahun | Bulan     | Harga Minyak Goreng | Harga CPO Domestik | Harga CPO Internasional |
|-------|-----------|---------------------|--------------------|-------------------------|
| 2007  | Januari   | 7564,1              | 6002,5             | 4071,3                  |
|       | Februari  | 6974,6              | 5413,0             | 5805,8                  |
|       | Maret     | 7091,6              | 5530,0             | 5781,7                  |
|       | April     | 7524,6              | 5963,0             | 6335,8                  |
|       | Mei       | 8407,6              | 6846,0             | 6745,3                  |
|       | Juni      | 8950,6              | 7389,0             | 7998,0                  |
|       | Juli      | 8536,6              | 6975,0             | 7709,0                  |
|       | Agustus   | 9290,6              | 7729,0             | 8166,7                  |
|       | September | 9939,6              | 8378,0             | 7998,0                  |
|       | Oktober   | 9440,6              | 7879,0             | 8046,2                  |
|       | Nopember  | 8834,6              | 7273,0             | 9106,2                  |
|       | Desember  | 9444,6              | 7883,0             | 8961,7                  |
| 2008  | Januari   | 9889,3              | 8578,0             | 9880,9                  |
|       | Februari  | 10315,3             | 9004,0             | 10393,3                 |
|       | Maret     | 12795,3             | 11484,0            | 13613,7                 |
|       | April     | 12000,0             | 9266,0             | 11663,0                 |
|       | Mei       | 12100,0             | 9518,0             | 11660,8                 |

(Sumber: Depperin, 2008)

### 3.2.3 Data Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

Proksi yang digunakan untuk mengukur kinerja industri minyak goreng sawit adalah tingkat keuntungan per perusahaan dan tingkat keuntungan industri. Data yang dibutuhkan adalah data nilai tambah perusahaan, biaya upah perusahaan, dan output industri. Berikut merupakan data untuk mengukur tingkat keuntungan industri:

**Tabel 3.12.** Nilai Input, Output, Nilai Tambah, dan Biaya Upah Industri Minyak Goreng Sawit (dalam 000 Rupiah)

| Tahun | Input       | Output      | Nilai Tambah | Upah       |
|-------|-------------|-------------|--------------|------------|
| 2001  | 3481685659  | 5964581771  | 2482896112   | 3772198663 |
| 2002  | 11058231402 | 15289325963 | 4231094561   | 262852641  |
| 2003  | 30343993252 | 34399184852 | 4055191600   | 218043240  |
| 2004  | 23682929944 | 32927887648 | 9244957704   | 781335917  |
| 2005  | 29946567897 | 39803058756 | 9856490859   | 405201961  |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008)

### 3.3. Pengolahan Data

#### 3.3.1. Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia

##### 3.3.1.1. Tingkat Konsentrasi Industri

Rasio konsentrasi merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur persaingan pada suatu industri. Pada berbagai penelitian, variabel ini biasa dipakai untuk mengukur struktur pasar. Semakin rendah rasio konsentrasi pada suatu industri menandakan adanya kompetisi yang lebih besar antar produsen domestik. Sebaliknya, rasio konsentrasi yang tinggi menandakan rendahnya kompetisi pada industri tersebut. Menurut para ekonom, suatu pasar dikatakan monopoli jika konsentrasi pasar melebihi 70%, sedangkan pasar dikatakan oligopoli jika konsentrasinya diatas 40% (Kuncoro, 2007).

Rumus untuk menghitung Konsentrasi 4 perusahaan terbesar adalah:

$$CR4 = \frac{\text{Jumlah output 4 perusahaan terbesar}}{\text{Output Industri}}$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai konsentrasi 4 perusahaan terbesar (CR4) pada tahun 2001 (dalam 000 Rupiah) dengan melihat nilai 4 output perusahaan terbesar pada industri minyak goreng sawit, lalu dibagi dengan output industri minyak goreng sawit.

**Tabel 3.13.** Nilai Output 4 Perusahaan Terbesar pada Tahun 2001

| <b>Nama Perusahaan/Tahun</b> | <b>Nilai Output per Perusahaan tahun 2001</b> |
|------------------------------|---|
| Perusahaan – 1               | 1179385519                                    |
| Perusahaan – 2               | 851686330                                     |
| Perusahaan – 3               | 629450450                                     |
| Perusahaan – 4               | 382932480                                     |
| <b>Output Industri</b>       | <b>5964581771</b>                             |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

$$CR4 = \frac{1179385519+851686330+629450450+382932480}{5964581771}$$
$$= 0,51025452$$

Begitu seterusnya untuk penghitungan CR4 tahun berikutnya. Untuk data output 4 perusahaan terbesar periode 2001-2006 dapat dilihat pada tabel 3.10.

Tabel 3.14 berikut merupakan hasil penghitungan CR4 Industri minyak goreng sawit dari tahun 2001-2006.

**Tabel 3.14. Tingkat Konsentrasi Minyak Goreng Sawit Indonesia**

| Tahun | CR4       |
|-------|-----------|
| 2001  | 0,5102545 |
| 2002  | 0,4969273 |
| 2003  | 0,6745534 |
| 2004  | 0,4611636 |
| 2005  | 0,5257234 |
| 2006  | 0,5096546 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

### 3.3.1.2. Hambatan Masuk Pasar

Salah satu proksi yang dapat digunakan untuk mengukur *entry barrier* adalah MES (*Minimum Efficiency of Scale*). Variabel ini merupakan kondisi di mana penambahan output yang diproduksi menyebabkan penurunan biaya produksi pada jangka panjang. Perhitungan MES yang dilakukan adalah:

$$MES = \frac{\text{rata-rata output 4 perusahaan yang menghasilkan } 50\% * \text{output industri}}{\text{Output industri}}$$

\*Angka 50% dalam persamaan di atas bukanlah mutlak. Angka ini dapat saja melebihi 50% jika struktur pasar dalam keadaan natural monopoly.

Berikut merupakan data yang digunakan untuk penghitungan MES Industri minyak goreng sawit dari tahun 2001-2006 dengan menggunakan rumus di atas:

**Tabel 3.15. Nilai Rata-rata Output 4 perusahaan Terbesar beserta Data Output Industri Periode 2001-2006**

| Nama Perusahaan/Tahun                         | Nilai Output per Perusahaan (000 Rupiah) |                    |                    |                    |                    |                    |
|---|--|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|   | 2001                                     | 2002               | 2003               | 2004               | 2005               | 2006               |
| Perusahaan – 1                                | 1179385519                               | 3311370658         | 6793427151         | 6199419200         | 7443919510         | 7356567981         |
| Perusahaan – 2                                | 851686330                                | 2708250149         | 5762895002         | 4026176355         | 6777623414         | 7055789345         |
| Perusahaan – 3                                | 629450450                                | 2523082107         | 5626988862         | 3264290957         | 3484368260         | 3678556234         |
| Perusahaan – 4                                | 382932480                                | 1553451762         | 5020775400         | 1431801820         | 3219486704         | 3353162362         |
| <b>Rata-rata output 4 perusahaan terbesar</b> | 760863695                                | 2524038669         | 5801021604         | 3730422083         | 5231349472         | 5361018981         |
| <b>Output Industri</b>                        | <b>5964581771</b>                        | <b>21593813916</b> | <b>34399184852</b> | <b>32527887648</b> | <b>39803058756</b> | <b>40789657547</b> |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel 3.16:

**Tabel 3.16.** Nilai *Minimum Efficiency of Scale* Industri Minyak Goreng Sawit

| Tahun | MES        |
|-------|------------|
| 2001  | 0,12756363 |
| 2002  | 0,12423184 |
| 2003  | 0,16863835 |
| 2004  | 0,1152909  |
| 2005  | 0,12883437 |
| 2006  | 0,13143084 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

### 3.3.2. Perilaku Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

Terus meningkatnya harga minyak goreng domestik yang terlihat signifikan mulai tahun 1999 membuat banyak pihak, baik peneliti, pengamat ekonomi, bahkan mahasiswa mencoba mencari tahu sebenarnya faktor apa saja yang mempengaruhi pembentukan harga minyak goreng domestik. Menurut para pengusaha, baik pengusaha kelapa sawit ataupun minyak goreng sawit bahwa melonjaknya harga minyak goreng sawit Indonesia dikarenakan semakin meningkatnya harga CPO internasional yang otomatis mempengaruhi kondisi harga CPO domestik dan pada akhirnya mempengaruhi harga minyak goreng sawit Indonesia.

Menteri Perindustrian, Fahmi Idris (2007) juga mengungkapkan, kenaikan harga CPO dunia memicu peningkatan harga bahan baku industri minyak goreng. Seiring dengan itu, produsen CPO domestik lebih tertarik ekspor dibandingkan memenuhi bahan baku industri hilir dalam negeri. Pernyataan ini dirasa beberapa pihak kurang relevan terhadap kenyataan yang ada, karena Indonesia merupakan negara penghasil CPO terbesar di dunia setelah Malaysia. Harusnya Indonesia lebih bisa mengendalikan harga minyak goreng sawit tersebut. Akan tetapi pernyataan tersebut sulit ditentang karena memang terlihat masuk akal dan juga belum ada bukti konkret pembentukan harga minyak goreng sawit sebenarnya. Dalam penelitian ini ingin mencoba dilihat apakah alasan selama ini yang dikemukakan instansi terkait juga pengusaha bahwa yang membuat harga minyak goreng naik adalah harga CPO internasional dan CPO domestik benar atau tidak



dengan melihat pergerakan harga CPO internasional dengan harga CPO domestik terhadap harga minyak goreng dengan menggunakan analisis regresi. Data untuk pengolahan menggunakan Tabel 3.11.

### 3.3.2.1. Estimasi Model

- a) Hubungan antara Harga Minyak Goreng Sawit Domestik (MGDOM) dan harga CPO Domestik (CPODOM)

Semakin meningkat harga CPO (*Crude Palm Oil*) domestik akan membuat harga minyak goreng domestik cenderung meningkat pula. Hal ini disebabkan karena bahan baku utama pembuatan minyak goreng sawit adalah minyak kelapa sawit (CPO). Jadi, jika ada perubahan harga CPO domestik otomatis akan sangat mempengaruhi harga minyak goreng sawit.

- b) Hubungan antara Harga Minyak Goreng Sawit Domestik (MGDOM) dengan Harga CPO Internasional (CPOINT)

Semakin meningkatnya harga CPO internasional akan membuat harga minyak goreng domestik juga semakin meningkat. Seperti yang dikatakan oleh para pengusaha kelapa sawit juga minyak goreng sawit, bahwa yang membuat harga minyak goreng sawit beberapa tahun belakangan ini cenderung naik adalah karena pengaruh dari harga CPO Internasional yang cenderung selalu naik akibat semakin meningkatnya permintaan minyak kelapa sawit sebagai minyak makan dunia. Otomatis kenaikan harga CPO internasional mempengaruhi harga CPO domestik yang merupakan faktor utama pembentukan harga minyak goreng sawit domestik. Hal ini dikarenakan pengusaha Indonesia tidak mau melewati kesempatan untuk mengambil keuntungan dari naiknya harga CPO Internasional, sehingga harga CPO domestik selalu dikaitkan dengan naiknya harga CPO internasional.

Tabel 3.17 berikut ini merupakan rangkuman hipotesa hubungan antar variabel dependen dan independen:

**Tabel 3. 17** Hipotesa antara Harga Minyak Goreng dengan Variabel Independennya

| Variabel<br>Dependen | Variabel Independen |        |
|----------------------|---------------------|--------|
|                      | CPODOM              | CPOINT |
| MGDOM                | +                   | +      |

### 3.3.2.2. Uji Pelanggaran Asumsi

Pengolahan data dengan metode OLS pada dasarnya harus memenuhi asumsi *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Oleh karena itu, agar model yang digunakan dalam penelitian ini menjadi model yang memenuhi kaidah BLUE maka harus memenuhi beberapa asumsi. Asumsi-asumsi yang perlu dipenuhi adalah variabel-variabel independen yang digunakan dalam model bukan stokastik dan tidak ada hubungan linear yang persis antara dua atau lebih variabel bebas. Hal ini berarti tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebas. Sedangkan asumsi lain yang harus dipenuhi adalah bahwa *erros-term* observasi-observasi yang berbeda adalah independen dan karenanya tidak memiliki korelasi atau tidak adanya autokorelasi, mempunyai nilai harapan nol, mempunyai varians yang konstan untuk semua observasi atau disebut homoskedastis, dan terdistribusi normal

- Uji Multikolinearitas

Dalam teori ekonomi, indikasi adanya multikolinearitas adalah F-statistik yang sangat signifikan, namun t-statistiknya tidak signifikan.

Cara lain mendeteksi adanya multikolinearitas atau tidak bisa dilakukan dengan bantuan software eviews 4.1 melalui *corelation matrix*. Syarat umum yang digunakan adalah jika korelasi antara variabel melebihi 0,8 berarti model tersebut mengandung multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

|        | CPODOM   | CPOINT   |
|--------|----------|----------|
| CPODOM | 1.000000 | 0.774523 |
| CPOINT | 0.774523 | 1.000000 |

Dari hasil uji multikolinearitas diatas, dapat dilihat hubungan antar variabel independen tidak melebihi 0,8, berarti dapat diambil kesimpulan tidak ada multikolinearitas antar variabel independen.

- Uji Autokolerasi

Untuk mengetahui adanya autokolerasi antar variabel independen adalah menggunakan Breusch-Godfrey LM test.

Berikut merupakan hasil pengujian autokolerasi dari model:

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

|               |          |             |          |
|---------------|----------|-------------|----------|
| F-statistic   | 2.990962 | Probability | 0.073044 |
| Obs*R-squared | 5.755851 | Probability | 0.056751 |

Hasil pengujian yang dapat disimpulkan adalah model ini tidak memiliki korelasi serial pada error atau dengan kata lain persamaan struktural ini tidak terdapat unsur autokolerasi. Hal ini dikarenakan F-stat memiliki probabilitas 0,07 yang melebihi alpha 1% dan 5%. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai probabilitas Obs\*R-squared yang sebesar 0,057 juga memperkuat hipotesa yang menyatakan tidak terdapatnya autokolerasi pada persamaan tersebut.

- Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian pada model tersebut adalah sebagai berikut:

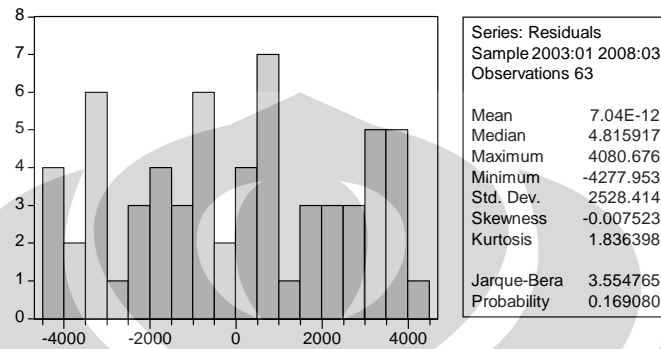
White Heteroskedasticity Test:

|               |          |             |          |
|---------------|----------|-------------|----------|
| F-statistic   | 1.786149 | Probability | 0.143936 |
| Obs*R-squared | 6.909392 | Probability | 0.140755 |

Hasil pengujian yang dapat disimpulkan adalah model ini tidak mengandung unsur heteroskedastisitas atau dapat dikatakan model tersebut mempunyai varians yang konstan untuk semua observasi (homoskedastis). Hal ini dapat dilihat dari F-stat yang memiliki probabilitas 0,14 yang melebihi alpha 1%, 5%, dan 10%. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai probabilitas Obs\*R-squared yang sebesar 0,14 juga memperkuat hipotesa yang menyatakan tidak mengandung heteroskedastisitas pada persamaan tersebut.

- Uji Normality

Untuk melihat apakah pendistribusian variabel persamaan tersebut normal atau tidak bisa dilihat dari histogram-normality test. Suatu model dikatakan normal jika model menerima  $H_0$  atau dengan kata lain nilai  $H_0$  harus lebih besar dari alpha. Berikut merupakan hasil uji normality:



Dapat dilihat pada diagram diatas bahwa model persamaan tersebut terdistribusi secara normal. Hal ini dikarenakan karena nilai Probabilitasnya lebih besar dari alpha 1%, 5%, bahkan 10%.

### 3.3.2.3. Hasil Estimasi Model

Hasil pengujian di bawah menyajikan dua faktor yang mempengaruhi dampak dari pembentukan harga minyak goreng sawit domestik, yaitu harag CPO domestik dan CPO Internasional menggunakan data bulanan mulai periode 2003-2008 akhir maret dengan metode regresi OLS (*Ordinary Least Square*).

Berikut merupakan hasil pengolahan regresi menggunakan software eviews:

Dependent Variable: MGDOM  
 Method: Least Squares  
 Date: 05/22/08 Time: 13:53  
 Sample(adjusted): 2003:01 2008:03  
 Included observations: 63 after adjusting endpoints

| Variable           | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.    |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| C                  | 5064.541    | 1036.721              | 4.885154    | 0.0000   |
| CPODOM             | 1.235517    | 0.085348              | 14.47621    | 0.0000   |
| CPOINT             | -0.108129   | 0.072587              | -1.489655   | 0.1416   |
| R-squared          | 0.802228    | Mean dependent var    |             | 59592.92 |
| Adjusted R-squared | 0.801635    | S.D. dependent var    |             | 18966.13 |
| S.E. of regression | 2570.209    | Akaike info criterion |             | 18.58781 |
| Sum squared resid  | 3.96E+08    | Schwarz criterion     |             | 18.68986 |
| Log likelihood     | -582.5160   | F-statistic           |             | 5.034718 |
| Durbin-Watson stat | 1.726578    | Prob(F-statistic)     |             | 0.000000 |

### 3.3.3. Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit

#### 3.3.3.1. Price Cost Margin (PCM)

Salah satu proksi dari kinerja adalah tingkat keuntungan perusahaan dan industri/*Price Cost Margin* (Jayanthakumaran, 1999). *Price-cost margin* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PCM_j = \frac{VA_j - W_j}{O_j}$$

Dimana:  $VA_j$  = nilai tambah industri  $j$

$W_j$  = upah tenaga kerja  $j$

$O_j$  = output industri  $j$

Berikut merupakan hasil penghitungan kinerja industri minyak goreng sawit:

**Tabel 3.18.** Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit

| Tahun | PCM    |
|-------|--------|
| 2001  | 0,3211 |
| 2002  | 0,2209 |
| 2003  | 0,2920 |
| 2004  | 0,2449 |
| 2005  | 0,2676 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

### 3.3.3.2. Efisiensi

Efisiensi dapat menjadi indikator kinerja industri. Efisiensi merupakan ukuran hasil yang dicapai dengan pengorbanan tertentu.

