

Analisis Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia

Lilik Yuliawati

ASM BSI Jakarta, lilik.lyw@bsi.ac.id

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman merupakan cabang industri yang potensial. Di Indonesia, terdapat banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam sektor industri makanan dan minuman. Agar dapat terus bertahan, perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri ini tidak hanya dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sudah berada dalam pasar, tetapi juga dengan perusahaan potensial yang mungkin akan masuk ke dalam pasar industri. Berdasarkan paradigma *Structure-Conduct-Performance*, cara para pelaku usaha dalam menyikapi persaingan yang ada dalam suatu pasar industri seperti di atas akan tercermin dalam perilaku perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar, perilaku, dan kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia selama 2009-2013 serta untuk menguji hubungan kausalitas antara struktur, perilaku, dan kinerja industri. Data yang digunakan merupakan data sekunder. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan metode kuantitatif. Teknik uji hipotesis yang digunakan adalah analisis Regresi Linear Sederhana dan Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri makanan dan minuman di Indonesia memiliki bentuk pasar persaingan monopolistik. Perilaku industri tercermin dalam strategi harga produk, strategi pengembangan produk, serta strategi iklan dan promosi. Kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia tahun 2009-2013 menunjukkan tingkat profitabilitas yang normal. Struktur pasar industri terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku industri. Perilaku industri terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri. Struktur pasar industri terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri. Struktur pasar industri dan perilaku industri secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri.

Kata kunci: Struktur, Perilaku, Kinerja, Industri Makanan dan Minuman, Persaingan Monopolistik, CR₄, MES, PCM, X-eff, *Growth*

ABSTRACT

Food and beverage industry is a potential subsector of industry. In Indonesia, there are so many companies engaged to the food and beverage industry. In order to survive, the companies in this industry have to compete not only with the other companies which have already exist in the market, but also with the potential companies which may enter the industrial market. According to Structure-Conduct-Performance paradigm, the companies' way to face the existing competition in the industrial market will be reflected in the companies' conduct which in turn will affect the performance of the companies. This research aims to know the market structure, conduct, and performance of food and beverage industry in Indonesia during 2009-2013; in addition, this research also aims to verify the causality between market structure, conduct, and performance of industry. The data used are in the form of secondary data. This research used descriptive and quantitative method. The hypothesis testing technique used are simple linear regression and multiple linear regression analysis. The result of this research shows that the food and beverage industry in Indonesia during 2009-2013 has the form of monopolistic competition market. The conduct of industry is reflected in product price strategy, product development strategy, and advertisement and promotion strategy. The performance of food and beverage industry in Indonesia during 2009-2013 shows the

normal scale of profitability. The market structure of industry proved positive and significant effect on the conduct of industry. The conduct of industry proved positive and significant effect on the performance of industry. The market structure of industry proved positive and significant effect on the performance of industry. The market structure and conduct of industry simultaneously proved positive and significant effect on the performance of industry.

Keywords: *Structure, Conduct, Performance, Food and Beverage Industry, Monopolistic Competition, CR₄, MES, PCM, X-eff, Growth*

Naskah diterima : 18 Juni 2017 , Naskah dipublikasikan : 15 September 2017

PENDAHULUAN

Sektor industri memiliki peran yang cukup besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena kemampuannya dalam menciptakan nilai tambah yang tinggi. Industri juga dapat membuka peluang untuk menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran, yang berarti meningkatkan kesejahteraan serta mengurangi kemiskinan. Dengan jumlah tenaga kerja pada tahun 2012 sekitar 14 juta orang (termasuk industri mikro, kecil, dan menengah), tenaga kerja sektor industri turut memberikan kontribusi sebesar 12-13% terhadap total tenaga kerja nasional (Kemenperin, 2013). Salah satu sektor industri yang berperan cukup besar dalam pembangunan ekonomi di Indonesia adalah industri manufaktur.

Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai lebih dari 240 juta jiwa menjadi peluang pasar yang sangat menjanjikan. Indonesia memiliki potensi pasar yang besar untuk berbagai produk termasuk makanan dan minuman. Berdasarkan data yang disajikan oleh BPS (Badan Pusat Statistik, 2012), industri makanan dan minuman merupakan cabang industri yang secara umum mengalami tren pertumbuhan positif. Selain memiliki pertumbuhan yang positif, industri makanan dan minuman ini juga merupakan cabang industri yang menyerap tenaga kerja terbanyak di Indonesia dibandingkan dengan cabang-cabang industri lainnya.

Di Indonesia, terdapat banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam sektor industri makanan dan minuman. Ada sebanyak 6.200 perusahaan yang

memproduksi makanan dan minuman pada tahun 2013 (Badan Pusat Statistik, 2015). Diantara banyaknya jumlah perusahaan tersebut, ada beberapa perusahaan besar dan *go public* yang memproduksi produk dengan *brand-brand* yang cukup dikenal oleh masyarakat, diantaranya adalah PT Indofood Sukses Makmur, PT Mayora Indah, PT Ultrajaya Milk Industry and Trading Company, dan PT Siantar Top. Agar dapat terus bertahan, perusahaan-perusahaan yang berada dalam industri ini harus mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sudah berada dalam pasar serta perusahaan potensial yang mungkin akan masuk ke dalam pasar industri. Selain itu perusahaan dalam negeri juga harus dapat menyikapi persaingan dengan produk-produk makanan dan minuman yang diimpor dari luar negeri yang marak beredar di Indonesia. perilaku perusahaan dalam menghadapi persaingan dapat tercermin dalam strategi penentuan harga, strategi periklanan, integrasi perusahaan, serta penelitian dan pengembangan (Arsyad & Kusuma, 2014).

Selama beberapa tahun terakhir, terjadi banyak kenaikan harga bahan baku makanan dan minuman di dalam negeri. Kondisi ini turut menekan industri makanan dan minuman di Indonesia dimana kompetitor dari negara lain yang produknya lebih murah terus memproduksi dan melebarkan pangsa pasarnya ke Indonesia. Banyak produk murah yang masuk ke pasar dalam negeri dengan kualitas bersaing. Produk impor tidak mengalami kenaikan biaya produksi, sedangkan dalam negeri sebaliknya. Kondisi seperti inilah yang harus mampu disiasati oleh perusahaan-perusahaan

dalam negeri untuk tetap eksis dalam industri makanan dan minuman di Indonesia. Pola tanggapan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam lingkup persaingan industri inilah yang disebut dengan perilaku pasar (Kuncoro, 2007).

Berhasil atau tidaknya strategi dan perilaku yang diterapkan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar dapat dilihat dari kinerja yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Tingkat perolehan laba ataupun rugi perusahaan merupakan salah satu pengukuran yang sering digunakan untuk menilai hasil kinerja sebuah perusahaan. Semakin tinggi nilai tambah, maka efisiensi kinerja industri semakin meningkat sehingga keuntungan yang didapat akan semakin besar (Muslim dan Wardhani, 2008).

Dengan melihat potensi dari industri makanan dan minuman di Indonesia yang begitu besar, maka penulis menjadikan cabang industri ini sebagai objek pokok bahasan dalam penelitian ini. Sehingga, yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah deskripsi mengenai struktur pasar industri, perilaku industri, dan kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia. Selain itu, penulis juga menganalisis tentang pengaruh struktur pasar industri terhadap perilaku industri, pengaruh perilaku industri terhadap kinerja industri, pengaruh struktur pasar industri secara langsung terhadap kinerja industri, serta pengaruh struktur pasar industri dan perilaku industri secara serentak terhadap kinerja industri.

KAJIAN LITEERATUR

A. Structure

Struktur pasar menunjukkan karakteristik pasar, seperti elemen jumlah pembeli dan penjual, keadaan produk, keadaan pengetahuan penjual dan pembeli, serta keadaan rintangan pasar (Teguh, 2013). Selanjutnya, Salvatore (2012) mengungkapkan bahwa struktur pasar mengacu pada lingkungan persaingan dimana pembeli dan penjual produk berinteraksi.

