

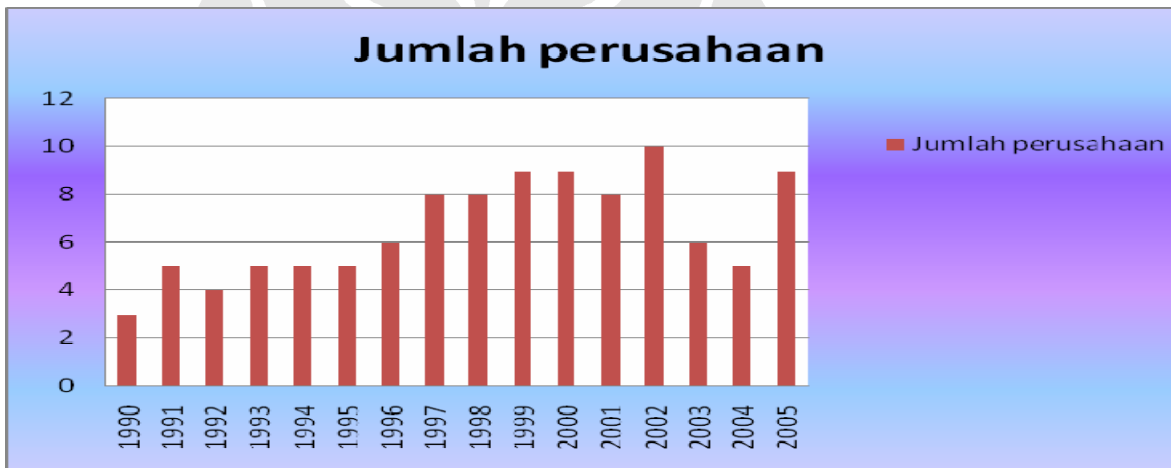
BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penjelasan Struktur Pasar Terigu

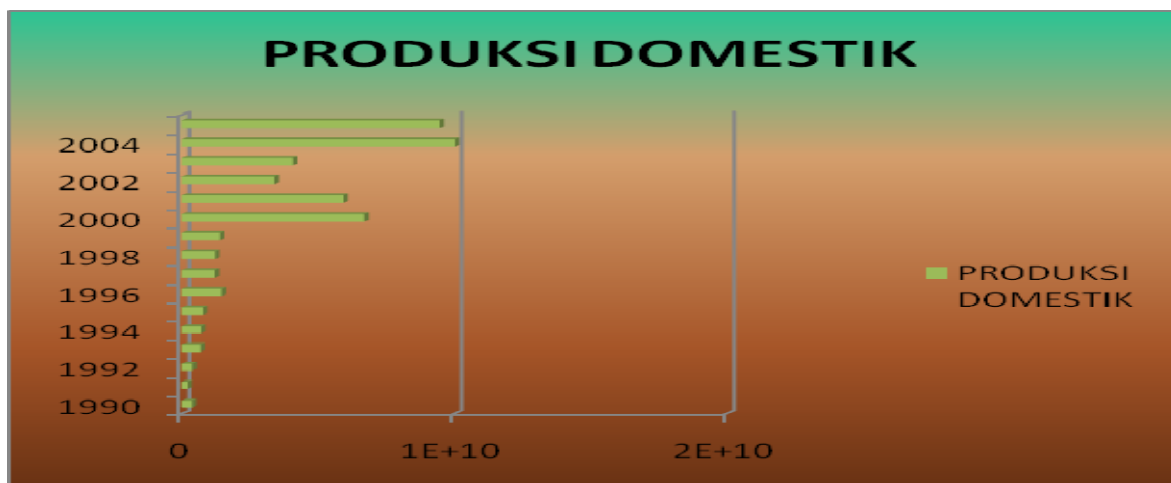
Perkembangan industri terigu di Indonesia dipengaruhi oleh banyak faktor. Dalam perkembangannya, struktur pasar terigu di Indonesia telah berkembang dari monopoli menjadi oligopoli seiring dengan perkembangan dinamika ekonomi yang terjadi di dalam industri terigu nasional. Jumlah perusahaan meningkat setiap tahunnya.

Grafik 3.1. Jumlah Perusahaan Industri Tepung Terigu 1990-2005



Kemudian, nilai produksi domestik juga mengalami fluktuasi akibat dari masuknya terigu impor.

Grafik 3.2. Nilai Produksi Domestik Terigu Indonesia 1990-2005



Namun, kedua hal tersebut tidak pula lantas dapat kita jadikan bahan pemikiran untuk dapat ditarik kesimpulan untuk menentukan tingkat persaingan di dalam industri. Terdapat faktor lain yang juga turut menentukan persaingan di dalam suatu industri, misalnya perilaku dari pesaing, kebijakan pemerintah, dan juga kondisi pasar itu sendiri. Penelitian ini sendiri akan lebih menitikberatkan pada pengaruh kebijakan pemerintah terhadap tingkat persaingan dari industri tepung terigu di Indonesia..

Implikasi dari kebijakan yang dibuat oleh pemerintah terkadang menjadi guncangan bagi suatu kondisi pasar sehingga dapat merupakan salah satu penyebab perubahan atau pergeseran struktur pasar. Dalam industri tepung terigu di Indonesia, perkembangan pemerintah mengalami pergerakan yang sangat lambat sehingga proses kompetitif yang terjadi di dalam industri juga berlangsung lambat. Persaingan secara monopoli dibentuk dari kebijakan pemerintah yang memberikan hak pengaturan dan pemegang lisensi impor terhadap BULOG yang terbentuk selama bertahun-tahun. Ketika lisensi tersebut dicabut, maka pasar mulai mengalami proses transisi. Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisa penghapusan lisensi dan pengaturan impor yang tadinya dipegang oleh BULOG pada periode sebelum krisis. Hipotesa awal menyatakan bahwa dampak dari penghapusan lisensi impor ini adalah masuknya produk impor yang dapat menjadi pesaing bagi produk lokal. Dengan kata lain, tingkat konsentrasi pasar akan menurun seiring dengan meningkatnya persaingan. Oleh karena itu, akan dibuktikan secara empirik apakah benar dampak dari deregulasi penghapusan lisensi impor gandum dan tepung terigu adalah meningkatkan tingkat persaingan dan mengurangi tingkat konsentrasi pasar.

3.2. Pembentukan Model

Tingkat persaingan yang ingin diteliti dalam penelitian ini dibentuk dari dua variabel umum, yaitu tingkat harga relatif dan pangsa pasar industri. Untuk parameter pangsa pasar,

kita dapat melihat dari sisi permintaan dan penawaran. Hal ini karena keseimbangan antara kedua sisi tersebut akan menciptakan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan yang terdapat di dalam industri. Ketika sisi permintaan dapat dipenuhi oleh suplai domestik, maka pengaruh produk impor tidak akan cukup signifikan terhadap produsen domestik. Sebaliknya, jika masih terdapat ceruk pasar yang belum ditangkap oleh produsen domestik, maka itu memungkinkan bagi produk impor untuk dapat bermain di dalam pasar domestik dan pengaruhnya akan cukup signifikan terhadap produsen lokal.

3.2.1. Sisi Permintaan dan Penawaran

Ferdinand Meyers menyatakan bahwa untuk membentuk suatu model yang berakar pada produk agrikultur, kita dapat melihat dari sisi permintaan dan penawarannya. Permintaan menggambarkan nilai kebutuhan masyarakat akan produk tersebut. Dalam penelitian ini, penulis melihat dari segi pendapatan masyarakat yang diukur dari produk domestik bruto. Dengan adanya peningkatan atau penurunan pendapatan masyarakat, diharapkan kita dapat melihat segi kebutuhan masyarakat dan industri akan terigu sebagai bahan makanan untuk membentuk pola konsumsi terigu Indonesia. Pola tersebut dibutuhkan untuk melihat seberapa besar permintaan masyarakat akan terigu yang nantinya akan dijadikan pendekatan untuk dapat melihat tingkat persaingan karena kebutuhan manusia akan pangan akan terus meningkat, sehingga dimungkinkan bagi para pelaku di dalam industri untuk dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Akibatnya, tingkat persaingan di dalam industri dapat mengalami pergeseran, baik itu meningkat atau justru malah menurun dengan adanya *new entrant* di dalam industri, dalam kasus ini yaitu produk impor. Kemudian dapat dilihat pula tingkat kesejahteraan masyarakat dari peningkatan konsumsi terigu.

Dari segi penawaran, tingkat produksi juga digunakan untuk melihat tingkat persaingan di dalam industri. Persaingan tersebut dapat dilihat dari berapa besar produsen

memproduksi outputnya dibandingkan dengan kapasitas produksinya. Salah satu strategi yang digunakan oleh produsen besar untuk menghadapi pesaingnya yaitu melakukan ekspansi terhadap produksinya. Hal ini dimaksudkan untuk menciptakan hambatan masuk bagi produk pesaing ke dalam industri karena kebutuhan pasar sudah dipenuhi oleh produsen besar. Namun, dalam kasus industri terigu deregulasi yang dilakukan pemerintah dimaksudkan untuk menciptakan iklim persaingan yang baik sehingga produk terigu dalam negeri tidak hanya didominasi oleh produsen lokal yang akan menciptakan iklim persaingan yang tidak sehat, sehingga produsen terigu impor diberikan kebebasan untuk dapat menjual produknya dalam pasar domestik.

Untuk melihat tingkat persaingannya dari sisi penawaran, penulis dalam penelitian ini akan memasukkan nilai stok kapital untuk melihat perilaku dari produsen domestik terhadap terigu impor. Peningkatan stok kapital dihipotesakan merupakan tindakan dari produsen domestik untuk menghadapi barang impor. Hal ini merupakan tindakan reaktif dari produsen domestik untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Hasil yang diharapkan adalah kita dapat melihat pengaruh dari produksi domestik terhadap proporsinya dalam total produksi nasional karena pengaruh dari produk terigu impor sehingga nantinya kita akan mendapatkan gambaran tingkat persaingan yang diharapkan.

3.2.2. Tingkat harga relatif

Salah satu indikasi persaingan adalah adanya *margin* atau selisih keuntungan yang didapat oleh produsen. Semakin kecil profit margin yang didapat produsen, maka hal itu dapat menjadi salah satu indikasi adanya persaingan. Karena hadirnya pesaing mengharuskan pelaku industri mengambil tindakan atau perilaku yang dapat menjadikan produknya lebih kompetitif sehingga dapat mempertahankan pangsa pasar yang dimilikinya. Salah satu caranya adalah melalui harga. Produsen mengurangi profit margin

yang diambilnya untuk mempertahankan harga produknya supaya konsumen tetap memilih produknya dibandingkan dengan produk pesaing. Jika biaya produksi semakin meningkat, sementara harga jual relatif stabil, maka ada kemungkinan produsen mengurangi profit margin yang diambil olehnya. Sebaliknya, jika margin yang didapat semakin besar, maka produsen tersebut tidak menganggap tingkat persaingan di dalam industri bertambah yang mengharuskan dia untuk mengambil langkah anti persaingan. Inilah yang mendasari pemikiran akan salah satu proksi dari persaingan, yaitu tingkat harga relatif yang dibentuk dari selisih antara biaya produksi dengan harga jual produk.

Sementara itu, harga gandum digunakan sebagai proksi dari biaya produksi karena berdasarkan laporan keuangan beberapa perusahaan produsen terigu domestik, pembelian biji gandum merupakan komponen penting dalam struktur biaya perusahaan. Dasar ini yang menjadi alasan penulis menggunakan harga gandum sebagai proksi dari biaya produksi.

Selain itu, ditambahkan *dummy variable* untuk dapat menggambarkan perubahan kondisi situasi persaingan sebelum dan sesudah deregulasi. Nilai nol untuk sebelum deregulasi, dan nilai satu untuk sesudah deregulasi.

3.3. Model I

$$\text{COMP} = \alpha + \beta_1 \text{GDP} + \beta_2 \text{CAPSTOCK} + \beta_3 \text{WWORLDPRICE} + \beta_4 \text{WFPRICE} + \beta_5 \text{DTIME} + \mu$$

Dimana:

Comp= Tingkat konsentrasi pasar produsen domestik, yang dibentuk dari persentase

GDP= Nilai Produk domestik Bruto Indonesia, *current year*

WFPRICE= tingkat harga retail terigu, yang sudah dirilkan dengan Indeks Harga Perdagangan Besar untuk Industri Penggilingan Padi, tepung, dan sejenisnya.

CAPSTOCK= jumlah stok kapital (modal tanah,gedung,mesin,dll.) produsen terigu domestik.

WWORLDPRICE= tingkat harga gandum dunia.

Dtime= merupakan variabel *dummy* yang dimasukkan ke dalam model untuk menggambarkan deregulasi yang terjadi (periode sebelum dan sesudah deregulasi), 0= sebelum deregulasi, dan 1= setelah deregulasi.

μ = error term

Model ini dibentuk dari sisi permintaan dan penawaran serta hubungan antara harga relatif dengan tingkat persaingan. Namun, yang perlu digarisbawahi dalam model ini adalah ada variabel di dalam model ini tidak memiliki kesamaan dalam penghitungannya. Tingkat harga digambarkan dengan satuan nilai mata uang yang berbeda(Rupiah untuk harga terigu dan US\$ untuk harga gandum dunia). Kelemahan dari model ini nantinya adalah kita tidak dapat melihat variabel mana yang paling signifikan mempengaruhi nilai dari tingkat persaingan di dalam industri.