Rumus untuk menghitung efisiensi adalah:

$$\text{Efisiensi} = \frac{\text{Nilai Tambah}}{\text{Input}}$$

Berikut merupakan hasil penghitungan efisiensi industri minyak goreng sawit Indonesia dari tahun 2001-2005 dari 20 provinsi dan keseluruhan Indonesia:

**Tabel 3.19.** Efisiensi Industri Minyak Goreng Domestik Tiap Propinsi di Indonesia Tahun 2001-2005

| PROPINSI         | 2001        | 2002        | 2003        | 2004        | 2005        |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Aceh             | 1,12        | 0,38        | 0,18        | 0,36        | Tda         |
| Sumut            | 0,27        | 0,36        | 0,09        | 0,29        | 0,04        |
| Sumbar           | 1,01        | 0,64        | 1,25        | 0,12        | 0,34        |
| Riau             | 1,52        | 0,42        | 0,11        | 0,86        | 0,80        |
| Jambi            | 1,39        | 0,35        | 0,18        | 0,38        | 0,61        |
| Sumsel           | 0,59        | 0,38        | 0,18        | 0,62        | 0,31        |
| Bengkulu         | tda         | Tda         | tda         | 0,83        | 0,31        |
| Lampung          | 0,02        | 0,14        | 0,17        | 0,18        | 0,11        |
| Bangka           | 1,07        | 0,80        | 0,18        | Tda         | Tda         |
| Jakarta          | 0,30        | 0,06        | 0,13        | 1,12        | 0,42        |
| Jabar            | 0,01        | Tda         | 0,04        | 0,04        | 0,05        |
| Jateng           | tda         | tda         | 1,05        | Tda         | Tda         |
| Jatim            | 0,29        | 0,10        | 1,18        | 0,23        | Tda         |
| Kalbar           | 0,84        | 0,47        | tda         | 0,36        | 0,31        |
| Kalteng          | tda         | tda         | tda         | 0,33        | Tda         |
| Kaltim           | Tda         | 2,75        | tda         | Tda         | Tda         |
| Sulut            | 1,12        | tda         | 0,18        | Tda         | 0,61        |
| Sulteng          | 0,74        | 0,38        | tda         | Tda         | Tda         |
| Sulse            | Tda         | 0,34        | tda         | 1,42        |             |
| Irja timur       | 1,12        | 0,69        | 3,71        | 0,28        | 0,31        |
| <b>Indonesia</b> | <b>0,71</b> | <b>0,36</b> | <b>0,18</b> | <b>0,37</b> | <b>0,34</b> |

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah Penulis)

### 3.3.3.3. Sumbangan Nilai Tambah dan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit terhadap Industri Manufaktur di Indonesia

Kinerja industri minyak goreng sawit juga dapat dilihat dengan mengetahui seberapa besar kontribusi industri minyak goreng sawit terhadap Industri manufaktur di Indonesia. Dalam penelitian ini, ada dua faktor yang dilihat yaitu kontribusi nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja.

Berikut merupakan tabel 3.20 perkembangan nilai tambah dan tenaga kerja pada Industri minyak goreng sawit:

**Tabel 3.20.** Nilai Tambah dan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia pada Tahun 2001-2005

| PERKEMBANGAN NILAI TAMBAH |               |               |               |               |               |                       |           |           |           |
|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
|                           | 2001          | 2002          | 2003          | 2004          | 2005          | Perkembangan Absolute |           |           |           |
|                           | (Rp 000)      | (Rp 000)      | (Rp 000)      | (Rp 000)      | (Rp 000)      | 2001-2002             | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 |
| Aceh                      | 42.770.700    | 60.949.720    | 96.342.420    | 42.364.724    | tda           | 42,50%                | 58,07%    | -56,03%   | Tda       |
| SUMUT                     | 379.709.601   | 1.190.864.126 | 858.883.906   | 3.767.829.113 | 553.589.146   | 213,62%               | -27,88%   | 338,69%   | -85,31%   |
| SUMBAR                    | 59.863.545    | 269.330.289   | 164.381.329   | 109.495.889   | 83.884.894    | 349,91%               | -38,97%   | -33,39%   | -23,39%   |
| Riau                      | 1.079.282.327 | 1.169.676.767 | 1.284.351.382 | 1.650.355.668 | 6.206.396.350 | 8,38%                 | 9,80%     | 28,50%    | 276,06%   |
| Jambi                     | 555.603.371   | 653.295.915   | 748.207.665   | 1.071.592.934 | 1.233.898.864 | 17,58%                | 14,53%    | 43,22%    | 15,15%    |
| SUMSEL                    | 94.578.887    | 98.306.000    | 155.391.000   | 492.451.228   | 109.071.845   | 3,94%                 | 58,07%    | 216,91%   | -77,85%   |
| Lampung                   | 2.598.824     | 37.753.858    | 46.148.872    | 81.837.394    | 54.070.235    | 1352,73%              | 22,24%    | 77,33%    | -33,93%   |
| Bangka                    | 27.593.348    | 296.157.465   | 216.903.964   | tda           | tda           | 973,29%               | -26,76%   | tda       | Tda       |
| Jakarta                   | 51.262.012    | 52.792.290    | 252.977.179   | 1.051.302.475 | 665.674.901   | 2,99%                 | 379,19%   | 315,57%   | -36,68%   |
| JABAR                     | 145.188       | tda           | 5.519.466     | 14.730.104    | 64.043.473    | tda                   | Tda       | 166,88%   | 334,78%   |
| JATIM                     | 54.315.782    | 306.000       | 128.904.312   | 297.947.002   | tda           | -99,44%               | 42025,59% | 131,14%   | Tda       |
| KALBAR                    | 73.406.882    | 183.662.954   | tda           | 246.592.991   | 432.322.194   | 150,20%               | Tda       | tda       | 75,32%    |
| IRJA TIMUR                | 17.246.250    | 89.642.044    | 42.109.251    | 24.785.081    | 10.711.650    | 419,78%               | -53,03%   | -41,14%   | -56,78%   |
| TOTAL                     | 2.482.896.112 | 4.231.094.561 | 4.055.191.600 | 9.244.957.704 | 9.856.490.859 | 70,41%                | -4,16%    | 127,98%   | 6,61%     |
| PERKEMBANGAN TENAGA KERJA |               |               |               |               |               |                       |           |           |           |
|                           | 2001          | 2002          | 2003          | 2004          | 2005          | Perkembangan Absolute |           |           |           |
|                           |               |               |               |               |               | 2001-2002             | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 |
| Aceh                      | 124           | 124           | 124           | 124           | tda           | 0,000%                | 0,000%    | 0,000%    | Tda       |
| SUMUT                     | 1.869         | 7.466         | 2.774         | 11907         | 2988          | 299,465%              | -62,845%  | 329,236%  | -74,906%  |
| SUMBAR                    | 188           | 538           | 319           | 1098          | 268           | 186,170%              | -40,706%  | 244,201%  | -75,592%  |
| Riau                      | 2.903         | 7.545         | 1.886         | 3843          | 1319          | 159,904%              | -75,003%  | 103,765%  | -65,678%  |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)



**Tabel 3.20.** Nilai Tambah dan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit di Indonesia pada Tahun 2001-2005 (Lanjutan)

| PERKEMBANGAN TENAGA KERJA |        |        |        |       |       |                       |           |           |           |
|---------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
|                           | 2001   | 2002   | 2003   | 2004  | 2005  | Perkembangan Absolute |           |           |           |
|                           |        |        |        |       |       | 2001-2002             | 2002-2003 | 2003-2004 | 2004-2005 |
| Jambi                     | 1.378  | 1.637  | 963    | 2160  | 1085  | 18,795%               | -41,173%  | 124,299%  | -49,769%  |
| SUMSEL                    | 572    | 200    | 200    | 5143  | 2000  | -65,035%              | 0,000%    | 2471,500% | -61,112%  |
| Lampung                   | 205    | 1.097  | 1.166  | 1189  | 501   | 435,122%              | 6,290%    | 1,973%    | -57,864%  |
| Bangka                    | 91     | 499    | 293    | tda   | tda   | 448,352%              | -41,283%  | Tda       | Tda       |
| Jakarta                   | 1.607  | 852    | 1.861  | 740   | 464   | -46,982%              | 118,427%  | -60,236%  | -37,297%  |
| JABAR                     | 246    | tda    | 340    | 247   | 773   | Tda                   | tda       | -27,353%  | 212,955%  |
| JATIM                     | 887    | 50     | 304    | 1011  |       | -94,363%              | 508,000%  | 232,566%  | Tda       |
| KALBAR                    | 520    | 1.001  | tda    | 1163  | 2018  | 92,500%               | tda       | Tda       | 73,517%   |
| IRJA TIMUR                | 50     | 333    | 104    | 233   | 50    | 566,000%              | -68,769%  | 124,038%  | -78,541%  |
| TOTAL                     | 10.640 | 21.342 | 10.334 | 29979 | 12237 | 100,583%              | -51,579%  | 190,101%  | -59,181%  |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Tabel 3.21.** Sumbangan Nilai Tambah Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur Indonesia

|                | 2001            |          | 2002            |          | 2003            |          | 2004            |          | 2005            |          |
|----------------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|-----------------|----------|
|                | (Rp 000)        | %        | (Rp 000)        | %        | (Rp 000)        | %        | (Rp 000)        | %        | (Rp 000)        | %        |
| Aceh           | 42.770.700      | 0,016%   | 60.949.720      | 0,020%   | 96.342.420      | 0,029%   | 42.364.724      | 0,012%   | tda             | tda      |
| SUMUT          | 379.709.601     | 0,142%   | 1.190.864.126   | 0,384%   | 858.883.906     | 0,263%   | 3.767.829.113   | 1,050%   | 553.589.146     | 0,140%   |
| SUMBAR         | 59.863.545      | 0,022%   | 269.330.289     | 0,087%   | 164.381.329     | 0,050%   | 109.495.889     | 0,031%   | 83.884.894      | 0,021%   |
| Riau           | 1.079.282.327   | 0,405%   | 1.169.676.767   | 0,377%   | 1.284.351.382   | 0,393%   | 1.650.355.668   | 0,460%   | 6.206.396.350   | 1,566%   |
| Jambi          | 555.603.371     | 0,208%   | 653.295.915     | 0,211%   | 748.207.665     | 0,229%   | 1.071.592.934   | 0,299%   | 1.233.898.864   | 0,311%   |
| SUMSEL         | 94.578.887      | 0,035%   | 98.306.000      | 0,032%   | 155.391.000     | 0,048%   | 492.451.228     | 0,137%   | 109.071.845     | 0,028%   |
| Bengkulu       | tda             | tda      | tda             | tda      | tda             | tda      | 92.414.142      | 0,026%   | 30.421.086      | 0,008%   |
| Lampung        | 2.598.824       | 0,001%   | 37.753.858      | 0,012%   | 46.148.872      | 0,014%   | 81.837.394      | 0,023%   | 54.070.235      | 0,014%   |
| Bangka         | 27.593.348      | 0,010%   | 296.157.465     | 0,096%   | 216.903.964     | 0,066%   | tda             | tda      | tda             | tda      |
| Jakarta        | 51.262.012      | 0,019%   | 52.792.290      | 0,017%   | 252.977.179     | 0,077%   | 1.051.302.475   | 0,293%   | 665.674.901     | 0,168%   |
| JABAR          | 145.188         | 0,0001%  | tda             | tda      | 5.519.466       | 0,002%   | 14.730.104      | 0,004%   | 64.043.473      | 0,016%   |
| JATENG         | tda             | tda      | tda             | tda      | 49.568.974      | 0,015%   | tda             | tda      | tda             | tda      |
| JATIM          | 54.315.782      | 0,020%   | 306.000         | 0,0001%  | 128.904.312     | 0,039%   | 297.947.002     | 0,083%   | tda             | tda      |
| KALBAR         | 73.406.882      | 0,028%   | 183.662.954     | 0,059%   | tda             | tda      | 246.592.991     | 0,069%   | 432.322.194     | 0,109%   |
| KALTENG        | tda             | tda      | tda             | tda      | tda             | tda      | 48.506.183      | 0,014%   | tda             | tda      |
| KALTIM         | tda             | tda      | 43.244.202      | 0,014%   | tda             | tda      | tda             | tda      | tda             | tda      |
| SULUT          | 11.727.450      | 0,004%   | tda             | tda      | 5.501.880       | 0,002%   | tda             | tda      | 412.406.221     | 0,104%   |
| SULTENG        | 32.791.945      | 0,012%   | 48.928.818      | 0,016%   | tda             | tda      | tda             | tda      | tda             | tda      |
| SULSEL         | tda             | tda      | 36.184.113      | 0,012%   | tda             | tda      | 252.752.776     | 0,070%   | tda             | tda      |
| IRJA TIMUR     | 17.246.250      | 0,006%   | 89.642.044      | 0,029%   | 42.109.251      | 0,013%   | 24.785.081      | 0,007%   | 10.711.650      | 0,003%   |
| TOTAL          | 2.482.896.112   | 0,931%   | 4.231.094.561   | 1,365%   | 4.055.191.600   | 1,241%   | 9.244.957.704   | 2,576%   | 9.856.490.859   | 2,486%   |
| INDUSTRI LAIN  | 264.081.103.888 | 99,069%  | 305.727.905.439 | 98,635%  | 322.728.808.400 | 98,759%  | 349.665.042.296 | 97,424%  | 386.581.509.141 | 97,514%  |
| Total Industri | 266.564.000.000 | 100,000% | 309.959.000.000 | 100,000% | 326.784.000.000 | 100,000% | 358.910.000.000 | 100,000% | 396.438.000.000 | 100,000% |

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah Penulis)

Dapat dilihat pada Tabel 3.21 diatas dan tabel 3.22 di bawah ini besarnya kontribusi nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja industri minyak goreng sawit Indonesia terhadap industri manufaktur di Indonesia. Hasilnya didapat dengan membandingkan nilai tambah dan tenaga kerja di industri minyak goreng dengan nilai tambah dan tenaga kerja pada skala manufaktur.

**Tabel 3.22.** Sumbangan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur Indonesia

|                | 2004       | %        | 2005       | %        |
|----------------|------------|----------|------------|----------|
|                | (Rp 000)   |          | (Rp 000)   |          |
| Aceh           | 124        | 0,001%   | Tda        | Tda      |
| Sumut          | 11.907     | 0,108%   | 2.988      | 0,026%   |
| Sumbar         | 1.098      | 0,010%   | 268        | 0,002%   |
| Riau           | 3.843      | 0,035%   | 1.319      | 0,011%   |
| Jambi          | 2.160      | 0,020%   | 1.085      | 0,009%   |
| Sumsel         | 5.143      | 0,046%   | 2.000      | 0,017%   |
| Bengkulu       | 528        | 0,005%   | 142        | 0,001%   |
| Lampung        | 1.189      | 0,011%   | 501        | 0,004%   |
| Jakarta        | 740        | 0,007%   | 464        | 0,004%   |
| Jabar          | 247        | 0,002%   | 773        | 0,007%   |
| Jateng         | Tda        | tda      | Tda        | Tda      |
| Jatim          | 1.011      | 0,009%   | Tda        | Tda      |
| Kalbar         | 1.163      | 0,011%   | 2.018      | 0,017%   |
| Kalteng        | 363        | 0,003%   | Tda        | Tda      |
| Sulut          | Tda        | tda      | 629        | 0,005%   |
| Sulsel         | 230        | 0,002%   | Tda        | Tda      |
| Irja timur     | 233        | 0,002%   | 50         | 0,000%   |
| Total          | 29.979     | 0,271%   | 12.237     | 0,105%   |
| Industri lain  | 11.040.519 | 99,729%  | 11.640.169 | 99,895%  |
| Total industri | 11070498   | 100,000% | 11652406   | 100,000% |

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah)

#### 3.3.4. Menganalisis Hubungan Antara Struktur dan Kinerja

Langkah selanjutnya setelah mengetahui struktur, kinerja, dan perilaku industri minyak goreng sawit adalah melihat hubungan antara struktur dan perilaku. Tujuannya untuk mengetahui variabel yang sangat mempengaruhi kinerja industri minyak goreng sawit. Menurut teori SCP didukung oleh jurnal

(Ian, 2007), kinerja industri (diproksikan dengan *Price Cost Margin*) sangat dipengaruhi oleh variabel pembentuk struktur, yaitu konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar (SCP) dan hambatan masuk pasar, yang diproksikan dengan Minimum Efficiency of Scale (MES). Nantinya dapat dilihat variabel apa saja yang mempengaruhi pembentukan keuntungan industri, sehingga dapat diketahui penyebab dari fluktuasi harga minyak goreng yang selalu cenderung naik beberapa tahun belakangan ini. Dan pada akhirnya dapat diketahui benarkah adanya dugaan dominasi/perilaku kolusi dari beberapa pelaku usaha. Sesuai jurnal, salah satu yang mempengaruhi tingkat keuntungan perusahaan adalah tingkat permintaan industri. Oleh karena itu digunakan juga variabel tingkat permintaan sebagai salah satu variabel yang mau diuji.

Pengolahan data pada penelitian skripsi ini dilakukan dengan menggunakan *Ordinary Least Square (OLS)* untuk data *pooled-cross section*. Metode *pooled-cross section* digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kenaikan harga minyak goreng yang terjadi pada periode beberapa tahun belakangan ini melalui analisis hubungan antara struktur dan kinerja. Metode *pooled-cross section* pada dasarnya menggunakan data yang disusun dalam bentuk *cross-section* dalam beberapa periode. Data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara struktur dan kinerja terdapat pada lampiran 1.

#### 3.3.4.1. Estimasi Model

##### a) Hubungan antara CR4 dan PCM

Encanua dan Jacquemin (1980)<sup>2</sup> menemukan hubungan antara PCM dengan perhitungan tingkat konsentrasi untuk model oligopoli baik secara statis maupun dinamis. Dalam seluruh penelitian yang mereka lakukan ditemukan bahwa PCM memiliki hubungan positif dengan perhitungan tingkat konsentrasi dan berhubungan negatif dengan elastisitas permintaan. Studi lainnya yang dilakukan oleh Waterson (1984) menunjukkan hubungan antara PCM dengan tingkat konsentrasi adalah positif.

---

<sup>2</sup> Domowitz, Ian, R. Glenn Hubbard, Bruce C. Petersen, 1986, Business Cycles and the Relationship between Concentration and Price-Cost Margins, *The RAND Journal of Economics*, Vol. 17, No. 1.

Dapat disimpulkan dalam estimasi yang dilakukan oleh Encanua dan Waterson, bahwa semakin tinggi tingkat konsentrasi maka akan semakin tinggi kekuatan pasar yang akhirnya akan membuat semakin tingginya tingkat keuntungan suatu perusahaan.

b) Hubungan antara PCM dengan MES

Semakin tinggi MES maka akan semakin tinggi juga keuntungan yang diperoleh. Hal ini disebabkan oleh tingkat output yang meningkat seiring dengan penurunan biaya produksi pada jangka panjang. Hal ini dapat menjadikan hambatan masuk bagi pemain baru yang disebabkan mereka sulit bersaing dengan pemain lama yang lebih dapat mengetahui bagaimana cara memproduksi dengan biaya yang rendah. Oleh sebab itu, peningkatan MES akan mengakibatkan tingkat keuntungan yang tinggi. Sehingga hubungan MES dengan PCM adalah positif.

c) Hubungan antara PCM dengan Pertumbuhan Tingkat Permintaan (DGDROW)

Semakin tinggi tingkat permintaan yang dihadapi menunjukkan pangsa pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan semakin besar. Hal ini menunjukkan kekuatan pasar yang tinggi sehingga akan mengakibatkan tingkat keuntungan yang besar. Oleh sebab itu, hubungan antara DGDROW dengan PCM adalah positif.

