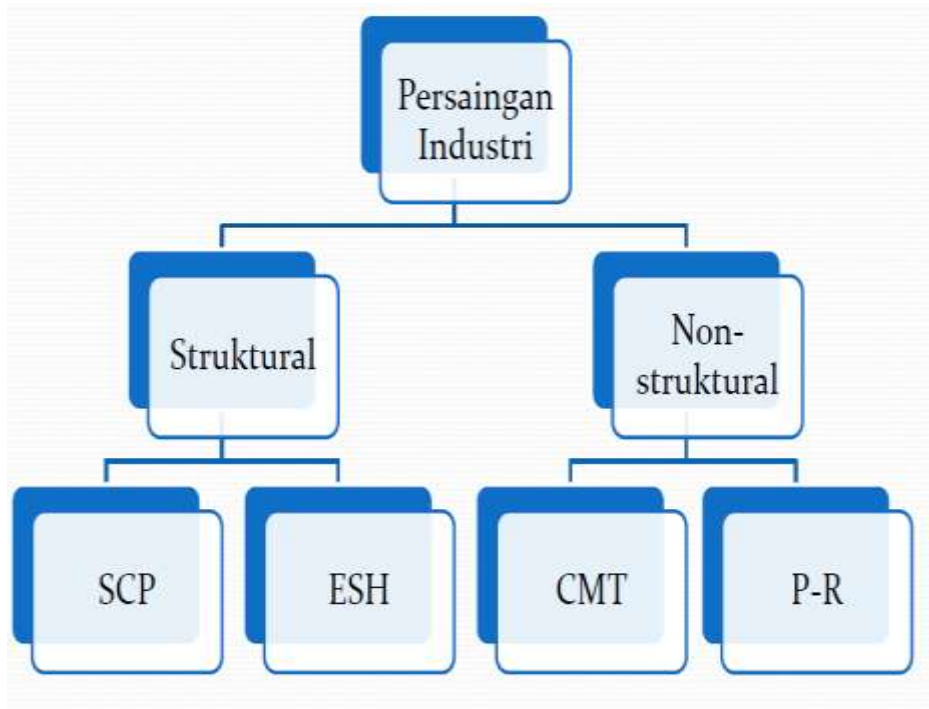


BAB 3

TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini akan dibahas mengenai dasar teori mengenai persaingan serta alasan mengapa bentuk persaingan yang terjadi penting dibahas. Setelah pembahasan tersebut maka pembahasan berikutnya adalah bagaimana menentukan bentuk persaingan yang terjadi dalam pasar tersebut.

Terdapat dua pendekatan utama yang dapat digunakan untuk mengevaluasi tingkat persaingan yang terjadi dalam sebuah industri, yang dalam hal ini industri perbankan. Pendekatan ini terbagi atas pendekatan struktural dan pendekatan non struktural. Pendekatan struktural mencakup paradigma *Structure – Conduct- Performance (SCP)* dan hipotesa *efficient structure hypothesis (ESH)*, sedangkan pendekatan non-struktural tidak berbasis pada informasi eksplisit struktur pasar untuk menentukan tingkat persaingan suatu industri (Bikker & Haaf, 2001). Kedua pendekatan ini akan dibahas secara singkat dalam bab ini, yang dilanjutkan dengan bahasan terkait penelitian-penelitian terdahulu mengenai persaingan dalam industri perbankan. Untuk mempermudah, maka akan ditampilkan kedua pendekatan tersebut dalam bentuk diagram :



Gambar 3-1 Pendekatan dalam evaluasi tingkat persaingan

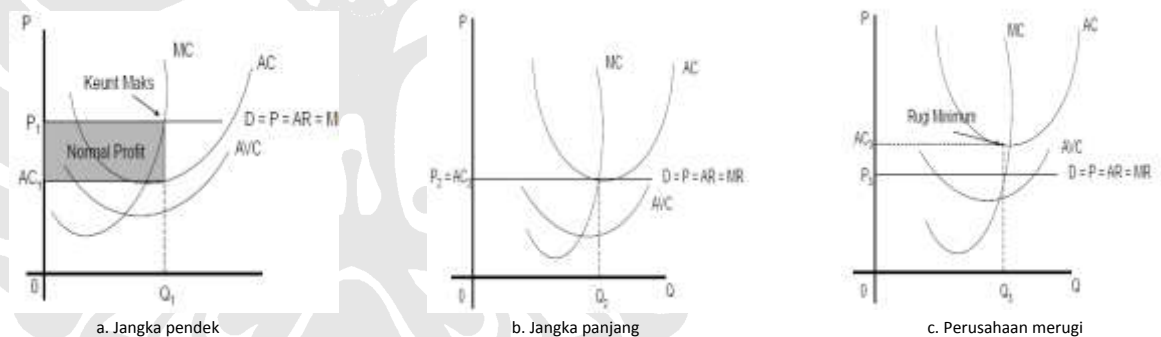
3.1 Teori Persaingan

Sebelum membahas mengenai persaingan, maka pertama – tama harus mendefinisikan dulu arti dari pasar itu sendiri, karena adanya pasar akan membentuk persaingan. Pasar sendiri didefinisikan sebagai sekumpulan pembeli dan penjual yang melalui interaksi mereka dapat menetapkan produk atau sekumpulan produk (Pyndick & Rubinfeld, 2001).

Implikasi dari persaingan adalah terciptanya berbagai macam bentuk pasar persaingan yang terjadi. Bentuk pasar tersebut akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam industri tersebut. Lebih jelasnya lagi, bentuk pasar yang berbeda juga akan memberikan dampak yang berbeda dalam penetapan harga, keputusan investasi, keputusan mengenai input (*input decision*) serta perilaku perusahaan dalam menyikapi aktivitas yang dilakukan oleh pesaingnya dalam industri tersebut. Berangkat dari pernyataan tersebut, maka penting untuk mengetahui teori dasar mengenai bentuk-bentuk pasar yang terjadi.

3.1.1 Pasar Persaingan Sempurna

Karakteristik pasar ini adalah terdapat banyak perusahaan dan setiap perusahaan menghasilkan barang yang homogen, perusahaan memiliki kebebasan masuk ataupun keluar dari pasar tanpa menghadapi *sunk cost*⁴ dan setiap produsen dan konsumen memiliki informasi yang sempurna mengenai pasar. Implikasi dari karakteristik tersebut adalah bahwa sebuah perusahaan tidak akan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi harga. Oleh karenanya, bentuk kurva penawarannya adalah horizontal. Selain itu, pada persaingan ini kurva penawaran, harga, rata-rata penerimaan, serta penerimaan marjinal akan terletak pada satu kurva yang berbentuk horizontal (Gambar 3.1.b).



