



## Industri Baru Pada Struktur Pasar Industri Pada Kota Malang

**Muhammad Yasin**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [yasin@untag-sby.ac.id](mailto:yasin@untag-sby.ac.id)

**Khosnol Khotimah**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [hosnolhotima0@gmail.com](mailto:hosnolhotima0@gmail.com)

**Joanne Andre Toy Panga**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [andrejoanne266@gmail.com](mailto:andrejoanne266@gmail.com)

Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: [yasin@untag-sby.ac.id](mailto:yasin@untag-sby.ac.id)

**Abstract:** This research aimed to determine the condition of ceramic industry in Malang City and calculate the market structure of ceramic industry in detail by using market structure approach. This approach can be calculated by using market share, Hirschman Herfindahl Index (IHH), and CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four). This study used quantitative descriptive analysis with the markets as the object of study. The result of the study showed that the market had the largest concentration ratio with 12.12% that led to the market structure of competition. The value for IHH was 0.05 that led to the perfect competition market because its value was between zero and one. Then, the value of CR4 was 0.36 that led to perfect competition market structure because its value was < 20%. It can be concluded that the degree of ceramic industry business in Malang City went to perfect competition market structure.

**Keywords:** Ceramic Industry, Market Structure, Market Concentration

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi industri keramik yang ada di Kota Malang dan menghitung struktur pasar industri keramik secara lebih lengkap dengan menggunakan pendekatan struktur pasar. Perhitungan pendekatan struktur pasar dapat dihitung dengan menggunakan alat analisis pangsa pasar (market share), Indeks Hirschman Herfindahl (IHH), dan CR4 (Concentration Ratio for Biggest Four). Pendekatan struktur pasar menggunakan analisis deskriptif kuantitatif berkenaan dengan pasar yang menjadi objek penelitian. Hasil analisis untuk pangsa pasar memiliki konsentrasi rasio paling besar yaitu bernilai 12,12 persen sehingga mengarah pada struktur pasar persaingan. Untuk IHH nilai yang diperoleh yaitu sebesar 0,05 sehingga mengarah pada pasar persaingan sempurna karena nilai IHH berada diantara nilai nol dan satu. Sedangkan untuk CR4 nilai yang diperoleh sebesar 0,009 sehingga mengarah kepada struktur pasar persaingan sempurna karena nilai CR4

**Kata kunci :** Industri Keramik, Struktur Pasar, Konsentrasi Pasar

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Sektor industri adalah segmen ekonomi yang terdiri dari bisnis yang membantu bisnis lain dalam pembuatan, pengiriman atau produksi produk. Sektor industrial adalah apa yang dikenal sebagai sektor sekunder, karena produk dan jasa yang ditawarkan sektor ini digunakan atau diproses pada bisnis lain. Pasokan dan permintaan di sektor lain sering mendorong pertumbuhan atau minimalisasi sektor industri, karena bergantung pada pembelian dari bisnis di sektor lain. Keunggulan sektor industri akan didapat nilai tambah yang tinggi dengan tujuan untuk membuat kesejahteraan masyarakat secara ekonomi lebih cepat terwujud sehingga sektor

Received Desember 04, 2023; Accepted Januari 05, 2024; Published Maret 31, 2024

\* Muhammad Yasin, [yasin@untag-sby.ac.id](mailto:yasin@untag-sby.ac.id)

industry dipandang sebagai sektor yang memiliki tingkat produktifitas yang tinggi. Sedangkan masalah lokasi dari setiap kegiatan produksi dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

Perubahan inilah mungkin kata kunci yang paling mendasar dalam menyikapi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam bidang industry. Perubahan tidak hanya mencakup pada bidang industry saja, namun seluruh aspek kehidupan manusia menuju keseimbangan yang dinamis. Oleh karenanya siapapun, aspek apapun mau tidak mau bersegera mengikuti perubahan itu, jika ia tidak mau mengikutinya, maka dapat dipastikan ia akan tertinggal. Maka tidak salah mengutip filsuf Yunani, Heraclitus, " Satu-satunya hal yang konstan di dunia ini adalah perubahan ".Revolusi, inilah kata yang paling tepat jika melihat begitu radikalnya perubahan terhadap kemajuan industry masa kini.