Rasio konsentrasi 4 perusahaan terbesar dalam suatu industri (CR_4) merupakan rasio konsentrasi yang paling sering

dipakai dalam pengukuran. Meskipun demikian, tidak ada ketentuan khusus mengenai berapa banyak perusahaan terbesar yang harus dimasukkan dalam perhitungan CR_N . Gwin dalam Arsyad & Kusuma (2014) memaparkan klasifikasi umum pencapaian CR_4 yang mengkaitkan CR_4 dengan karakteristik struktur pasar sebagai berikut:

Tabel 1. Pengklasifikasian CR_4

Nilai CR_4	Kategori	Interpretasi Terkait Struktur Pasar
$CR_4 = 0$	Minimu m	Persaingan sempurna
$0 < CR_4 < 40$	Rendah	Persaingan efektif atau persaingan monopolistic
$40 \leq CR_4 < 60$	Menenga h ke bawah	Persaingan monopolistik atau oligopoli longgar
$60 \leq CR_4 < 90$	Menenga h ke atas	Oligopoli ketat atau perusahaan dominan dengan <i>competitive fringe</i>
$CR_4 \geq 90$	Tinggi	Perusahaan dominan dengan <i>competitive fringe</i> atau monopoli efektif (<i>near monopoly</i>)
$CR_4 = 100$	Maksimu m	Monopoli sempurna

Sumber: Gwin dalam Arsyad & Kusuma (2014)

Selain menggunakan ukuran pangsa pasar, struktur industri juga dapat diidentifikasi melalui hambatan masuk pasarnya. Hambatan untuk masuk (*barrier to entry*) merupakan segala sesuatu yang memungkinkan terjadinya penurunan, kesempatan, atau kecepatan masuknya pesaing baru (Jaya, 2008). Perloff dalam Arsyad & Kusuma (2014) mendefinisikan hambatan masuk pasar sebagai segala sesuatu yang menghalangi suatu perusahaan untuk membangun perusahaan baru dalam suatu pasar.

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur *economies of scale* yang merupakan hambatan masuk pasar adalah rasio skala produksi minimum untuk mencapai efisiensi perusahaan (*MES/Minimum Efficiency Scale*) terhadap penjualan industri yang merupakan persentase dari perbandingan antara output perusahaan terbesar dengan output total.

Struktur pasar yang meliputi rasio konsentrasi pasar, tingkat diferensiasi produk, serta tingkat hambatan masuk pasar ini akan mempengaruhi strategi-strategi perusahaan dalam menghadapi kondisi pasar. Strategi-strategi yang diterapkan perusahaan itulah yang dikenal dengan istilah perilaku perusahaan. Sebagai contoh, ketika tingkat konsentrasi meningkat, kemampuan perusahaan-perusahaan yang ada di dalam pasar untuk menekan kompetisi dan mengkoordinasikan kebijakan harga di antara perusahaan-perusahaan tersebut cenderung semakin tinggi. Hal ini mendorong aktivitas kolusi antar perusahaan tersebut dan meningkatkan peluang mereka untuk menentukan harga yang tinggi dan kuantitas yang memaksimalkan keuntungan mereka. Oleh karena itu, berdasarkan teori yang menyatakan bahwa struktur pasar industri berpengaruh terhadap perilaku industri, maka dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$PI = f(SPI)$$
$$PI = a + b SPI + e$$

Keterangan:

- PI : Perilaku industri
a : Konstanta
b : Koefisien regresi
SPI : Struktur pasar industri
e : Kesalahan pengganggu

B. Conduct

Perilaku (*conduct*) mengacu pada perilaku perusahaan dalam menentukan harga, tingkat produksi, produk, iklan, dan cara menghadapi perusahaan pesaing. Fokus utama dari perilaku perusahaan adalah bagaimana perusahaan bereaksi terhadap kondisi struktur pasar dan interaksi dengan pesaingnya. Menurut Kuncoro (2007), perilaku pasar diartikan sebagai pola tanggapan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuannya dalam lingkup persaingan industri. Aksi reaksi antar satu perusahaan terhadap perusahaan lainnya diterapkan dalam bentuk penetapan harga jual, serta promosi produk (*advertising*).