Gambar 3.2 Pasar persaingan sempurna

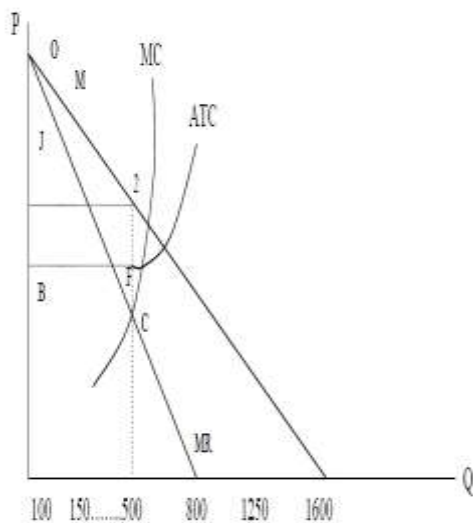
Pada gambar tersebut terlihat pula bagaimana keseimbangan jangka panjang dalam pasar persaingan sempurna terbentuk. Gambar (a) merupakan keseimbangan jangka pendek, dimana harga lebih besar dari rata-rata biaya ($P > AC$) sehingga menghasilkan profit diatas profit normal. Dalam jangka panjang, adanya profit tersebut mengundang perusahaan lain untuk masuk kedalam pasar sehingga permintaan bagi pasar tersebut berkurang dan harga akan sama dengan biaya rata-rata

⁴ Adalah biaya yang sudah dipakai dan tidak dapat diambil lagi. Contohnya adalah biaya pabrik yang menspesialisasikan pada peralatan yang tidak digunakan dalam industri lain (Pyndick & Rubinfeld, 2001).

($P=AC$) dan biaya marginal sama dengan pendapatan marginal ($MC=MR$), hal ini dapat dilihat pada gambar (b). Pada titik ini economic profit sama dengan nol, atau laba yang dihasilkan hanyalah normal profit saja . Jika perusahaan tersebut tidak dapat efisien dalam memproduksi, maka lambat laun biaya rata-ratanya akan lebih tinggi daripada harga yang dikenakan. Akibatnya perusahaan tersebut mengalami kerugian dan harus menutup produksinya. Hal ini dapat dilihat pada gambar c).

3.1.2 Pasar Persaingan Monopoli

Jika di satu titik ekstrim terjadi pasar persaingan sempurna, dimana penjual banyak sekali sehingga tidak dapat mempengaruhi harga, maka di titik ekstrim lainnya akan dijumpai pasar persaingan monopoli dimana jumlah penjual hanyalah satu perusahaan saja sehingga memiliki kekuatan pasar yang besar dan dapat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Karena hanya merupakan satu-satunya perusahaan dalam industri, maka permintaan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut adalah permintaan pasar. Implikasinya adalah kurva permintaan akan berbentuk miring dari kiri atas ke kanan bawah (*downward sloping*). Bentuk kurvanya dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

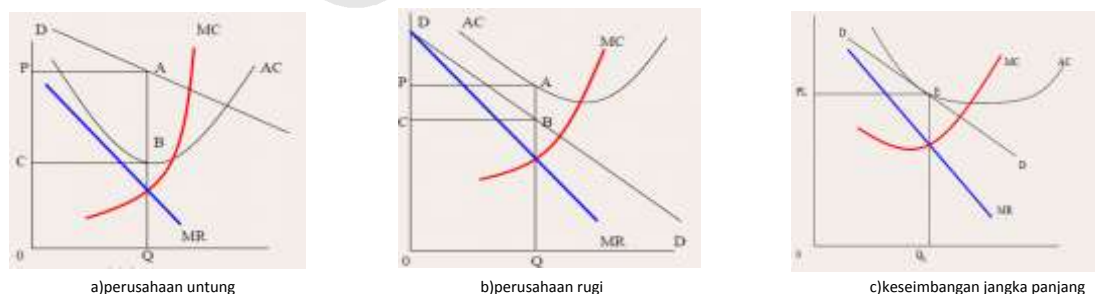


Gambar 3.3 Pasar persaingan monopoli

Pada gambar di atas, terlihat bahwa perusahaan monopoli pun akan memproduksi pada tingkat penerimaan marjinal sama dengan biaya marjinal ($MR=MC$). Jarak antara kurva biaya rata-rata dengan kurva permintaan akan menghasilkan profit untuk perusahaan monopoli. Dalam gambar, hal tersebut terlihat dari bentuk kotak antara kurva permintaan dan kurva biaya rata-rata. Dari gambar pun terlihat bahwa pada persaingan monopoli, konsumen mengalami kerugian karena memperoleh barang dengan jumlah yang lebih sedikit dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan pasar persaingan sempurna.

3.1.3 Pasar Persaingan Monopolistik

Dalam bentuk persaingan ini, terdapat banyak penjual dimana masing-masing penjual memiliki kekuatan pasar walaupun tidak besar. Hal ini karena barang yang ada dalam pasar tersebut adalah barang yang sudah mengalami diferensiasi, atau dengan kata lain barang yang ada bukan merupakan barang substitusi sempurna. Selain itu pasar ini dicirikan dengan adanya kebebasan untuk masuk dan keluar dalam industri. Ciri lainnya yang menonjol adalah adanya persaingan non-harga, seperti dalam hal marketing atau promosi penjualan, yang sangat aktif. Karena masing-masing produsen memiliki kekuatan pasar, maka kurva permintaan dalam persaingan tersebut berbentuk menurun dari atas kiri ke kanan bawah (*downward sloping*). Kurvanya dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3.4 Kurva persaingan monopolistik

Dari gambar di atas terlihat bahwa pada persaingan monopolistik sekilas tampak seperti pada pasar monopoli dimana kurva permintaannya berbentuk *downward sloping*. Hal tersebut memang benar dikarenakan setiap perusahaan memiliki kekuatan pasar walaupun tidak besar. Secara umum karena kurvanya berbentuk seperti monopoli, maka konsumen akan dirugikan seperti pada pasar monopoli. Namun apakah hal tersebut benar? Tidak selalu. Pertama, karena adanya kebebasan keluar-masuk maka perusahaan yang sudah ada dalam industri (*incumbent*) tidak dapat mengenakan harga jauh di atas biaya rata-ratanya karena hal tersebut akan mengundang perusahaan baru untuk masuk dalam persaingan. Kedua, konsumen menghargai adanya perbedaan antar produk sehingga wajar jika terjadi harga yang ada di atas biaya rata-ratanya.

