

## Konsep Pola Industri dan Perusahaan

**Ni Made Arsita Kusumadewi**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi penulis: [madewi18@gmail.com](mailto:madewi18@gmail.com)

**Miftahul Hariz**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

**Muhammad Yasin**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat: Jl. Semolowaru No. 45, Menur Pumpungan Surabaya, Jawa Timur

**Abstract:** *The research findings indicate that industrial patterns have a significant impact on companies, both positively and negatively. This study is expected to provide a better understanding for companies in facing changes in industrial patterns, thereby enhancing performance and competitiveness in fluctuating markets. The objectives of this research are: 1. To understand the relationship of industrial patterns/structure with the market. 2. To identify the elements of industrial structure within the market. 3. To determine the role of industrial patterns for companies.*

**Keywords:** *The concept of industrial patterns, industrial structure, the role of industrial patterns.*

**Abstrak:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola industri memiliki dampak signifikan terhadap perusahaan, baik positif maupun negatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi perusahaan dalam menghadapi perubahan pola industri, sehingga dapat meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan di pasar yang berubah-ubah. Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1. mengetahui kaitan pola industri/struktur industri (pasar) 2. mengetahui unsur-unsur struktur industri (pasar) 3. mengetahui peran pola industri bagi Perusahaan.

**Kata kunci:** konsep pola industry, struktur industry, peran pola industry.

### LATAR BELAKANG

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk. Selain itu industrialisasi juga tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu sumberdaya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara optimal.

Menurut Zaeni Asyhadie, pengertian perusahaan adalah bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha baik berupa suatu persekutuan atau badan usaha yang didirikan, bekerja dan berkedudukan di Indonesia. Jenis usaha yang berupa kegiatan dalam bidang bisnis, yang dijalankan secara terus-menerus untuk mencari keuntungan. Maka dapat disimpulkan

bahwa perusahaan adalah suatu tempat berbentuk badan usaha untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa.

Persaingan perusahaan dalam era globalisasi memberikan dampak bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Berdirinya sebuah perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas, yaitu mencapai keuntungan maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin di capai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan lainnya.

Beberapa perusahaan mengalami kemunduran karena struktur modal tidak mengalami penyesuaian atau suitability antara cara pemenuhan dana dengan jangka waktu kebutuhannya. Perusahaan perusahaan tersebut harus menanggung modal yang besar dikarenakan pendanaan dari unsur hutang lebih besar dari pada modal sendiri, sehingga penggunaan dana yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan lebih banyak menggunakan dari unsur hutang. Mengantisipasi hal tersebut, manajer keuangan perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan struktur modal yang diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis, menghitung profitabilitas dan melakukan pengelolaan struktur biaya dalam perusahaan.

Maka dari itulah diperlukan konsep pola industri pada perusahaan, pola industri memiliki arti yang sama dengan struktur industri. Struktur adalah susunan bagian-bagian dalam suatu bentuk bangunan. Bila dikaitkan dengan konteks ekonomi, struktur adalah sifat permintaan dan penawaran barang dan jasa yang dipengaruhi oleh jenis barang yang dihasilkan, jumlah dan ukuran distribusi penjual dalam industri, jumlah ukuran distribusi pembeli, diferensiasi produk, serta mudah tidaknya masuk ke dalam suatu industri. Semakin besar hambatan masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan melakukan pendekatan studi kasus. studi kasus adalah metode penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap gejala-gejala tertentu. pada penelitian ini juga menyelidiki terkait struktur industri, pasar, dan kinerja perusahaan dengan mengumpulkan berbagai macam informasi yang kemudian diolah untuk mendapatkan sebuah solusi agar masalah yang diungkap dapat diselesaikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Kaitan Pola Industri/Struktur Industri (Pasar) bagi Perusahaan**

Konsep pola industri dan perusahaan berhubungan dengan struktur-prilaku-kinerja yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan berperilaku dalam menghadapi struktur pasar tertentu dalam industri dimana dari prilaku akan tercipta suatu kinerja yang tercermin dalam harga, efisiensi, dan tingkat inovasi. Dalam hal ini struktur industri bagi perusahaan memiliki 4 kaitan yang satu sama lainnya, yaitu:

1. Pemasok, berpengaruh dalam industri dalam kekuatan tawar-menawarnya terhadap pembeli.
2. Pembeli, berpengaruh dalam kekuatannya tawar-menawarnya terhadap pemasok.
3. Pendetang Baru, dalam persaingan industri pendatang baru dapat menjadi ancaman bagi industri sebelum-belumnya. Pendetang baru tersebut menawarkan segala sesuatunya yang dijualnya dengan kualitas lebih baik dari pada industri sebelumnya.
4. Produk Pengganti, saat memasuki pasar akan menjadi ancaman bagi industri-industri produk substitusi. Perusahaan-perusahaan yang berada dalam suatu industri tertentu akan bersaing pula dengan produk pengganti. Walaupun karakteristiknya berbeda, barang substitusi dapat memberikan fungsi atau jasa yang sama. Ancaman produk substitusi kuat bilamana konsumen dihadapkan pada biaya pengalihan yang sedikit dan jika produk substitusi itu mempunyai harga yang lebih murah atau kualitasnya sama bahkan lebih tinggi dari produk-produk suatu industri.