3.4. Model II

Untuk mengatasinya, kita dapat menyamakan satuan dari semua variabel. Salah satu caranya kita mengubah semua satuan ke dalam persen sehingga akhirnya melihat dari elastisitas dari setiap variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen, bukan berapa nilai variabel tersebut dalam mempengaruhi variabel dependen dalam unit satuan. Dalam perhitungan secara matematis, elastisitas dapat dilihat dengan menggunakan logaritma pada model, sehingga perubahan yang terjadi pada model adalah sebagai berikut:

$$\text{COMP} = \alpha + \beta_1 \log(\text{GDP}) + \beta_2 \log(\text{WFPRICE}) + \beta_3 \log(\text{CAPSTOCK}) + \beta_4 \log(\text{WWORLDPRICE}) + \beta_5 (\text{Dtime}) + \mu$$

3.5. Hubungan Antar Variabel

Notasi	Arti	Hipotesis hubungan variabel bebas dengan variabel terikat yang diambil kelompok
Comp (competitiveness)	Merupakan variabel terikat yang menjelaskan tingkat konsentrasi pasar terigu domestik. Dihitung dengan cara membagi produksi domestik dengan total produksi nasional (domestik+impor)	
CAPSTOCK	Merupakan variabel bebas yang menjelaskan besar <i>stok kapital</i> yang dimiliki oleh produsen domestik. Nilai stok kapital yang tinggi atau ekspansi yang dilakukan perusahaan yang dominan, akan menghambat perusahaan pesaing (impor) untuk masuk ke dalam pasar sehingga mengeliminir persaingan.	Negatif
WFPRICE	Merupakan variabel bebas yang menjelaskan tingkat harga terigu produksi nasional. Semakin tinggi nilai harga akan semakin memperkecil daya saing terigu domestik terhadap terigu impor sehingga mengurangi tingkat konsentrasi pasar produsen domestik.	Negatif
GDP	Merupakan variabel bebas yang menjelaskan besar produk domestik bruto Indonesia. nilai ini menggambarkan tingkat pendapatan masyarakat. Semakin besar pendapatan masyarakat, berarti semakin besar konsumsi terigu, sehingga semakin besar demand yang dapat ditangkap oleh produsen domestik sehingga meningkatkan tingkat konsentrasi pasar. atau bisa terjadi sebaliknya.	Positif/negatif
WWORLDPRICE	Merupakan variabel bebas yang menjelaskan tingkat harga gandum dunia. Semakin tinggi nilai harga gandum, berarti semakin kecil pula profit yang di dapat oleh produsen sehingga menambah persaingan dan mengurangi tingkat konsentrasi pasar.	Negatif
Dt	Merupakan variabel dummy yang ditambahkan	Negatif

	untuk menjelaskan perubahan yang terjadi pada waktu. D=0 untuk sebelum deregulasi; D=1 untuk periode setelah deregulasi.	
Error	Merupakan <i>error term</i> yang akan digunakan dalam penelitian ini.	
A	= 0,05	
Ho	variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat	
Ha	p-stat < α , tolak Ho, variabel bebas mempengaruhi variabel terikat	

3.6. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data sekunder. Data untuk Produk Domestik Bruto (GDP) didapat dari IFS (International Financial Statistics), tingkat stok kapital (CAPSTOK), didapatkan antara lain dari *Statistik Industri Menengah dan Besar*, diterbitkan oleh BPS. Selain itu data harga gandum dunia (WWORLDPRICE) didapatkan dari International Grains Council; US Department of Agriculture, *Production, Supply and Distribution Database*. Untuk data harga terigu didapatkan dari CEIC.

Periode data yang diambil adalah 1990-2005. Data berbentuk time series. Data yang didapatkan sebagian adalah data mentah, oleh karena itu data mentah tersebut harus di-riilkan untuk mendapatkan data yang sesuai dengan faktanya tanpa ada pengaruh dari variabel lain(misalnya inflasi). Untuk data yang diriilkan yaitu adalah variabel harga terigu(WFPRICE) yang diriilkan dengan Indeks Harga Perdagangan Besar¹⁴ untuk industri penggilingan padi, tepung, dan sejenisnya .

Data konsumsi yang dibutuhkan adalah data riil konsumsi yang dapat menggambarkan permintaan masyarakat sesungguhnya. Oleh karena itu, data konsumsi

¹⁴ *Indikator Ekonomi*, BPS. 1990-2005

mentah terigu dirilkan dengan cara dibagi dengan konsumsi per capita. Hasilnya didapat data konsumsi terigu riil (WKONSRIL).

Selain itu, untuk mendapatkan tingkat konsentrasi pasar, dilakukan penghitungan konsnetrasi pasar domestik terhadap terigu impor. Formulanya adalah sebagai berikut:

$$\text{COMP} = \frac{wfprodnas}{totalproduksi} ;$$

dimana

$$\text{TOTAL PRODUKSI} = (WFPRODNAS + WFIMPOR)$$

Jadi, tingkat konsentrasi pasar dihitung dari persentase proporsi produksi nasional dibandingkan jumlah terigu impor terhadap total produksi terigu Indonesia.

3.7. Prosedur Estimasi dan Validasi Model

3.7.1. Prosedur Estimasi

Pendekatan persamaan tunggal dilakukan untuk mengestimasi tingkat persaingan di dalam model. Ordinary Lest Squares (OLS) menghasilkan Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) untuk persamaan tunggal¹⁵, dan selanjutnya metode tersebut akan digunakan untuk mengestimasi parameter-parameter yang terdapat di dalam model. Metode ini digunakan untuk mengetahui arah dan besar hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun estimasi ini akan menggunakan software *STATA* untuk dapat menghasilkan output yang diharapkan.

Dalam analisis dengan metode OLS, estimator-estimator yang akan digunakan harus memenuhi asumsi BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Agar memenuhi asumsi tersebut, harus dipastikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini:

¹⁵ Pindyck, R.S. and D.L. Rubinfeld(1998). “*Econometric Models and Economic Forecasts*”. Fourth Edition, McGraw-Hill, Inc., New York

- Terbebas dari multikolinearitas, variabel-variabel independen yang digunakan dalam model bukan stokastik dan tidak terdapat hubungan linear satu sama lain (baik antar dua atau lebih variabel independen)
- Homoskedastis, sehingga *error term* dalam setiap observasi bersifat independen, tidak ada korelasi, mempunyai nilai harapan nol dan mempunyai varians yang sama
- Terbebas dari autokorelasi, sehingga antar residual peubah tidak terdapat korelasi (biasanya pelanggaran asumsi ini terjadi pada data *time series*)
- Terdistribusi normal

3.7.2. Validasi Model

Untuk menunjukkan bahwa model yang digunakan benar-benar menggambarkan keadaan yang terjadi sebenarnya maka dilakukan beberapa tes terhadap model.

3.7.2.1. Uji Signifikansi

Uji ini dibutuhkan untuk melihat apakah variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen serta untuk melihat arah hubungannya. Caranya adalah sebagai berikut:

Uji t-statistik yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dengan menganggap variabel independen lain tetap, yaitu dimana:

$H_0 : \beta = 0 \rightarrow$ peubah tidak mempengaruhi secara signifikan

$H_a : \beta \neq 0 \rightarrow$ peubah mempengaruhi secara signifikan

Tolak H_0 jika probabilitas t-stat lebih kecil dari 0.05 (dengan tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 5\%$).

- Uji F-statistik yaitu untuk menguji signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, yaitu dimana:

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 = 0 \rightarrow$ peubah tidak mempengaruhi secara signifikan

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 \neq 0 \rightarrow$ peubah mempengaruhi secara signifikan

Tolak H_0 jika probabilita t-stat lebih kecil dari 0.05 (dengan tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 5\%$).

- Uji *Goodness of Fit*, yaitu dengan melihat koefisien determinasi (R^2). R^2 menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel-variabel independen di dalam model. Semakin besar nilai R^2 , maka variasi dari variabel dependen semakin dapat diterangkan oleh variabel-variabel independen dalam model. Jika menggunakan data *time-series*, R^2 yang diminta adalah di atas 0,9, sedangkan untuk data *cross-section* R^2 sebaiknya di atas 0,3. Mengingat bahwa R^2 sensitif terhadap penambahan variabel bebas (akan selalu meningkatkan R^2), maka yang lazim digunakan adalah Adjusted R^2 .

3.7.2.2. Uji Pelanggaran Asumsi OLS

Dalam regresi linier yang akan digunakan dalam mengetahui tingkat persaingan di dalam industri, kita harus menghindari terjadinya pelanggaran-pelanggaran asumsi, yaitu terdapat multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi, (Gujarati, 1995: 153). Oleh karenanya, akan dilakukan tes terhadap pelanggaran-pelanggaran tersebut sebagai berikut:

✿ Multikolinieritas, dimana terdapat hubungan linier antara variabel-variabel independen, cara mendeteksinya adalah;

- a. F-stat yang signifikan, tetapi t-stat variabel-variabel independen tidak signifikan, disertai dengan arah koefisien yang tidak sesuai dengan teori.
- b. Nilai koefisien korelasi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,8.

- c. Nilai korelasi parsial dari variabel independen (variabel independen sebagai variabel kontrol) lebih besar dari 0,8.

Pelanggaran asumsi ini dapat diatasi dengan;

- a. menghilangkan variabel independen yang menyebabkan multikolinearitas
- b. menambah atau mengurangi jumlah observasi
- c. mengubah bentuk data variabel independen, atau
- d. mengubah spesifikasi model
- e. atau bahkan tidak melakukan apapun seperti yang dikemukakan oleh Blanchard¹⁶.

✿ Autokorelasi, dimana terdapat korelasi antar residual peubah. Pelanggaran ini biasanya terjadi dalam data berbentuk *time-series*, dan dapat diuji dengan;

- a. Menggunakan statistik Durbin-Watson (DW-Stat). $DW-Stat > 2$ atau $DW-Stat < 2$, menunjukkan adanya autokorelasi. Sedangkan, bila DW-Stat mendekati 2, maka dapat dikatakan model tersebut bebas dari autokorelasi.
- b. Menggunakan *Breusch-Godfrey Lagrange Multiplier (LM-test)* dengan hipotesis nol tidak terdapat autokorelasi. Jika probabilitas $obs * R^2 < \alpha$, maka terbukti tidak terdapat masalah autokorelasi di dalam model tersebut.
- c. Menggunakan *correlogram Q-statistics*, yaitu dengan memperhatikan nilai autokorelasi dan partil correlation. Jika angka tersebut melebihi 0.5 atau nilai probabilita < 0.1 , maka model memiliki masalah autokorelasi. Penanganan masalah ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *autoregressive (AR)*, *moving average (MA)* serta *dependent lag*. Hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk model diferensial.

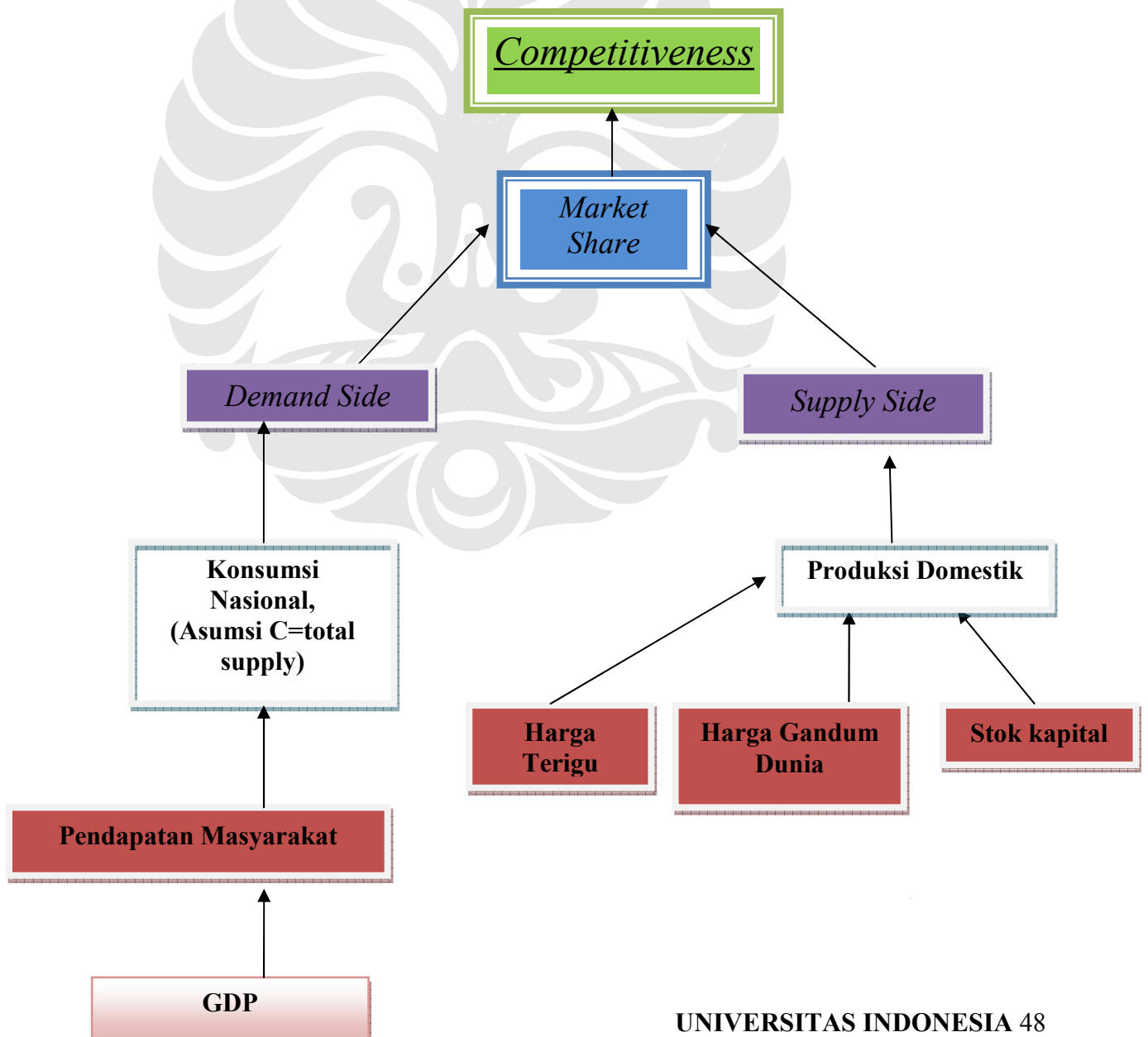
¹⁶ Blanchard, O. J., Comment, *Journal of Business and Economic Statistics*, vol. 5, 1967, pp. 449–451. The quote is reproduced from Peter Kennedy, *A Guide to Econometrics*, 4th ed., MIT Press, Cambridge, Mass., 1998, p. 190

⊛ Heteroskedastisitas, yaitu dimana *error term* tidak konstan atau tidak homoskedastis. Untuk mengujinya, dapat dilakukan dengan *White Heteroscedasticity Test (no cross term)* dengan hipotesis nol homoskedastis. Kriteria penolakannya adalah apabila probabilitas $\text{obs}^* R^2 < \alpha$, yaitu cukup bukti untuk mengatakan bahwa model mengalami heteroskedastisitas. Untuk menangani masalah ini, dapat dilakukan dengan :

- a. metode *Weighted Least Square/Generalized Least Square*, atau
- b. mengubah model ke dalam bentuk logaritma.