3.2 Konsep Persaingan dalam Islam

Perekonomian konvensional menekankan pada kebebasan absolut individu untuk mengejar kepentingan pribadi dan untuk memiliki serta menggunakan hak milik pribadi. Asumsinya adalah bahwa kepentingan sosial secara otomatis akan terpelihara dengan sendirinya oleh kekuatan pasar seandainya kepentingan pribadi dikejar dalam batasan kondisi persaingan sempurna (*perfect competition*). *Institutional economics* menambahkan peran kelembagaan atau aturan-aturan mengenai perilaku dan penegakannya secara efektif oleh pemerintah melalui insentif dan alat-alat preventif. Sementara itu, ekonomi Islam menganggap keduanya penting, namun belum cukup untuk mewujudkan tujuan-tujuan kemanusiaan. Ekonomi Islam membolehkan pemenuhan kebutuhan pribadi untuk mewujudkan efisiensi dan pembangunan yang lebih besar, akan tetapi membatasi dan merestrukturisasi pencapaian tujuan pribadi dengan memasukkan perintah moral ke dalam model. Nilai-nilai moral memberikan suatu perspektif jangka panjang pada kepentingan pribadi dengan memperluasnya keluar dari cakupan waktu dunia ini, yang transisional, kepada alam akhirat yang abadi.

Nilai-nilai moral juga dapat membantu mentransformasi selera dan preferensi konsumen dengan membatasi belanja konsumen terutama pada barang-barang kebutuhan pokok dan keperluan hidup sehingga dengan jalan tersebut dapat pula meminimalkan kemewahan dan keborosan (kerakusan). Pola perilaku semacam ini, dikombinasikan dengan zakat dan pengelauaran untuk amal lainnya, tidak hanya akan memberikan kontribusi pada pemenuhan kebutuhan dasar yang lebih baik tetapi juga meningkatkan tingkat tabungan, investasi dan mendorong pembangunan (Chapra, 1992).

Asalkan dalam batasan nilai-nilai moral, konsumen dan produsen dapat bertindak sesuai dengan selera dan preferensinya sendiri serta berusaha memaksimalkan tingkat kepuasan dan pendapatannya. Konsumen maupun produsen dapat memiliki pilihan untuk memaksimalkan (ataupun tidak memaksimalkan), tingkat kepuasan atau laba, sementara perusahaan kemitraan atau korporasi tidak mendapatkan kebebasan memilih seperti ini. Preferensi berbeda dari setiap mitra atau *stakeholder* memiliki kecenderungan untuk membatasi perusahaan untuk mengejar tujuan selain dari maksimisasi profit. Islam bagaimanapun juga tidak mencegah perusahaan untuk memaksimalkan laba, asalkan saja hal ini dilakukan dalam batasan-batasan nilai moral.

Mekanisme pasar juga diterima oleh Islam, namun disyaratkan bahwa semua pihak yang bersaing dalam pasar beroperasi di bawah arahan cahaya dan nilai-nilai moral dan kendali yang ditetapkan oleh nilai-nilai ini atas kepentingan diri dan hak milik pribadi, untuk memastikan keadilan bagi semua pihak yang berinteraksi didalam pasar, baik konsumen maupun faktor-faktor produksi (Chapra, 1992). Untuk tujuan ini, sejumlah ilmuwan Islam telah menekankan peranan kerjasama dalam masyarakat Muslim, tanpa mengurangi perananan penting dari persaingan dalam sistem pasar. Peranan mekanisme pasar yang terarahkan secara moral beriringan dengan adanya kerjasama, lebih jauh lagi didukung oleh peranan keluarga dan masyarakat dalam menjamin kesejahteraan bersama dan solidaritas sosial sehingga

seluruh beban untuk menjamin kepentingan sosial tidak jatuh kepada pasar ataupun pemerintah saja.

Dengan demikian rasionalitas menjadi terikat tidak hanya oleh batasan kognitif pengetahuan dan kapasitas komputasional, tetapi juga oleh kewajiban keluarga dan sosial yang ditentukan secara moral (Chapra, 1992). Penggunaan sumber daya secara hati-hati dan hemat serta kemauan berkorban untuk kepentingan orang lain menjadi hal yang rasional, karena hal ini memenuhi kepentingan diri setiap orang di alam akhira nanti. Perwujudan efisiensi dan keadilan dalam alokasi serta distribusi sumber daya dengan demikian tidak seluruhnya bergantung pada mekanisme pasar. Faktor-faktor moral, sosial, institusional dan politik masing-masing memiliki peran yang dapat mendukung mekanisme ini.

3.3 Pendekatan Struktural

Pendekatan ini disebut pendekatan struktural karena dalam menganalisis perilaku persaingan melihat perilaku persaingan suatu industri melalui struktur pasar yang terjadi. Ada dua teori utama dalam pendekatan ini, yakni teori SCP dan teori *Efficient Structure Hypothesis*.

3.3.1 Teori *Structure-Conduct-Performance*

Paradigma ini pertama kali dikembangkan oleh Mason (1939) dan Bain (1951) yang bertujuan untuk mengetahui derajat persaingan dalam industri berdasarkan karakteristik struktural yang membangun hubungan langsung antara struktur (*structure*) industri dengan perilaku (*conduct*) perusahaan, dan dari perilaku ke kinerja (*performance*) perusahaan. Dengan kata lain, struktur perusahaan akan mempengaruhi perilaku perusahaan dalam membuat keputusan untuk berkompetisi atau berkolusi, yang nantinya akan mempengaruhi performance yang akan dicapai. Kinerja yang baik merupakan hasil dari struktur dan perilaku yang kompetitif.

Pendekatan ini menempatkan struktur sebagai pengaruh utama dari keberhasilan fungsi pasar. Pola hubungan linier antara struktur, perilaku, dan kinerja diasumsikan stabil dan bersifat kausal, sehingga hubungan langsung dapat terjadi antar sekumpulan variable-variabel yang mewakili struktur dan variable-variabel kinerja (Church & Ware, 2000). Menurut literatur organisasi industri, konsentrasi penjualan beberapa perusahaan dalam pasar memegang peranan penting dalam analisis SCP. Konsentrasi rasio ini sering digunakan untuk mengukur struktur pasar, sehingga secara tidak langsung dapat menggambarkan intensitas persaingan (Bird, 1999).

Pada dasarnya SCP mengimplikasikan bahwa konsentrasi dalam industri perbankan dapat menciptakan kekuatan pasar, yang menjadikan bank mendapat keuntungan monopoli dengan menawarkan tingkat bunga deposito yang lebih rendah dan mengenakan tingkat bunga pinjaman yang lebih tinggi. Pandangan ini mengasumsikan bahwa konsentrasi pasar dapat mengabaikan pesaing potensial karena adanya hambatan masuk berupa teknologi yang dimiliki atau karena adanya peraturan yang menghambat pemain baru untuk masuk.