Hubungan PCM dengan variabel independennya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.23.** Hipotesa antara Harga Minyak Goreng dengan Variabel Independennya

| Variabel<br>Dependen | Variabel Independen |     |        |
|----------------------|---------------------|-----|--------|
|                      | CR4                 | MES | DGDROW |
| PCM                  | +                   | +   | +      |

3.3.4.2. Uji Pelanggaran Asumsi

- Uji Multikolinearitas

Berikut hasil uji multikolinearitas:

|        | CR4       | MES       | DGDROW    |
|--------|-----------|-----------|-----------|
| CR4    | 1.000000  | 0.798154  | -0.146113 |
| MES    | 0.798154  | 1.000000  | -0.145213 |
| DGDROW | -0.146113 | -0.145213 | 1.000000  |

Dari hasil uji multikolinearitas diatas, dapat dilihat hubungan antar variabel independen, yaitu variabel konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar (CR4), hambatan masuk pasar (MES), dan tingkat permintaan minyak goreng (DGDROW) tidak melebihi 0,8, berarti dapat diambil kesimpulan tidak ada multikolerasi antar variabel independen.

- Uji Autokolerasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

|               |          |             |          |
|---------------|----------|-------------|----------|
| F-statistic   | 0.060936 | Probability | 0.940898 |
| Obs*R-squared | 0.124819 | Probability | 0.939498 |

Hasil pengujian yang dapat disimpulkan adalah model ini tidak memiliki korelasi serial pada error atau dengan kata lain persamaan struktural ini tidak terdapat unsur autokolerasi. Hal ini dikarenakan F-stat yang memiliki probabilitas 0,94 yang melebihi alpha 1% dan 5%. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai probabilitas Obs\*R-squared yang sebesar 0,93 juga memperkuat hipotesa yang menyatakan tidak terdapatnya autokolerasi pada persamaan tersebut.

- Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian pada model tersebut adalah sebagai berikut:

White Heteroskedasticity Test:

|               |          |             |          |
|---------------|----------|-------------|----------|
| F-statistic   | 1.805293 | Probability | 0.112410 |
| Obs*R-squared | 8.918071 | Probability | 0.112377 |

Hasil pengujian yang dapat disimpulkan adalah model ini tidak mengandung unsur heteroskedastisitas atau dapat dikatakan model tersebut

mempunyai varians yang konstan untuk semua observasi. Hal ini dapat dilihat dari F-stat yang memiliki probabilitas 0,11 yang melebihi alpha 1%, 5%, dan 10%. Selain itu dapat dilihat juga dari nilai probabilitas Obs\*R-squared yang sebesar 0,11 juga memperkuat hipotesa yang menyatakan tidak mengandung heteroskedastisitas pada persamaan tersebut.

### 3.3.4.3. Hasil Estimasi Model

Hasil pengujian di bawah menyajikan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja industri minyak goreng sawit yang diprosikan dengan tingkat keuntungan perusahaan menggunakan data semua perusahaan dalam industri minyak goreng sawit periode 2001-2005 dengan metode regresi OLS (*Ordinary Least Square*).

Berikut merupakan hasil pengolahan regresi menggunakan software eviews

4.1:

Method: Least Squares  
Date: 04/29/08 Time: 10:41  
Sample: 1 249  
Included observations: 249

| Variable           | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.  |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|--------|
| C                  | 548.3786    | 134.1942              | 4.086455    | 0.0001 |
| CR4                | 7.167104    | 3.244071              | 2.209293    | 0.0281 |
| MES                | 26.52068    | 12.41941              | 2.135423    | 0.0337 |
| DGDROW             | 0.726956    | 0.371175              | 1.958524    | 0.0493 |
| R-squared          | 0.042842    | Mean dependent var    | 245.0321    |        |
| Adjusted R-squared | 0.031121    | S.D. dependent var    | 199.7614    |        |
| S.E. of regression | 196.6284    | Akaike info criterion | 13.41644    |        |
| Sum squared resid  | 9472367.    | Schwarz criterion     | 13.47295    |        |
| Log likelihood     | -1666.347   | F-statistic           | 3.655348    |        |
| Durbin-Watson stat | 1.957242    | Prob(F-statistic)     | 0.013161    |        |

## 4. ANALISIS

### 4.1. Analisis Deskriptif

Dalam melakukan analisis menggunakan metode SCP (*Structure Conduct Performance*) dilakukan dalam dua tahap, yaitu menganalisis secara deskriptif kemudian dengan bantuan model ekonometrika. Analisis deskriptif menjelaskan secara terpisah tentang struktur, perilaku, dan kinerja dari industri minyak goreng sawit Indonesia sedangkan analisis ekonometrika membahas hasil estimasi hubungan antara struktur dan kinerja secara struktural dengan menggunakan bantuan Software eviews.

#### 4.1.1. Struktur Pasar Minyak Goreng Sawit Indonesia

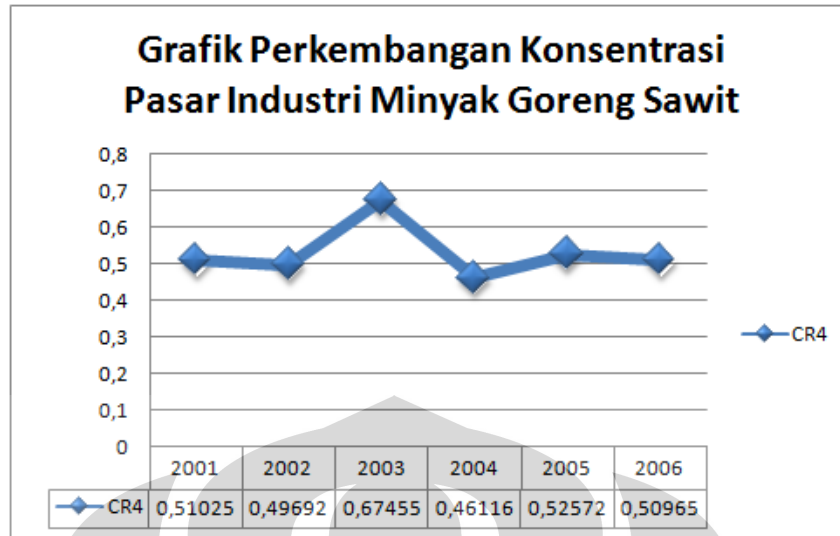
Struktur pasar menunjukkan atribut pasar biasa dinyatakan dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. perlunya mengetahui struktur pasar minyak goreng sawit adalah seberapa besar kekuatan pasar yang dimiliki oleh perusahaan dan seberapa besar hambatan masuk pasar pada industri minyak goreng sawit Indonesia.

##### 4.1.1.1. Tingkat Konsentrasi Industri

Rasio konsentrasi merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur persaingan pada suatu industri. Pada berbagai penelitian, variabel ini biasa dipakai untuk mengukur struktur pasar. Semakin rendah rasio konsentrasi pada suatu industri menandakan adanya kompetisi yang lebih besar antar produsen domestik. Sebaliknya, rasio konsentrasi yang tinggi menandakan rendahnya kompetisi pada industri tersebut. Menurut para ekonom, suatu pasar dikatakan monopoli jika konsentrasi pasar melebihi 70%, sedangkan pasar dikatakan oligopoli jika konsentrasinya diatas 40% (Kuncoro, 2007).

Industri minyak goreng sawit Indonesia merupakan salah satu industri dengan tingkat konsentrasi cukup tinggi. Hal ini terlihat pada grafik 4.1 rata-rata rasio konsentrasi industri minyak goreng sawit pada tahun 2001-2006, yaitu berkisar antara 45-70%. Dapat diambil kesimpulan bahwa struktur industri minyak goreng sawit adalah oligopoli.





**Gambar 4.1.** Perkembangan Konsentrasi Pasar Industri Minyak Goreng Sawit

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

Cukup tingginya rasio konsentrasi industri minyak goreng sawit Indonesia dapat dijelaskan dari empat faktor yaitu skala ekonomi, tindakan anti persaingan, dan campur tangan pemerintah, Sebagian besar perusahaan besar minyak goreng sawit merupakan anak perusahaan dari grup perusahaan industri kelapa sawit terbesar.

- Skala Ekonomi

Rasio konsentrasi industri minyak goreng sawit Indonesia yang tinggi salah satunya disebabkan karena industri ini merupakan salah satu jenis industri cukup padat modal. Dengan modal awal yang cukup besar ini, maka skala produksi yang besar akan dapat menghasilkan biaya per unit yang lebih rendah. Konsentrasi yang tinggi tersebut bila diiringi dengan hambatan masuk yang tinggi akan menyebabkan perusahaan untuk memiliki kekuatan pasar dan dapat menaikkan harga meskipun tanpa adanya praktek kolusi.

- Tindakan Anti Persaingan

Dalam industri minyak goreng sawit Indonesia, sejumlah besar konsumen pembeli minyak goreng berhadapan dengan beberapa penjual minyak goreng dimana beberapa produsen bergabung dalam satu group pemasaran bersama atau menyerahkan kepada salah satu perusahaan lain yang bisa saja bukan

produsen minyak goreng<sup>1</sup>. Hal ini dapat mematikan langkah perusahaan kecil atau perusahaan yang baru berkembang dalam memasarkan produknya. Selain itu, hal ini dapat menyebabkan kekuatan produsen dalam mengendalikan harga semakin besar sehingga dapat mengakibatkan keseimbangan antara penawaran dan permintaan minyak goreng mudah terganggu.

- Campur Tangan Pemerintah

Pemerintah turut campur tangan dengan menciptakan hambatan masuk pada industri minyak goreng sawit akibat ketetapan pemerintah terhadap penyuplaian bahan baku CPO untuk pembuatan minyak goreng sawit yang diserahkan pada hanya beberapa perusahaan pengolahan CPO. Padahal perusahaan pengolahan CPO sampai tahun 2007 mencapai 200an perusahaan. Disamping itu perusahaan yang mendapat jatah terbesar dalam menyuplai CPO untuk minyak goreng merupakan perusahaan terbesar juga pada industri minyak goreng sawit.

Berikut merupakan tabel 4.1 yang menjelaskan batasan jumlah pasokan CPO yang diperbolehkan para pelaku usaha kelapa sawit berikan untuk industri minyak goreng sawit sebagai anggota GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia) dan non GAPKI:

**Tabel 4.1.** Pasokan CPO Untuk Minyak Goreng Menurut Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit (Ton)

| No                   | Nama Perusahaan     | Mei-07 |           | Jun-07 |            |
|----------------------|---------------------|--------|-----------|--------|------------|
|                      |                     | Target | Realisasi | Target | Realisasi* |
| <b>ANGGOTA GAPKI</b> |                     |        |           |        |            |
| 1                    | Sinar Mas           | 15.000 | 14.979    | 15.000 | 19.825     |
| 2                    | Wimar International | 7.500  | 6.609     | 7.500  | 7.056      |
| 3                    | PTP Nusantara III   | 5.650  | 1.375     | 5.650  | 2.705      |
| 4                    | PTP Nuaantara IV    | 6.675  | 1.367     | 6.675  | 175        |
| 5                    | PTP Nuantara V      | 4.380  | 1.850     | 4.380  | 589        |

(Sumber: Keputusan Menteri Pertanian dan Makalah Bambang Dradjat disampaikan dalam diskusi dengan KPPU, 2007)

<sup>1</sup> Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, *Evaluasi Dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Terkait Dengan Industri Minyak Goreng Sawit*, 2007, hal. 27

**Tabel 4.1.** Pasokan CPO Untuk Minyak Goreng Menurut Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit

| No                   | Nama Perusahaan         | Mei-07        |               | Jun-07        |               |
|----------------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                      |                         | Target        | Realisasi     | Target        | Realisasi*    |
| <b>ANGGOTA GAPKI</b> |                         |               |               |               |               |
| 6                    | PTP Nusantara XIII      | 3.295         | 825           | 3.295         | 799           |
| 7                    | Astra Agro Lestari      | 6.000         | 6.000         | 6.000         | 6.602         |
| 8                    | Minamas Plantation      | 6.000         | 6.000         | 6.000         | 6.343         |
| 9                    | Musim Mas               | 6.000         | 6.000         | 6.000         | 6.455         |
| 10                   | Asian Agri              | 5.000         | 5.000         | 5.000         | 5.208         |
| 11                   | Duta Palma              | 5.000         | 5.000         | 5.000         | 8.463         |
| 12                   | Salim                   | 5.000         | 5.000         | 5.000         | 5.326         |
| 13                   | LONSUM                  | 4.000         | -             | 4.000         | -             |
| 14                   | Permata Hijau Sawit     | 3.000         | 3.000         | 3.000         | 3.000         |
| 15                   | Best Agro               | 2.000         | 2.000         | 2.000         | 2.782         |
| 16                   | Socfindo                | 2.000         | 2.000         | 2.000         | 3.539         |
| 17                   | Tolan Tiga              | 1.600         | 471           | 1.600         | 893           |
| 18                   | Bakrie Plantation       | 1.200         | 1.000         | 1.200         | 2.195         |
| 19                   | Sungai Budi             | 1.000         | 1.000         | 1.000         | 1.000         |
| 20                   | Hindoli – Cargill       | 1.000         | 300           | 1.000         | 595           |
| 21                   | Rea Kaltim              | 1.000         | -             | 1.000         | -             |
| 22                   | Tasik Raja              | 1.000         | 217           | 1.000         | 217           |
| 23                   | Lyman Agro              | 750           | 750           | 750           | 742           |
| 24                   | Gema Raksa<br>Mekarsari | 500           | 500           | 500           | 500           |
| 25                   | Makin                   | 500           | 500           | 500           | 500           |
| 26                   | Sawindo Kencana         | 500           | 500           | 500           | 500           |
| 27                   | Unggul Widya            | 500           | 500           | 500           | 500           |
| 28                   | Asam Jawa               | 300           | 300           | 300           | 300           |
| 29                   | Triputra Agro Persada   | 300           | 300           | 300           | 300           |
| 30                   | First Mujur Plantation  | 250           | 250           | 250           | 250           |
| 31                   | Musirawas               | 200           | 200           | 200           | 200           |
| 32                   | Majuma Agro             | 100           | -             | 100           | -             |
| 33                   | Mopoli Raya             | 100           | 100           | 100           | 100           |
| 34                   | Korindo                 | 100           | -             | 100           | -             |
| 35                   | Paya Pinang             | 75            | 75            | 75            | 75            |
| 36                   | Fajar Bajuri            | 50            | 50            | 50            | 50            |
| <b>JUMLAH</b>        |                         | <b>97.525</b> | <b>74.018</b> | <b>97.525</b> | <b>87.784</b> |

(Lanjutan)

(Sumber: Keputusan Menteri Pertanian dan Makalah Bambang Dradjat disampaikan dalam diskusi dengan KPPU, 2007)

**Tabel 4.1.** Pasokan CPO Untuk Minyak Goreng Menurut Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit (Lanjutan)

| No                         | Nama Perusahaan         | Mei-07   |           | Jun-07       |            |
|----------------------------|-------------------------|----------|-----------|--------------|------------|
|                            |                         | Target   | Realisasi | Target       | Realisasi* |
| <b>BUKAN ANGGOTA GAPKI</b> |                         |          |           |              |            |
| 1                          | Incasi Raya             | 0        |           | 1.200        | -          |
| 2                          | Kencana Sawit Indonesia | 0        |           | 1.000        | -          |
| 3                          | Sampoerna               | 0        |           | 800          | -          |
| 4                          | Agro Indonmas           | 0        |           | 500          | -          |
| 5                          | Gunung maras Lestari    | 0        |           | 450          | -          |
| 6                          | Gunungsawit Binalestari | 0        |           | 400          | -          |
| 7                          | Sime Indo Agro          | 0        |           | 350          | -          |
| 8                          | Golden Hope             | 0        |           | 350          | -          |
| 9                          | Kuala Lumpur Kepong Bhd | 0        |           | 160          | -          |
| 10                         | Fetty Mina Jaya         | 0        |           | 50           | -          |
| <b>JUMLAH</b>              |                         | <b>0</b> |           | <b>5.260</b> | <b>0</b>   |

(Sumber: Keputusan Menteri Pertanian dan Makalah Bambang Dradjat disampaikan dalam diskusi dengan KPPU, 2007)

- Sebagian besar perusahaan besar minyak goreng sawit merupakan anak perusahaan dari grup perusahaan industri kelapa sawit terbesar. Dapat dilihat pada tabel 4.2 bahwa pada tahun 2001, 8 perusahaan terbesar minyak goreng sawit di pegang oleh perusahaan-perusahaan kelapa sawit terbesar di Indonesia. Hal inilah yang membuat konsentrasi pasar 8 perusahaan minyak goreng sawit terbesar sangat mendominasi industri minyak goreng sawit Indonesia.