Industri makanan dan minuman merupakan cabang industri yang potensial. Di Indonesia, terdapat banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam sektor industri makanan dan minuman khususnya di kota Malang. 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.

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 (CR4) merupakan rasio konsentrasi yang paling sering dipakai dalam pengukuran. Bahkan 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.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dirumuskan beberapa permasalahan berikut ;

- 1) Bagaimana struktur pasar yang terbentuk dalam industri baru?

- 2) Bagaimana pengaruh struktur pasar, terhadap adanya industri baru?
- 3) Ada berapa banyak faktor pendukung sektor industri?

### **Tujuan Penelitian**

- 1) Menganalisis struktur pasar industri perbankan di kota malang khususnya bank umum.
- 2) Menganalisis pengaruh industri baru terhadap kinerja industri dikota malang.
- 3) Mengidentifikasi karakteristik perubahan industri baru pada sektor industri di kota malang.

### **Manfaat Penelitian**

- 1) Sebagai bahan informasi dan masukan dalam memformulasikan kebijakan keuangan bagi para pelaku dalam industri baru dan para pembuat kebijakan yang berkaitan dengan sektor industri.
- 2) Diharapkan menjadi masukan dari departemen perindustrian, instansi pemerintah yang terkait dalam melaksanakan kebijakan yang berkaitan dengan struktur industri yang baru di indonesia khususnya pada kota malang.
- 3) Bagi para akademik diharapkan mampu menjadi sumber dalam menambah wawasan serta pengetahuan yang berkaitan dengan industri khususnya.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Bagaimana Struktur Pasar Yang Terbentuk Dalam Industri Baru Yang Kreatif di Kota Malang**

Pertumbuhan ekonomi di Malang merupakan salah satu pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Jawa Timur. Aktifitas perdagangannya cukup tinggi dan mampu mendorong penerimaan PDRB yang cukup besar yang dimana hal ini mampu memberikan sumbangsih pada pertumbuhan ekonomi.

Sektor perdagangan memang merupakan salah satu penyumbang terbesar bagi PDRB Di Kabupaten Malang (Nuraini, 2017). Industri kreatif didefinisikan sebagai suatu sistem kegiatan manusia, baik kelompok maupun individu yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual dan emosional.

Industri baru yang kreatif merupakan industri yang memproduksi tangible dan intangible output yang memiliki nilai ekonomi melalui eksplorasi nilai-nilai budaya dan produksi barang dan jasa berdasarkan ilmu pengetahuan, baik produk tradisional maupun modern. Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif menjadi poin utama penggerak dalam menciptakan nilai-nilai tersebut. Nilai ekonomi dari produk atau jasa kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi saja dan tidak lagi dapat bersaing hanya dengan mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi ditentukan oleh

keaktivitas, inovasi, dan imajinasi. Industri kreatif merupakan pilar utama dalam pembentukan ekonomi kreatif.

Terdapat beberapa penelitian mengenai analisis struktur pasar diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Widyasari, 2013) mengenai Identifikasi Struktur Pasar dan Implikasinya terhadap Pembentukan Harga (Studi Kasus Pada Sentra Industri Keripik Tempe Sanan Malang). Penelitian ini menggunakan pendekatan Fenomenologis dan analisis kualitatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk serta bagaimana dampaknya terhadap mekanisme pembentukan harga, dengan penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar mengarah ke pasar persaingan monopolistik karena dilihat dari ciri-cirinya dimana tidak ada hambatan bagi konsumen untuk masuk, terdapat banyaknya penjual, tidak terdapat kerja sama dan diferensiasi pada produk yang dijual.

Kota Malang juga mulai dikembangkan sebagai salah satu kota kreatif (creative city) Indonesia. Berbagai kegiatan industri kreatif dikembangkan untuk menunjang predikat Kota Malang tersebut, seperti aktivitas industri kreatif yang bergerak pada sub sektor kuliner /olah makanan terutama dikarenakan aktivitas kreatif kuliner di Kota Malang memiliki peluang yang cukup besar untuk dikembangkan. Perkembangan Kota Malang didukung dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang rata-rata mencapai 6% setiap tahun dengan kontribusi terbesar terhadap PDRB setiap tahunnya berasal dari sektor industri pengolahan serta sektor perdagangan, hotel dan restoran (BPS Kota Malang, 2010). Salah satu cabang aktivitas industri kreatif kuliner adalah aktivitas kuliner online yang perkembangannya diindikasikan dari potensi jumlah pengguna internet di Kota Malang yang lebih dari 160.000 jiwa pada tahun 2013 (Dinas Komunikasi dan Informatika).