Penelitian empiris mengenai keberadaan hubungan antara kekuatan dan konsentrasi pasar beraneka ragam. Berger dan Hannan (1989) menganalisis data *cross section* pasar perbankan Amerika pada tahun 1983-1985. Dengan melihat berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku penetapan harga, mereka menemukan bahwa tingkat bunga deposito secara signifikan lebih rendah pada pasar yang terkonsentrasi. Namun demikian, penelitian terkini meragukan hubungan konsentrasi pasar dan kekuatan monopoli ini. Jackson (dalam Setiyowati, 2005) berargumen bahwa hubungan antara konsentrasi pasar dan kekuatan pasar bukanlah suatu hubungan yang kaku, namun merupakan sebuah hubungan yang dinamis. Lebih lanjut Jackson menyatakan bahwa dalam pasar yang terkonsentrasi sekalipun tetap dapat terjadi kompetisi tertentu

3.3.2 Teori Efficient Structure Hypothesis (ESH)

Model SCP mendapat tantangan dari pendekatan teori lainnya, terutama dari Efficient Structure Hypothesis (ESH) oleh Demsetz (1973) dan Peltzman (1977). Model ini mengangap bahwa hubungan yang positif antara struktur pasar dan keuntungan menunjukkan adanya *efficiency gap* dari perusahaan (Demsetz, 1973). Diasumsikan perusahaan yang efisien dapat meningkatkan profit dengan mengembangkan *cost advantage* untuk memperoleh market share yang lebih besar, dengan konsekuensi meningkatnya konsentrasi pasar. Adanya efisiensi dari salah satu perusahaan akan mendorong perusahaan lain untuk melakukan efisiensi juga supaya dapat bersaing dalam dalam industri tersebut. Sehingga secara agregat implikasi terjadinya hal tersebut adalah meningkatnya konsentrasi pasar.

Dengan kata lain kinerja yang superior dari pemimpin pasar (*market leader*) terjadi karena pemilikan factor produksi yang spesifik seperti teknologi dan kemampuan managerial yang secara endogen menentukan struktur pasar yang berimplikasikan efisiensi yang lebih tinggi menghasilkan konsentrasi dan tingkat keuntungan yang lebih tinggi.

Hasil ini diperoleh setelah Demsetz menguji 95 industri 3 digit di Amerika Serikat pada tahun 1963. Hasil penelitiannya menemukan bahwa perusahaan-perusahaan yang berada di pasar yang terkonsentrasi memiliki kecenderungan untuk melakukan kolusi baik secara terbuka maupun tidak, sehingga hambatan masuk ke dalam sebuah industri akan semakin besar dan selanjutnya akan meningkatkan laba yang lebih besar bagi perusahaan dalam industri tersebut

3.4 Pendekatan Non Struktural

Pendekatan ini merupakan pendekatan alternatif untuk menganalisis perilaku persaingan pasar. Model ini tidak melihat perilaku persaingan melalui analisis struktur pasar, tapi mengenali perilaku persaingan tergantung pada struktur pasar dimana dia beroperasi, dimana kesimpulan untuk menentukan bentuk persaingan

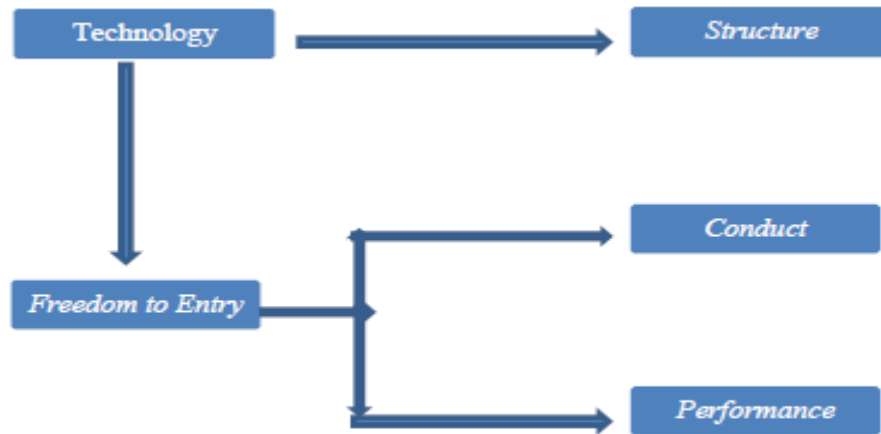
yang terjadi didapat dari informasi implisit dalam pasar tersebut. Dengan kata lain, untuk mengetahui pola persaingan yang terjadi tidak cukup hanya berdasarkan informasi mengenai struktur pasar apa yang berlaku namun butuh informasi tambahan lainnya. Temuan utama dari model ini adalah tidak terdapat bukti yang cukup jelas untuk mengatakan bahwa penggunaan kekuatan pasar akan berakibat pada konsentrasi pasar yang lebih besar.

Konsentrasi rasio merupakan salah satu unsur dalam mengukur struktur pasar. Elemen struktur pasar lainnya mencakup kondisi entry dan exit, hubungan horizontal antar perusahaan yang dapat mempengaruhi tingkat persaingan pasar. Dalam hal ini struktur pasar tidak sepenuhnya menentukan tingkat persaingan dalam suatu industry.

Dalam pendekatan ini, ada dua teori mainstream yakni teori *Chicago School* dan Teori *contestable market*.

3.4.1 Pandangan (Teori) Chicago School

Pandangan Chicago berusaha menerangkan hubungan SCP dengan teori yang sistematis dan menyeluruh dalam usahanya menjelaskan kejadian nyata (Waldman & Jensen, 2001). Pandangan ini dipelopori oleh Stiegler (1968) sebagai reaksi atas ketidakpuasaan terhadap pandangan kaum strukturalis yang dipelopori oleh Bain. Pandangan Chicago menempatkan kinerja sebagai variabel yang mempengaruhi struktur pasar. Kemudian struktur pasar yang akan mempengaruhi perilaku perusahaan. Selanjutnya perilaku ini yang akan mempengaruhi struktur yang terjadi di pasar tersebut (Martin, 1994)). Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 3-5 The Chicago Framework

Sumber : Martin (1994)

Pandangan ini menolak campur tangan pemerintah dan menyerahkan segala sesuatunya kepada pasar karena sumber utama dari munculnya monopoli / perilaku anti kompetisi justru berasal dari campur tangan pemerintah. Sehingga menurut pandangan ini, pemerintah sebaiknya lepas tangan dan memnyerahkan segala sesuatunya kepada pasar yang berlaku. Selanjutnya pasar tersebut yang akan membereskan distorsi yang ada.