**Tabel 4.2.** Perusahaan Minyak Goreng Sawit Menurut Group-nya dan Penyebarannya Tahun 2001 (dalam Ton)

|             |                              |                  |                  |            |                                      |                               |                  |                |           |
|-------------|------------------------------|------------------|------------------|------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------|----------------|-----------|
| <b>I.</b>   | <b>MUSIM MAS</b>             |                  |                  |            | <b>VIII.</b>                         | <b>PT PERKEBUNAN</b>          |                  |                |           |
|             | PT Musim Mas                 | Sumatera Utara   | 380.000          |            |                                      | PT Agrintara                  | Riau             | 360.000        |           |
|             | PT Siringo-ringgo            | Sumatera Utara   | 90.000           |            |                                      | PTP II                        | Sumatera Utara   | 39.000         |           |
|             | PT Inti Benua                | Riau             | 420.000          |            |                                      | PTP VII                       | Kalimantan Barat | 25.355         |           |
|             | PT Bina Karya Prima          | Jawa Barat       | 561.000          |            |                                      | PT Pamina Adolina/PTP. VII    | Sumatera Utara   | 14.600         |           |
|             | PT Mega Surya Mas            | Jawa Timur       | 210.000          |            |                                      | <b>Sub Total</b>              |                  | <b>438.955</b> | <b>5%</b> |
|             | <b>Sub Total</b>             |                  | <b>1.661.000</b> | <b>19%</b> | <b>VIII. RAJA GARUDA MAS</b>         |                               |                  |                |           |
| <b>II.</b>  | <b>BUKIT KAPUR REKSA</b>     |                  |                  |            | <b>VIII.</b>                         | <b>RAJA GARUDA MAS</b>        |                  |                |           |
|             | PT Multimas Nabati Asahan    | Sumatera Utara   | 450.000          |            |                                      | PT Asianagro Agung Jaya       | Sumatera Utara   | 62.000         |           |
|             | PT Sinar Alam Permai         | Sumatera Selatan | 396.000          |            |                                      | PT Asianagro Agung Jaya       | DKI Jaya         | 275.280        |           |
|             | Bukit Kapur Reksa            | Riau             | 820.000          |            |                                      | <b>Sub Total</b>              |                  | <b>337.280</b> | <b>4%</b> |
|             | <b>Sub Total</b>             |                  | <b>1.666.000</b> | <b>19%</b> |                                      | <b>VIII. SALIM GROUP</b>      |                  |                |           |
| <b>III.</b> | <b>SINAR MAS GROUP</b>       |                  |                  |            | <b>VIII.</b>                         | <b>SALIM GROUP</b>            |                  |                |           |
|             | PT Ivo Mas Tunggal           | Medan            | 533.750          |            |                                      | PT Intiboga Sejahtera         | Jakarta          | 118.000        |           |
|             | PT Mulyo Rejo Industrial     | Surabaya         | 118.800          |            |                                      | PT Inti Boga Sejahtera        | Surabaya         | 130.000        |           |
|             | PT SMART Corporation         | Surabaya         | 271.000          |            |                                      | PT Sawit Malinda              | Medan            | 22.000         |           |
|             | PT Sinar Meadow              | Jakarta          | 30.000           |            |                                      | <b>Sub Total</b>              |                  | <b>270.000</b> | <b>3%</b> |
|             | <b>Sub Total</b>             |                  | <b>953.550</b>   | <b>11%</b> |                                      | <b>IX. PERUSAHAAN LAIN *)</b> |                  |                |           |
| <b>IV.</b>  | <b>BERLIAN EKA SAKTI</b>     |                  |                  |            | <b>Sub Total-Minyak Goreng Sawit</b> |                               |                  |                |           |
|             | PT Berlian Eka Sakti Tangguh | Sumatera Utara   | 230.500          |            | <b>8.761.125</b>                     |                               |                  |                |           |
|             | Bintang Era Sinar Tama       | Jawa Timur       | 200.000          |            | <b>100%</b>                          |                               |                  |                |           |
|             | <b>Sub Total</b>             |                  | <b>430.500</b>   | <b>5%</b>  |                                      |                               |                  |                |           |
| <b>V.</b>   | <b>SUNGAI BUDI</b>           |                  |                  |            |                                      |                               |                  |                |           |
|             | PT Tunas Baru Lampung        | Sumatera Selatan | 135.000          |            |                                      |                               |                  |                |           |
|             | PT Tunas Baru Lampung        | Lampung          | 256.000          |            |                                      |                               |                  |                |           |
|             | PT Tunas Baru Lampung        | Jawa Timur       | 90.000           |            |                                      |                               |                  |                |           |
|             | <b>Sub Total</b>             |                  | <b>481.000</b>   | <b>5%</b>  |                                      |                               |                  |                |           |

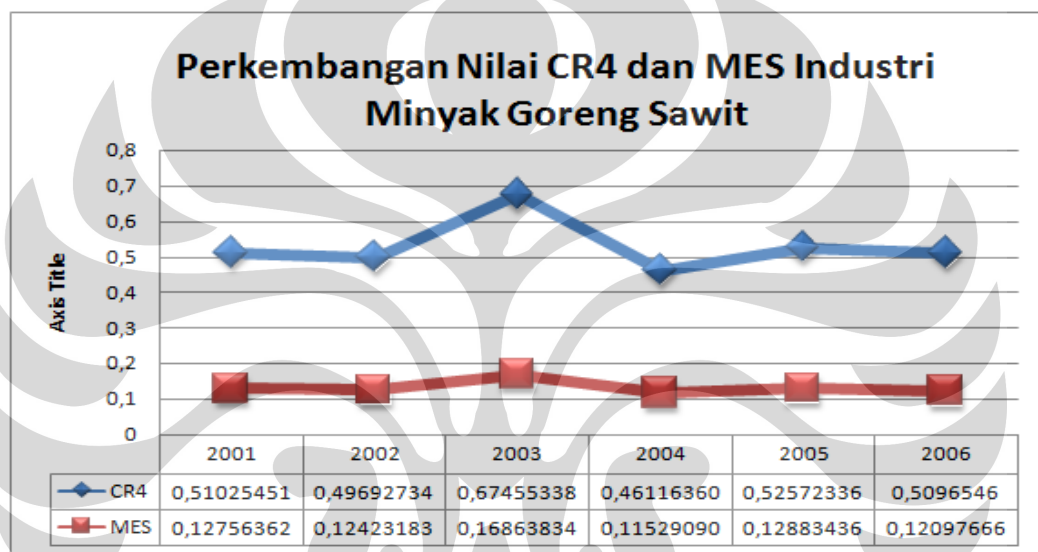
(Sumber: Depperindag, 2001 yang dikutip oleh Q-Data Media dan dipublikasikan oleh KPPU, 2007)

#### 1.1.1.2. Hambatan Masuk Pasar

*Minimum Efficiency of Scale* (MES) merupakan proksi dari hambatan masuk ke dalam suatu pasar. Semakin suatu pasar dapat memproduksi dengan biaya rata-

rata yang paling minimum, maka akan membuat para pemain baru enggan masuk ke dalam pasar. Hal ini dikarenakan susah bagi mereka untuk menyaingi pemain lama yang sudah dapat memproduksi komoditi komoditi tersebut dengan biaya yang rendah karena tentunya membutuhkan proses yang cukup panjang. Terlebih lagi, para pemain lama dapat menentukan harga yang lebih rendah dikarenakan keberhasilan mereka dalam produksi dibatas *Average Cost minimum*.

Berikut merupakan grafik perkembangan nilai konsentrasi CR4 dan MES industri minyak goreng sawit dari tahun 2001 sampai 2006.



**Gambar 4.2.** Perkembangan CR4 dan MES pada Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

Dapat dilihat dari grafik pada tahun 2002 nilai MES mengalami penurunan seiring dengan konsentrasi pasar yang juga mengalami penurunan. Akan tetapi tahun 2003 nilai MES mengalami peningkatan karena konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar semakin besar. Begitu pula pergerakan CR4 dan MES untuk tahun 2004 dan 2005 yang awalnya mengalami penurunan kemudian meranjak naik di tahun 2005.

Salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan dari konsentrasi pasar adalah hambatan masuk pasar. Terlihat pada gambar 4.3 bahwa jumlah perusahaan minyak goreng sawit tidak banyak padahal industri minyak goreng sawit

merupakan industri yang cukup memiliki potensi untuk mendapatkan keuntungan besar karena merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat. Dan semakin efisien suatu perusahaan dalam berproduksi maka semakin tinggi kesempatan mereka untuk menguasai pasar, dan semakin tinggi kemungkinan terjadinya tingkat konsentrasi yang tinggi yang akhirnya membuat struktur pasar cenderung ke arah monopoli.



**Gambar 4.3.** Perkembangan Jumlah Perusahaan Minyak Goreng Sawit Indonesia  
(Sumber: BPS, diolah penulis)

Dalam industri ini dibutuhkan sumber daya dan teknologi yang tinggi. Hal ini membuat biaya produksi dalam industri ini menjadi mahal. Pemain lama dalam industri ini lebih dapat memproduksi dengan biaya minimum dibandingkan dengan pemain yang baru memasuki industri ini. Hal inilah yang dapat menghambat pemain pasar tersebut untuk menguasai pasar. Berdasarkan teori ekonomi industri, untuk dapat berproduksi pada titik biaya yang minimum memerlukan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu, untuk para pemain baru yang ingin mencoba memperlebar bisnisnya di industri minyak goreng, jika tidak memiliki modal yang kuat dan perencanaan yang matang untuk menekan biaya akan sangat sulit untuk bertahan. Terbukti dengan jumlah perusahaan minyak goreng sawit tiap tahunnya selalu berubah-ubah dan tidak pernah lebih dari 70 perusahaan. Kadang bertambah banyak, terkadang mengalami penurunan yang cukup tajam.

Utilisasi pabrik pengolahan minyak goreng nasional rata-rata baru beroperasi pada tingkat penggunaan 49% dari kapasitas terpasangnya. Hal tersebut dikemukakan oleh Artonang dari Departemen Perindustrian ketika berdiskusi dengan KPPU (2007). Angka tersebut diperoleh berdasarkan rasio antara realisasi produksi minyak goreng dengan total kapasitas terpasangnya. Kapasitas terpasang industri minyak goreng nasional sampai dengan pertengahan 2007 ini diperkirakan telah mencapai 15 juta ton per tahun, sedangkan realisasi produksi industri minyak goreng nasional pada tahun 2006 hanya sebesar 7,05 juta ton. Dengan kondisi pasar dimana kapasitas terpasang industri pengolahan minyak goreng sawit lebih besar dibandingkan hasil/total produksi CPO yang diperoleh dan didukung oleh besarnya nilai CR4 pada industri minyak goreng sawit menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar minyak goreng tinggi.

#### 1.1.1.3. Analisis Struktur Kekuatan Persaingan

Untuk menganalisis struktur kekuatan persaingan industri minyak goreng sawit digunakan *five forces* model lima kekuatan (*Five Forces Model*) dari Porter. Berikut merupakan rincian lima kekuatan pada industri minyak goreng sawit:

a) Persaingan antar pesaing dalam industri yang sama (*rivalry among current competitors*)

Dapat dilihat pada tabel 4.6 Bahwa 4 grup perusahaan terbesar pada industri minyak goreng sawit memiliki pangsa pasar lebih dari 50% padahal ada 60an perusahaan yang bergerak di bisnis yang sama. 4 perusahaan tersebut bisa dikatakan mendominasi pasar, yang pada akhirnya akan membuat mereka mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam mengambil keputusan dari setiap perubahan yang ada di bisnis tersebut. Sehingga untuk perusahaan diluar perusahaan terbesar sangat sulit untuk berkembang atau mengembangkan pasarnya.

b) Ancaman pendatang baru (*threat of new entrants*)

Untuk industri bahan baku minyak goreng sawit, yaitu minyak kelapa sawit memberikan *barrier to entry* yang besar karena tuntutan skala usaha yang

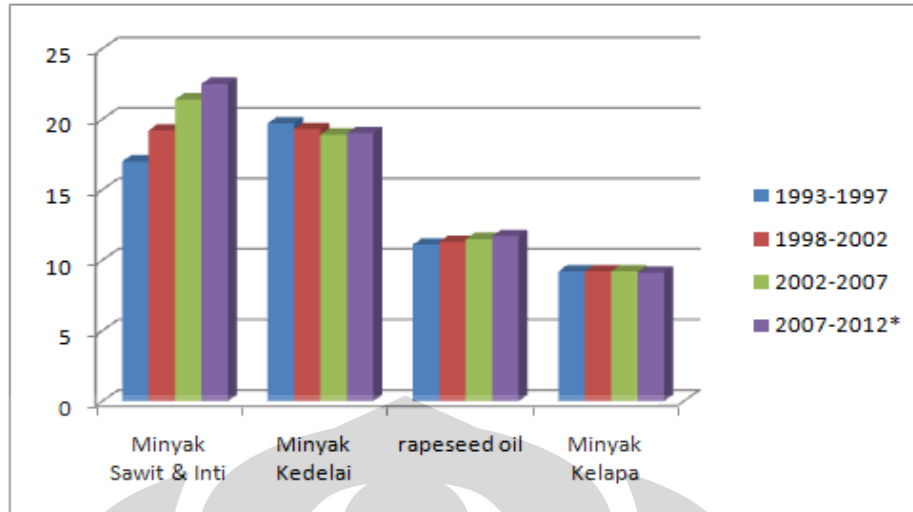


besar serta padat karya. Efisiensi produksi perkebunan kelapa sawit akan optimal jika dilakukan di daerah tropis. Disamping itu ketersediaan lahan dan kebutuhan tenaga kerja yang banyak merupakan faktor penentu utama pengembangan perkebunan kelapa sawit. Oleh karenanya tidak banyak wilayah yang dapat mengembangkan perkebunan kelapa sawit dengan skala yang sangat besar sebagaimana dilakukan di Malaysia dan Indonesia. Otomatis hal itu berpengaruh pada industri turunannya, terutama minyak goreng sawit yang menyerap hampir 76% minyak kelapa sawit. Pastinya industri minyak goreng sawit akan membutuhkan modal yang lebih besar lagi. Oleh karena itu untuk perusahaan baru yang ingin mencoba peruntungannya di bisnis minyak goreng sawit akan sulit berkembang kalau mereka tidak memiliki modal yang cukup kuat. Terbukti perusahaan-perusahaan terbesar dari industri minyak goreng sawit merupakan anak perusahaan dari perusahaan kelapa sawit terbesar, seperti Sinar Mas Group, Musim Mas, PTPN, dll. Selain itu ancaman lain yang dihadapi oleh *new entry* adalah kuatnya pengaruh dari 4 perusahaan terbesar yang memiliki pangsa pasar lebih dari 50% pada industri minyak goreng sawit.

c) Ancaman barang substitusi (*threat of substitutes*)

Di pasar dunia minyak sawit bersaing dengan minyak lain terutama minyak kedelai (minyak soya), minyak biji lobak, minyak biji kapas, minyak kacang tanah, minyak biji bunga matahari, minyak kelapa, minyak jagung, dan minyak hewani. Dengan komposisi kimia yang sangat mirip, daya substitusi minyak-minyak tersebut sangat besar sehingga untuk keperluan pangan maupun non-pangan, konsumen dapat beralih dari satu minyak ke minyak lain sesuai dengan keinginannya.

Gambar 4.4 merupakan grafik dari tingkat konsumsi minyak makan dunia:



**Gambar 4.4.** Tingkat Konsumsi Berbagai Minyak Makan di Dunia

(Sumber: *Oil World*, 2007, dipublikasikan oleh Visidata)

d) Daya tawar pembeli (*bargaining power of buyers*)

Sebagai produk komoditas, maka perdagangan minyak goreng sawit diatur oleh pasar komoditas, baik nasional maupun internasional. Oleh karenanya kekuatan dari pembeli untuk mempengaruhi pasar tidak cukup dapat mempengaruhi harga.

e) Daya tawar pemasok (*bargaining power of suppliers*)

Demikian pula supplier tidak terlalu dapat bertindak secara nyata dalam mempengaruhi pasar.

#### 4.1.2. Perilaku Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

Berdasarkan teori SCP, dengan konsentrasi pasar pada industri minyak goreng melebihi 40%, berarti struktur pasar industri minyak goreng adalah oligopoli. Dengan struktur pasar seperti itu biasanya akan berpengaruh pada pembentukan harga oleh perusahaan-perusahaan yang ada. Sehingga keuntungan yang mereka miliki dapat lebih tinggi lagi dan menciptakan hambatan pemain baru lain untuk masuk.

Menurut pandangan strukturalis, struktur pasar akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam membuat keputusan untuk berkompetisi atau berkolusi. Pandangan ini juga meyakini bahwa tingkat konsentrasi yang tinggi

memungkinkan adanya praktek kolusi yang pada akhirnya akan menunjukkan kinerja yang dihasilkan akibat perilaku ini. Menurut paradigma SCP, pasar akan berfungsi dengan baik, jika di dalamnya terdapat persaingan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kolusi dapat membuat kinerja suatu perusahaan menjadi buruk karena tidak ada persaingan di pasar tersebut. Terkadang, tanpa dorongan untuk bersaing, membuat kualitas pelayanan menjadi buruk. Harga dan tingkat kualitas tidak terlalu diperhatikan, yang menjadi perhatian adalah bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Sebagai akibatnya, dengan harga yang tinggi mengakibatkan industri tersebut mendapatkan keuntungan di atas normal.

Selalu naiknya harga minyak goreng sawit padahal Indonesia adalah negara penghasil CPO terbesar dan selalu terbatasnya jumlah CPO untuk lokal merupakan gejala mengarahnya industri minyak goreng sawit ke arah kolusi. Untuk itu perlu dilakukan analisis tentang pembentukan harga CPO serta pola pendistribusian kuota CPO untuk minyak goreng.

#### 4.1.2.1. Perilaku Pendistribusian Produksi CPO Indonesia

Struktur pasar yang oligopoli cenderung menciptakan perilaku kolusif diantara perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang besar. Konsumsi terbesar komoditi kelapa sawit, khususnya CPO adalah pada industri minyak goreng. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, harga minyak goreng dalam beberapa tahun belakangan ini mengalami fluktuasi tapi cenderung selalu naik. Alasan yang sering dikemukakan selain dari harga CPO domestik dan CPO Internasional adalah karena jumlah komoditi kelapa sawit yang lebih diprioritaskan untuk komoditi ekspor. Akibatnya suplai minyak mentah untuk domestik menjadi lebih sedikit terutama untuk bahan baku minyak goreng sawit. Secara teori ekonomi, dalam hukum penawaran jika suplai mengalami penurunan dengan keadaan tingkat permintaan yang berlebih, maka akan membuat harga menjadi lebih tinggi. Dalam penelitian ini, akan dibuktikan apakah teori ekonomi hukum penawaran berlaku di industri minyak goreng sawit.

**Tabel 4.3.** Penawaran CPO Domestik, Permintaan CPO Domestik, dan Ekspor CPO

| TAHUN | Penawaran CPO Domestik<br>(Ribu Ton) | EKSPOR CPO<br>(Ribu Ton) | Permintaan CPO Domestik<br>(Ribu Ton) | Kelebihan/Kekurangan<br>Pasokan CPO | Rata2 Harga minyak Goreng<br>(000Rp/ton) |
|-------|--------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|--|
| 1990  | 1.623,2                              | 815,6                    | 981,6                                 | 641,6                               | 708,3                                    |
| 1991  | 1.527,8                              | 1.167,7                  | 1.302,3                               | 225,5                               | 822,6                                    |
| 1992  | 2.544,7                              | 1.030,3                  | 1.498,6                               | 1.046,2                             | 961,4                                    |
| 1993  | 1.941,3                              | 1.632,0                  | 1.508,5                               | 432,9                               | 987,7                                    |
| 1994  | 2.500,5                              | 1.631,2                  | 1.788,4                               | 712,2                               | 1.250,0                                  |
| 1995  | 3.264,5                              | 1.265,0                  | 2.014,1                               | 1.250,4                             | 1.463,0                                  |
| 1996  | 3.334,3                              | 1.672,0                  | 2.811,6                               | 522,7                               | 1.821,0                                  |
| 1997  | 2.504,6                              | 2.967,6                  | 3.051,9                               | -547,3                              | 2.000,0                                  |
| 1998  | 4.178,5                              | 1.479,3                  | 3.288,1                               | 890,4                               | 5.449,1                                  |
| 1999  | 2.691,9                              | 3.299,0                  | 3.625,3                               | -933,5                              | 4.143,6                                  |
| 2000  | 2.283,4                              | 4.110,0                  | 3.909,4                               | -1.626,1                            | 3.418,5                                  |
| 2001  | 3.493,4                              | 4.903,2                  | 4.082,8                               | -589,4                              | 3.527,3                                  |
| 2002  | 3.298,1                              | 6.333,7                  | 3.901,8                               | -603,6                              | 4.338,0                                  |
| 2003  | 4.058,4                              | 6.386,4                  | 3.910,7                               | 147,8                               | 4.625,8                                  |
| 2004  | 3.453,4                              | 8.661,6                  | 4.050,8                               | -597,4                              | 4.906,0                                  |
| 2005  | 3.900,0                              | 10.375,8                 | 5.000,0                               | -1.100,0                            | 5.131,0                                  |

(Sumber: Depperin, 2005)

Dapat dilihat pada tabel 4.3 mulai dari tahun 1997 jumlah permintaan CPO domestik untuk minyak goreng selalu lebih besar dibandingkan penawaran CPO domestik oleh pelaku usaha untuk minyak goreng sawit. Bahkan mulai dari tahun tersebut jumlah kuota untuk ekspor selalu lebih diutamakan dibandingkan jumlah kuota untuk pemenuhan CPO dalam negeri. Akibatnya Harga minyak goreng cenderung selalu naik setelah tahun 1997 tersebut. Secara keseluruhan teori ekonomi berlaku pada industri minyak goreng sawit, ketika suplai mengalami penurunan dengan tingkat permintaan lebih, maka harga menjadi lebih tinggi. Dan naiknya harga minyak goreng selalu berelasi terhadap kenaikan kuota CPO untuk ekspor sehingga mengakibatkan kurangnya kapasitas CPO domestik. Walaupun ada beberapa tahun, seperti tahun 1998 ketika permintaannya CPO terpenuhi sempurna harga minyak goreng justru sangat melambung dan tahun dan tahun 1999 disaat pasokan CPO kurang justru harga turun.