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik industri kreatif kuliner berbasis transaksi online di Kota Malang dan menyusun rencana aksi pengembangan dengan basis aktor pemerintah. Penyusunan rencana pengembangan kuliner berbasis aktivitas online dilakukan dengan menggunakan metode perencanaan strategis sebagai usaha yang sistematis untuk menentukan tujuan, aturan, dan strategi yang melibatkan pembuatan rencana yang detail untuk mengimplementasikan aturan dan strategi untuk mencapai tujuan utama (Steiner dalam Arasa, 2013).

## **2. Bagaimana Pengaruh Struktur Pasar Terhadap Adanya Industri Baru Pada Kota Malang**

(Wika, 2016) telah melakukan penelitian mengenai Identifikasi Struktur Pasar Pada Industri Sepatu di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan

pendekatan struktur pasar menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Derajat Konsentrasi Pasar dengan beberapa pendekatan kuantitatif, antara lain: Analisis Pangsa Pasar, Indeks-Hirschman Herfidahl (IHH) dan CR4, menunjukkan bahwa derajat konsentrasi pasar usaha industri sepatu di Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto mengarah pada struktur pasar persaingan tidak sempurna. Berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat kita ketahui struktur pasar dari sebuah industri dan bagaimana harga suatu produk dapat terbentuk dan berkembang dalam sebuah pasar. Sehingga ketika menghadapi situasi yang tidak menguntungkan perusahaan kecil seperti industri keramik di Kota Malang memiliki strategi agar dapat tetap mempertahankan eksistensinya di pasar. Namun di sisi lain selain adanya persaingan yang sehat dalam struktur pasar terkadang juga ada industri kecil yang melakukan kerjasama dalam menjaga perkembangan usahanya.

Setiap struktur pasar pada suatu industri memiliki landasan teknis yang didalamnya terdapat beberapa landasan teori yaitu tentang posisi pasar dalam ekonomi, pasar sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli melakukan tawar menawar dan terjadinya kesepakatan harga. Ada beberapa pendekatan struktur pasar menurut (Azizah, 2013) yaitu : Pemusatan penjual dan pembeli yang diukur melalui jumlah penjual dan pembeli yang ada dalam pasar. Persyaratan masuk ke dalam pasar. Sifat produk yang ditawarkan apakah heterogen atau homogen. Tingkat dimana perusahaan dapat membuat dan menjual sendiri secara tidak langsung atau menciptakan sendiri saluran pemasaran untuk produknya. Tingkat dimana perusahaan dapat berjalan dalam beberapa pasar atau hanya satu pasar. Dalam pendekatan ini terdapat tiga bagian yaitu :

- a. Pangsa Pasar (Market Share) presentase dari seluruh jumlah penjualan pasar suatu target yang diperoleh dari suatu perusahaan (Baladina, 2012) Orsidia Aminursita, M. Faisal Abdullah | 412
- b. Tingkat Konsentrasi Pasar merupakan gabungan pasar dari beberapa perusahaan oligopolis dimana mereka menyadari adanya saling ketergantungan satu dengan yang lain (Rizkyanti, 2010).
- c. Hambatan Keluar Masuk Pasar (Barries to Entry) Menurut (Jaya, 2001) segala sesuatu yang menyebabkan terjadinya penurunan nilai produksi, kesempatan atau kecepatan masuknya oleh pesaing baru.

Menurut (Rizkyanti, 2010) struktur pasar dalam perekonomian adalah adalah suatu keadaan pasar yang dapat memberikan informasi tentang aspek-aspek yang mempunyai dampak penting terhadap perilaku usaha dan kinerja pasar. Dengan mengetahui struktur

pasar, maka akan dapat menggolongkan suatu bentuk pasar apakah mendekati pasar monopoli, persaingan sempurna, persaingan monopolistik atau persaingan oligopoli. Struktur pasar merupakan bentuk nyata pasar dalam dunia yang sesungguhnya.