3.8. Konstruksi Pembentukan Model

Gambar 3.1. Konstruksi Pembentukan Model



BAB IV

ANALISA DATA

4.1. ANALISA DESKRIPTIF

4.1.1. Penentuan Struktur Pasar Industri Tepung Terigu

Dalam menentukan struktur suatu pasar, ada beberapa faktor yang menjadi parameter penentunya¹⁷. Faktor-faktor yang dapat menjadi determinan dari penentuan struktur suatu pasar antara lain dapat kita lihat dari jumlah pelaku di dalam pasar, baik jumlah pembeli maupun jumlah penjual, tingkat konsentrasi, serta jaringan distribusinya. Hal ini akan mempengaruhi jenis pasar tersebut, apakah ia termasuk monopoli, oligopoli, atau persaingan sempurna. Secara teori, pasar yang memiliki lebih banyak penjual menyebabkan peningkatan pilihan konsumen terhadap barang yang dijual di dalam pasar. Akibatnya, produsen atau penjual di dalam pasar menjadi lebih bersaing. Jumlah dan distribusi pembeli menentukan seberapa besar ceruk pasar yang diperebutkan oleh para produsen dalam suatu industri sehingga dapat diberlakukan hukum *demand & supply* akibat interaksi antara penjual dan pembeli. Kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi harga pasar dan atau mengalahkan pesaing atau *monopoly power* juga akan ikut dipengaruhi oleh jumlah penjual, pembeli, serta jaringan distribusinya.

Ciri kedua yaitu adanya diferensiasi produk. Semakin tinggi atau semakin banyak jenis produk turunan dari produk asli artinya pasar tersebut cenderung lebih kompetitif. Dalam hal ini keadaan *ceteris paribus*, suatu keadaan ketika semua hal diasumsikan tetap, dimana segala sesuatu tingkat harga, selera konsumen, pendapatan dianggap sama, yang akhirnya “memaksa” perusahaan untuk menjual barang yang sama tidak dapat

¹⁷ Stephen Martin, *Industrial Economics: Economics Analysis Public Policy 2nd ed.*, (New York: MacMillan Pub Comp., 1988), p.4

diberlakukan. Hal ini karena terdapat pula elemen lain seperti perbedaan perilaku konsumen, pendapatan konsumen, selera konsumen, dan hal lain yang membuat perusahaan harus membuat ciri tersendiri dari produk yang dihasilkan untuk dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli produk mereka.

Ciri ketiga adalah adanya hambatan untuk masuk ke dalam pasar. Biasanya, ciri pasar yang semakin menunjukkan kekuatan monopoli adalah terdapat hambatan untuk masuk ke dalam pasar tersebut. Semakin kecil *barriers to entry* akan semakin mudah bagi sebuah perusahaan untuk dapat keluar masuk industri tersebut. Hambatan-hambatannya dapat berupa hak paten yang menjadikannya *natural monopoly*, ketersediaan sumberdaya, maupun jumlah modal untuk dapat ikut bersaing di dalam pasar atau yang disebut *initial investment*. Sebuah pasar yang dikuasai oleh banyak perusahaan tertentu artinya pasar tersebut bersifat lebih kompetitif. Sebagai tambahan, Church (Church dan Ware, 2000) menyebutkan perbedaan struktur biaya juga dapat menjadi penentuan apakah pasar tersebut cenderung ke arah monopoli atau lebih kompetitif.

4.I.1.1. Jumlah dan Distribusi Penjual dan Pembeli

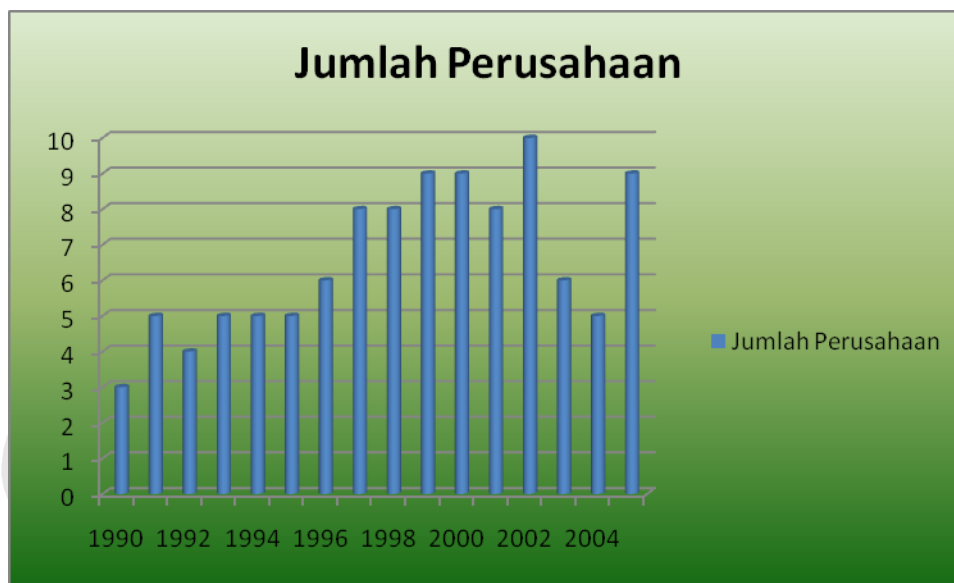
4.I.1.1.1. Jumlah dan Distribusi Penjual

Dalam industri tepung terigu, penjualan dilakukan oleh hanya beberapa perusahaan yang berada di dalam pasar. Perkembangan produsen dipengaruhi oleh adanya liberalisasi perdagangan yang dilakukan pada tahun 1998. Pada periode sebelumnya, distribusi dan suplai terigu hanya diatur oleh BULOG¹⁸. Namun, sejak ditandatanganinya LoI (Letter of Intent) pertama pada 15 Januari 1998 yang disepakati oleh Pemerintah Indonesia dengan IMF dalam rangka pemulihan ekonomi Indonesia, sektor tepung terigu ikut diliberalisasi, yang selama ini dimonopoli oleh PT Bogasari. Hal ini salah satu syarat pencairan dana pinjaman dari IMF. Dengan demikian pasar terigu dibuka dan terigu impor pun mulai

¹⁸ “Kebijakan Mengenai Persaingan dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia: Laporan tentang Masalah-masalah dan Pilihan-pilihan”. World Bank Report. 2003.

masuk ke dalam pasar domestik. Jaringan distribusi tepung terigu di masa lalu dikendalikan oleh BULOG melalui perizinan, akan tetapi, sekarang ketika monopoli BULOG telah dihapus sebagian besar penyalur harus mengandalkan produsen tepung terigu yang dominan. Hal ini berarti terjadi penambahan jumlah dan distribusi penjual tepung terigu di dalam pasar. Akibatnya, struktur pasar cenderung ke arah persaingan.

Grafik4. 1: Jumlah Perusahaan Industri Terigu Indonesia



Dari grafik diatas, kita dapat melihat bahwa jumlah pelaku di dalam industri mengalami penambahan sejak tahun 1990. Kemudian, sempat mengalami penurunan setelah tahun 2002. Hal ini mengindikasikan adanya pergerakan persaingan di dalam industri ini baik ebelum deregulasi maupun setelah deregulasi.

Pengukuran tingkat konsentrasi pasar dilakukan menggunakan metode HHI. Dari hasil penghitungan tersebut, didapatkan nilai HHI sebesar 0.957001263. Dengan kondisi bahwa nilai HHI terentang antara 0 sampai dengan 1, jika nilai HHI mendekati nol artinya pasar tersebut mengarah ke bentuk persaingan sempurna, sebaliknya jika nilai mendekati 1 artinya pasar tersebut cenderung monopoli. Nilai HHI yang didapat pada industri terigu mengindikasikan bahwa pasar ini cenderung ke arah tidak bersaing dengan pangsa pasar yang dikuasai oleh empat perusahaan terbesar yaitu PT. ISM

BOGASARI FLOUR MILLS, PT. SRIBOGA RATURAYA, PT. EASTERN PEARL FLOUR MILLS, dan PT PANGANMAS INTI PERSADA. Masing-masing sebesar 47,79%, 11,30%, 8,04%, dan 7,82%.

4.I.1.1.2. Jumlah dan Distribusi Pembeli




Sebagian besar konsumen terigu adalah konsumen yang bergerak di sektor industri makanan skala kecil menengah dan industri rumah tangga. Besarnya sekitar 70 persen dari keseluruhan konsumen. Masuknya terigu dan gandum impor memungkinkan mereka untuk mendapatkan kualitas produk dan harga yang sesuai dengan preferensi mereka. Dalam hukum *demand and supply*, ketika terjadi penambahan suplai sementara jumlah konsumen tetap, akan terjadi penurunan harga. Namun, karena tingkat populasi terus bertambah, maka peningkatan suplai akan selalu diiringi dengan peningkatan harga dikarenakan kebutuhan manusia akan makanan yang juga meningkat. Hal ini juga menjelaskan mengapa terjadi kenaikan tingkat harga terigu walaupun tetap ada faktor lain yang juga mempengaruhi terjadinya fenomena ini seperti kenaikan harga gandum sebagai bahan baku utama dan juga kenaikan harga minyak dunia yang memicu kenaikan biaya angkut.


4.I.1.2. *Product Differentiation*

Keberadaan terigu dan gandum impor membuat perusahaan yang sudah berada di dalam pasar “diharuskan” untuk mengambil langkah-langkah untuk menghadapi produk-produk saingan tersebut. Contohnya, PT. Bogasari Flour Mills yang meningkatkan promosi produk terigunya dengan jalan diferensiasi produk serta promosi melalui iklan. Sebenarnya, diferensiasi produk oleh Bogasari sudah dilakukan sejak dahulu, namun promosi bahwa produknya terdiferensiasi baru dilakukan setelah masuknya produk terigu

pesaing. Berikut adalah jenis produk diferensiasi dari PT. Bogasari Flour Mills(per 25 februari 2008).

Tabel 4.1. Diferensiasi Produk PT. Bogasari Flour Mills,Tbk.