Perilaku perusahaan yang tercermin dalam penentuan dan penerapan strategi-strategi bersaing agar tetap eksis dalam suatu pasar seperti yang telah dijelaskan

sebelumnya diharapkan dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan kata lain, perilaku perusahaan akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan; dan dalam lingkup yang lebih luas, perilaku industri akan berpengaruh terhadap kinerja industri. Oleh karena itu, dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$KI = f(PI)$$
$$KI = a + b PI + e$$

Keterangan:

- KI : Kinerja industri
a : Konstanta
b : Koefisien regresi
PI : Perilaku industri
e : Kesalahan pengganggu

C. Performance

Jaya (2008) menguraikan beberapa tujuan dari kinerja, yaitu efisiensi dalam pengalokasian sumber daya (meliputi efisiensi internal dan alokasi yang efisien), kemajuan teknologi, keseimbangan dalam distribusi, dan dimensi lainnya (meliputi kebebasan individu dalam memilih, keamanan dari bahaya yang mengancam, dan keanekaragaman budaya yang ada).

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasilnya biasanya dilihat dari besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan dalam suatu industri. Kinerja dalam suatu industri dapat diamati melalui nilai tambah, produktivitas, dan efisiensi. Nilai tambah (*value added*) merupakan selisih antara nilai input dengan nilai output. Produktivitas merupakan hasil yang dicapai per tenaga kerja atau unit faktor produksi dalam jangka waktu tertentu. Sedangkan efisiensi merupakan perbandingan seberapa besar perusahaan dapat mengambil manfaat dari suatu variabel untuk mendapatkan output sebanyak-banyaknya.

Salah satu perhitungan yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja adalah *Price Cost Margin* (PCM). PCM merupakan persentase keuntungan dari kelebihan penerimaan atas biaya langsung. Semakin tinggi nilai tambah, maka efisiensi kinerja industri semakin meningkat sehingga keuntungan yang

didapat akan semakin besar (Muslim dan Wardhani, 2008). Selain PCM, kinerja juga dapat diukur melalui efisiensi internal (X-Eff) dan pertumbuhan industri (*Growth*). Efisiensi internal (X-eff) diukur dengan membandingkan antara nilai tambah industri dengan nilai input industri. Sedangkan, pertumbuhan industri (*Growth*) merupakan perbandingan antara selisih nilai output tahun berjalan dengan nilai output tahun sebelumnya terhadap nilai output tahun sebelumnya.

Karena kinerja industri dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri, maka dapat dibentuk persamaan seperti di bawah ini:

$$KI = f(SPI; PI)$$

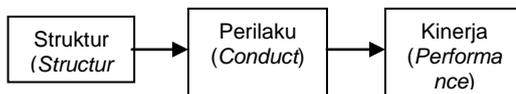
$$KI = a + b_1 SPI + b_2 PI + e$$

Keterangan:

- KI : Kinerja industri
- a : Konstanta
- b₁, b₂ : Koefisien regresi
- SPI : Struktur pasar industri
- PI : Perilaku industri
- e : Kesalahan pengganggu

D. Hubungan antara *Structure-Conduct-Performance*

Konsep hubungan struktur-perilaku-kinerja menjelaskan bagaimana perusahaan akan berperilaku dalam menghadapi struktur pasar tertentu dalam suatu industri dimana dari perilaku akan tercipta suatu kinerja tertentu. Perbedaan struktur dan perilaku akan mempengaruhi kinerja yang tercermin dalam harga, efisiensi, dan tingkat inovasi (Kuncoro, 2007). Hubungan linier tersebut digambarkan dalam gambar berikut:



Sumber: Martin dalam Kuncoro (2007)

Gambar 1 Hubungan antara *Structure-Conduct-Performance*

Hubungan SCP seperti di atas juga dijelaskan dalam Perloff, Karp, & Golan (2007: 13) bahwa, “*In the SCP paradigm, an industry’s performance – the success of an industry in producing benefits for consumers – depends on the conduct – behavior – of sellers and buyers, which depends on the structure of the market. The structure, in turn, depends on basic conditions such as technology and*

demand for a product. Typically, researchers summarize the structure by the number of firms or some other measure of the distribution of firms, such as the relative market shares of the largest firms.”