Penyebab melambung tingginya harga minyak goreng pada tahun 1998 salah satunya dipengaruhi oleh nilai tukar rupiah terhadap dollar yang sangat melambung tinggi akibat krisis ekonomi yang melanda Indonesia juga dunia pada saat itu. Otomatis harga minyak kelapa sawit Indonesia mengalami kenaikan sangat tinggi. Sehingga para pelaku usaha lebih memilih mengekspor komoditasnya ke luar negeri karena keuntungan yang akan didapat pastinya jauh

lebih besar. Dengan harga CPO internasional yang tinggi akibat nilai tukar rupiah itulah yang menyebabkan harga minyak goreng CPO domestik ikut mengalami dampaknya.

#### 4.1.2.2. Perilaku Harga Minyak Goreng Domestik

Pasar oligopoli biasanya akan mempengaruhi pada pembentukan harga oleh perusahaan-perusahaan yang ada. Oleh karena itu penelitian ini ingin melihat bagaimana pembentukan harga minyak goreng. Apakah dipengaruhi oleh harga CPO domestik, harga CPO internasional, atau keduanya. Data yang akan digunakan adalah data harga minyak goreng domestik, harga CPO domestik, dan harga CPO Internasional dari Januari 2003-Maret 2008.

##### a) Analisis Hasil Estimasi Model

Hasil pengujian di bawah menyajikan faktor-faktor yang mempengaruhi dampak dari pembentukan harga minyak goreng sawit domestik menggunakan data bulanan mulai periode Januari 2003- Maret 2008 dengan metode regresi OLS (*Ordinary Least Square*) menggunakan software Eviews 4.1.

Variabel harga CPO domestik (CPODOM) signifikan secara statistik pada tingkat  $\alpha = 5\%$ , sementara variabel CPO Internasional tidak mempengaruhi signifikan pada  $\alpha = 5\%$  yang berarti bahwa variabel ini tidak mempengaruhi besarnya perubahan pembentukan harga minyak goreng sawit domestik.

Dependent Variable: MGDOM  
 Method: Least Squares  
 Date: 05/22/08 Time: 13:53  
 Sample(adjusted): 2003:01 2008:03  
 Included observations: 63 after adjusting endpoints

| Variable           | Coefficient | Std. Error            | t-Statistic | Prob.    |
|--------------------|-------------|-----------------------|-------------|----------|
| C                  | 5064.541    | 1036.721              | 4.885154    | 0.0000   |
| CPODOM             | 1.235517    | 0.085348              | 14.47621    | 0.0000   |
| CPOINT             | -0.108129   | 0.072587              | -1.489655   | 0.1416   |
| R-squared          | 0.882228    | Mean dependent var    |             | 59592.92 |
| Adjusted R-squared | 0.881635    | S.D. dependent var    |             | 18966.13 |
| S.E. of regression | 2570.209    | Akaike info criterion |             | 18.58781 |
| Sum squared resid  | 3.96E+08    | Schwarz criterion     |             | 18.68986 |
| Log likelihood     | -582.5160   | F-statistic           |             | 5.034718 |
| Durbin-Watson stat | 1.726578    | Prob(F-statistic)     |             | 0.000000 |

- Variabel Harga CPO Domestik (CPODOM)

Variabel harga CPO Domestik memiliki nilai 1,235 dengan koefisien yang bertanda positif terhadap pembentukan harga minyak goreng sawit domestik. Tanda tersebut sesuai dengan estimasi model penelitian ini bahwa harga minyak goreng domestik sangat dipengaruhi oleh harga CPO domestik yang terjadi dalam pasar. Semakin meningkatnya harga minyak goreng domestik yang terlihat naik secara signifikan mulai tahun 1998 adalah dikarenakan harga CPO domestik yang melonjak naik sejak tahun 1998, yaitu naik sekitar 176,8% dari tahun sebelumnya, salah satunya adalah akibat krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun tersebut. Kenaikan harga CPO domestik 1% akan meningkatkan perubahan harga minyak goreng domestik sebesar 1,23%, *ceteris paribus*.

- Variabel Harga CPO Internasional

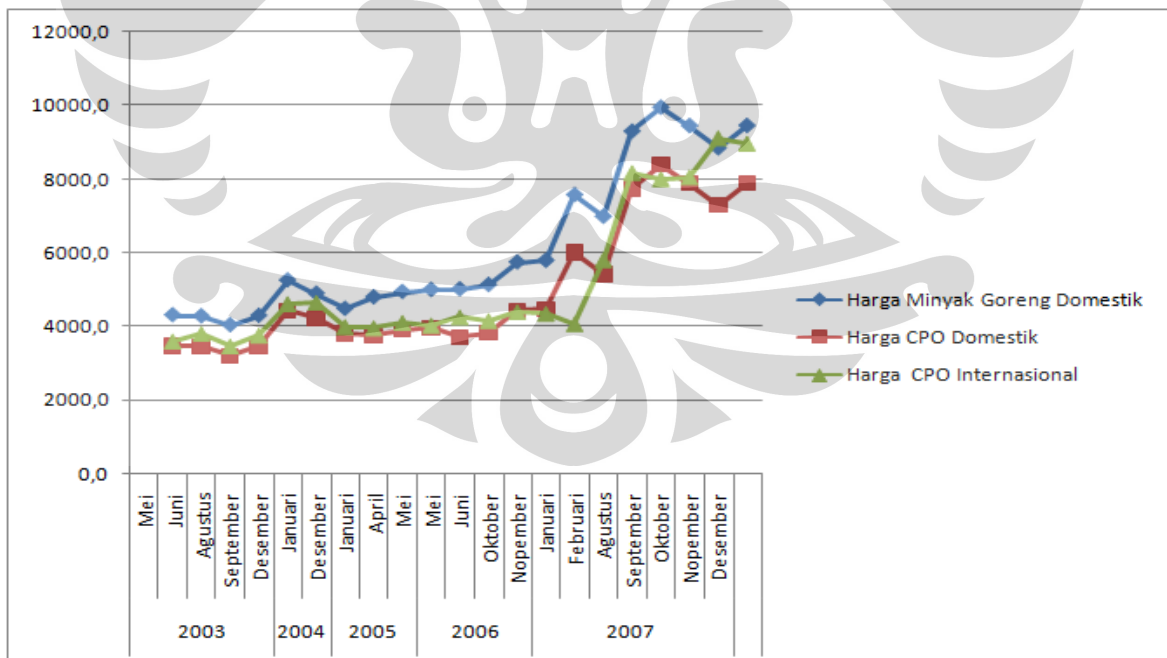
Variabel Harga CPO Internasional (CPOINT) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap perubahan harga minyak goreng domestik. Tanda koefisiennya juga tidak sesuai dengan hipotesis awal. Artinya setiap kenaikan harga CPO internasional sebesar 1% akan menyebabkan penurunan harga minyak goreng domestik sebesar 0,11%, *ceteris paribus*. Berarti dapat diambil kesimpulan, anggapan atau alibi yang digunakan oleh para pengusaha kelapa sawit dan minyak goreng sawit bahwa kenaikan harga minyak kelapa sawit dan minyak goreng sawit adalah akibat naiknya harga CPO internasional bisa dikatakan tidak beralasan. Terbukti dari hasil penelitian menggunakan regresi menyatakan bahwa pengaruh CPO internasional terhadap minyak goreng sawit domestik tidak signifikan bahkan memiliki pengaruh negatif atau berkebalikan.

Tidak signifikannya pengaruh CPO Internasional terhadap harga CPO domestik juga minyak goreng sawit dapat dilihat juga oleh Tabel 4.4 dan lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.5 dibawah ini, dimana pergerakan harga CPO Domestik dan minyak goreng sawit sering sekali tidak beriringan dengan harga CPO Internasional. Ketika harga CPO internasional yang sudah dikonversikan dengan nilai tukar rupiah ini menurun, malahan harga CPO domestik mengalami kenaikan yang otomatis akan berpengaruh terhadap harga minyak goreng sawit domestik, begitu pula sebaliknya.

**Tabel 4.4.** Pergerakan Harga Minyak Goreng Domestik, Harga CPO Domestik, dan Harag CPO Internasional

| Tahun | Bulan     | Harga Minyak Goreng Domestik | Harga CPO Domestik | Harga CPO Internasional |
|-------|-----------|------------------------------|--------------------|-------------------------|
| 2003  | Juni      | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | Desember  | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
| 2004  | Januari   | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | Februari  | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | Nopember  | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
| 2005  | Januari   | ↑                            | ↓                  | ↓                       |
|       | April     | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
|       | Mei       | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
|       | September | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
| 2006  | Juni      | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
|       | Nopember  | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
| 2007  | Januari   | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
|       | Februari  | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | September | ↑                            | ↑                  | ↓                       |
|       | Oktober   | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | Nopember  | ↓                            | ↓                  | ↑                       |
|       | Desember  | ↑                            | ↑                  | ↓                       |

(Sumber: Depperin, 2008, diolah)



**Gambar 4.5.** Perkembangan Harga Minyak Goreng Domestik, harga CPO domestik, dan CPO Internasional

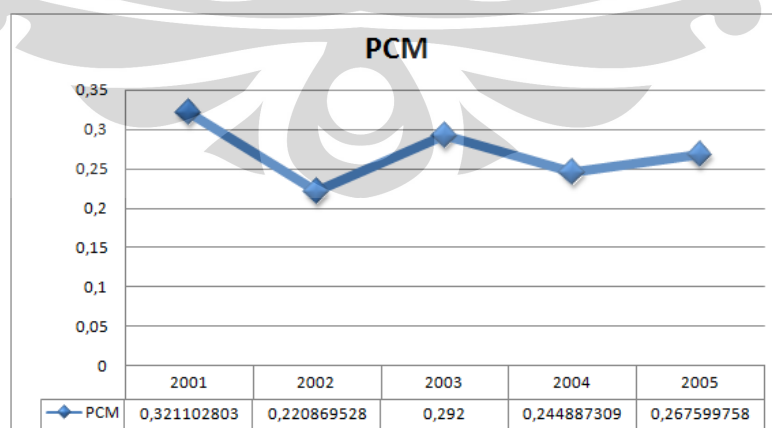


Dengan mencermati perilaku pembentukan harga minyak goreng, ternyata yang mempengaruhi pembentukan harga minyak goreng adalah harga CPO domestik bukan CPO internasional. Jadi, selama ini alibi yang digunakan oleh para pelaku usaha bahwa naik turunnya harga minyak goreng adalah terus naiknya harga CPO Internasional bisa dikatakan tidak benar. semua ini adalah permainan pasar domestik untuk meraup keuntungan lebih besar. Hal ini diperkuat dengan mencermati pergerakan harga minyak goreng sawit dengan CPO domestik pada periode 2001 dan 2005 yang tidak sejalan menginformasikan potensi praktek penguasaan pasar (kolusi) oleh kelompok pelaku usaha yang terintegrasi untuk membatasi peredaran atau penjualan produknya. sehingga pada periode tersebut tingkat keuntungan/kinerja industri menjadi lebih besar dibandingkan tahun normal (ketika harga minyak goreng dan CPO domestik bergerak searah)

#### 4.1.3. Kinerja Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

##### 4.1.3.1. Price Cost Margin (PCM)

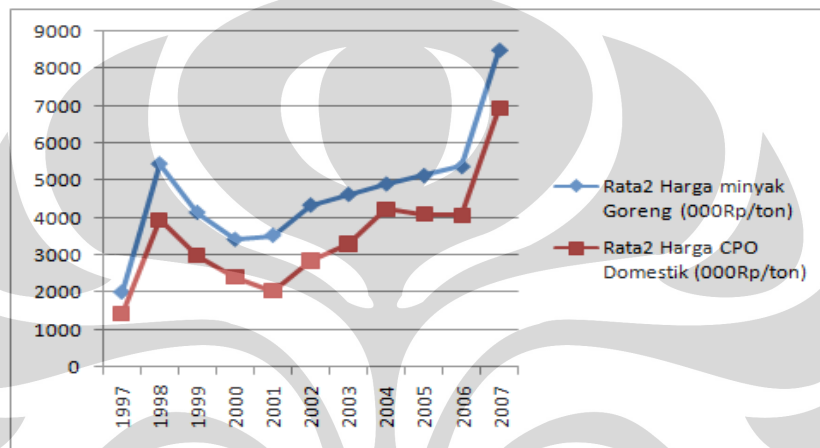
Keuntungan-keuntungan yang diperoleh dalam industri minyak goreng sawit ini sebenarnya sangat lebih dirasakan oleh para pengusaha yang berkecimpung di industri minyak goreng sawit ini. Seperti yang dikemukakan oleh Bain, bahwa semakin mengarah ke monopoli semakin tinggi tingkat keuntungan yang dirasakan. Oleh karena konsentrasi industri minyak goreng sawit tergolong oligopoli keuntungan yang didapat cukup banyak dan sangat dirasakan oleh para pelaku usaha.



**Gambar 4.6.** Perkembangan Nilai PCM Industri Minyak Goreng Sawit

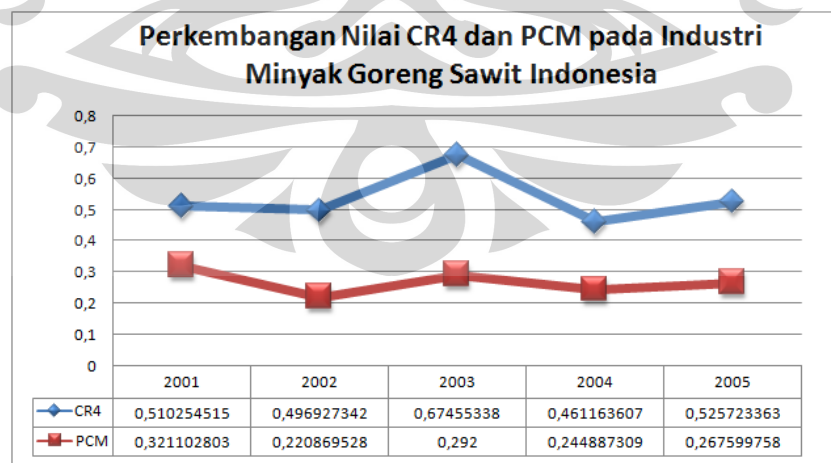
(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

Dapat dilihat dari gambar di atas ini, tingkat keuntungan pada industri minyak goreng sawit pada tahun 2001 dan 2005 lebih besar dibandingkan yang lain. Tingginya keuntungan industri minyak goreng sawit salah satunya adalah karena adanya permainan harga yang ditetapkan oleh para pelaku usaha. Terlihat pada gambar 4.7 Disaat harga minyak goreng domestik turun, justru harga minyak goreng domestik mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Sehingga semakin memperbesar keuntungan di industri minyak goreng sawit pada tahun tersebut.



**Gambar 4.7.** Perkembangan Harga Minyak Goreng Domestik dan CPO Domestik  
(Sumber: Depperin, 2007)

a) Hubungan Antara PCM Industri dan CR4



**Gambar 4.8.** Perkembangan PCM dan CR4 Industri Minyak Goreng Sawit Indonesia

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

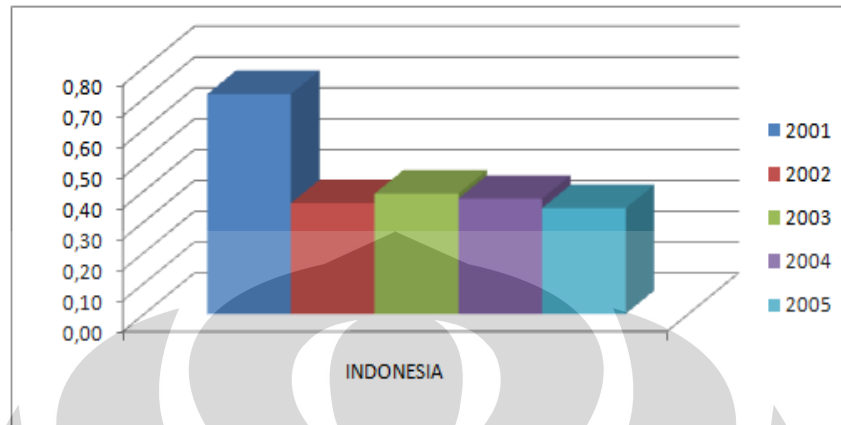
Terlihat pada grafik 4.8 secara keseluruhan antara CR4 dan PCM memiliki hubungan positif. Pada tahun 2002 ketika nilai CR4 mengalami penurunan dari 0,51 menjadi 0,50, nilai PCM juga mengalami penurunan dari 0,32 menjadi 0,22. Dan ketika nilai CR4 pada tahun 2003 mengalami kenaikan secara signifikan menjadi 0,67, nilai PCM juga mengalami kenaikan yang cukup signifikan yaitu 0,29. Begitu pula pada tahun 2004 ketika CR4 turun, nilai PCM juga mengalami penurunan walaupun tidak begitu signifikan. Pada tahun 2005 nilai CR4 dan PCM bersama-sama mengalami kenaikan. Berarti dapat diambil kesimpulan nilai CR4 memang mempengaruhi tingkat keuntungan yang terjadi pada industri ini. Artinya, teori Bain dalam industri minyak goreng sawit, secara deskriptif terbukti kebenarannya.

Dengan tetap terciptanya iklim persaingan pada suatu industri walaupun tingkat konsentrasi tinggi, maka seharusnya keuntungan yang dirasakan akan menurun seiring peningkatan iklim persaingan. Karena semakin ketat persaingan pada suatu industri harusnya membuat keuntungan perusahaan akan menurun dibandingkan dengan tidak adanya persaingan. Namun, hal itu tidak berlaku pada industri minyak goreng sawit. Harusnya sangat mungkin terjadi iklim persaingan di bisnis ini dikarenakan sangat besarnya kesempatan mendapatkan keuntungan yang besar terkait dengan permintaan minyak goreng sawit yang akan terus menanjak naik. Pada kenyataannya, dapat dilihat dari gambar 4.8 bahwa hubungan antara PCM dan CR4 adalah positif. Semakin besar konsentrasinya keuntungan semakin meningkat. Dan setelah diteliti lebih lanjut, hambatan masuk pasar adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keuntungan pada industri minyak goreng sawit. Semakin besar konsentrasi, hambatan masuk pada industri minyak goreng sawit juga semakin besar. sehingga sangat sulit untuk menciptakan iklim persaingan dikarenakan sangat kecilnya kesempatan yang dimiliki pelaku usaha yang ingin memasuki bisnis ini.