3.4.2 Contestable Market Theory

Contestable Market Theory (CMT) yang dikembangkan oleh Baumol (1982) memberikan argument yang lebih kuat mengenai perilaku persaingan pasar. Teori ini menegaskan bahwa tingkat konsentrasi bukan merupakan faktor penting dalam penentuan performa pasar. Jika pasar berbentuk *contestable* sempurna, harga selalu mencerminkan biaya produksi meskipun hanya terdapat satu perusahaan dalam industri tersebut. Dengan kata lain, industri yang terkonsentrasi dapat berperilaku secara kompetitif jika hambatan masuk bagi pesaing baru cukup rendah. CMT mengasumsikan bahwa perusahaan dapat masuk atau keluar dari sebuah pasar dengan

cepat tanpa kehilangan modalnya atau tidak ada *sunk cost*. Tidak adanya *sunk cost* ini menyebabkan perusahaan lama (*incumbent*) menghadapi kondisi *hit and run* untuk masuk maupun keluar, yang berarti pemain potensial dapat masuk dan keluar industri tanpa biaya dan tidak harus menunggu sampai mendapat tingkat penerimaan tertentu untuk menutup *sunk cost*. Selain itu, dalam industri yang *contestable*, pesaing potensial memiliki fungsi biaya yang sama dengan perusahaan lama. Jika perusahaan lama tidak memiliki keunggulan absolute dalam hal biaya dibandingkan dengan pemain potensialnya, keseimbangan pasar yang *contestable* menjadikan perusahaan lama hanya menikmati keuntungan normal

Karakteristik pasar yang *contestable* ini berimplikasi bahwa pasar perbankan yang terkonsentrasi dapat bersaing secara kompetitif meskipun pasar didominasi oleh beberapa bank besar. Oleh karenanya, pengambil kebijakan seharusnya relatif tidak memperhatikan mengenai dominasi pasar lembaga intermediasi keuangan dalam system keuangan suatu negara jika pasar keuangannya *contestable*. Berdasarkan argument ini, deregulasi dan liberalisasi akan membuat industri perbankan menjadi lebih *contestable* atau terbuka untuk persaingan.

Untuk mengetahui perilaku persaingan yang bersifat *contestable* atau *non contestable* ini berkembanglah metode – metode non-struktural seperti yang dilakukan oleh Bresnahan-Lau (1981) dan Panzar-Rosse (1987). Metode non-struktural tersebut masing-masing mengukur perilaku persaingan perbankan tanpa menggunakan informasi struktur pasar secara eksplisit. Pengukuran perilaku persaingan dilakukan dengan mengestimasi perbedaan struktur biaya dari harga persaingan.

3.4.2.1 Model Bresnahan dan Lau (1981)

Penelitian mengenai persaingan di industri perbankan ini menganalisis hubungan antara struktur pasar dengan profit atau harga dari output. Idenya adalah terdapat hubungan positif antara konsentrasi dan pendapatan menunjukkan adanya persaingan tidak sempurna pertama kali dikembangkan oleh Bresnahan (1981).

Penelitian ini dikembangkan oleh Shaffer (1993) menggunakan data perbankan Amerika Serikat tahun 1989. Dengan menggunakan metode Bresnahan, Model ini menganalisis tingkat persaingan melalui maksimisasi profit pada kondisi $MR=MC$ dan dengan menggunakan data time series sehingga didapat kesimpulan jenis kompetisi pada industri pada seluruh periode pengamatan. Parameter utama dari penelitian ini adalah menginterpretasikan deviasi rata-rata *marginal revenue* dari *demand* yang menunjukkan tingkat *market power*.

Pengujian kekuatan pasar dilakukan dengan menggunakan parameter perbedaan antara penerimaan marginal dan harga. Parameter tersebut lebih lanjut dikenal sebagai *conjectural variation* yang dinotasikan sebagai λ dimana $-1 \leq \lambda \leq +1$. Dengan kata lain, λ adalah indeks kompetisi yang diestimasi. Ide dasar dari pengujian ini adalah bahwa maksimisasi keuntungan perusahaan dapat tercapai jika biaya marjinal sama dengan penerimaan marjinal ($MR = MC$). Nilai $\lambda = 0$ berimplikasikan bahwa bank dapat berperilaku seperti *price takers* dalam perilaku persaingan sempurna dan tidak ada perbedaan antara fungsi penerimaan marjinal dengan fungsi permintaan. Untuk nilai $\lambda=1$ bank berperilaku seperti pada joint monopoli atau kolusi sempurna yang memilih penentuan *output* atau harga berdasarkan kurva penerimaan marjinal pasar. Nilai tengah λ berhubungan dengan berbagai tingkat persaingan tidak sempurna atau kolusi.

Aplikasi pada struktur perbankan konsisten dengan perilaku persaingan sempurna dan menolak hipotesis *joint monopoly*.

3.4.2.2 Pendekatan Model Panzar & Rosse (1987)

Pendekatan ini mencoba menguji kekuatan pasar dengan didasarkan pada premis bahwa bank akan menerapkan strategi diferensiasi harga untuk merespon perubahan biaya input, yang tergantung pada struktur pasar dimana bank tersebut beroperasi. Oleh karenanya, apakah bank beroperasi dalam pasar persaingan

sempurna atau memiliki kekuatan monopoli dapat dilihat dari analisis mengenai pendapatan total bank sebagai respon terhadap perubahan harga input

Panzar dan Rosse mendefinisikan suatu indikator persaingan, yang disebut sebagai H-statistik, yang merupakan penjumlahan elastisitas dari bentuk susut (*reduced form*) penerimaan yang berkaitan dengan harga input. Panzar dan Rosse membuktikan bahwa dalam struktur pasar monopoli, nilai H-statistik kurang atau sama dengan nol. Intuisi ekonominya adalah bahwa penetapan harga output tidak tergantung pada perubahan harga input. Lebih lanjut, model ini menunjukkan bahwa H-statistik dapat bernilai negatif jika struktur pasarnya berbentuk oligopoli kolusif sempurna atau *conjectural variation* dalam oligopoli jangka pendek.

Pengujian ini diturunkan dari model pasar perbankan umum, yang menentukan output keseimbangan, dan keseimbangan jumlah bank dengan memaksimalkan keuntungan pada tingkat bank maupun tingkat industri. Pengujian ini dilakukan secara bertahap, sebagaimana diuraikan berikut ini.