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan metode kuantitatif. Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis struktur pasar industri, perilaku industri, dan kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia dengan menggunakan pendekatan SCP. Sedangkan, metode kuantitatif atau kausalitas digunakan untuk menguji pengaruh struktur pasar industri terhadap perilaku industri serta pengaruh struktur pasar industri dan perilaku industri secara parsial maupun serentak terhadap kinerja industri.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dengan populasi mencakup seluruh perusahaan yang termasuk dalam subsektor industri makanan dan minuman di Indonesia selama periode 2009-2013. Populasi berjumlah 6200 unit perusahaan (BPS, 2014).

Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu dengan memilih empat perusahaan terbesar dalam industri makanan dan minuman di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) serta mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunannya untuk tahun 2009-2013.

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Di Indonesia terdapat banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan dan minuman, dan sejumlah perusahaan berhasil menjadi perusahaan skala besar yang memiliki pangsa pasar cukup baik dan sudah *go public* dengan mendaftarkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia (BEI), diantaranya adalah PT Indofood Sukses Makmur, PT Mayora Indah, PT Ultrajaya Milk Industry dan Trading Company, dan PT Siantar Top. Hasil perhitungan CR₄ selama tahun 2009-2013 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Nilai CR₄ dan Struktur Pasar Industri Makanan dan Minuman di Indonesia

Tahun	MS ₁	MS ₂	MS ₃	MS ₄	CR ₄	Struktur Pasar
2009	8,14%	1,04%	0,35%	0,14%	9,67%	Monopolistik
2010	8,34%	1,57%	0,41%	0,17%	10,49%	Monopolistik
2011	6,87%	1,43%	0,32%	0,16%	8,78%	Monopolistik
2012	6,81%	1,43%	0,38%	0,17%	8,79%	Monopolistik
2013	7,75%	1,61%	0,46%	0,23%	10,05%	Monopolistik
Rata-Rata	7,58%	1,42%	0,38%	0,17%	9,55%	Monopolistik

Perhitungan CR₄ di atas menjelaskan bahwa selama tahun 2009 sampai dengan 2013 struktur pasar industri makanan dan minuman di Indonesia berbentuk persaingan monopolistik, dimana nilai rata-rata CR₄ sebesar 9,55%. Berdasarkan klasifikasi yang dibuat oleh Gwin dalam Arsyad (2014), nilai CR₄ yang berada antara 0% – 40% digolongkan ke dalam struktur pasar persaingan monopolistik. Persaingan monopolistik merupakan tingkatan yang lebih rendah daripada oligopoli longgar dimana pada persaingan ini terdapat taraf pemusatan yang rendah, tetapi tiap perusahaan memiliki sedikit sekali tingkat monopoli. Di sini pangsa pasar masing-masing perusahaan tidak lebih dari 10%.

Selain dilihat dari pangsa pasar dan rasio konsentrasinya, struktur pasar industri makanan dan minuman di Indonesia juga dapat dilihat dari hambatan masuk pasar (*barriers to entry*) yang diukur dengan *Minimum Efficiency Scale* (MES) seperti terlihat dalam tabel di bawah ini:

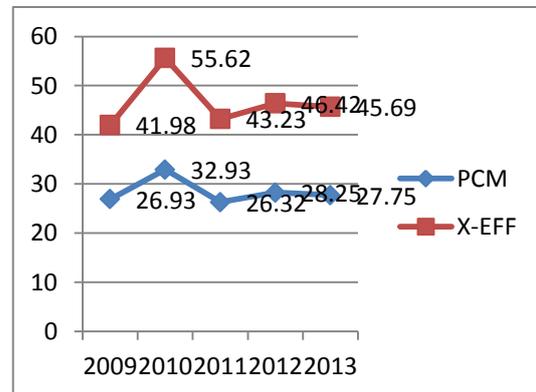
Tabel 3. Nilai MES Industri Makanan dan Minuman di Indonesia

Tahun	Output Perusahaan Terbesar	Output Total	MES
2009	37.397,3	459.355	8,14%
2010	38.403,4	460.222	8,34%
2011	45.332,3	660.216	6,87%
2012	50.201,5	736.906	6,81%
2013	57.732,0	745.201	7,75%
Rata-Rata			7,58%