No	Jenis Produk	Harga Ritel (per unit: Kg)	Diferensiasi Produk												
1		Rp 6,655	<p>Terigu untuk kue kering, cake, biskuit dan wafer</p> <table border="1"> <tr> <td>Moisture (%)</td> <td>max. 14.3</td> </tr> <tr> <td>Protein (%)$(N \times 5.7)(db)$</td> <td>max. 11.0</td> </tr> <tr> <td>Ash (%)(db)</td> <td>max. 0.64</td> </tr> <tr> <td>Falling Number (sec.)</td> <td>min. 300</td> </tr> </table>	Moisture (%)	max. 14.3	Protein (%) $(N \times 5.7)(db)$	max. 11.0	Ash (%) (db)	max. 0.64	Falling Number (sec.)	min. 300				
Moisture (%)	max. 14.3														
Protein (%) $(N \times 5.7)(db)$	max. 11.0														
Ash (%) (db)	max. 0.64														
Falling Number (sec.)	min. 300														
2		Rp 6,710	<table border="1"> <tr> <td>Gluten Wet (%)</td> <td>max. 26</td> </tr> <tr> <td>Water Absorption (%)</td> <td>56 - 58</td> </tr> </table> <p>Terigu premium untuk aneka roti dan mie</p> <table border="1"> <tr> <td>Moisture (%)</td> <td>max. 14.3</td> </tr> <tr> <td>Protein (%)$(N \times 5.7)(db)$</td> <td>13.0 - 14.0</td> </tr> <tr> <td>Ash (%)(db)</td> <td>max. 0.64</td> </tr> <tr> <td>Falling Number (sec.)</td> <td>min. 300</td> </tr> </table>	Gluten Wet (%)	max. 26	Water Absorption (%)	56 - 58	Moisture (%)	max. 14.3	Protein (%) $(N \times 5.7)(db)$	13.0 - 14.0	Ash (%) (db)	max. 0.64	Falling Number (sec.)	min. 300
Gluten Wet (%)	max. 26														
Water Absorption (%)	56 - 58														
Moisture (%)	max. 14.3														
Protein (%) $(N \times 5.7)(db)$	13.0 - 14.0														
Ash (%) (db)	max. 0.64														
Falling Number (sec.)	min. 300														
3		Rp 6,468	<table border="1"> <tr> <td>Ash (%)(db)</td> <td>max. 0.64</td> </tr> <tr> <td>Falling Number (sec.)</td> <td>min. 300</td> </tr> </table>	Ash (%) (db)	max. 0.64	Falling Number (sec.)	min. 300								
Ash (%) (db)	max. 0.64														
Falling Number (sec.)	min. 300														

4		<p>Harga ritel tidak tersedia</p>		
				Glutten Wet (%) 32 - 36
				Water Absorption (%) 60 - 64
			<p>Terigu untuk aneka makanan, seperti martabak, brownies, pound cake, dan lainnya</p>	
				Moisture (%) max. 14.3
				Protein (N _x 5.7)(db) 12.0 - 13.0
				Ash (db) max. 0.64
				Falling Number (sec.) min. 300
				Glutten Wet (%) 28 - 32
				Water Absorption (%) 59 - 63
			<p>Terigu untuk mie ekonomis, kue kering dan gorengan</p>	
				Moisture (%) max. 14.3
				Protein (N _x 5.7)(db) 11.5 - 12.5
				Ash (db) max. 0.69
				Falling Number (sec.) min. 300

			Gluten Wet (%)	25 - 31
			Water Absorption (%)	min. 58

Tindakan diferensiasi produk yang dilakukan oleh Bogasari sebagai perusahaan terbesar dalam industri ini mengindikasikan adanya ancaman dari pesaing baru yaitu terigu impor. Namun, hal ini dirasakan tidak begitu signifikan oleh Bogasari. Hal ini dapat dilihat dari tindakan Bogasari yang hanya melakukan penanaman citra produk yang lebih mendalam. Dengan kata lain *sales effort* berupa iklan ditingkatkan. Perang harga yang mengindikasikan terjadinya ancaman yang hebat tidak dilakukan oleh Bogasari mengingat kekuatan pasarnya masih cukup besar dan keyakinan akan loyalitas konsumen terhadap produk-produk Bogasari. Keyakinan akan ketersediaan barang juga menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk memilih produk yang sudah ada dibandingkan terigu impor.

4. I.1.3. *Barriers to Entry*

Dalam teori industri yang dikemukakan oleh Bain, definisi hambatan untuk masuk ke dalam pasar adalah merupakan keuntungan bagi suatu perusahaan yang ada lebih dulu untuk mengendalikan harga, sehingga perusahaan baru akan kesulitan dalam tahap-tahap awal masuk ke dalam industri tersebut. Teori yang lain menyatakan bahwa hambatan masuk merupakan suatu kondisi dimana terdapat halangan-halangan untuk masuk dan atau keluar dari suatu industri. Jika tidak terdapat hambatan di dalam pasar, maka akan sulit bagi perusahaan yang telah berada di dalam pasar untuk dapat mempertahankan harga di atas biaya marginal dan mendapatkan keuntungan (Church dan Ware, 2000: 429-30).

Terdapat dua jenis hambatan untuk masuk ke dalam pasar, yaitu *Economic Entry Barrier* atau *Natural Entry Barrier* yaitu hambatan yang dapat dijelaskan dengan teori ekonomi, dan *Non-economic Barrier* atau *Artificial Entry Barrier* yaitu hambatan yang dijelaskan oleh faktor lain selain ekonomi, misalnya politik, sosial, budaya.

Yang termasuk ke dalam *non-economic barriers* antara lain, peraturan pemerintah, maupun kebijakan dari para produsen sendiri. Terdapat empat jenis hambatan dalam industri yang diklasifikasikan ke dalam *Economic Entry Barrier*, yaitu:

5. *Capital Cost Requirement*

Industri tepung terigu di Indonesia merupakan industri yang sudah dikuasai oleh para pemain lama. Para pemain lama ini memiliki keunggulan biaya secara absolut, karena dibutuhkan *capital investment* yang besar untuk masuk ke dalam industri pengolahan gandum ini. Namun karena pangsa pasar yang masih sangat besar untuk diperebutkan, banya perusahaan yang tertarik untuk masuk ke dalam industri ini. Terbukti ketika liberalisasi perdagangan diberlakukan, banyak perusahaan baru yang masuk ke dalam pasar.

6. *Economies of Scale*

Economies of Scale merupakan suatu kondisi dimana suatu perusahaan atau pasar dapat menghasilkan jumlah output yang banyak dengan biaya yang lebih murah. Dengan kata lain, jika suatu perusahaan menambah jumlah produksi, maka biaya akan menurun, sehingga biaya produksi per unit akan menjadi lebih murah. Pada praktek dalam industri terigu, efisiensi perusahaan yang lebih besar atau perusahaan yang lebih dahulu ada merupakan hambatan bagi terigu impor yang masuk ke dalam pasar. Efisiensi yang terlebih dahulu dimiliki perusahaan yang telah ada yaitu:

- ❖ Dari keempat produsen terigu Indonesia, masing-masing memiliki fasilitas terpadu:

- pelabuhan bongkar-muat, silo gandum, dengan lini produksi skala besar

Tabel 4.2. Kapasitas Produksi Industri Tepung Terigu Indonesia

NO	NAMA PERUSAHAAN	LOKASI	KAPASITAS(TON/ TAHUN)	PERANAN (%)
	TOTAL		9,201,500	100%
	KAPASITAS PRODUKSI NON N.A.		9,001,500	97.8
	PERKIRAAN KAPASITAS PRODUKSI N.A		200,000	2.2
	A. BEROPERAS		7,619,500	84.6
	a. Produksi		6,619,500	86.9
1	ISM BOGASARI FLOUR MILLS, PT (JAKARTA)	JAKUT	3,357,500	50.7
2	ISM BOGASARI FLOUR MILLS, PT (SURABAYA)	SURABAYA	1,040,000.00	15.7
3	SRIBOGA RATURAYA, PT	SEMARANG	740,000	11.2
4	EASTERN PEARL FLOUR MILLS, PT	MAKASAR	720,000	10.9
5	PANGANMASINTI PERSADA, PT	CILACAP	300,000	4.5
6	FUGUI FLOUR & GRAIN INDONESIA, PT	GRESIK	270,000	4.1
7	PURNOMO SEJATI, PT	SIDOARJO	120,000	1.8
8	ASA RAYA, PT	SIDOARJO	72,000	1.1
	b. Unable to located (UTL)		1,000,000	13.1
1	CORKINDO NUSA MAS, PT	SERANG	1,000,000	100
2	PERUSAHAAN KIAN JAYA, UD	MAKASAR	N.A	-
3	MULA MURNI PRIMA, PT	JAWA BARAT	N.A	-
4	HARUM ABADI	JAWA BARAT	N.A	-
5	BILLY PERKASA SWADAYA, PT	N.A	NA	-
	B. TIDAK BEROPERAS		1,382,000	15.4
	a. Rencana		885,000	64
1	FEDERAL PUNDI KENCANA, PT/ FEDERAL FLOUR MI	CILEGON	500,000	56.5
2	KWALA INTAN NEW GRAIN, PT	ASAHAN	210,000	23.7
3	BUNGASARI FLOUR MILLS, PT	JAWA TIMUR	175,000	19.8
	b. TIDAK PERNAH PRODUKSI/ TIDAK TEREALISASI		497,000	36
1	PANGANMASINTI NUSANTARA, PT	SERANG	300,000	60.4
2	AMORA RESTU FLOUR MILLS, PT	MAKASAR	108,000	21.7
3	GANDUM MASKENCANA, PT	JAWA BARAT	80,000	16.1
4	AGRINDO CITRA BARU, PT	JATENG	9,000	1.8
5	BOGASARI SENTRA FLOUR MILLS, PT	JAKUT	-	-
6	INTISARI FLOUR MILLS, PT	SURABAYA	-	-
	c. STOP PRODUKSI		-	-
	d. TUTUP		-	-

Sumber: **APTINDO**, 2008.

Untuk singkatnya, kapasitas produksi keempat perusahaan tersebut sebagai berikut:

- Bogasari Jkt = 7,400 Mt/hari;
- BS Sby = 4,350 Mt/hari ;
- Berdikari = 2,150 Mt/hari,
- Sriboga = 1,100 Mt/hari,

e. Panganmas = 750 Mt/hari

Sebagai perbandingan, pabrik terigu yang terbesar di China dan Amerika hanya mampu memproduksi sebesar 1,000-1,500 Mton/hari. Berikut daftar 10 produsen terigu dunia:

Tabel 4.3. Produsen Terigu Dunia

No	Nama Perusahaan beserta Kapasitas Produksinya
1	. Bogasari Flour Mills Indonesia-Jakarta Kapasitas: 7,400 Mt/ hari
2	. Bogasari Flour Mills Indonesia-Surabaya Kapasitas: 4,366 Mt/ hari
3	Prima Flour Mills Sri Lanka-Trincomalee Kapasitas : 2,600 Mt/ hari
4	. Berdikari Sari Utama Indonesia-Ujung Pandang Kapasitas : 2,146 Mt/ hari
5	Nabisco Brands, Inc. USA-Toledo, Ohio Kapasitas : 1,600 Mt/ hari
6	ConAgra Flour Milling USA-Buffalo, New York Kapasitas : 1,450 Mt/ hari
7	General Mills, Inc. USA-Kansas City, MO Kapasitas : 1,300 Mt/ hari
8	ADM Milling Corp. Canada-Montreal, PQ Kapasitas : 1,200 Mt/ hari
9	. Sriboga Raturaya FM Indonesia-Semarang Capacity: 1,110 Mt/ hari
10	. General Milling Corp. Philippines-Cebu Kapasitas : 1,100 Mt/ hari

7. Differentiated Product

Kehadiran terigu impor yang telah membuat perusahaan yang sudah ada mencari strategi baru dengan mendiferensiasikan produknya sebagai usaha melawan persaingan juga

membuat hambatan bagi perusahaan baru untuk masuk ke dalam pasar terigu domestik. Dengan adanya diferensiasi produk dari perusahaan yang sudah ada, misalnya PT. Bogasari Flour Mills, konsumen yang lebih dahulu mengenal *existing firms*, akan lebih memilih mengkonsumsi produk yang telah dia kenal. Hal ini menciptakan adanya hambatan bagi terigu impor yang memasuki industri terigu di Indonesia. Selain itu, keyakinan akan kualitas produk lama serta ketersediaan suplai juga menjadi hambatan bagi terigu impor untuk masuk ke dalam pasar terigu domestik dari sisi diferensiasi produk. Diferensiasi produk yang telah digambarkan sebelumnya mengindikasikan bahwa memang terjadi persaingan di dalam industri yang membuat *existing firms* meningkatkan *sales effort*. Namun hal ini belum dapat menjadi parameter di dalam penentuan suatu industri bersaing atau tidak. Oleh karena itu, besaran persaingannya ditentukan oleh faktor lain yang akan dibahas lebih lanjut

8. *Absolute Cost Advantage Barrier*

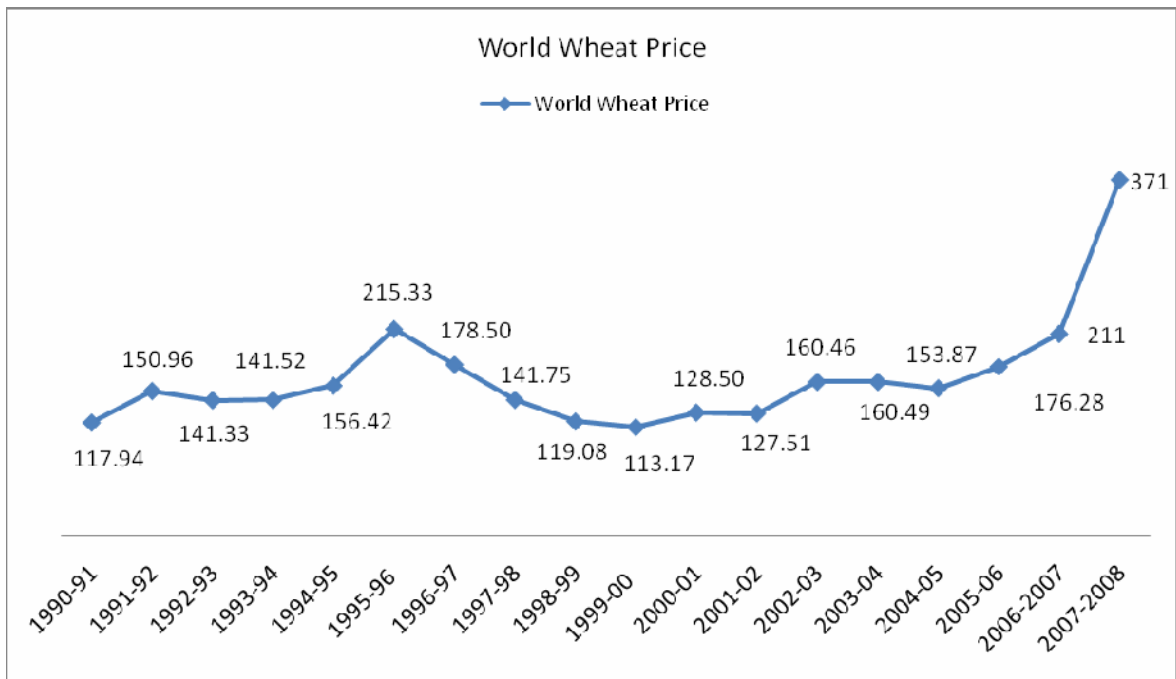
Tingginya biaya produksi absolut yang dibutuhkan oleh suatu perusahaan baru untuk dapat beroperasi pada skala minimum adalah suatu hambatan utama untuk masuk ke dalam pasar. Seiring dengan nilai investasi yang tinggi, resiko bisnisnya pun menjadi semakin besar. Sementara pengembalian bagi pendatang baru masih belum dapat dicapai dalam waktu singkat. Terbukti dari jumlah perusahaan yang sempat meningkat menjadi 10 perusahaan di tahun 2002, akhirnya mengikis menjadi tinggal 6 perusahaan yang tersisa di tahun 2005 (lihat tabel)¹⁹. Upah tenaga kerja dan biaya energi yang kompetitif juga menjadi “Competitive advantage” perusahaan terigu Indonesia dibanding negara lain.