Pertama, bank i memaksimalkan keuntungannya, dimana penerimaan marginalnya sama dengan biaya marginalnya :

$$R_i(X_i, n, Z_i) - C_i(X_i, W_i, t_i) = 0 \quad (3.1)$$

Dimana, R_i adalah penerimaan total bank i

C_i = Biaya total bank i

X_i = Output bank i

n = Jumlah bank

W_i = Vektor m untuk harga factor input bank i

Z_i = Vektor variable eksogen yang menggeser fungsi penerimaan bank

t_i = Vektor variabel-variabel eksogen yang menggeser fungsi biaya bank i

Selanjutnya pada tingkat pasar (dalam kondisi keseimbangan) terdapat kendala keuntungan normal

$$R_i^*, (x^*, n^*, z^*) - C_i^*, (x^*, w, t) = 0 \quad (3.2)$$

Tanda bintang menunjukkan bahwa variabel tersebut berada pada nilai keseimbangan. Kekuatan pasar diukur dengan perubahan dalam harga input (dw_{ki}) yang mencerminkan keseimbangan penerimaan yang diperoleh oleh bank i .

Berdasarkan hasil ini, Panzar dan Rose mendefinisikan suatu indikator persaingan, yang disebut sebagai H-statistics, yang merupakan penjumlahan elastisitas dari bentuk susut penerimaan (*reduced form revenue*) yang berkaitan dengan harga input:

$$H = \sum_{k=1}^m \frac{\partial R_i}{\partial W_{ki}} \frac{W_{ki}}{R_i^*} \quad (3.3)$$

Menurut Panzar dan Rose, pada pasar monopoli, meningkatnya harga input akan meningkatkan MC (pada kurva terlihat bahwa kurva MC akan mengalami *shifting*), mengurangi output keseimbangan dan akhirnya menurunkan pendapatan. Jadi, H akan bernilai nol atau negatif. Intuisi ekonominya adalah bahwa penetapan harga output monopoli tidak tergantung pada perubahan harga input. Lebih lanjut Panzar Rose menunjukkan bahwa H-statistics juga bernilai negatif jika struktur pasarnya berbentuk oligopoli kolusif sempurna

Untuk persaingan sempurna dan persaingan monopolistik, analisis didasarkan pada perbandingan statis model keseimbangan Chamberlain yang memperkenalkan ketergantungan pada persamaan structural penerimaan bank dengan menggunakan hipotesis bahwa *free entry* dan *exit* menghasilkan keuntungan normal. Dalam hal ini naiknya biaya input akan direspon secara sempurna dengan naiknya harga output untuk tetap mendapatkan keuntungan normal. Satu satuan kenaikan biaya input akan

direspon dengan naiknya 1 satuan harga output. Hal ini berdasarkan premis yang menyatakan bahwa bahwa dalam jangka panjang, harga yang ditetapkan adalah sama dengan biaya rata-rata ($P=AC$).

Dalam kasus persaingan monopolistic nilai H statistics akan bernilai antara 0 dan 1, $0 < H < 1$. Nilai H yang positif menunjukkan bahwa datanya konsisten dengan persaingan monopolistic. Meskipun bank berperilaku seperti monopoli, kondisi entry dan exit bank lain yang menawarkan persaingan produk yang tidak sempurna menjadikan mereka mendapatkan keuntungan normal. Dalam kasus ini, bank menghasilkan output yang lebih banyak dan menerapkan harga yang lebih rendah dibandingkan kondisi monopoli murni.

Dalam merespon kenaikan harga input, bank akan menaikkan harga (baik untuk tingkat bunga pinjaman) sampai mereka bisa menutup naiknya biaya untuk tetap bertahan dalam persaingan. Selama proses ini, bank yang tidak efisien mungkin akan diakuisisi oleh bank lain atau harus keluar dari pasar. Keluarnya beberapa perusahaan meningkatkan permintaan yang dihadapi oleh bank yang masih ada, yang mengakibatkan naiknya harga dan penerimaan yang sepadan dengan naiknya biaya. Pada model persaingan monopolistik tertentu, dimana produk bank satu sama lain dapat dianggap merupakan substitusi yang sempurna, elastisitas permintaan mendekati tidak terhingga.

Pada pasar persaingan sempurna ini, $H = 1$. Meningkatnya harga input akan meningkatkan marginal dan average cost tanpa mempengaruhi output optimal dari individual bank. Keluarnya (exit) beberapa perusahaan dari industry akan meningkatkan permintaan yang dihadapi oleh perusahaan yang tersisa yang pada akhirnya akan meningkatkan harga dan pendapatan akan sebanding dengan kenaikan biaya. Tabel 1 merupakan ringkasan dari definisi H.

Tabel 3-1 Definisi H-stat

H statistics	Test Derajat Persaingan
$H \leq 0$	Keseimbangan monopoli oligopoli kolusif sempurna
$0 \leq H \leq 1$	Persaingan monopolistik
$H = 1$	Persaingan sempurna Monopoli alamiah dalam pasar yang contestable sempurna

Sumber : Abdul Majid et al (2007)

3.5 Penelitian Terdahulu

Model Bresnahan-Lau (1981) dan model Panzar-Rosse atau model P-R populer digunakan untuk penelitian empiris mengenai persaingan perbankan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Claessens dan Leaven (2003), Shaffer (1982) merupakan orang pertama yang mengaplikasikan model P-R dal industri perbankan. Shaffer mengestimasi perbankan di New York menggunakan model Breshanan-Lau (1981) dengan data tahun 1989 dan menemukan perilaku persaingan monopolistik. Penelitian lain dilakukan oleh Nathan dan Naïve (1989) yang menguji persaingan perbankan di Kanada. Penelitian pada perbankan di Kanada ini konsisten dengan penelitian Shaffer yang menggunakan metodologi Bresnahan yang menolak hipotesis kekuatan monopoli. Mereka menemukan perilaku persaingan sempurna untuk tahun 1982 dan persaingan monopolistik untuk tahun 1983-1984.

Pengujian persaingan dalam industri perbankan dengan menggunakan metode P-R untuk negara berkembang sampai saat ini masih relatif terbatas. Gelos dan Roldos (2002) menganalisa sejumlah pasar perbankan dengan menggunakan metodologi P-R untuk perbankan di beberapa negara berkembang pada tahun 1994-1999. Mereka menemukan bahwa semua pasar perbankan dalam sampel delapan negara di Eropa serta Amerika Latin bersifat kompetitif meskipun tingkat konsentrasinya meningkat. Mereka menyimpulkan bahwa berkurangnya *barriers to*

entry, seperti dengan semakin diijinkannya masuknya bank asing, telah menaikkan tekanan persaingan. Penelitian mengenai persaingan dan *contestability* di Trinidad dan Tobago dilakukan oleh Rambarran (2000) menggunakan data tahun 1990 - 1998. Pengujian dengan menggunakan model P-R menolak hipotesis monopoli maupun persaingan sempurna namun perbankan di negara tersebut dalam kondisi persaingan monopolistik.