Kinerja industri dianalisis dengan melihat indikator profitabilitas *Price Cost Margin* (PCM), efisiensi internal (*X-Eff*), dan pertumbuhan industri (*Growth*). Hasil

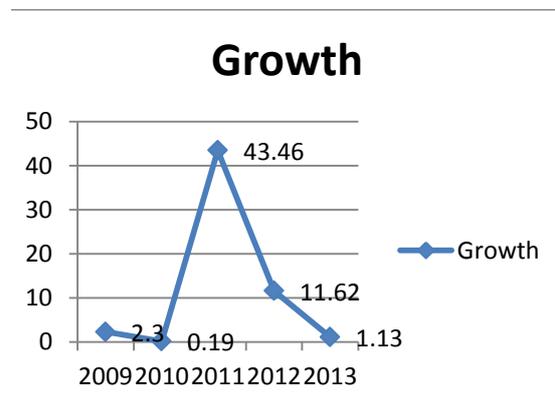
perhitungan dari ketiga pengukuran tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 2. Nilai PCM dan X-eff Industri Makanan dan Minuman di Indonesia



Grafik di atas memperlihatkan bahwa tingkat profitabilitas dan efisiensi industri makanan dan minuman mencapai angka tertinggi di tahun 2010, yaitu sebesar 32,93% untuk PCM dan 55,62% untuk X-eff.

Selanjutnya, grafik di bawah ini memperlihatkan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai puncak di tahun 2011 sebesar 43,46% dan mengalami titik terendah di tahun 2010 yaitu sebesar 0,19%.



Gambar 3. Nilai Pertumbuhan (*Growth*) Industri Makanan dan Minuman di Indonesia

B. Uji Pengaruh

• Struktur → Perilaku (H₁)

Hasil uji R-Squared (R²) menunjukkan nilai R² sebesar 0,860 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel struktur pasar industri terhadap variabel perilaku

industri sebesar 86%, sedangkan sisanya 14% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil uji t menunjukkan bahwa P -value = 0,023 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel struktur pasar industri berpengaruh terhadap variabel perilaku industri.

• **Struktur, Perilaku \rightarrow Kinerja (H_2, H_3, H_4)**

Dari uji R-Squared (R^2) didapatkan nilai *adjusted* R^2 sebesar 0,970 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel struktur pasar industri dan perilaku industri terhadap variabel kinerja industri sebesar 97%, sedangkan sisanya 3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hipotesis ke dua (H_2) menyatakan tentang pengaruh perilaku industri terhadap kinerja industri. Hasil uji t menunjukkan bahwa P -value perilaku = 0,009 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel perilaku industri berpengaruh terhadap variabel kinerja industri.

Hipotesis ke tiga (H_3) menyatakan tentang pengaruh struktur pasar industri terhadap kinerja industri. Hasil uji t menunjukkan bahwa P -value struktur = 0,027 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel struktur pasar industri berpengaruh terhadap variabel kinerja industri.

Dari hasil regresi, didapat nilai konstanta 329.518,273, nilai koefisien regresi variabel struktur pasar industri 29.157,371, dan nilai koefisien regresi variabel perilaku industri 90,553. Nilai koefisien regresi variabel struktur pasar industri dan perilaku industri bernilai positif, yang artinya struktur pasar industri dan perilaku industri berpengaruh positif terhadap kinerja industri. Berdasarkan output di atas, maka fungsi atau persamaan model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KI = 329.518,273 + 29.157,371 \text{ SPI} + 90,553 \text{ PI} + e$$

Keterangan:

KI : Kinerja industri
SPI : Struktur pasar industri
PI : Perilaku industri
e : Kesalahan pengganggu

Hasil uji F menunjukkan bahwa P -value = 0,015 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel struktur pasar industri dan perilaku industri secara serentak berpengaruh terhadap variabel kinerja industri.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, diperoleh beberapa kesimpulan.

Industri makanan dan minuman di Indonesia selama tahun 2009-2013 memiliki bentuk struktur pasar persaingan monopolistik dimana terdapat banyak pesaing namun tidak ada satu pun yang memiliki pangsa pasar berarti. Nilai rata-rata MES menunjukkan bahwa hanya terdapat sedikit hambatan masuk pada industri sehingga perusahaan baru dapat masuk kapan saja bila ada keuntungan lebih di atas tingkat persaingan normal dalam industri.