¹⁹ *Statistik Industri* 2005. BPS.

Dalam kasus tepung terigu, jika dilihat dari faktor-faktor lain, persaingan di dalam industri tersebut dapat kita analisa berdasarkan konstruksi metodologi penelitian yang telah disebutkan di dalam bab III.. Adapun faktor-faktor determinannya antara lain:

- *Price* (harga)

Grafik 4.2: Pergerakan Harga Gandum Dunia



Notes :a Sum of individual closing stocks at the end of respective national crop years. China not included before 1983-84.
 b United States, European Union, Canada, Australia and Argentina.
 c July–June year. Excludes intra-EU trade.
 d For US hard red winter wheat, (Ord.), fob Gulf.
 Sources: International Grains Council, *Grain Market Report*, London; International Grains Council, *World Grain Statistics*, London; ABARE.

Perkembangan harga gandum dunia, khususnya untuk jenis hard red winter FOB Gulf yang paling banyak digunakan dalam industri makanan terus mengalami perubahan namun tetap menunjukkan trend yang stabil. Dalam kurun waktu 2005-2008 APTINDO mengindikasikan akan adanya kemungkinan harga gandum yang meningkat dari waktu-ke waktu karena efek dari kenaikan harga minyak dan harga pangan dunia. Dari grafik diatas, dapat dilihat bahwa hal tersebut benar adanya mengingat perubahan harga khususnya dari tahun 2001-2002 hingga 2005-2006, harga gandum terus meningkat. Walaupun sempat

mengalami penurunan di tahun 2001 dan 2003, tetapi arah pergerakannya cenderung meningkat.

Menurut analisa dari World Bank²⁰, peningkatan harga gandum ini disebabkan oleh harga minyak dunia yang tinggi. Peningkatan harga minyak ini mempengaruhi harga makanan dunia termasuk gandum karena menyebabkan peningkatan biaya produksi (misal: bahan bakar traktor, pupuk) dan juga perdagangan (misal: biaya angkut). Hal ini ditambah dengan produksi yang menurun dari yang diharapkan akibat cuaca yang tidak mendukung dalam 2 tahun terakhir ini di beberapa negara produsen penting seperti Ukraina dan Australia. Dari sisi permintaan, peningkatan pendapatan di banyak negara berkembang-terutama negara dengan tingkat populasi tinggi seperti China dan India, menyebabkan peningkatan permintaan untuk daging dan produk hewani. Karena membutuhkan lebih dari satu kilogram makanan untuk memproduksi satu kilo daging atau satu liter susu, permintaan akan bahan makanan sereal pun secara signifikan meningkat tajam. Permintaan produk pertanian untuk produksi biofuel (minyak sayur untuk memproduksi biodiesel dan gula dan padi-padian untuk memproduksi bioethanol) juga meningkat drastis dalam tahun-tahun terakhir.

Pergerakan permintaan dan penawaran ini telah mengarah kepada situasi dimana konsumsi padi-padian dunia melebihi tingkat produksinya dalam 7 tahun belakangan ini. Kekurangan pasokan ini diimbangi dengan pengurangan yang stabil dalam suplai sereal secara global, sebesar 20% (sama dengan 10.4 minggu) dari konsumsi global yang sebenarnya merupakan level konsumsi terendah sejak 1970an²¹. Pengurangan dalam suplai yang menyebabkan kelangkaan dalam pasar sereal dunia ini direpons oleh pasar dengan peningkatan harga.

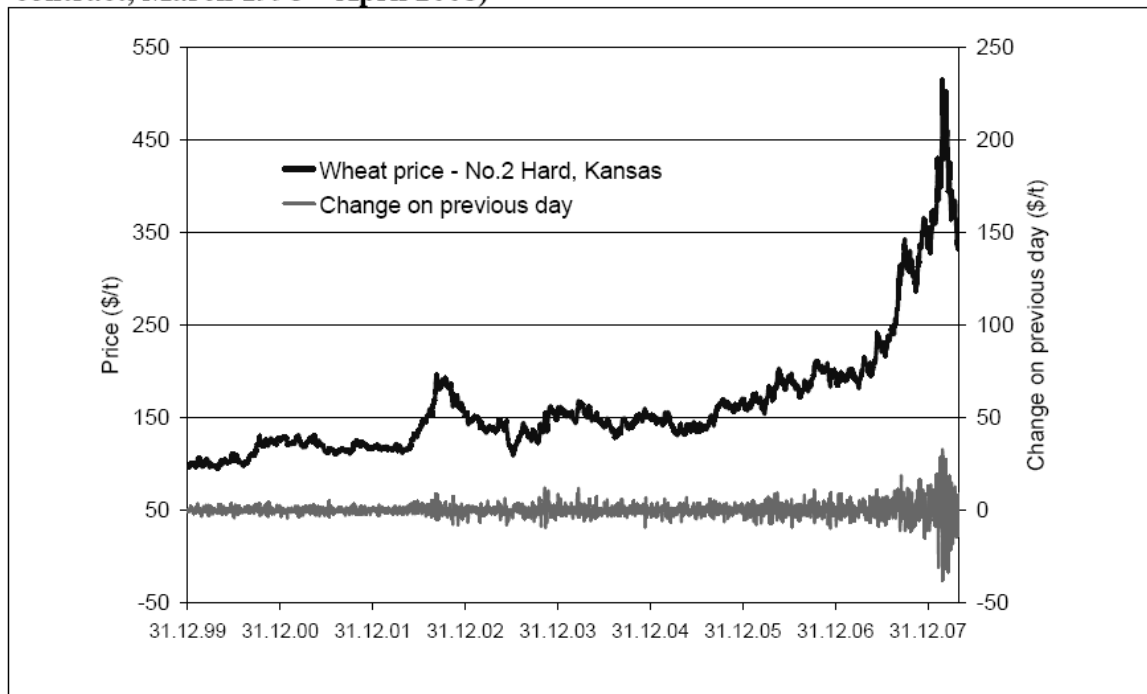
²⁰ *Competitive agriculture or state control: Ukraine's response to the global food crisis*. World Bank Report for Ukraine's government. May 2008

²¹ FAO, 2007. *Food Outlook*, November 2007.

Minimnya suplai membuat pasar sangat sensitif terhadap informasi baru mengenai permintaan dan penawaran. Perubahan kebijakan yang mendadak oleh pemerintah lokal (seperti restriksi ekspor sebagai respon dari peningkatan harga makanan, atau subsidi baru terhadap biofuel) dan peningkatan perubahan iklim dan efeknya terhadap hasil pertanian, sepanjang peningkatan spekulasi di pasar produk pertanian, telah menyebabkan peningkatan yang signifikan pula terhadap volatilitas harga (lihat grafik di bawah).

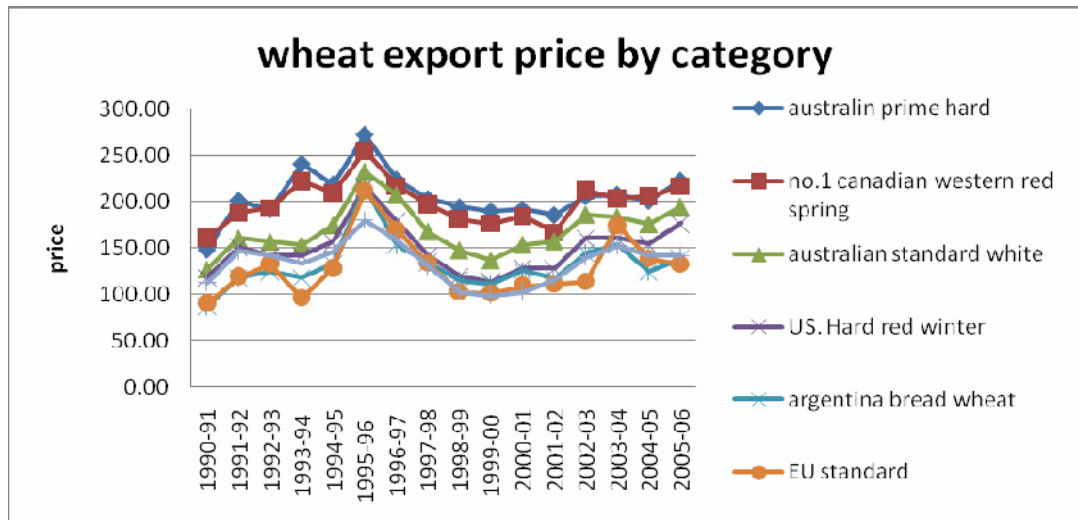
Grafik 4. 3: Pergerakan harga gandum dunia per hari

Figure 2: Daily wheat prices and price changes (MATIF wheat futures, nearby contract, March 1998 – April 2008)



Source: World Bank DECPG.

Grafik 4. 4: Pergerakan Harga Ekspor Gandum per Jenis Gandum



Sources: ABS, *International Trade*, Australia, cat. no. 5465.0, Canberra; International Grains Council; US Department of Agriculture, *Production, Supply and Distribution Database*, Washington DC

Secara garis besar, jenis gandum yang paling banyak dikonsumsi oleh dunia adalah:

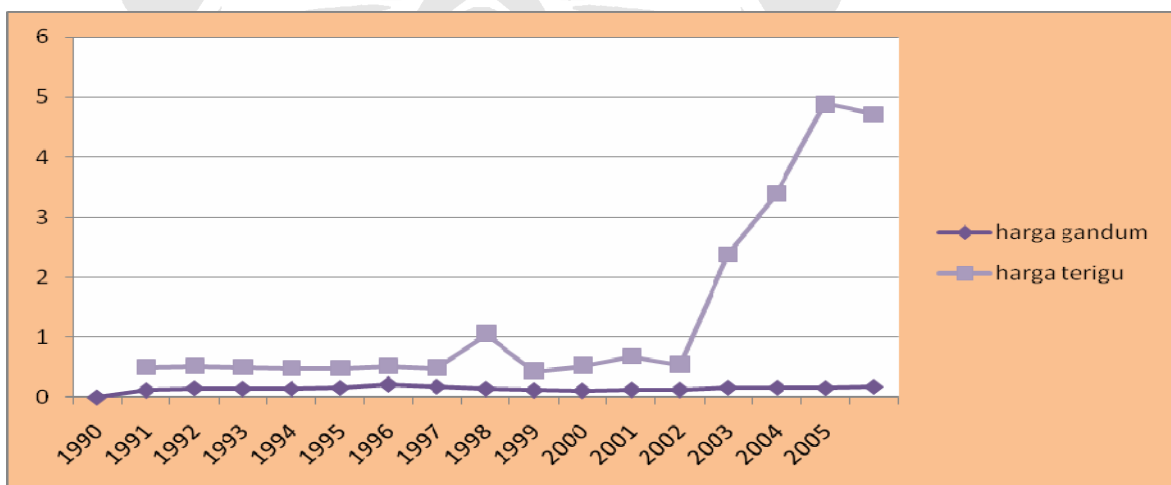
- a. Australian Prime hard 14%
- b. No.1 Canadian Western Red Spring
- c. Australian Standard white
- d. US Red Hard winter
- e. Argentina bread wheat
- f. EU standard

Sebagai gambaran untuk menggambarkan pasar gandum di Indonesia, kita dapat melihat pergerakan harga ekspor beberapa jenis gandum tersebut. Sebagai perbandingan, disajikan pula grafik yang lebih sederhana dengan hanya membandingkan dua jenis gandum yang paling banyak dikonsumsi oleh Indonesia yaitu gandum Australia jenis prime hard dan US Hard Red Winter.