Dengan menggunakan metodologi yang sama, Philipatos dan Yildirim (2002) menganalisis sistem perbankan di Eropa Timur dan Eropa Tengah, untuk tahun 1992 - 1999. Menurut penelitian tersebut, sistem perbankan tidak dapat dikategorikan sebagai persaingan sempurna atau monopolistik kecuali untuk Latvia, Macedonia, dan Lithuania. Secara umum mereka menyimpulkan bahwa bank yang besar di negara berkembang berperilaku relatif lebih bersaing dibandingkan pada bank kecil.

Penggunaan metodologi Bresnahan dan P-R tidak terlalu menghasilkan kesimpulan yang berbeda seperti yang terjadi pada kasus perbankan di Canada. Demikian juga yang terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Biker dan Haaf (2001). Mereka menggunakan kedua metodologi tersebut, baik metodologi Bresnahan maupun metodologi P-R, untuk menganalisis persaingan perbankan di 17 negara Eropa serta 7 negara non – Eropa yakni Amerika Serikat, Jepang, Korea, Selandia Baru, dan Kanada. Mereka menolak hipotesis persaingan sempurna maupun kartel sempurna (oligopoli kolusif) untuk semua pasar. Namun ketika menganalisis pasar yang lebih kecil penelitian tersebut tidak dapat menolak kolusi sempurna yang berlaku pada pasar perbankan Australia dan Yunani. Mereka menemukan bahwa bank yang lebih kecil beroperasi dalam lingkungan yang kurang kompetitif dibandingkan dengan perbankan berskala nasional atau internasional. Mereka juga menemukan bahwa secara umum tingkat persaingan menjadi kurang intens untuk negara-negara non – Eropa.

Pada tahun 2002, dengan menggunakan model P-R, Bikker dan Haaf kembali menguji kondisi persaingan di 23 negara. Untuk semua negara, hasilnya konsisten dengan persaingan monopoli. Dalam penelitian tersebut Bikker dan Haaf juga berusaha menghubungkan antara persaingan yang diukur dengan H-stat terhadap struktur pasar. Mereka menemukan bahwa persaingan berhubungan negatif dengan konsentrasi namun tidak signifikan.

Claessens dan Laeven (2003) melakukan uji persaingan dengan menghubungkan antara persaingan sektor perbankan suatu negara dengan indikator struktural dan kebijakan sistem keuangan. Penelitian tersebut menggunakan data panel (1994-2001) untuk 50 negara. Penemuan mereka konsisten dengan Biker dan Haaf bahwa masing-masing negara mengalami tingkat persaingan yang rendah seperti yang terjadi di Amerika Serikat. Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi faktor-faktor yang menjelaskan *contestability* sektor perbankan antar negara. Mereka melakukan regresi H-stat terhadap variabel antara lain keberadaan bank asing, berkurangnya pembatasan entry, dan rendahnya aktifitas restriksi. Dalam semua spesifikasi model, *contestability* berhubungan positif dengan konsentrasi dan berhubungan negatif dengan jumlah bank.

Penerapan model P-R terkini dilakukan oleh Kim dan Chun (2004) terhadap industri perbankan di Korea, data yang digunakan adalah tahun 1999-2002. Adanya krisis perbankan telah mendorong terjadinya perubahan struktur pasar perbankan di negara tersebut. Setelah krisis, industri perbankan menjadi lebih terkonsentrasi. Penelitian ini menggunakan 2 model. Model pertama menggunakan penerimaan bunga sebagai variabel dependen. Sedangkan model kedua menggunakan variabel penerimaan total sebagai variabel independen. Dua model tersebut menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Pada model pertama ditemukan bahwa kekuatan monopoli perbankan meningkat setelah krisis meskipun bank bersaing dalam kondisi persaingan monopolistik baik sebelum maupun setelah krisis. Sedangkan pada model

kedua ditemukan bahwa struktur pasar berubah dari persaingan monopolistik menjadi monopoli setelah krisis.

Penelitian yang menggunakan metodologi P-R untuk perbankan syariah masih sangat sedikit. Salah satu yang melakukan penelitian terhadap perbankan syariah adalah Abdul Majid, et al (2007). Mereka melakukan penelitian terhadap 17 perbankan syariah Malaysia untuk periode tahun 2001-2005. Untuk perbankan syariah dilakukan modifikasi terhadap variabel terikat. Jika pada penelitian sebelumnya (untuk bank konvensional), untuk variabel terikat digunakan rasio pendapatan bunga terhadap total aset, maka pada penelitian ini dirubah menjadi total pendapatan terhadap total aset yang diperoleh oleh perbankan. Hal ini berdasarkan kenyataan bahwa perbankan syariah tidak mengenakan bunga terhadap aktivitas yang dilakukannya. Hasil penelitiannya adalah pendapatan perbankan syariah dihasilkan dalam kondisi persaingan monopolistik, dan pernyataan terjadinya kompetisi oligopoli maupun monopoli ditolak. Lebih lanjut, disimpulkan bahwa perilaku persaingan perbankan tidak berhubungan secara langsung dengan jumlah perbankan yang beroperasi di pasar tersebut ataupun konsentrasi yang dimiliki oleh perbankan tersebut.

Untuk penelitian terbaru adalah penelitian yang dilakukan oleh Laurent Weill (2009). Dalam penelitiannya Weill tidak saja menggunakan metodologi P-R dan Struktur kinerja dan perilaku (SCP) namun juga membandingkan antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Data yang digunakan adalah perbankan konvensional dan perbankan syariah untuk negara yang mengaplikasikan dual banking system dari 17 negara untuk periode penelitian 2000-2007. Negara yang dijadikan sampel penelitian adalah negara; Bahrain, Bangladesh, Brunei, Indonesia, Iran, Jordan, Kuwait, Malaysia, Mauritania, Pakista, Qatar, Saudi Arabia, Sudan, Tunisia, Turki, Uni Emira Arab (UEA), Yaman. Hasil penelitiannya adalah tidak ada perbedaan yang signifikan dalam kekuatan pasar (market power) antara perbankan syariah dengan perbankan konvensional. Sementara dari hasil metodologi P-R terlihat

bahwa nilai H-stat untuk perbankan syariah lebih tinggi dibandingkan dengan perbankan konvensional, walaupun nilainya hanya signifikan untuk penelitian tahun 2005 dan 2007. Sebagaimana terlihat pada tabel (4.2), secara umum dapat disimpulkan bahwa perbankan syariah tidak terlalu berbeda dalam perilaku persaingannya dibandingkan dengan perbankan konvensional.