### **3. Mengidentifikasi karakteristik perubahan revolusi industri baru pada sektor industri**

Revolusi industri adalah transformasi besar pada manufaktur dengan mengubah sistem produksi dari cara tradisional menggunakan tangan, lalu digantikan oleh mesin. Proses transisi ini memberikan dampak yang meluas pada kehidupan ekonomi, politik dan sosial budaya. Revolusi industri terjadi pada 1760-1830 (abad ke-18) di Inggris dan menjadi titik awal transformasi besar dalam cara produksi. Diketahui, sebelum abad ke-18, sistem perekonomian masyarakat Eropa bergantung pada sistem ekonomi agraris. Namun setelah terjadi transformasi tersebut, tenaga mesin menjadi alat produksi yang menggantikan tenaga manusia, sehingga secara langsung manusia juga diajak bekerja lebih modern menggunakan mesin.

Revolusi Industri 1.0 merupakan sebuah revolusi di bidang industri yang pertama kali terjadi tepatnya pada abad ke-18 pada periode tahun 1750 hingga tahun 1850. Revolusi ini ditandai dengan adanya penemuan mesin uap yang digunakan dalam proses produksi sebuah barang. Pada era ini juga terjadi perubahan besar pada cara manusia dalam mengelola sumber daya yang ada serta memproduksi sebuah produk khususnya pada beberapa bidang sebagai berikut, pertanian, manufaktur, transportasi, pertambangan, dan juga teknologi di seluruh dunia. Revolusi industri 1.0 ini pertama kali muncul di Britania Raya, yang pada akhirnya tersebar ke seluruh negara yang ada di daerah Eropa Barat, Amerika Utara, Jepang dan pada akhirnya ke berbagai negara yang ada di seluruh dunia. Sebelum adanya revolusi ini, proses sebuah produksi maupun jasa merupakan suatu hal yang sulit karena memakan waktu yang lama dan membutuhkan biaya besar karena semuanya dilakukan secara manual.

Dengan adanya revolusi tersebut, segala proses produksi yang ada menjadi lebih efisien, mudah, dan juga murah. Tepatnya di Inggris, dimana mesin uap tersebut digunakan sebagai keperluan alat tenun mekanis pertama yang dapat meningkatkan hasil serta produktivitas industri di sektor tekstil. Pada awalnya, peralatan kerja memiliki ketergantungan terhadap tenaga kerja manusia atau SDM dan juga makhluk hidup lain seperti hewan, yang kemudian dapat digantikan dengan mesin uap tersebut. Selain digunakan sebagai keperluan alat tenun, mesin uap yang ada juga digunakan dan diimplementasikan ke dalam sektor transportasi. Pada era tersebut, transportasi internasional yang digunakan adalah transportasi laut yang masih menggunakan serta mengandalkan tenaga angin yang tidak selalu bisa diandalkan karena dapat bertiup dari arah yang berlawanan atau bahkan tidak ada angin saat dibutuhkan

sama sekali. Dengan adanya penemuan James Watt tersebut, penggunaan tenaga angin pada alat transportasi pun semakin berkurang dikarenakan penggunaan mesin uap yang diperkirakan lebih murah dan efisien. Dengan adanya mesin uap tersebut, sebuah kapal dapat berlayar 24 jam penuh dengan adanya kayu serta batu bara yang cukup.

Hingga saat ini, kita sudah melihat adanya revolusi industri 1.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan mesin, revolusi industri 2.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan transportasi atau otomasi, revolusi industri 3.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan dari komputer atau komputasi, revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan internet. Diperkirakan oleh negara Jepang yang mengumumkan akan kemungkinannya revolusi konsep industri 5.0 yang disebut sebagai era kebangkitan society. Konsep yang diusung pada industri 5.0 ini sendiri akan lebih fokus terhadap kombinasi antara pendayagunaan antara berbagai aspek, seperti manusia, data, serta teknologi. Walaupun memiliki kemiripan dengan era revolusi sebelumnya, namun kedua era ini sama sekali berbeda berdasarkan fokusnya.

Pada revolusi industri 4.0 yang memiliki fokus ke efektivitas produksi dan sedangkan revolusi industri 5.0 ditunjukkan lebih berfokus kepada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Hal ini sendiri dapat kita lihat contohnya yang sudah ada di negara Indonesia, salah satu perusahaan yang sudah siap untuk menghadapi era revolusi industri 5.0 ini adalah perusahaan pelayanan seperti ojek online maupun perusahaan penggalangan dana.