Perilaku industri makanan dan minuman di Indonesia terlihat dari strategi harga produk dimana posisi perusahaan adalah sebagai *price taker* meskipun kekuatan untuk mempengaruhi harga relatif kecil. Kekuatan mempengaruhi harga bersumber dari karakteristik produk yang dihasilkan, seperti kualitas, kemasan, bentuk, dan lain-lain sehingga persaingan selain harga cukup besar. Strategi pengembangan produk antara lain terlihat dari diversifikasi produk dan desain kemasan produk. Untuk menarik minat konsumen, industri makanan dan minuman mengembangkan strategi iklan dan promosi baik melalui media elektronik maupun cetak, serta kunjungan langsung dan promosi *event*. Di dalam iklan-iklan produknya, perusahaan menyertakan *tagline* produk yang unik dan mudah diingat untuk menumbuhkan *brand awareness* di benak konsumen.

Kinerja industri makanan dan minuman di Indonesia selama tahun 2009-2013 menunjukkan tingkat profitabilitas yang

normal serta tingkat efisiensi internal industri yang cukup baik. Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia juga tergolong cukup baik karena selama kurun waktu 5 tahun selalu memiliki nilai pertumbuhan positif dimana tingkat pertumbuhan tertinggi dicapai di tahun 2011.

Struktur pasar industri terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku industri. Selanjutnya, perilaku industri terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri. Secara langsung, struktur pasar industri juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri. Kemudian, struktur pasar industri dan perilaku industri terbukti secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri.

REFERENSI

- Arsyad, L. & Stephanus, E.K. (2014). *Ekonomika Industri: Pendekatan Struktur, Perilaku, dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- BPS. *Pertumbuhan Indeks Produksi Industri Besar dan Sedang Menurut Dua Digit Kode ISIC, 2007-2011*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. 17 Desember 2014. http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=09¬ab=11
- BPS. *Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Subsektor, 2000-2013*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. 17 Desember 2014. <http://www.bps.go.id/webbeta/frontend/linkTabelStatis/view/id/1054>
- Jaya, W.K. (2008). *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kemenperin. (2013). *Laporan Perkembangan Kemajuan Program Kerja Kementerian Perindustrian Tahun 2004-2012*. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kuncoro, M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030?*. Yogyakarta: Andi.
- Muslim, E., & Anandita, L. W. (2008). *Analisis Struktur dan Kinerja Industri Rokok Kretek di Indonesia dengan Pendekatan Struktur,*

Perilaku dan Kinerja. Depok: Fakultas Teknik Universitas Indonesia.

- Perloff, J.M., Larry S.K., & Amos, G. (2007). *Estimating Market Power and Strategies*. New York: Cambridge University Press.
- Salvatore, D. (2012). *Managerial Economics – Ekonomi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Teguh, M. (2013). *Ekonomi Industri*. Jakarta: Rajawali Pers.

BIODATA PENULIS

Penulis bernama lengkap Lilik Yuliatwati; lahir di Bekasi, 3 Juli 1989. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 nya dengan program studi Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Jakarta pada tahun 2011. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S2-nya dengan program studi Magister Manajemen di Universitas Bina Sarana Informatika dan lulus pada tahun 2015. Di tahun yang sama, penulis melanjutkan kembali studi S2-nya di Universitas Indraprasta PGRI dengan program studi Magister Pendidikan Bahasa Inggris. Penulis merupakan seorang dosen di akademi Bina Sarana Informatika. Penulis juga pernah menjadi tenaga pengajar bahasa Inggris di beberapa institusi lainnya. Penulis memiliki ketertarikan dalam penelitian di bidang bahasa Inggris dan ekonomi (khususnya ekonomi manajerial). Hal ini sesuai dengan bidang keahlian dan studi yang ditempuh oleh penulis. Sejak berada di Sekolah Menengah Atas, penulis telah menunjukkan ketertarikannya pada bidang bahasa Inggris dan ekonomi dengan mengikuti beberapa kompetisi.