Pada dua grafik sebelumnya, kita lihat bahwa harga gandum dunia mengalami peningkatan pada tahun 1995-1996 untuk semua jenis gandum. Dari grafik ketiga terdapat

kenyataan bahwa untuk keempat garis jenis gandum teratas menunjukkan kecenderungan peningkatan di masa datang, sedangkan untuk gandum EU standard dan Argentina Bread menunjukkan posisi yang stabil. Peningkatan harga ini menunjukkan adanya gejala kolusi dari produsen gandum. Demi menjaga kestabilan harga gandum, di setiap negara eksportir gandum utama seperti Amerika Serikat dan Australia terdapat asosiasi yang mengatur perdagangan gandum di negara tersebut. Seperti halnya contoh kartel pada minyak yaitu dengan hadirnya OPEC, produsen gandum menyadari bahwa karena besarnya pasar gandum dan untuk melindungi produsen gandum yang telah ada, maka terdapat pula asosiasi produsen gandum tingkat dunia yang bernaung di bawah *International Grains Council*. Kecenderungan adanya kolusi pada pasar gandum dunia menyebabkan pengaruh terhadap pasar gandum dalam negeri. Gandum yang belum dapat diproduksi sendiri oleh Indonesia menjadikan pasar gandum impor menjadi tumbuh subur. Kebijakan liberalisasi perdagangan tahun 1998 menghasilkan luapan produk gandum luar negeri dimana tadinya hanya dimonopoli dan diatur oleh BULOG dengan penyuplai rekanannya²².

Grafik 4.5. Perbandingan Harga gandum dengan harga Terigu



Sumber: BPS, diolah penulis

Dalam penelitian ini, pergerakan harga gandum impor di tingkat dunia yang menjadi parameter utama dalam biaya produksi digunakan sebagai proksi dari biaya

²² *Ibid.*

marjinal. Hal ini digunakan untuk menghitung besaran margin dari masing-masing produsen tepung terigu di dalam pasar. Jika margin yang didapat semakin kecil hipotesanya adalah pasar terigu domestik semakin bersaing dengan tingkat konsentrasi pasar produsen domestik menurun karena produsen domestik menurunkan profit margin yang ia peroleh untuk menstabilkan harga sehingga ia akan tetap dapat menjaga pangsa pasar yang ia miliki sebelumnya. Formulasinya adalah sebagai berikut:

$$P^{\circ} = \frac{P_{\text{terigulokal}}}{P_{\text{worldwheat}}}$$

Dari grafik diatas, margin yang didapat oleh produsen domestik justru semakin meningkat. Hal ni berarti masuknya terigu impor tidak berpengaruh terhadap tingkat konsentrasi pasar terigu domestik. Tidak ada kenaikan pada tingkat persaingan, justru terjadi kenaikan pada tingkat konsentrasi pasar produsen domestik. Hal ini bisa juga disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang menyebabkan terigu lokal memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan produk impor, antara lain:

- a. Tidak adanya kepastian akan suplai barang. Konsumen, khususnya konsumen industri makanan meragukan adanya kepastian suplai barang dari produsen asing. Sementara, kepastian akan suplai barang dalam proses produksi sangatlah penting karena menjamin keberlangsungan produksi perusahaan tersebut.
- b. Tingkat harga yang ditawarkan membuat konsumen ragu akan kualitas abrang yang ditawarkan. Tingkat harga yang rendah menimbulkan keraguan di kalangan konsumen akan kualitas dari barang yang ditawarkan. Dengan harga yang rendah, konsumen cenderung akan berpikir bahwa barang yang

ditawarkan berkualitas rendah sehingga konsumen akan lebih memilih produk terigu lokal.

- c. Loyalitas merupakan hal yang sangat penting di dalam berbisnis. Perpindahan *supplier* tanpa adanya ketidakpastian suplai barang akan membuat pengusaha lebih memilih menerima penawaran dari produsen lokal. Oleh karena itu, terigu impor walaupun dengan promosi besar-besaran tetap belum mampu menghadapi kekuatan terigu domestik.

- Impor (Import)

Grafik 4.6 . Nilai Impor Terigu Indonesia Periode 1990-2005



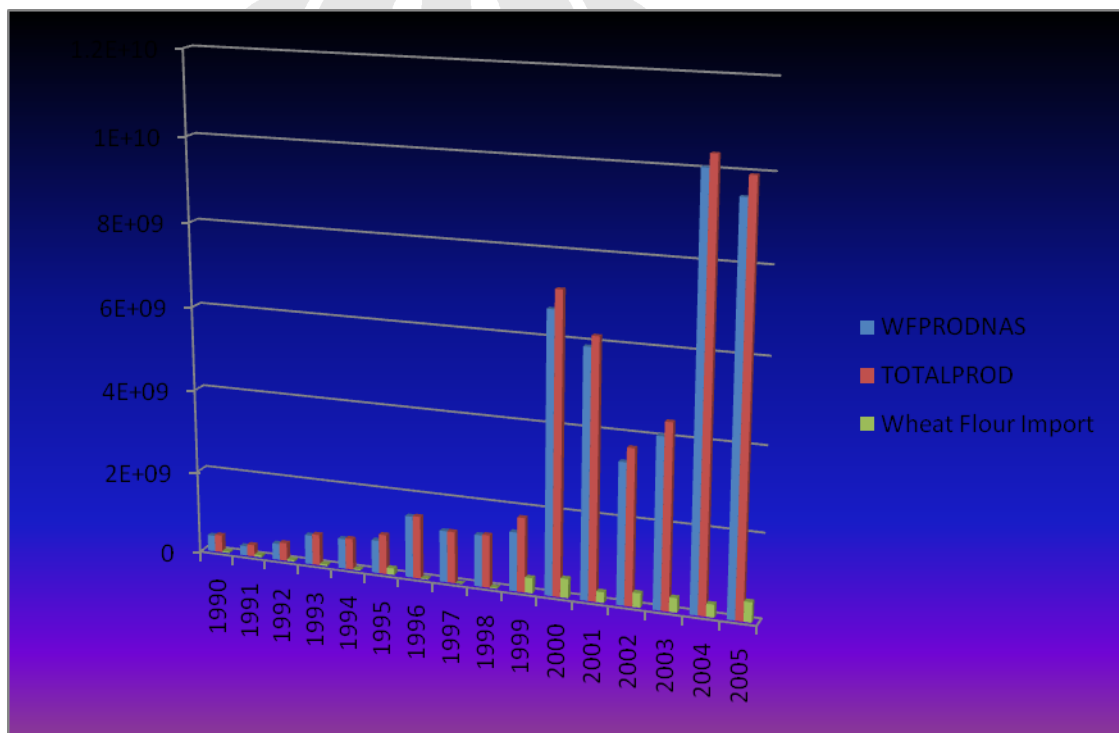
Sumber: Statistik Industri, BPS.2005

Dari grafik diatas, nilai impor Indonesia menunjukkan nilai yang fluktuatif terutama setelah diberlakukan liberalisasi perdagangan pada tahun 1999. Sempat mengalami kenaikan di tahun sesudahnya sebesar 1,001,170.32 juta ton, namun kemudian menurun kembali pada level 3,073,762.89 juta ton di tahun 2001. Di tahun 2002 impor

gandum indonesia justru mengalami kenaikan kembali terus-menerus sampai pada tahun 2007. Indikasi ini menunjukkan bahwa pasar gandum di Indonesia masih merupakan pasar yang potensial bagi produsen gandum sehingga menarik para perusahaan asing untuk memasuki pasar terigu domestik.

- Produksi (Production)

Grafik 4. 7: Nilai Produksi Nasional Terigu Indonesia periode 1990-2005



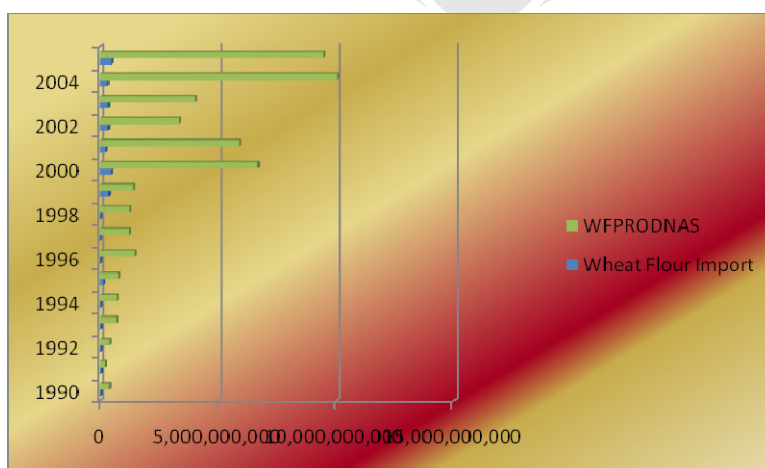
Sumber: BPS.

Walaupun sempat turun di beberapa tahun tertentu, yaitu tahun 1990-1991 dan 1992-1993, serta 2000-2002, namun secara garis besar produksi mengalami trend yang cenderung meningkat pada rentang waktu 1990-2005. Nilai produksi menunjukkan bahwa produsen domestik melakukan ekspansi dalam produksinya. Hal ini paling terlihat pada selang waktu tahun 1999-2000 dimana terjadi peningkatan produksi terigu domestik sebesar 5269541370 kilogram dari hanya senilai 1414231222 kilogram di tahun

sebelumnya. Peningkatan ini merupakan indikasi dari adanya strategi produsen domestik dalam menghadapi persaingan oleh produk impor. Produsen melakukan ekspansi untuk dapat menunjukkan kekuatan pasar mereka sehingga menyulitkan produsen asing untuk memasuki pasar terigu lokal. Selain itu, produsen domestik juga berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat lebih banyak dari sebelumnya sehingga hanya sedikit ceruk pasar yang tersisa bagi produk impor pesaing mereka. Di tahun 2003-2004 mereka kembali melakukan ekspansi produknya dengan peningkatan sebesar 5990888552 kilogram dari tahun sebelumnya yang hanya bernilai 4050706888 kilogram.

Grafik dibawah ini menunjukkan bahwa pengaruh ekspansi ini terhadap produk impor adalah produk impor benar-benar belum mampu melawan dominasi produsen lokal yang terlihat dari jumlah impor terigu yang walaupun mengalami trend yang meningkat, namun jumlah peningkatannya tidak sebanding dengan tingkat produksi domestik yang mencapai nilai milyaran kilogram atau ratusan juta ton sementara nilai produk impor baru samapi nilai ratusan juta kilogram. Indikasi dari sisi produksi ini berarti bahwa tingkat persaingan akibat masuknya terigu impor tidak banyak berubah. Dengan kata lain, produsen domestik masih memegang kendali di dalam pasar terigu lokal.

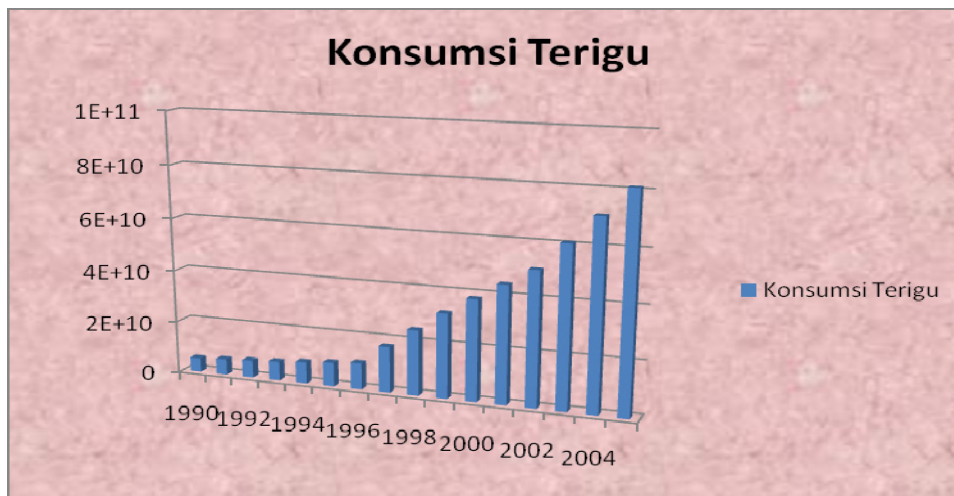
Grafik 4. 8: Produksi Domestik Terigu dibandingkan Nilai Impor Terigu Periode 1990-2005



- Konsumsi (Consumption)

◆ Tingkat Konsumsi

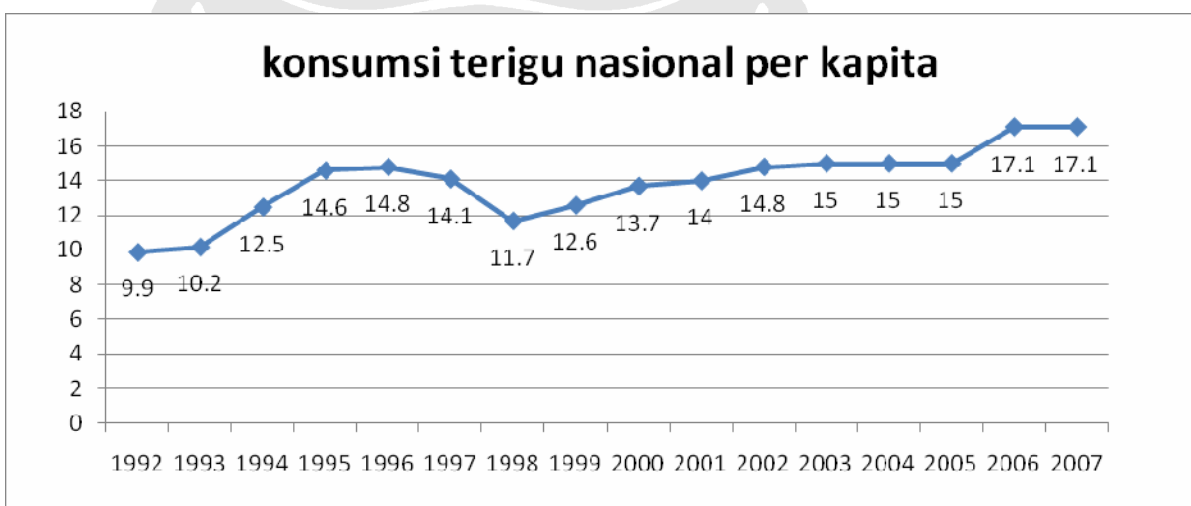
Grafik 4. 9: Nilai Konsumsi Indonesia Periode 1990-2005



Source: BPS, 1990- 2005

Perkembangan konsumsi terigu menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Hal ini salah satunya merupakan akibat dari pertumbuhan penduduk yang melebihi tingkat 5% setiap tahunnya. Sejak tahun 1990, konsumsi terigu menunjukkan pertumbuhan rata-rata 20persen setiap tahunnya. Hal ini berarti masyarakat semakin membutuhkan terigu setiap harinya.