## **KESIMPULAN**

Keunggulan sektor industri akan didapat nilai tambah yang tinggi dengan tujuan untuk membuat kesejahteraan masyarakat secara ekonomi lebih cepat terwujud sehingga sektor industry dipandang sebagai sektor yang memiliki tingkat produktifitas yang tinggi. Industri Kecil dan Menengah (IKM) memegang peran yang sangat penting dalam memberikan kontribusi besar bagi perekonomian bagi negara tersebut, baik di negara berkembang maupun di negara maju termasuk di Indonesia, karena dengan adanya IKM masalah penyerapan tenaga kerja dapat teratasi, sehingga dapat menjadi sumber pendapatan primer dan sekunder bagi masyarakat

Terjadinya krisis ekonomi yang berkepanjangan merupakan salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia, sehingga dapat mengakibatkan melemahnya sumber daya yang dimiliki sehingga banyak perusahaan kecil bahkan perusahaan besar yang tidak mampu bertahan lebih lama lagi. Kondisi ini sangat dapat dirasakan oleh perusahaan atau kelompok usaha yang tergolong besar, namun ternyata kelompok usaha yang tergolong dalam usaha kecil yang lebih dapat bertahan dibandingkan dengan kelompok usaha besar. Kenyataan ini menunjukkan

bahwa usaha kecil dapat beradaptasi dengan segala macam perubahan yang ada lingkungan dan juga dapat bertahan dibandingkan dengan usaha yang tergolong besar.

Aktor yang memiliki peran paling besar dalam upaya pengembangan industri kreatif kuliner online di Kota Malang saat ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang serta aktor Akademisi. Disperindag Kota Malang memiliki peran yang cukup penting terutama dalam perumusan kebijakan terkait pengembangan industri kreatif yang mengacu pada Roadmap pengembangan industri kreatif yang disusun oleh Badan Perencanaan, Penelitian, dan Pengembangan Kota Malang. Selain itu, Disperindag juga berperan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan kepada pelaku industri kreatif yang ada di Kota Malang, seperti pada UKM maupun masyarakat yang ingin memulai sebuah usaha kreatif. Kegiatan pelatihan tersebut membutuhkan bantuan dari Akademisi, seperti ahli di bidang product marketing, product development, manajemen usaha, dan ahli teknologi pengolahan pangan.

Dari deskripsi di atas dapat disimpulkan bahwa Kondisi Tantangan Ekonomi Kreatif meliputi kondisi Daya Saing sub sector industry kreatif dan Penyelarasan Industri kreatif dengan potensi Kota melalui komunitas kreatif yang perlu dikembangkan. Adapun Gagasan Inovasi untuk fasilitasi dan pendampingan kepada pelaku, proses, subsektor kreatif dan daya ungkit yang diusulkan untuk tingkat kota-kabupaten, provinsi maupun secara nasional. Mengembangkan Model Hexa-Helix actor pengembang ekonomi kreatif sebagai penyempurnaan konsep quadruple helix yang saat ini sudah berjalan, serta Penguatan relasi dengan Komunitas Sebagai Penggerak aktifitas kreatif menjadi kegiatan bernilai ekonomi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Yusadi, R., Waluyo, B. S., & Setyono, D. A. (2018). Rencana aksi pengembangan industri kreatif kuliner berbasis media online di Kota Malang. *Jurnal Tata Kota dan Daerah*, 10(2), 91-98.
- Rifa'i, M., Sasongko, T., & Indrihastuti, P. (2019). Meningkatkan keunggulan bersaing produk melalui inovasi dan orientasi pasar pada usaha sektor industri kreatif di kota malang. *Jurnal Ekbis: Analisis, Prediksi dan Informasi*, 20(1), 1194-1205.
- Naylah, M. (2010). Pengaruh struktur pasar terhadap kinerja industri perbankan Indonesia (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Jaya, W. K. (2023). *Ekonomi industri*. UGM PRESS.
- Yuliawati, L. (2017). Analisis Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 266-273.
- Permana, R. S. M., & Suzan, N. (2018). Menelisik Industri Dan Struktur Pasar Media Massa Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2).