#### 4.1.3.2. Efisiensi

Variabel ini mengacu pada tingkat efisiensi yang dimiliki oleh suatu pasar dalam hal mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk proses produksi pasar tingkat teknologi tertentu. Tingkat efisiensi dapat digunakan sebagai

indikator untuk mengukur kinerja suatu pasar. Berikut merupakan nilai perkembangan efisiensi industri minyak goreng sawit periode 2001-2005.

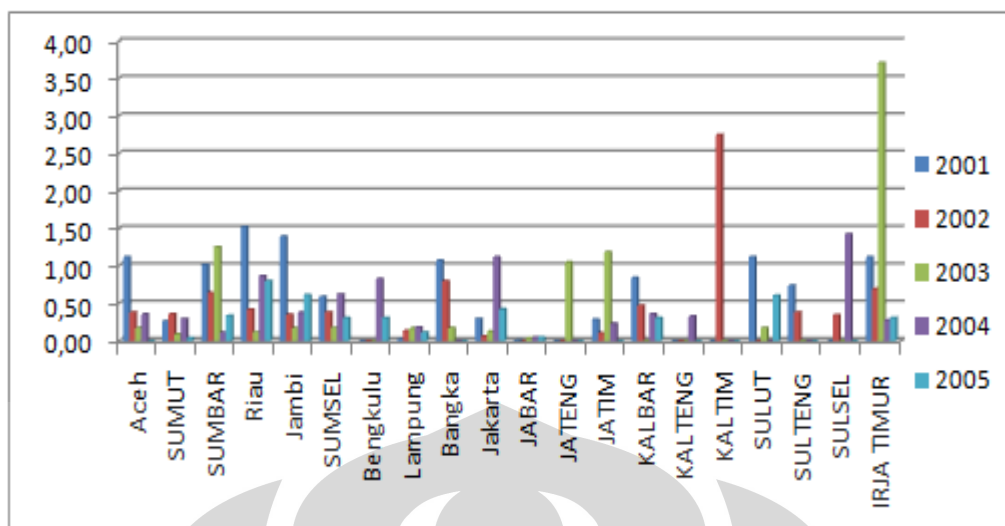


**Gambar 4.9.** Perkembangan Efisiensi Industri Minyak Goreng Sawit pada Tahun 2001-2005

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah penulis)

Sama seperti tingkat keuntungan (PCM) industri, Efisiensi industri pada tahun 2001 juga lebih besar dibandingkan dengan tahun-tahun setelahnya. Salah satu alasannya adalah dengan modal/input yang tetap pada tahun 2001, tapi harga jualnya lebih tinggi otomatis akan menambah value added, sehingga akan berpengaruh terhadap efisiensi. Untuk lebih detailnya, grafik dibawah ini menunjukkan efisiensi yang diberikan tiap daerah/propinsi yang di dalamnya terdapat pabrik pengelolaan minyak goreng sawit. sehingga dapat diketahui daerah mana yang paling efisien menjalankan perusahaannya.

Dari grafik dibawah ini, dapat dilihat yang mempunyai nilai efisiensi cukup tinggi dan konstan adalah Riau dan Jambi. Meskipun Sumatera utara salah satu propinsi yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap nilai tambah industri minyak goreng sawit, tapi Sumatera Utara belum bisa memberikan nilai efisiensi yang tinggi untuk industri ini. Bahkan dapat dilihat pada Propinsi Kaltim pada tahun 2001 dan Irian Jaya pada tahun 2003 efisiensinya sangat tinggi. Salah satu alasannya adalah input/pengorbanan materi yang dikeluarkan oleh propinsi tersebut terbilang kecil, namun nilai tambah/profit yang dihasilkan cukup besar.



**Gambar 4.10.** Perkembangan Nilai Efisiensi per Propinsi Industri Minyak Goreng Sawit Tahun 2001-2005

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah Penulis)

#### 4.1.3.3. Sumbangan Nilai Tambah dan Penyerapan Tenaga Kerja Industri Minyak Goreng Sawit Terhadap Industri Manufaktur di Indonesia

Selain PCM dan efisiensi, faktor lain yang dapat digunakan untuk melihat kinerja industri minyak goreng sawit adalah dengan melihat sumbangan yang diberikan industri tersebut terhadap industri manufaktur. Sumbangan yang dilihat disini adalah sumbangan nilai tambah dan penyerapan tenaga kerja terhadap industri manufaktur di Indonesia. Untuk sumbangan nilai tambah digunakan data dari tahun 2001-2005, sedangkan sumbangan tenaga kerja menggunakan data dari 2004-2005. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

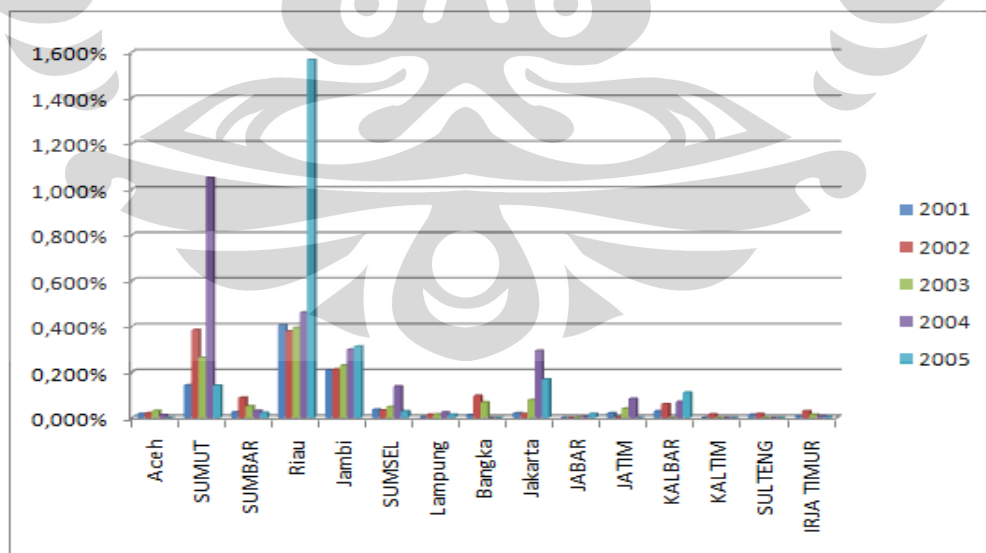
**Tabel 4 5.** Sumbangan Industri Minyak Goreng Sawit terhadap Total Industri Manufaktur

|   | Sumbangan    | 2001   | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   |
|---|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Nilai Tambah | 0,931% | 1,365% | 1,241% | 2,576% | 2,486% |
| 2 | Tenaga Kerja |        |        |        | 0,271% | 0,105% |

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah Penulis)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi industri minyak goreng sawit terhadap industri manufaktur mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena semakin meningkatnya penggunaan minyak kelapa sawit sebagai minyak makan dunia sehingga permintaan akan minyak kelapa sawit semakin meningkat. Ini merupakan berkah untuk para pelaku usaha, baik di industri hulu maupun hilir dari kelapa sawit dan pada akhirnya dapat meningkatkan profit mereka. Kontribusi tenaga kerja terhadap industri manufaktur mengalami penurunan. Artinya semakin sedikit penyerapan tenaga kerja pada tahun 2005. Salah satu penyebabnya adalah jumlah perusahaan yang bergerak di bisnis ini mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Walaupun mengalami penurunan yang cukup besar yaitu 1%, tetap saja kontribusi industri minyak goreng sawit ke industri manufaktur cukup besar, karena memang tidak terlalu banyak perusahaan yang bergerak di bidang minyak goreng. Tidak seperti industri manufaktur lainnya, seperti rokok dan tekstil yang jumlah perusahaannya bisa mencapai ratusan.

Untuk melihat lebih mendalam sumbangan industri minyak goreng sawit terhadap industri manufaktur dapat dilihat pada Berikut merupakan kontribusi nilai tambah per propinsi terhadap industri manufaktur di Indonesia.

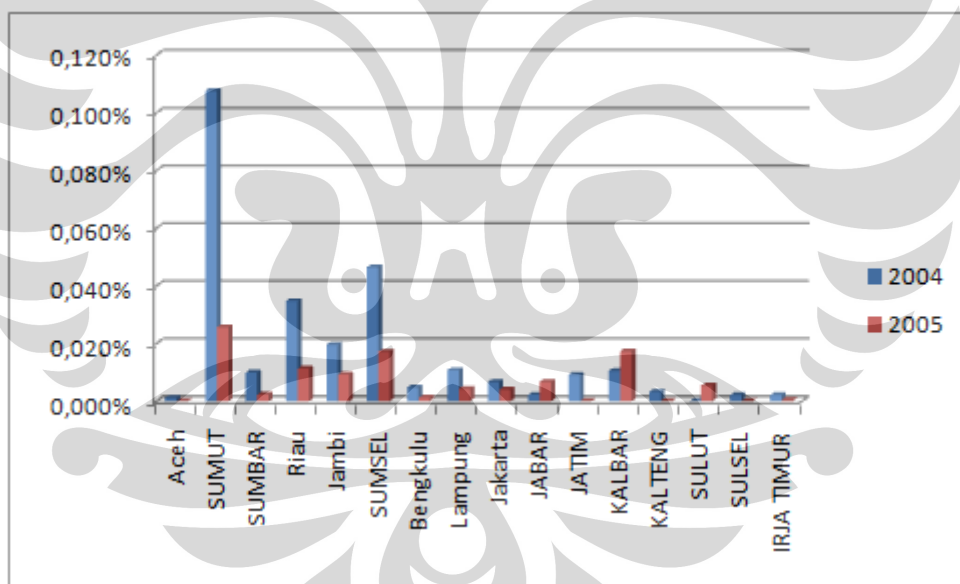


**Gambar 4.11.** Sumbangan Nilai Tambah Per Propinsi terhadap Industri Manufaktur di Indonesia

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah Penulis)

Sumbangan nilai tambah terbesar tiap tahunnya selalu dipegang oleh 2 propinsi di Sumatera, yaitu Riau dan Sumatera Utara. Sumbangan nilai tambah terbesar pada tahun 2001 diberikan oleh propinsi Riau, yaitu merupakan 44% dari sumbangan industri minyak goreng sawit terhadap industri manufaktur. Pada tahun 2002 diberikan oleh Sumatera Utara, 2003 oleh Riau, 2004 oleh Sumatera utara, 2005 dipegang kembali oleh Riau. Sumbangan yang diberikan paling besar diberikan oleh Riau adalah 63% dari sumbangan industri minyak goreng terhadap industri manufaktur pada tahun 2005.

Dapat dilihat pada gambar 4.12, untuk sumbangan tenaga kerja paling besar diberikan oleh propinsi Sumatera Utara. Sumatera Utara memberikan sumbangan sebesar 0,11% dari 0,28% total kontribusi industri minyak goreng sawit terhadap industri manufaktur. Artinya hampir 40% disumbang oleh Sumatera utara, akan tetapi pada tahun 2005 sumbangan tenaga kerja propinsi Sumatera Utara terhadap industri minyak goreng sawit mengalami penurunan sebesar 15%.



**Gambar 4.12.** Sumbangan Tenaga Kerja Per Propinsi terhadap Industri Manufaktur

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

#### 4.2. Analisis Ekonometrika

Setelah melakukan analisis deskriptif mengenai industri minyak goreng sawit, langkah berikutnya adalah melihat hubungan antara struktur industri (variabel-variabel independen) dan kinerja yang diprosikan dengan PCM (Variabel

sependen) melalui software 4.1. Data untuk pengolahan analisis ekonometrika menggunakan data yang ada di lampiran 1.

#### 4.2.1. Hasil Regresi Model

Edward S. Masson membuat pernyataan bahwa jika ingin melihat kejadian di suatu pasar, dimana ada harga yang naik atau tinggi dalam suatu pasar, maka kita harus melihat dari kinerja suatu pasar. Kinerja itu sendiri, menurut beliau dilihat dari perilakunya yang tercermin dari struktur industri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk melihat suatu kinerja pasar itu lebih baik atau buruk, terlebih dahulu harus melihat struktur pasar yang mempengaruhi perilaku pasar tersebut. Struktur pasar mempengaruhi perilaku pasar, tetapi perilaku pasar, melalui perilaku strategis, juga dapat mempengaruhi struktur suatu pasar. Sehingga, selanjutnya struktur pasar dan perilaku pasar akan saling berinteraksi di dalam menentukan kinerja pasar.

Dilakukannya analisis regresi adalah untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh struktur pasar terhadap kinerja pasar. Variabel dari analisis regresi adalah ingin melihat adakah pengaruh tingkat konsentrasi, hambatan masuk pasar, dan tingkat permintaan minyak goreng terhadap kinerja industri minyak goreng sawit. Tingkat keuntungan (PCM) yang merupakan variabel dependen merupakan nilai/hasil yang di dapat dari hasil penjualan minyak goreng tersebut. Jadi apapun yang terjadi pada keadaan minyak goreng sangat mempengaruhi keuntungan. Seperti juga yang terjadi beberapa tahun belakangan ini, fluktuasi harga minyak goreng sawit pasti akan mempengaruhi keuntungan. Setelah dilakukan analisis deskriptif, kini dilakukan analisis secara ekonometrik, guna mencari bukti yang konkret lagi tentang masalah kenaikan harga minyak goreng yang diduga adalah karena adanya perilaku dominasi/kolusi dari beberapa pelaku usaha besar. Dalam teori SCP, antara struktur, perilaku, dan kinerja saling mempengaruhi. Kinerja baik ataupun buruk adalah akibat dari struktur yang ada. Jadi, tujuan melihat hubungan antara struktur dan kinerja ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh struktur terhadap kinerja.



Hasil pengujian di bawah ini menggunakan data tahunan periode 2001-2005 untuk semua perusahaan pada industri minyak goreng sawit dengan menggunakan metode regresi OLS (*Ordinary Least Square*) melalui software Eviews 4.1.

Variabel konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar (CR4), hambatan masuk pasar (MES), dan tingkat permintaan minyak goreng sawit (DGDROW) signifikan secara statistik pada tingkat  $\alpha = 5\%$ , berarti semua variabel ini mempengaruhi besarnya perubahan kinerja pasar yang diproksikan pada tingkat keuntungan (PCM):

Method: Least Squares

Date: 04/29/08 Time: 10:41

Sample: 1 249

Included observations: 249

| Variable           | Coefficien<br>t | Std. Error            | t-Statistic | Prob.  |
|--------------------|-----------------|-----------------------|-------------|--------|
| C                  | 548.3786        | 134.1942              | 4.086455    | 0.0001 |
| CR4                | 7.167104        | 3.244071              | 2.209293    | 0.0281 |
| MES                | 26.52068        | 12.41941              | 2.135423    | 0.0337 |
| DGDROW             | 0.726956        | 0.371175              | 1.958524    | 0.0493 |
| R-squared          | 0.042842        | Mean dependent var    | 245.0321    |        |
| Adjusted R-squared | 0.031121        | S.D. dependent var    | 199.7614    |        |
| S.E. of regression | 196.6284        | Akaike info criterion | 13.41644    |        |
| Sum squared resid  | 9472367.        | Schwarz criterion     | 13.47295    |        |
| Log likelihood     | -1666.347       | F-statistic           | 3.655348    |        |
| Durbin-Watson stat | 1.957242        | Prob(F-statistic)     | 0.013161    |        |

- Variabel CR4

Tingkat konsentrasi mempengaruhi terbentuknya suatu struktur pasar. Semakin tinggi tingkat konsentrasi maka struktur pasar akan semakin mengarah ke monopoli. Pada hasil regresi di atas menjelaskan bahwa benar adanya tingkat konsentrasi mempengaruhi struktur pasar dalam suatu industri. Variabel CR4 memiliki nilai 7,167 dengan koefisien yang bertanda positif terhadap tingkat keuntungan atau kinerja industri. Artinya jika terjadi peningkatan tingkat konsentrasi akan mempengaruhi peningkatan pada PCM atau sebaliknya penurunan tingkat konsentrasi akan mempengaruhi penurunan kinerja/PCM

industri minyak goreng sawit. Dengan kata lain, kenaikan atau penurunan tingkat konsentrasi 1% akan meningkatkan atau menurunkan kinerja industri minyak goreng sawit sebesar 7,17% *ceteris paribus*.

Semakin kuatnya kebenaran atas dugaan adanya dominasi atau perilaku kolusi para pelaku usaha adalah terlihat dari hasil regresi yang menyatakan bahwa tingkat konsentrasi pasar mempengaruhi kinerja industri minyak goreng sawit, dalam hal ini diproksikan dengan tingkat keuntungan. 4 perusahaan tersebut mempunyai pengaruh yang sangat kuat atau bisa dikatakan berkontribusi besar terhadap tingkat keuntungan yang di dapat di bisnis minyak ini. Berarti masalah yang terjadi selama ini mengenai terjadinya gejolak harga minyak goreng sawit merupakan salah satu efek dari dominasi atau perilaku kolusi mereka. Karena seperti yang telah dijelaskan pada perilaku harga bahwa harga minyak goreng sawit sangat dipengaruhi oleh harga CPO domestik bukan CPO internasional. terlebih lagi perusahaan besar yang bergerak di bisnis minyak goreng sawit ini merupakan grup perusahaan dari kelapa sawit sendiri yang memasok CPO untuk minyak goreng. Harusnya para pelaku CPO nasional dapat mengendalikan fluktuasi harga CPO di pasar lokal sehingga bisa menekan harga minyak goreng sawit di Indonesia. Apalagi Indonesia merupakan negara penghasil CPO terbesar kedua di dunia seharusnya Indonesia tidak perlu pengaruh dari luar atau internasional dalam menentukan harga minyak dalam negeri.

- Variabel MES

Menurut teori yang berlaku, salah satu proksi dari hambatan masuk suatu pasar dapat diukur melalui skala ekonomis. Melalui keahlian suatu perusahaan dalam memproduksi dengan biaya terendah, maka akan mengakibatkan perusahaan tersebut dapat menjual barang dan jasanya dengan harga yang lebih murah. Hal ini membuat para pemain yang tidak bisa memproduksi dalam skala ekonomis, terutama pemain baru akan merasa terhalang untuk memasuki dan mengembangkan usahanya di industri tersebut.