Tabel 3-2 Hasil H-stat Weill

tahun	Bank konvensional	Bank Syariah	Wald test (F stat)
2000	0.51475	0.5991	0.91
2001	0.5473	0.6233	1.08
2002	0.4755	0.5526	0.8
2003	0.4003	0.4431	0.26
2004	0.3512	0.4084	1.08
2005	0.3573	0.4629	3.95**
2006	0.5271	0.532	0.01
2007	0.4008	0.5801	6.08**

Sumber: Laurent Weill, 2009

Note : *** = signifikan pada taraf 1%

** = signifikan pada taraf 5%

* = signifikan pada taraf 10%

Untuk kasus Indonesia, salah satu penelitian yang ada adalah penelitian yang dilakukan oleh Rini Setiyowati (2005). Dalam penelitiannya Rini menggunakan sampel 135 perbankan yang beroperasi di Indonesia dalam kurun waktu 1991 – 2002. Terkait dengan periode waktu, Rini melakukan pembagian kurun waktu dimana pada periode pertama adalah untuk tahun 1991-1998, dan periode kedua adalah untuk tahun 1999-2002. Hal ini dilakukan untuk mengakomodasi perbedaan dalam perilaku persaingan sebelum terjadinya krisis moneter dengan setelah terjadinya krisis moneter. Untuk penggunaan variabel, variabel terikat adalah rasio pendapatan bunga terhadap total aset. Sementara variabel bebas utama terdiri dari; beban bunga terhadap total deposito, beban personalia terhadap total aset, beban operasional lain terhadap total aset serta beban operasional lainnya terhadap total aset. Untuk variabel

tingkat risiko spesifik, digunakan variabel ekuitas, rasio pinjaman bersih terhadap total aset serta total aset. Penelitian ini menghasilkan temuan yang hampir sama dengan penelitian yang dilakukan di negara-negara lainnya. Dari analisis ditemukan bahwa nilai H-stat sebesar $0 < H\text{-stat} < 1$. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku persaingan industri perbankan di Indonesia bersifat monopolistik. Hasil H-stat menunjukkan bahwa untuk periode sebelum krisis nilai H-stat adalah 0.62, sementara setelah terjadinya krisis bernilai 0.58

Dalam kaitannya dengan *contestability*, Setiyowati (2005) menyimpulkan bahwa telah terjadi persaingan yang bersifat *contestable* namun tidak sempurna. Dibanding periode awal sebelum restrukturisasi, elastisitas tingkat suku bunga kredit terhadap perubahan biaya mengalami penurunan. Bank-bank menjadi semakin tidak responsif terhadap perubahan struktur biaya. Kondisi sektor riil belum sepenuhnya kembali berjalan normal. Hal ini memaksa bank untuk tidak lagi mengandalkan penerimaan kredit sebagai sumber penerimaan utamanya. Selain itu, bank-bank juga masih menikmati suku bunga obligasi rekap yang diberikan oleh pemerintah. Masalah-masalah institusional yang dihadapi perbankan ini menjadikan bank tetap menetapkan tingkat suku bunga pinjaman yang tinggi meskipun tingkat bunga simpanan mengalami penurunan seiring dengan turunnya tingkat suku bunga SBI.

Penelitian lainnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Syafri (2007) terhadap 135 bank yang beroperasi di Indonesia. Dalam penelitiannya, Syafri menggunakan data untuk tahun 2000-2006. Penelitiannya dilakukan dengan beberapa tahap, pertama adalah melakukan pembedaan dalam rentang waktu penelitian. Kemudian melakukan pembedaan berdasarkan skala usaha. Untuk pembedaan berdasarkan periode waktu, pertama dilakukan regresi keseluruhan untuk tahun 2000-2006. Kemudian dibagi lagi menjadi periode 2000-2002, serta periode waktu 2003-2006. Sementara untuk skala usaha, dibedakan antara bank skala besar dengan bank skala kecil.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk periode keseluruhan 2000-2006 H-stat bernilai 0.683, untuk periode 2000-2002 nilainya adalah 0.574, dan untuk periode 2003-2006 nilainya adalah 0.652. Untuk perbedaan berdasarkan skala usaha, untuk perbankan besar nilainya adalah 0.588, sementara untuk perbankan kecil nilainya adalah 0.705. Dengan demikian Kesimpulan penelitiannya adalah terjadi perubahan tingkat persaingan dalam perbankan konvensional di Indonesia yang ditunjukkan oleh nilai H-stat. Nilai H-stat untuk periode tahun 2003-2006 mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan semakin membaiknya perekonomian Indonesia. Sementara untuk kelompok bank, ternyata tingkat persaingan yang terjadi di perbankan skala kecil lebih tinggi daripada untuk perbankan berskala besar. Hal ini disebabkan pangsa pasar untuk perbankan kecil relatif terbatas dengan layanan yang hampir serupa antar bank sehingga mereka merebutkan pangsa pasar kecil tersebut. Ditambah lagi untuk perbankan berskala kecil, tidak terjadi dominasi oleh sekelompok kecil perbankan dibandingkan seperti yang terjadi pada perbankan berskala besar.

Secara singkat, hasil-hasil penelitian empiris tersebut disajikan kembali dalam tabel di bawah ini :

Tabel 3-3 Ringkasan hasil penelitian persaingan perbankan dengan menggunakan model P-R

Peneliti	Periode	Negara (sampel penelitian)	Temuan
Shaffer(1982)	1979	Amerika Serikat (New York)	MC
Nathan dan Naïve (1989)	1982-1984	Kanada	MC (1983,1984);PC(1982)
Gelos dan Roldos (2002)	1994-1999	8 Negara Eropa dan Amerika Latin	MC untuk semua negara kecuali Argentina dan Hungaria yang mendekati PC
Rambarran (2000)	1990-1998	Trinidad Tobago	MC
Philipatos dan Yildirim (2002)	1992-1999	Eropa Timur dan Eropa Tengah	MC (Lithuania, Macedonia); PC (Latvia); bukan keduanya (negara lain)
Claessens dan Laeven (2003)	1994-2001	50 negara industri dan negara berkembang	MC (negara yang besar cenderung untuk memiliki kompetisi yang lebih rendah)
Kim dan Chun (2004)	1999-2002	Korea Selatan	Terjadinya perubahan struktur pasar setelah terjadinya krisis perbankan
Abdul Majid et al (2007)	2001-2005	Malaysia	MC
Weill (2009)	2000-2007	17 negara yang mengoperasikan <i>dual banking system</i>	MC baik untuk perbankan syariah maupun perbankan konvensional
Setiyowati (2005)	1991-2002	Indonesia	MC
Yan Syafri (2007)	2000-2006	Indonesia	MC

PC = Persaingan Sempurna; MC = Persaingan monopolistik