Grafik 4. 10: Nilai Konsumsi Terigu per Kapita, 1990-2005

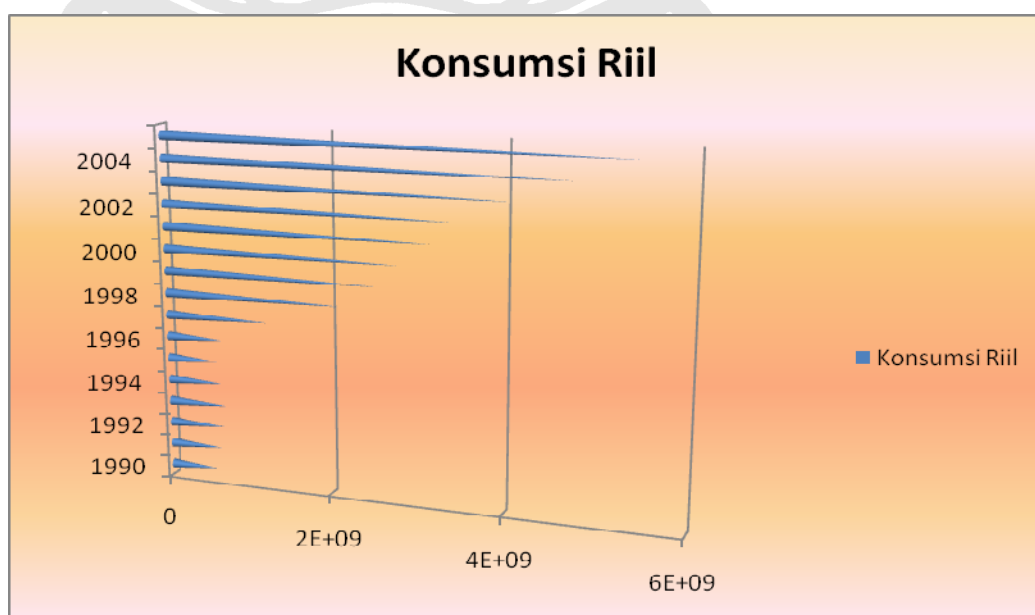


Sumber: Welirang, Fransiscus, "Ketahanan Pangan Untuk Kesejahteraan Rakyat", disampaikan pada DIALOG PANGAN DAN AGRIBISNIS KADIN INDONESIA 2008. 29 Maret 2008.

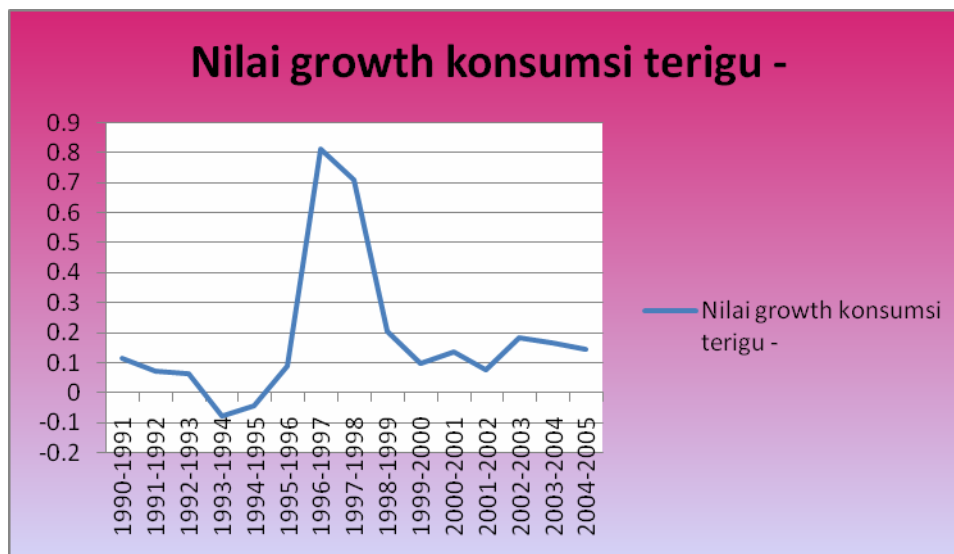
Dari sisi penggunaan terigu nasional per capita, trendnya menunjukkan sinyal yang meningkat. Hal ini bisa dikarenakan terigu telah menjadi bahan baku utama dari produksi makanan yang mengarah ke pengganti nasi. Seperti misalnya pada produksi mie instan, roti, dan juga biskuit. Masyarakat memiliki selera yang berbeda di dalam pemilihan makanan pokoknya. Mie instan kini telah menjadi bahan makanan pengganti nasi saat nasi tidak ada. Keberadaannya menjadi makanan pengganti penghilang rasa lapar bagi pengkonsumsinya. Akibatnya, konsumsi terigu sebagai bahan baku utama pun meningkat. Sama halnya dengan industri roti dan biskuit. Makanan cemilan ini lama-kelamaan menjadi makanan penghilang rasa lapar pengganti nasi. Oleh karena itu, sinyal penggunaan terigu cenderung meningkat.

Untuk melihat berapa besar kebutuhan masyarakat akan terigu sebenarnya, kita dapat menghitung nilai konsumsi riil menggunakan nilai konsumsi per capita. Artinya, penghitungan nilai konsumsi riil dipengaruhi oleh seberapa besar tingkat konsumsi setelah dibagi dengan konsumsi per capita sehingga kita akan mendapatkan nilai konsumsi masyarakat sesungguhnya.

Grafik 4. 11: Nilai Konsumsi Terigu Riil Indonesia , 1990-2005



Grafik 4. 12: Nilai Pertumbuhan Konsumsi Terigu 1990-2005



Sumber: BPS, diolah penulis

Dari kedua grafik diatas kita dapat melihat adanya kecenderungan peningkatan konsumsi terigu per tahunnya. Pada tahun 1990 nilainya meningkat dari 559599232 kilogram hingga 713286920 kilogram di tahun 1993. Di tahun berikutnya, nilai sempat menurun di level 657386508 kilogram dan menurun kembali di tahun 1995 menjadi sebesar 627338090 kilogram. Tetapi kemudian trendnya kembali meningkat setiap tahunnya sejak tahun 1996 dari sebesar 682496005 kilogram hingga menjadi 5413472636 kilogram di tahun 2005.

Peningkatan ini menjadikan indikasi bagi para produsen baik lokal maupun asing bahwa masih terdapat banyak ceruk pasar yang dapat diambil oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang memungkinkan mereka untuk dapat memasuki pasar domestik.

◆ GDP (*Gross Domestic Products*)

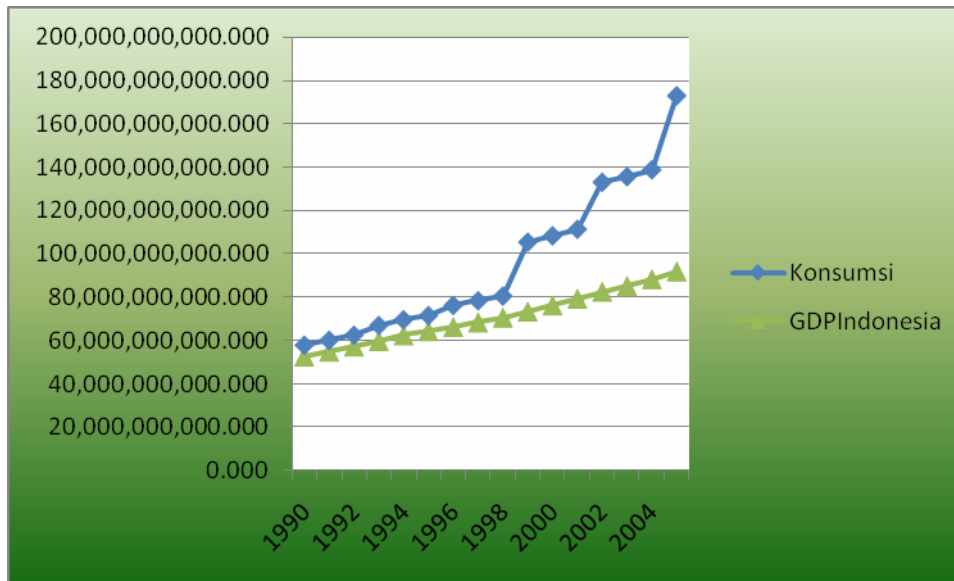
Grafik 4.13. GDP Indonesia



Sumber: IFS, diolah penulis

Trend ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pendapatan pada masyarakat Indonesia. Artinya, kecenderungan masyarakat untuk meningkatkan konsumsi makanannya semakin besar. Dampaknya terhadap industri terigu adalah dapat meningkatkan jumlah konsumsi terigu akibat peningkatan pendapatan masyarakat. Pada kelas menengah ke bawah, pendapatan yang semakin kecil akan meningkatkan konsumsi mie instan. Sementara, bahan baku utama mie instan adalah tepung terigu sehingga pada akhirnya tingkat konsumsi terigu akan ikut meningkat. Sedangkan pada masyarakat menengah keatas, semakin tinggi pendapatan konsumsi cake, pastry, pasta, dan sejenisnya akan meningkat dipengaruhi oleh gaya hidup, dan lain-lain berujung pada konsumsi bahan baku yaitu terigu yang serta merta ikut meningkat. Jadi dapat dikatakan, konsumsi terigu akan terus meningkat.

Grafik 4.14. Perbandingan Trend Konsumsi terigu dengan GDP Indonesia



Grafik diatas menggambarkan adanya kenaikan tingkat konsumsi masyarakat dibandingkan dengan kenaikan Produk Domestik Bruto. Dengan kata lain, kenaikan pendapatan masyarakat memang meningkatkan konsumsi terigu. Peningkatan konsumsi terigu, baik di sektor rumah tangga maupun industri, menggambarkan adanya peningkatan kesejahteraan masyarakat.

4.2. Analisa Hasil Regresi

4.2.1. Regresi OLS

Hasil regresi OLS menunjukkan:

	+					-	
comp=	0.5665	0.2748809	0.0331522	LOG(CAPSTOCK)	+ .0557971	LOG(WFPRICE)	-0.2640235
		LOG(GDP)				LOG(WWORLDPRICE)	0.2008701
		(0.100329)		(-0.017)		(-0.0656)	DTIME
						(-0.1845)	(-0.0608)

R-squared= 60.23%

4.2.2. Uji Pelanggaran Asumsi

a. Autokorelasi

Hasil regresi dengan menggunakan metode OLS menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi

b. Multikolinearitas,

Dalam regresi ditemukan masalah multikolinearitas pada variabel WWORLDPRICE dengan yang menunjukkan nilai korelasi parsial dari variabel independen lebih besar dari 0.8 yaitu sebesar 0.894696. Namun dengan nilai mean VIF sebesar 4.36, multikolinearitas ini masih dapat dikategorikan memiliki pengaruh yang lemah terhadap model.

c. Heteroskedastisitas

Hasil regresi menunjukkan bahwa dengan hipotesis nol homoskedastis, dengan kriteria penolakannya adalah apabila probabilitas $obs * \chi^2 < \alpha$, yaitu cukup bukti untuk mengatakan bahwa model mengalami heteroskedastisitas, model ini dapat disimpulkan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas dengan probabilitas $obs * \chi^2 > \alpha$ sehingga kita dapat menerima Hipotesa nol.

4.2.3. Uji Signifikansi

Dalam penelitian tingkat persaingan di dalam industri tepung terigu ini, model hasil regresi diatas dapat menjelaskan besaran tingkat persaingan yang sebenarnya terjadi di dalam populasi sebesar 0.6023. Dengan kata lain, keakuratan model ini dalam menjelaskan tingkat persaingan di dalam industri terigu adalah sebesar 60.23% sehingga model ini dapat dikatakan lemah. Nilai F-stat sebesar 0.0907 (signifikan pada level $\alpha=0.10$)

menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel-variabel independen memiliki pengaruh signifikan dalam menjelaskan variabel dependen.