Hasil regresi di atas menjelaskan bahwa terbukti teori yang mengemukakan bahwa MES sebagai proksi hambatan masuk mempengaruhi tingkat keuntungan atau kinerja suatu industri. Besarnya pengaruh dari variabel MES ini digambarkan

melalui koefisiennya sebesar 26,5. Koefisien yang positif tersebut juga menunjukkan bahwa arah pergerakan MES searah dengan pergerakan PCM. Artinya, semakin tinggi tingkat hambatan masuk ke dalam suatu pasar maka akan semakin tinggi kinerja atau keuntungan yang diperoleh industri minyak goreng sawit atau semakin rendah tingkat hambatan masuk pasar maka semakin rendah tingkat keuntungan yang dirasakan pemain dalam industri minyak goreng sawit. sesuai dengan teori ekonomi, mudahnya memasuki suatu pasar merupakan salah satu ciri dari pasar persaingan sempurna. Oleh karena itu, semakin tinggi hambatan masuk yang ada maka struktur pasar akan semakin mengarah ke struktur pasar monopoli.

Umumnya yang sering terjadi pada hasil penelitian-penelitian sebelumnya, tingkat konsentrasilah yang memberi dampak yang lebih besar pada kinerja industri. Namun pada kasus industri minyak goreng sawit Indonesia bukan CR4 melainkan MES yang memberi dampak besar terhadap PCM. Pada penelitian ini diasumsikan bahwa hal tersebut terjadi akibat adanya gabungan dari beberapa pemain besar industri minyak goreng sawit yang menggabungkan modalnya guna memproduksi dengan biaya rendah. Dalam hal ini, ada 2 jenis gabungan yang dimaksud. Pertama Rata-rata perusahaan di industri minyak goreng sawit merupakan anak perusahaan dari perusahaan CPO besar. Dan biasanya jumlah anak perusahaan yang mereka miliki lebih dari satu. Hal itu bisa dilihat pada tabel 4.6 pada kepemilikan perusahaan minyak goreng dengan pangsa pasar tertinggi. Dapat juga di lihat pada tabel di bawah ini mengenai posisi 8 teratas industri minyak goreng sawit yang rata-rata merupakan anak perusahaan dari industri pengolahan CPO.

**Tabel 4.6.** Daftar 8 Perusahaan Terbesar Minyak Goreng Sawit beserta Grup Perusahaannya

| Tahun | Nama Perusahaan                  | Konsentrasi Pasar | Grup Perusahaan           |
|-------|----------------------------------|-------------------|---------------------------|
| 2002  | BUKIT KAPUR REKSA, PT            | 0,218             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | WANA SARI NUSANTARA,PT           | 0,107             | PT WANA SARI NUSANTARA    |
|       | PTP Nusantara                    | 0,093             | PT PERKEBUNAN             |
|       | ASIATIC PERSADA,PT               | 0,079             | PT ASIATIC PERSADA        |
|       | SMART TBK, PT                    | 0,038             | PT SINAR MAS GROUP        |
|       | PT Asianagro agung jaya          | 0,033             | PT RAJA GARUDA MAS        |
|       | INTI INDO SAWIT SUBUR, PT        | 0,026             | MUSIM MAS                 |
|       | PT SOCFINDO                      | 0,021             | PT SOCFINDO, SOCFIN GROUP |
| 2003  | BUKIT KAPUR REKSA, PT            | 0,196             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | MULTIMAS NABATI ASAHAN, PT       | 0,191             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | WANA SARI NUSANTARA,PT           | 0,129             | PT WANA SARI NUSANTARA    |
|       | INTI BENUA PERKASATAMA, PT       | 0,103             | MUSIM MAS                 |
|       | INTI BOGA SEJAHTERA, PT          | 0,032             | PT SALIM GROUP            |
|       | KARYA PUTRA KREASI NUSANTARA, PT | 0,030             | PT PERKEBUNAN             |
|       | ASIANAGRO AGUNG JAYA, PT         | 0,030             | PT RAJA GARUDA MAS        |
|       | INTI INDO SAWIT SUBUR, PT        | 0,022             | MUSIM MAS                 |
| 2004  | MULTIMAS NABATI ASAHAN, PT       | 0,191             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | PTP Nusantara                    | 0,108             | PT PERKEBUNAN             |
|       | ASIATIC PERSADA,PT               | 0,093             | PT ASIATIC PERSADA        |
|       | INTI BENUA PERKASATAMA, PT       | 0,070             | MUSIM MAS                 |
|       | PT SMART                         | 0,067             | PT SINAR MAS GROUP        |
|       | PT Asianagro                     | 0,044             | PT RAJA GARUDA MAS        |
|       | KARYA PUTRA KREASI NUSANTARA, PT | 0,041             | PT PERKEBUNAN             |
|       | MUSIM MAS, PT                    | 0,030             | MUSIM MAS                 |
| 2005  | BUKIT KAPUR REKSA, PT            | 0,187             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | MULTIMAS NABATI ASAHAN, PT       | 0,170             | PT BUKIT KAPUR REKSA      |
|       | MUSIM MAS, PT                    | 0,088             | MUSIM MAS                 |
|       | INTI BENUA PERKASATAMA, PT       | 0,081             | MUSIM MAS                 |
|       | PTP Nusantara                    | 0,077             | PT PERKEBUNAN             |
|       | PT SMART                         | 0,073             | SINAR MAS GROUP           |
|       | WANA SARI NUSANTARA,PT           | 0,063             | PT WANA SARI NUSANTARA    |
|       | PT Asian Agro                    | 0,045             | PT RAJA GARUDA MAS        |

(Sumber: LPEM dan BPS, diolah)

Kedua, seperti yang dijelaskan pada subbab konsentrasi pasar di atas, penggabungan yang dimaksud adalah penggabungan grup pemasaran oleh beberapa pelaku usaha baik yang satu grup perusahaan atau grup perusahaan lain, baik yang diolah mereka sendiri atau menyerahkan kepada suatu perusahaan lain yang bisa saja bukan produsen minyak goreng.

- Variabel DGDROW

Hasil regresi menyatakan bahwa variabel pertumbuhan permintaan minyak goreng memiliki nilai 0,73 dengan koefisien yang bertanda positif terhadap kinerja industri yang diprosikan dengan tingkat keuntungan. Artinya adalah semakin tinggi tingkat permintaan minyak goreng sawit maka semakin tinggi tingkat keuntungan yang dirasakan para pemain lama, begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat permintaan minyak goreng akan membuat kinerja/keuntungan industri semakin rendah. Dan pengaruh yang diberikan adalah 0,73. Artinya kenaikan tingkat permintaan 1% akan meningkatkan keuntungan industri sebesar 0,73%.

Tanda positif tersebut sesuai dengan hipotesa yang dibuat. Ketika suatu saat terjadi lonjakan permintaan akan minyak kelapa sawit untuk industri minyak goreng maka para pemain lama akan lebih mudah memenuhi lonjakan permintaan tersebut dikarenakan taktik mereka melakukan produksi. Sama seperti para pelaku usaha CPO, mereka sepakat memproduksi di bawah kapasitas kemampuan mereka dalam memproduksi. Mereka sadar setiap tahun penduduk Indonesia akan semakin bertambah, otomatis semakin bertambah pula kebutuhan akan minyak goreng. Saat terjadi peningkatan pasar, para pengusaha yang tergolong dalam pangsa pasar terbesar menggunakan kelebihan kapasitas mereka yang sengaja mereka jaga dari tahun ke tahun. Sehingga, permintaan yang tinggi dapat dipenuhi oleh para pemain pasar tersebut. Akhirnya, para pemain baru yang berusaha untuk masuk ke dalam pasar menjadi berfikir dua kalau untuk terjun ke pasar tersebut. Hal ini dikarenakan biaya produksi mereka pastinya akan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan para pemain lama yang membuat mereka tidak dapat bersaing dengan para pemain lama. Oleh karena itu, para pemain baru akan terhambat untuk memasuki

pasar ini, dan membuat para pemain lama menikmati keuntungan yang lebih tinggi.

Selain itu variabel tingkat permintaan ini juga memberikan indikasi bahwa peningkatan pertumbuhan permintaan minyak goreng mendorong perilaku kartel output. Dengan mengetahui tingkat permintaan yang semakin meningkat, maka disinilah peluang mereka dalam meningkatkan keuntungannya. Dengan kartel output, jumlah yang diproduksi akan lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah permintaannya. Hal ini akan membuat harga menjadi mahal dan memberikan keuntungan yang meningkat.

### **4.3. Analisis Dampak Kebijakan Terhadap Kinerja Industri**

Sudah sangat terbukti bahwa harga minyak goreng domestik sangat dipengaruhi atau sangat bergantung pada harga CPO domestik. Oleh karena itu apapun yang terjadi pada harga CPO domestik akan berdampak pada harga minyak goreng sawit domestik. Dan apabila mencermati *perjalanan* kebijakan pemerintah dalam perdagangan CPO pada periode 1983 s/d periode 2007 dan membandingkannya dengan fluktuasi ataupun pergerakan harga CPO di pasar internasional, jelas terlihat adanya hubungan yang erat. Kebijakan-kebijakan pemerintah terkait dengan perdagangan CPO diterbitkan pemerintah lebih merupakan bentuk responsive terhadap fluktuasi harga CPO di pasar internasional.

#### **4.3.1. Kebijakan Pungutan Ekspor**

Berikut merupakan run down dari kebijakan yang dibuat oleh Pemerintah:

- Tahun 1991 → tarif PE yang kecil bahkan membolehkan importasi CPO  
Apabila mencermati pergerakan harga CPO di pasar lelang local, maka kebijakan yang membolehkan impor CPO pada tahun 1991 berdampak terhadap penurunan harga CPO di pasar lokal setidaknya hingga tahun 1994.
- Pajak Ekspor yang progresif pada akhir tahun 1994 (dengan interval tarif 40% hingga 75%)

kebijakan Pungutan Ekspor yang dimaksudkan untuk meredam arus eksportasi CPO ke pasar luar negeri dan secara tidak langsung diharapkan dapat mengendalikan harga CPO di pasar lokal malahan tidak mencapai target yang diharapkan, seperti ditunjukkan fenomena yang terjadi pada tahun 1994-1996. Harga CPO domestik tetap mengalami kenaikan yang cukup signifikan (bisa dilihat pada tabel 4.7)

**Tabel 4.7.** Perkembangan Harga Minyak Goreng dan CPO Domestik pada Tahun 1994-1996

| TAHUN | Rata2 Harga minyak Goreng | Rata2 Harga CPO Domestik |
|-------|---------------------------|--------------------------|
|       | (000Rp/ton)               | (000Rp/ton)              |
| 1994  | 1250                      | 988                      |
| 1995  | 1463                      | 1275,2                   |
| 1996  | 1821                      | 1147,9                   |

(Sumber: Depperin, 2007)

- 1997 → kebijakan larangan Ekspor CPO

Kebijakan larangan ekspor CPO pada akhir tahun 1997 sebagai respon pemerintah terhadap meningkatnya harga CPO dunia akibat *efek ELNINO*<sup>2</sup> mendorong perubahan ekspor yang tadinya hanya mengekspor CPO mentah menjadi turunannya/other palm oil. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini. Pada tahun 1997 untuk ekspor minyak bukan CPO naik 50%.

<sup>2</sup> El Nino adalah suatu kondisi di mana atmosfer tidak normal karena uap air yang berada di atas Pulau Jawa terkonsentrasi ke sebelah barat daya Amerika Latin atau lautan Pasifik. Bencana El Nino pada tahun 1997/98 yang menghanguskan 25 juta hektar hutan diseluruh dunia.

**Tabel 4.8.** Perkembangan Ekspor CPO dan Non-CPO Tahun 1990-2005

| Tahun | Minyak Kelapa Sawit |                  | Minyak Inti Sawit |                  |
|-------|---------------------|------------------|-------------------|------------------|
|       | Volume (ton)        | Nilai (000 US\$) | Volume (ton)      | Nilai (000 US\$) |
| 1990  | 815.580             | 203.507          | 158.303           | 44.812           |
| 1991  | 1.167.689           | 335.481          | 136.322           | 72.754           |
| 1992  | 1.030.272           | 356.495          | 222.541           | 109.841          |
| 1993  | 1.632.012           | 682.629          | 275.225           | 110.188          |
| 1994  | 1.631.203           | 711.811          | 340.504           | 177.583          |
| 1995  | 1.265.024           | 747.414          | 311.399           | 187.267          |
| 1996  | 1.671.957           | 825.415          | 341.318           | 235.168          |
| 1997  | 2.967.589           | 1.446.100        | 502.979           | 294.255          |
| 1998  | 1.479.278           | 745.277          | 327.009           | 195.447          |
| 1999  | 3.298.987           | 1.114.242        | 597.843           | 347.975          |
| 2000  | 4.110.027           | 1.087.278        | 578.825           | 239.120          |
| 2001  | 4.903.218           | 1.080.906        | 581.926           | 146.259          |
| 2002  | 6.333.708           | 2.092.404        | 738.416           | 256.234          |
| 2003  | 6.386.409           | 2.454.626        | 659.894           | 264.678          |
| 2004  | 8.661.647           | 3.441.776        | 904.327           | 502.681          |
| 2005  | 10.375.792          | 3.756.557        | 1.042.613         | 602.606          |

(Sumber: BPS, 2006)

- 1998 dan 1999 → Pajak Ekspor sebesar 60% dan 40%

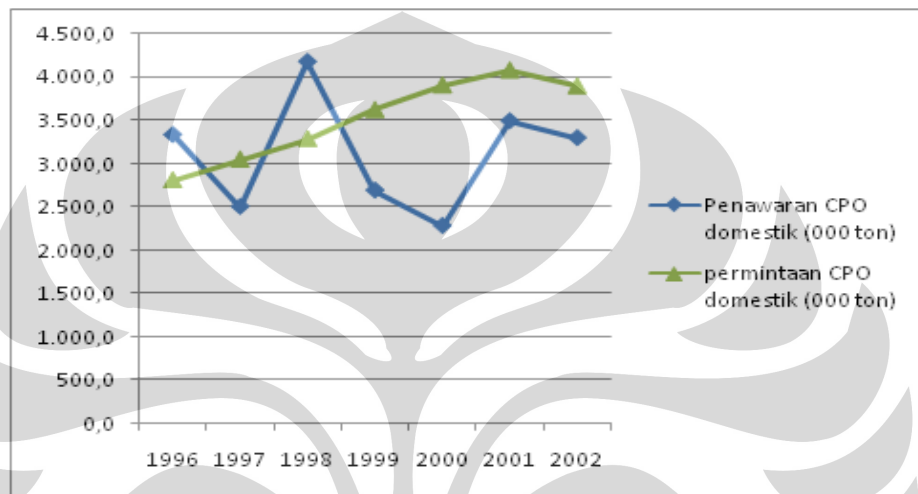
Karena dinilai salah satu pendapatan tambahan tapi sangat signifikan adalah dari ekspor CPO ke luar negeri, maka Pemerintah mencabut larangan ekspor dan menggantikannya dengan pajak ekspor atau yang sekarang disebut pungutan ekspor menjadi 60% pada tahun 1998 dan mengalami penurunan pada tahun 1999 menjadi 40%.

Akibat dampak dari krisis ekonomi yang melanda Indonesia dan dunia mengakibatkan nilai tukar rupiah terhadap dollar sangat jatuh, sehingga membuat para pelaku usaha CPO lebih mengutamakan komoditinya untuk ekspor karena akan mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan jika dijual di dalam negeri. Dengan maksud mengendalikan ekspor tapi tidak melarang adanya kegiatan ekspor dengan tetap menjaga kestabilan harga CPO domestik juga minyak goreng, Pemerintah menetapkan kebijakan pungutan ekspor yang sangat tinggi.

Pemerintah sangat mengharapkan dengan adanya pungutan ekspor yang sangat tinggi tetap mendapatkan keuntungan dari ekspor tetapi kestabilan harga CPO domestik dan minyak goreng juga stabil. Tapi pada kenyataannya seperti yang terlihat pada gambar 4.13 di bawah ini, pada



tahun 1998 peraturan pemerintah cukup berjalan dengan baik karena permintaan CPO dalam negeri untuk minyak goreng lebih besar dibandingkan tingkat penawaran oleh industri kelapa sawit, akan tetapi ketika PE turun menjadi 40% di tahun 1999 permintaan CPO dalam negeri menjadi tidak terpenuhi. Hal ini disebabkan para pelaku usaha lebih memprioritaskan komoditinya buat ekspor akibat jatuhnya nilai rupiah pada periode 1998 dan terus berjalan sampai 1999.



**Gambar 4.13.** Perkembangan Tingkat Permintaan dan Penawaran CPO Domestik untuk Minyak Goreng

- 2000 - 2007 → Pungutan ekspor di bawah 7 %

Pembaruan kebijakan Pungutan Ekspor yang selalu dilakukan Pemerintah dalam rangka menstabilisasi harga minyak goreng, yang pada awalnya berupa tambahan pungutan ekspor dari 5% – 6,5% dinilai sangat tidak efektif untuk menstabilkan harga minyak goreng. Oleh sebab itu, kemudian pemerintah menerapkan pengenaan besaran PE yang disesuaikan dengan perkembangan harga internasional dan besaran PE bersifat otomatis dan progresif.

#### 4.3.2. Kebijakan DMO

Terkait dengan kebijakan DMO sebagaimana dicoba untuk diimplementasikan oleh pemerintah pada medio tahun 2007 yang lalu, sebenarnya hanya akan diaplikasikan ketika harga CPO di pasar internasional sangat tinggi sehingga mendorong harga minyak goreng meningkat di atas target harga yang di

patok pemerintah. Ketika harga maksimum yang ditetapkan pemerintah sudah terlewati untuk periode tertentu, misalnya 1 bulan, maka pemerintah mewajibkan produsen CPO dan minyak goreng untuk mengalokasikan produksinya pada harga tertentu untuk memenuhi konsumsi minyak goreng domestik dengan harga maksimum sama dengan harga eceran tertinggi (HET). Kebijakan ini memiliki beberapa kelemahan seperti sulit dalam pelaksanaan, tidak sejalan dengan upaya peningkatan ekspor, dan menurunkan petani dan industri CPO.

Dalam pelaksanaannya komitmen perusahaan-perusahaan dalam memenuhi alokasi pasokan yang ditetapkan dalam DMO tidak teralisasi sepenuhnya. Bulan Mei hanya terealisasi 59% dari komitmen DMO CPO berjumlah 97.525 ton. Sampai dengan 12 Juni, hanya 14.811 (10%) dari komitmen Juni dan *carry over* Mei sebesar 142.781 ton. Sampai waktu tersebut, DMO tidak berlanjut. Kebijakan stabilisasi harga minyak goreng kemudian menggunakan instrumen Pungutan Ekspor.

#### 4.3.3. Kebijakan Pungutan Ekspor Yang Disesuaikan dengan Harga CPO Internasional

Beberapa hari sejak diberlakukannya tarif PE yang baru, harga Minyak Goreng masih sulit mencapai harga Rp 7.000 per kg. Pergerakan harga eceran di beberapa kota masih berada di atas Rp 8.000 per kg, bahkan sempat mendekati Rp 15.000 per kg.<sup>3</sup>

Bahkan penerapan PE tersebut menunjukkan dampak *trend* harga internasional yang tetap naik, walaupun agak lemah. Kenaikan harga CPO internasional ini disebabkan oleh faktor fundamental berupa pasokan CPO yang berkurang dan tingginya permintaan dan faktor teknikal berupa kekhawatiran produsen biodiesel dan produk turunan CPO terhadap keberlanjutan pasokan CPO sehingga berpotensi mempunyai efek domino karena Indonesia adalah negara “besar” pengekspor CPO

---

<sup>3</sup> makalah Bambang Dradjat dalam diskusi dengan KPPU, 2007

#### 4.4. Evaluasi Kebijakan Terhadap Pasar Minyak Goreng Sawit

Memperhatikan pergerakan harga rata-rata tahunan minyak goreng periode 2000 s/d 2006 menunjukkan kecenderungan pergerakan harga yang naik terus menerus dengan rata-rata pertumbuhan per tahun sebesar 8%. Hal ini dimungkinkan karena pada periodisasi tersebut pemerintah secara bertahap melakukan penurunan pajak ekspor dari 5% (2000) menjadi 3% (2003) dan menjadi 1,5% pada tahun 2005. Penurunan tarif PE tersebut diduga menjadi faktor pendorong bagi pertumbuhan eksportasi CPO Indonesia pada periode tersebut dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 20,25%.

Kebijakan pemerintah dalam stabilisasi harga minyak goreng baik secara tidak langsung (melalui PE maupun DMO CPO) maupun secara langsung (melalui subsidi maupun pembebasan PPN minyak goreng) dipastikan hanya memberikan efek jangka pendek. Hal ini terlihat dari terjadinya gejolak harga minyak goreng yang selalu berulang dari tahun ke tahun, sebagaimana juga terjadi pada komoditi-komoditi bahan kebutuhan pokok yang lain.

Kebijakan jangka pendek yang demikian mengkondisikan utilisasi pabrik minyak goreng nasional cenderung stagnan dengan tingkat utilisasi rata-rata hanya sebesar 49%. Dengan kata lain, kebijakan yang bersifat jangka pendek dalam struktur oligopolistik seperti CPO dan produk turunannya hanya akan menjadi sarana pendorong untuk lebih memperkuat (potensi) 'praktek' pengendalian pasokan di pasar produk bersangkutan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan tujuan dari penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur pasar minyak goreng sawit adalah oligopoli, dimana besarnya konsentrasi pasar 4 perusahaan terbesar (CR4) dari tahun 2001-2006 adalah tinggi, yaitu lebih dari 40%.
2. Struktur pasar oligopoli mendorong perilaku kolusif diantara pemain yang memiliki pangsa pasar tertinggi yang pada akhirnya akan menunjukkan kinerja yang dihasilkan akibat perilaku ini. Dengan mencermati perilaku pembentukan harga minyak goreng, ternyata yang mempengaruhi pembentukan harga minyak goreng adalah harga CPO domestik bukan CPO internasional. Jadi, selama ini alibi yang digunakan oleh para pelaku usaha bahwa naik turunnya harga minyak goreng adalah terus naiknya harga CPO Internasional bisa dikatakan tidak benar. Semua ini adalah permainan pasar domestik untuk meraup keuntungan lebih besar. Hal ini diperkuat dengan mencermati pergerakan harga minyak goreng sawit dengan CPO domestik pada periode 2001 dan 2005 yang tidak sejalan menginformasikan potensi praktek penguasaan pasar (kolusi) oleh kelompok pelaku usaha yang terintegrasi untuk membatasi peredaran atau penjualan produknya, sehingga pada periode tersebut tingkat keuntungan/kinerja industri menjadi lebih besar dibandingkan tahun normal (harga minyak goreng dan CPO domestik bergerak searah)
3. Dari hasil regresi untuk mengetahui pengaruh struktur terhadap kinerja pasar minyak goreng sawit, didapat: variabel konsentrasi pasar (CR4), hambatan masuk pasar (MES), dan tingkat pertumbuhan permintaan minyak goreng sawit (DGDROW) mempengaruhi secara signifikan terhadap kinerja industri minyak goreng sawit. Hal ini sesuai dengan hipotesa awal yang menyatakan bahwa CR4, MES, dan DGDROW berpengaruh positif terhadap kinerja industri minyak goreng sawit. Dari

hasil regresi dapat diketahui juga bahwa ternyata yang paling mempengaruhi kinerja adalah hambatan masuk pasar. Adapun persamaan regresi majemuk yang dihasilkan adalah:

$$\text{PCM} = 548,3 + 7,17\text{CR4} + 26,5\text{MES} + 0,73\text{DGDROW3}$$

4. Dampak kebijakan stabilisasi harga minyak goreng terhadap pasar hulu (minyak kelapa sawit) minyak goreng sawit dan pasar minyak goreng sawit dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Kebijakan Pungutan Ekspor tidak efektif dilakukan jika sisi permintaan dunia terus meningkat. Hal ini disebabkan para pelaku usaha CPO domestik cenderung lebih memprioritaskan komoditasnya untuk ekspor karena akan memperoleh keuntungan lebih besar. Sebagaimana ditunjukkan pada kebijakan tarif PE yang tinggi (dengan interval tarif 40% hingga 75%) pada tahun 1994, namun harga CPO domestik tetap saja tinggi. Adapun terkait dengan kebijakan DMO (yang diharapkan dapat menjamin pasokan CPO untuk kebutuhan domestik sehingga harganya relatif stabil) juga tidak efektif karena tidak diikuti dengan insentif pasar yang konkret bagi pelaku usaha DMO.
- Kebijakan Pemerintah dalam stabilisasi harga minyak goreng secara langsung, yaitu melalui subsidi dan pembebasan PPN minyak goreng sebesar 10% hanya akan memberikan efek jangka pendek. Hal ini terlihat dari terjadinya gejolak harga minyak goreng yang selalu berulang dari tahun ke tahun.
- Kebijakan yang bersifat jangka pendek dalam struktur oligopoli seperti CPO dan minyak goreng sawit hanya akan menjadi sarana pendorong untuk lebih memperkuat adanya potensi praktek kolusi dalam mengendalikan pasokan di pasar produk bersangkutan

## 5.2. Saran

- Dengan kondisi pasar dimana kapasitas terpasang industri pengolahan minyak goreng sawit lebih besar dibandingkan hasil/total produksi CPO yang diperoleh dan didukung oleh besarnya nilai CR4 pada industri minyak goreng sawit menunjukkan bahwa hambatan masuk pasar minyak goreng tinggi. Oleh karena itu diperlukan kebijakan yang dapat menstimulasi persaingan supaya tidak ada lagi dominasi pasar oleh beberapa perusahaan besar, yaitu diantaranya dengan pembebasan PPN untuk perdagangan CPO domestik dan pengurangan pajak bagi perusahaan minyak goreng yang berkomitmen untuk memasok minyak goreng sawit domestik dengan menggunakan ketetapan harga Pemerintah.
- Jika benar terbukti adanya kolusi, maka instansi terkait seperti Pemerintah juga KPPU sebaiknya melakukan kajian lebih mendalam untuk mendapatkan bukti-bukti yang menguatkan perilaku tersebut, sehingga dapat ditemukan cara-cara mengantisipasi perilaku ini dan mencari jalan bagaimana memunculkan persaingan di industri minyak goreng sawit, yang pada akhirnya akan membuat pasar industri minyak goreng sawit semakin sehat dan maju.
- Akibat keterbatasan waktu juga data, maka peneliti tidak membahas lebih detail tentang kemungkinan adanya perilaku kolusi. Oleh karena itu untuk penelitian selanjutnya sebaiknya membahas perilaku kolusif di industri minyak goreng sawit guna mendapatkan bukti yang lebih konkret.

## REFERENSI

Application of the Structure-Conduct-Performance Paradigm in a transition Economy: Explaining Reported Profitability of the Largest Latvian Firms.

Arianto, Efendi. (2007, July). *Analisis Ekonomi Minyak Sawit: Sisi Penawaran Malindo dan Sisi Permintaan Chindia*. Strategika. <http://strategika.wordpress.com/2007/07/06/analisis-ekonomi-minyak-sawit-sisi-penawaran-malindo-dan-sisi-permintaan-chindia/>

Asep. (2007, Aug). Disiapkan Kebijakan Stabilisasi Harga Minyak Goreng. Maret 24, 2008. Media Indonesia. <http://www.media-indonesia.com/berita.asp?id=140207>

Badan Pusat Statistik. 2008.

Bain, Joe S. (1956). *Industrial Organization*. New York: Wiley.

Cabral, Luis M. (2000) *Introduction to Industrial Organization*. Michigan: MIT Press.

Carlton, Dennis W, Perloff, & Jeffrey M. (1990). *Modern Industrial Organization*, Scott Foresman & CP.

Church, Jeffrey, & Roger Ware. (2005). *Industrial Organization: A Strategic Approach*. New York: McGraw-Hill International Edition.

Daftar Harga CPO Domestik dan CPO Internasional. 2008. BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi). Departemen Perdagangan.

Domowitz, Ian, R. Glenn Hubbard, & Bruce C. Petersen. (2007). Business Cycles and the Relationship between Concentration and Price-Cost Margins, *The RAND Journal of Economics*, Vol. 17, No. 1.

Murthy, KV Bhanu, Ashis Taru. 2008. Operationalizing and Measuring Competition: Determinants of Competition in Private Banking Industry in India. Munich Personal RePEc Archive.

Fauzi, Muhammad. (2007, April). Pemerintah Khawatirkan Gejolak Harga CPO. Media Indonesia. <http://www.media-indonesia.com/berita.asp?id=131568>

Gujarati, Damodar N. (2003). *Basic Econometrics (4th ed)*. New York: McGraw Hill.

Hasibuan, N. (1993). *Ekonomi Industri: Persaingan, Monopoli, dan Regulasi*. Jakarta: LP3ES.

Jaya, Wihana K. (1993). *Pengantar Ekonomi Industri, Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja Pasar*. Yogyakarta: BPFE.

Jayanthakumaran, Kankesu. (1999). "Trade Reforms and Manufacturing Performance: Australia 1989-1997". *Working Paper Series 1999*. Australia: University of Wollongong.

KPPU Kaji Dugaan Kartel Industri CPO dan Minyak Goreng. Antara News. (2007, Nov). <http://www.antara.co.id/arc/2007/11/21/kppu-kaji-dugaan-kartel-industri-cpo-dan-minyak-goreng/>

Komisi Pengawasan Persaingan Usaha, *Evaluasi Dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Terkait Dengan Industri Minyak Goreng Sawit*, 2007.

Kuncoro, Mudrajad. (2006). *Strategi: Bagaimana meraih keunggulan Kompetitif?*. Jakarta: Erlangga.

Kuncoro, Mudrajad. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

Kwoka, John E. (1985). *The Herfindahl Hirschman Index in Theory and Practice*, Antitrust Bulletin 30, Winter.

Lembaga Pendidikan Perkebunan.(2006). Kenaikan PE Minyak Sawit Tidak Efektif. 18 Juni 2007. [http://www.lpp.ac.id/berita\\_detail.php?id=113](http://www.lpp.ac.id/berita_detail.php?id=113)

LPEM. 2008.

MacDougall, John. (1996, Aug). Mengungkap Tata Niaga Industri Minyak Sawit. Kompas Media. <http://www.library.ohiou.edu/indopubs/1996/08/20/0032.html>

Maioli, Sara, Ben Ferrett, Sourafel Girma, Holger Görg, 2007, *Trade, FDI and Plant-Level Price-Cost Margins in the UK*.

*Makalah Bambang Dradjat dalam diskusi dengan KPPU, 2007.*

Martin, S. (1994). *Industrial Economic Analysis and Public Policy* (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Martin, S. (1988). *Industrial economics: Economics analysis and public policy*. New York: Macmillan Publishing Company.

Marshall, A. (1919). *Industry and Trade*. London: Macmillan.

Mentan: Pemerintah Terus Berupaya Turunkan Harga Minyak Goreng. Antara News.( Juni, 2008). <http://www.antara.co.id/arc/2008/2/6/mentan-pemerintah-terus-berupaya-turunkan-harga-minyak-goreng/>



Menteri Pertanian Republik Indonesia. Keputusan menteri pertanian nomor : 339/kpts/pd.300/5/2007 tentang Pasokan *crude palm oil (cpo)* untuk kebutuhan dalam negeri guna stabilisasi harga minyak goreng curah..

Prasetyani, Martha., Ermina Miranti. 2003. Potensi Dan Prospek Bisnis Kelapa Sawit Indonesia. <http://www.bni.co.id/Portals/0/Document/197%20Potensi.pdf>

Pemerintah belum punya strategi jitu soal minyak sawit. (Mei, 2007). [http://www.lpp.ac.id/berita\\_detail.php?act=view&id=41](http://www.lpp.ac.id/berita_detail.php?act=view&id=41)

Rhephi. (2007, Nov). Gambaran Umum Produksi Minyak Sawit. Rhephi's Weblog. <http://rhephi.wordpress.com/2007/11/26/gambaran-umum-produksi-minyak-sawit/>

Robert S. Pyndick, Daniel L. Rubinfeld. 1998. *Microeconomic* (5<sup>th</sup> Ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Sambodo, Maxenius Tri. (2007, Sept). Mengendalikan harga minyak goreng. Peneliti di pusat penelitian ekonomi-lipi. <http://alumni.adsjakarta.or.id/articleattachment/articlemaxensius09.pdf>

Saputra, Wempi. (2007, June). [Bisnis Sawit dan Kemelut Minyak Goreng: 1 Piring untuk 2 Mulut.](http://www.beritaiptek.com/zberita-beritaiptek-2007-06-18-Bisnis-Sawit-dan-Kemelut-Minyak-Goreng:-1-Piring-untuk-2-Mulut.shtml) Maret 24, 2008. Artikel IPTEK. <http://www.beritaiptek.com/zberita-beritaiptek-2007-06-18-Bisnis-Sawit-dan-Kemelut-Minyak-Goreng:-1-Piring-untuk-2-Mulut.shtml>

S. Martin. (1994). *Industrial Economic Analysis and Public Policy (2nd Ed)*, Edisi Kedua. New Jersey: Prentice-Hall.

Udrekh. (2007, Aug). *Melirik Perkembangan Industri Kelapa Sawit Indonesia.* Maret 24, 2008. Artikel Iptek. <http://www.beritaiptek.com/zberita-beritaiptek-2007-08-03-Melirik-Perkembangan-Industri-Kelapa-Sawit-Indonesia.shtml>

Waldma, Don E, Jenseen Elizabeth J. (2000). *Industrial Organization: Theory and Practice*, Addison Wesley Handbook of Industrial Organization, MIT Press, 1999.

Wihana K. Jaya. (2001). *Ekonomi Industri, Edisi Kedua.* Yogyakarta: BPFE.

Woolridge, Jeffrey M. (2003). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data.* London: The Massachusetts Institute of Technology.

Yalcin, Cihan. (2004). *Price-Cost Margins and Trade Liberalization in Turkish Manufacturing Industry: A Panel Data Analysis.*

Yusuf Wibisono, Modul Pelatihan Ekonometrika Dasar, 5 Desember 2005, kampus UI, Depok.



**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika**

| <b>PCM</b> | <b>CR4</b> | <b>MES</b> | <b>DGDROW</b> |
|------------|------------|------------|---------------|
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,18066    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,71694    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,68271    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,30102    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,12671    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,83948    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,54856    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,1321     | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,07852    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,95053    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,02631    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,07176    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,07322    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33461    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,37004    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,9552     | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,17187    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,19759    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,52575    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,50813    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,93979    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,33197    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,1895     | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,17593    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,00152    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,50734    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,05021    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,0733     | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,14127    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,68021    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,25318    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |
| 0,00901    | 0,51026    | 0,12756    | 0,044349      |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)**

| PCM     | CR4     | MES     | DGDROW   |
|---------|---------|---------|----------|
| 0,21705 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,03832 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,29137 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,18425 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,33197 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,05528 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,41002 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,09485 | 0,51026 | 0,12756 | 0,044349 |
| 0,27097 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,4016  | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,28567 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,34469 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,03285 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,0942  | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,15897 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,09858 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14633 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14037 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,08436 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,25841 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,15709 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,06749 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,01113 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,09481 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27088 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,02958 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,22514 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,47716 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,59898 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,10547 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,26602 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,59349 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,55068 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14423 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,21608 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14598 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5     | 0,1242  | -0,04434 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)**

| PCM     | CR4    | MES     | DGDROW   |
|---------|--------|---------|----------|
| 0,44037 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,43435 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27527 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14588 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,00558 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,06565 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,16747 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,22952 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,01018 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27013 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,92194 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27088 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,09663 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,0075  | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,08903 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,02302 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,1507  | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,20251 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,05291 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,08532 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,01524 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,26615 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,22564 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,24925 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27097 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,27476 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,22511 | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,2748  | 0,5    | 0,1242  | -0,04434 |
| 0,14528 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,14149 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,12366 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,02244 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,12021 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,04293 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,21013 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,14528 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,23354 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)**

| PCM     | CR4    | MES     | DGDROW   |
|---------|--------|---------|----------|
| 0,03249 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,84502 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,21797 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,26017 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,24146 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,20528 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,18871 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,04495 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,24476 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,24522 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,2884  | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,04009 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,02428 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,10889 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,22824 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,12974 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,12608 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,07097 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,01254 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,57561 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,16568 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,53409 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,13104 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,18801 | 0,6745 | 0,16864 | 0,002276 |
| 0,2421  | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,26221 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,64428 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,28251 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,043   | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,5092  | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,18462 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,32331 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,02964 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,5909  | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,3183  | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,09971 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,11029 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,24712 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,14463 | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,254   | 0,47   | 0,11529 | 0,035825 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)**

| PCM     | CR4  | MES     | DGDROW   |
|---------|------|---------|----------|
| 0,52616 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,02445 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,14959 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,15838 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,7954  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01684 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,3217  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,03717 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,14288 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01775 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,2421  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01216 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,21283 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,06308 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,07684 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,08463 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,36339 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,61399 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,25394 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,2421  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,31268 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,08275 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,6143  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,26099 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,51682 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,59788 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,1611  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,278   | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,24859 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,64197 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,266   | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,00572 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,2421  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,03172 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,05055 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01489 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01523 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,37064 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,08801 | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,0039  | 0,47 | 0,11529 | 0,035825 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

**Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)**

| PCM     | CR4   | MES     | DGDROW   |
|---------|-------|---------|----------|
| 0,40427 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,21882 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,24706 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,05396 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,26721 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,30936 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,54806 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,57368 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,2421  | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,15666 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,28663 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,21042 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,49946 | 0,47  | 0,11529 | 0,035825 |
| 0,01083 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,29518 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,03514 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,14449 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,06869 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,22394 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,49376 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,04454 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,24354 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,33997 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,64371 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,49391 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,22307 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,85603 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,09154 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,126   | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,00858 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,10112 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,00139 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)



### Lampiran 1 Data Untuk Persamaan Struktural pada Analisa Ekonometrika (Lanjutan)

| PCM     | CR4   | MES     | DGDROW   |
|---------|-------|---------|----------|
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,35435 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,19916 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,06106 | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |
| 0,3628  | 0,525 | 0,12883 | 0,012156 |

(Sumber: LPEM dan BPS, 2008, diolah)