Secara ringkas, model diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4.4. Arah dan Signifikansi *Competitiveness Industri Tepung Terigu di Indonesia Periode 1990-2005*

Variabel	Coefficients	Estimasi Arah	Arah pada Hasil Estimasi	Keterangan
Log CAPSTOCK	-.2640235	Negatif	Negatif	signifikan, arah sama
log_gdp_	.2748809	Positif	Positif	Signifikan, arah sama
Log WFPRICE	.0557971	Negatif	Positif	Tidak signifikan, beda arah
Log WWORLDPRICE	-.2640235	Negatif	Negatif	Tidak signifikan, arah sama
DTIME	-.2008701	Negatif	Negatif	signifikan, arah sama

Dari hasil regresi di atas, yaitu untuk periode 1990-2005, terlihat bahwa dari seluruh variabel yang dimasukkan ke dalam model terdapat dua variabel yang tidak signifikan dalam mempengaruhi tingkat persaingan industri tepung terigu di Indonesia yaitu variabel harga terigu (WFPRICE) dan harga gandum dunia (WWORLDPRICE) . Besar dan arah pengaruh variabel-variabel independen di atas adalah sebagai berikut:

- LOG CAPSTOCK (tingkat STOK KAPITAL produsen domestik). Hasilnya signifikan, arah hubungannya sama dengan hipotesa. Hal ini berarti kenaikan 1% pada variabel CAPSTOCK akan berpengaruh menurunkan tingkat konsentrasi produsen domestik sebesar 3.315%. Penambahan modal oleh produsen domestik justru akan menurunkan pangsa pasar mereka. Hal ini diakibatkan karena penambahan modal yang dilakukan justru tidak akan berpengaruh terhadap pesaingnya karena kekuatan pasar yang telah dimiliki. Oleh karenanya, tingkat stok

kapital menurun setelah periode deregulasi (lihat grafik 5.3.). Dengan kata lain, ketika produsen menaikkan produksinya atau melakukan ekspansi, maka hal itu akan meningkatkan konsentrasi pasar mereka sehingga menurunkan tingkat persaingan.

- LOG GDP(Produk Domestik Bruto): Signifikan dan hasilnya menunjukkan arah yang sama dengan hipotesa karena ternyata kenaikan 1% pada variabel GDP, akan berpengaruh meningkatkan tingkat konsentrasi produsen domestik sebesar 27.48809%. Artinya, kenaikan konsumsi masyarakat akibat kenaikan jumlah pendapatan justru akan menaikkan tingkat konsentrasi pasar produsen domestik.
- WFPRICE (tingkat harga terigu lokal): variabel ini memiliki arah hubungan yang berbeda dengan hipotesa namun tidak signifikan terhadap variabel dependen. Kenaikan 1 % pada variabel WFPRICE, akan berpengaruh menaikkan tingkat persaingan industri sebesar 55.7971%. Adanya kenaikan harga jual terigu domestik berdampak menaikkan tingkat konsentrasi pasar industri domestik. Kenaikan harga terigu lokal justru malah menurunkan tingkat persaingan²³.
- WWORLDPRICE (tingkat harga gandum): variabel ini juga tidak signifikan dan arah hubungannya sama. Kenaikan 1 % pada variabel WWORLDPRICE, akan berpengaruh menurunkan tingkat konsentrasi industri domestik sebesar 26.40235%. Nilai ini menunjukkan bahwa dengan adanya kenaikan harga gandum dunia, produsen domestik akan mengalami penurunan profit margin yang merupakan salah satu indikasi dari persaingan. Sementara itu, tingkat konsentrasi pasar produsen domestik akan menurun.

²³ APTINDO REPORT, 2007.

- DTIME(periode waktu deregulasi): variabel ini signifikan dan arah hubungannya sama. Adanya kebijakan yang terkait dengan pengendalian impor terigu akan berpengaruh menurunkan tingkat persaingan industri sebesar 20.08701%.

Dari kelima variabel diatas yang paling signifikan mempengaruhi tingkat konsentrasi pasar dari produsen domestik adalah produk domestik bruto (GDP) ditunjukkan dengan koefisien korelasi yang paling besar yaitu senilai 0.2748809.

Persaingan di dalam industri ini secara mendalam bisa kita lihat berikut ini:

4.2.4. Sisi Pangsa Pasar

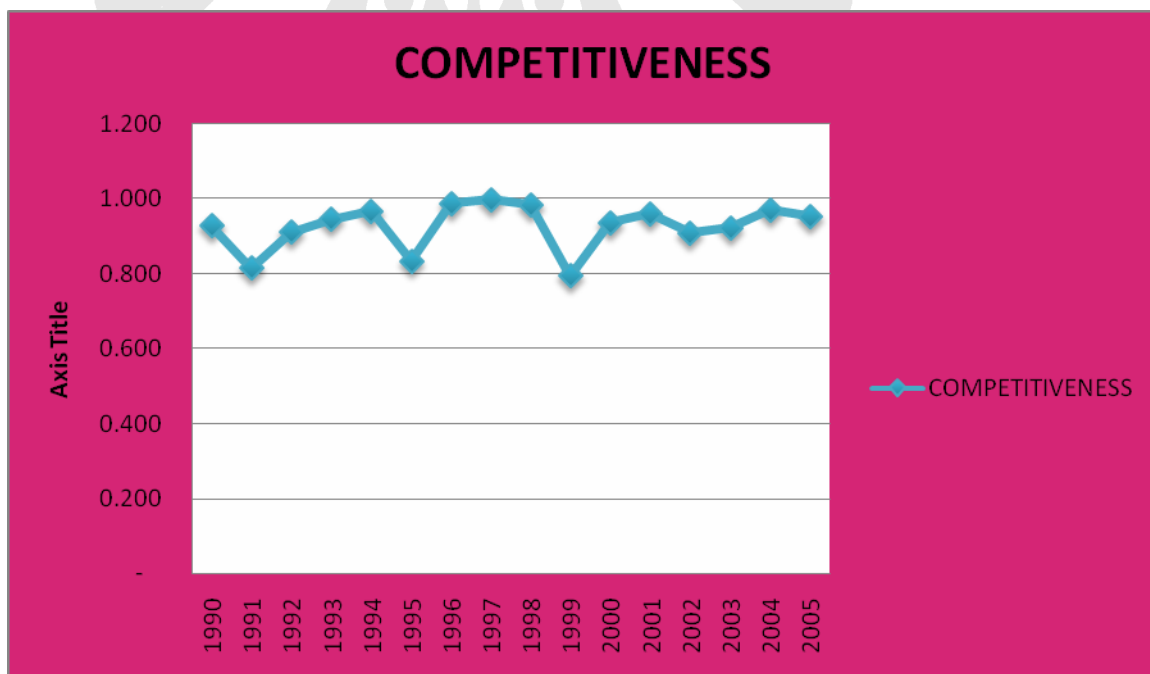
Perubahan pangsa pasar produsen domestik akibat masuknya produk terigu impor memang tidak terelakkan lagi. Penurunan pangsa pasar produsen domestik benar terjadi. Akan tetapi, dari sudut pandang permintaan dan penawaran, peningkatan konsumsi yang sangat tajam dalam periode 1990-2005 yang digambarkan pula oleh peningkatan pendapatan justru diiringi pula dengan peningkatan produksi oleh produsen domestik. Walaupun dilihat dari sisi konsumen, para konsumen mempunyai pilihan lebih banyak untuk mengisi kebutuhan-kebutuhan tepung terigu, namun ternyata masuknya terigu impor tidak berpengaruh banyak terhadap terigu lokal karena ekspansi yang dilakukan oleh produsen lokal tersebut. Selain itu sifat dominan yang dimiliki oleh produsen domestik juga menyulitkan pesaing untuk dapat meraih pangsa pasar yang sudah dimiliki oleh produsen domestik. Oleh karena itu, tingkat konsentrasi pasar yang diartikan dengan proporsi produksi domestik terhadap total produksi nasional tidak mengalami penurunan yang signifikan.

Grafik 4.15. Nilai Produksi Domestik Industri Tepung Terigu Indonesia Periode 1990-2005



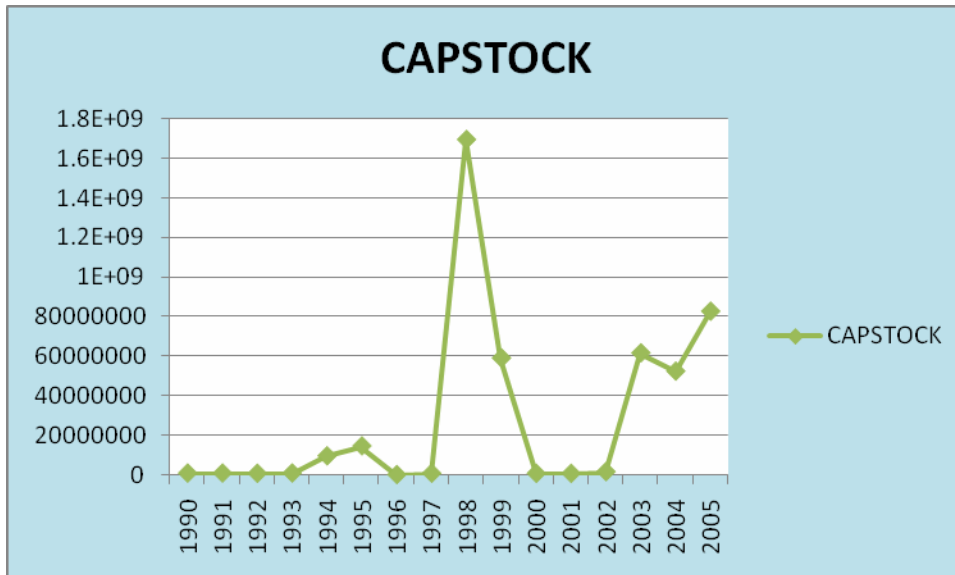
Sumber: BPS, diolah penulis.

Grafik 4.16: Tingkat Persaingan Industri Tepung Terigu Indonesia Periode 1990-2005



Sumber : BPS, diolah penulis

Grafik 4.17. Tingkat stok kapital produsen terigu domestik



Sumber: BPS, diolah penulis

Dalam grafik kita bisa melihat bahwa ukuran *share* tingkat produksi domestik akibat masuknya terigu impor tidak dipengaruhi banyak oleh produk terigu impor tersebut. Tingkat konsentrasi pasarnya masih berada di atas 90%, walaupun terdapat pengecualian untuk tahun-tahun tertentu yaitu pada tahun 1995 dan 1999 dimana kedua tahun tersebut merupakan tahun-tahun peralihan dari efek deregulasi oleh pemerintah. Tahun 1995 pemerintah melalui Keppres RI No. 50/1995 menugaskan BULOG untuk mengendalikan harga dan mengelola persediaan beras, gula, tepung terigu, kedelai, pakan, dan bahan pangan lainnya sehingga terjadi penyesuaian pada tingkat produksi domestik. Kemudian pada tahun 1999 sesuai LOI dengan IMF tanggal 15 Januari 1998, Bulog hanya memonopoli beras saja. Liberalisasi mulai dilaksanakan sesuai Keppres RI no. 19/1998 tanggal 21 Januari 1998 dan tugas pokok BULOG hanya mengelola beras saja.

Dari sisi stok kapital, kita bisa melihat bahwa produsen domestik melakukan ekspansi dengan menambah modal sebagai tindakan antisipatif terhadap pesaingnya pada

tahun 1998. Namun seiring dengan berjalannya waktu, ditemukan bahwa memang pengaruh terigu impor tidak mampu mempengaruhi pangsa pasar produsen domestik sehingga keberadaannya tidak perlu ditindaklanjuti dengan tindakan anti persaingan. Permintaan akan proteksi yang selama ini diajukan oleh produsen domestik hanya merupakan tindakan untuk menambah profit margin mereka yang sejauh ini sudah dominan.

4.2.5. Harga relatif

Persaingan yang terdapat dalam industri ini akibat masuknya terigu impor jika dilihat dari sisi harga relatif menunjukkan hasil yang tidak berbeda dari analisa sebelumnya. Tingkat harga relatif yang didapat dari perhitungan rasio antara harga gandum dunia sebagai proksi dari biaya produksi (dengan asumsi semua biaya produksi lainnya seperti biaya angkut, pajak pelabuhan, teknologi, dan lainnya dianggap konstan) dengan harga jual terigu domestik menunjukkan hasil yang mengecil dari tahun ke tahun dalam periode 1990-2005. Margin yang didapat dari selisih antara biaya produksi dengan harga jual setiap tahunnya meningkat. Tingkat persaingannya sangatlah kecil. Produk lokal masih memiliki keunggulan dibandingkan produk impor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak signifikan mempengaruhi tingkat konsentrasi pasar produsen domestik. Hal ini disebabkan karena sifat produsen domestik yang memang dominan sehingga perubahan pada harga, baik harga jual maupun harga biaya produksi dalam hal ini gandum, tidak memiliki pengaruh terhadap pangsa pasar produsen domestik. Di dalam grafik 4. 5, kita bisa melihat bahwa meskipun setelah dikonversikan ke dalam dollar harga terigu tidak juga turun, artinya penambahan jumlah pemain di dalam industri atau meningkatnya persaingan akibat

deregulasi tidak berhasil menurunkan harga. Di sisi lain, tingkat pendapatan masyarakat yang digambarkan oleh GDP justru memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pangsa pasar produsen domestik. Artinya, peningkatan pendapatan masyarakat akan meningkatkan tingkat konsumsi makanan mereka, dalam hal ini terigu juga terkena dampak peningkatan konsumsi tersebut. Dari sisi kesejahteraan masyarakat, menunjukkan peningkatan. Kemudian, peningkatan konsumsi ini langsung ditangkap oleh produsen domestik yang sudah memiliki kekuatan pasar. Produsen domestik langsung menambah produksinya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut sehingga pangsa pasar tetap terjaga.