Sekelompok perusahaan yang menghasilkan produk sejenis atau produk substitusi dekat (barang pengganti yang mirip) akan membentuk suatu industri. Pola atau struktur industri (pasar) memiliki hubungan antar perusahaan, dalam suatu industri dapat mempengaruhi persaingan, efisiensi, dan perkembangan industri secara keseluruhan.

Persaingan di kalangan anggota industry terjadi karena mereka berebut posisi dengan menggunakan taktik seperti persaingan harga, introduksi produk, dan perang iklan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan ini adalah jumlah peserta persaingan banyak dan setara dalam hal ukuran dan kekuatan pertumbuhan industri lambat, produk atau jasa yang tidak terdiferensiasi atau tidak membutuhkan biaya pengalihan, Bentuk persaingan ketat ini berkaitan dengan adanya sejumlah faktor ada banyak pesaing atau pesaing yang ada memiliki ukuran dan kekuatan yang hampir sama, pertumbuhan industri lambat sehingga mempercepat perebutan pangsa pasar yang melibatkan anggota-anggota yang ingin melakukan ekspansi, produk atau jasa yang ditawarkan kurang memiliki diferensiasi (perbedaan) atau biaya menukar, yang dapat mengunci pembeli dan melindungi perusahaan agar pelanggannya tidak

direbut oleh pesaingnya. Berikut merupakan beberapa pola atau struktur industri yang paling umum ditemui:

1. **Persaingan sempurna:** Banyak perusahaan yang memproduksi barang homogen, sehingga tidak ada satu pun perusahaan yang dapat mempengaruhi harga pasar. Setiap produsen bisa mendapatkan informasi pasar (harga yang berlaku) dengan cepat dan tepat (sempurna)). Semua perusahaan bebas masuk dan keluar pasar, maksudnya faktor produksi seperti tenaga kerja mudah dipindahkan dari satu tempat ke tempat lainnya tanpa ada biaya
2. **Oligopoli:** Sedikit perusahaan yang mendominasi pasar, sehingga persaingan tidak ketat atau tidak tergantung pada kesepakatan dan perilaku antar perusahaan. Dalam pasar oligopoly, bentuk persaingan antar perusahaan adalah persaingan harga dan non harga. Contoh pasar oligopoli yang menghasilkan produk diferensiasi adalah industri mobil, rokok. Sedangkan yang menghasilkan produk homogen adalah industri baja, pipa paralon, seng, dan kertas
3. **Monopoli:** Satu perusahaan yang menguasai seluruh pasar, sehingga tidak memiliki pesaing. Seperti Perusahaan Listrik Negara (PLN), karena listrik yang dihasilkan PLN tidak mempunyai substitusi, walaupun sumber tenaga listriknya memiliki beberapa alternatif (diesel, tenaga uap, tenaga air, nuklir).
4. **Monopolistik:** Struktur pasar persaingan monopolistic hampir sama dengan persaingan sempurna. Di dalam industry banyak perusahaan yang bebas keluar masuk, namun produk yang dihasilkan tidak homogen, melainkan terdiferensiasi. Namun perbedaan barang antara satu produk (merek) dengan produk (merek) yang lain tidak terlalu besar. Diferensiasi ini mendorong perusahaan untuk melakukan persaingan non harga. Walaupun demikian output yang dihasilkan sangat mungkin saling menjadi substitusi. Perusahaan memiliki kemampuan monopoli yang relative terbatas/ kecil.

Dengan konsep ini, dapat dilihat bahwa bagaimana perusahaan-perusahaan saling berinteraksi dan mempengaruhi satu sama lain dalam suatu industri, serta bagaimana struktur industri dapat mempengaruhi kinerja dan dinamika pasar. Jika digambarkan dalam bentuk peta konsep akan terlihat seperti berikut:



Sumber: Scribd, 2021

## Unsur-Unsur struktur Industri (Pasar)

Menurut Arsyad dan Kusuma (2014), struktur pasar terdiri dari tujuh unsur, yaitu; jumlah dan besarnya distribusi penjual, jumlah dan besarnya distribusi pembeli, diferensiasi produk, halangan memasuki pasar, struktur biaya, integrasi vertikal dan konglomerasi. Adapun penjelasan dari masing-masing unsur struktur pasar tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Distribusi Penjual

Pada pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual, dimana tidak ada satu pun perusahaan yang dapat mempengaruhi harga. Perusahaan di pasar persaingan sempurna akan menawarkan produknya dengan harga sama dengan opportunity cost untuk memproduksinya ( $P = MC$ ). Untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan akan memilih output optimal pada saat  $MR = MC$ . Profit perusahaan pada pasar persaingan sempurna, tergantung pada average cost (AC)

### 2. Distribusi Pembeli

Jumlah dan besarnya pembeli berpengaruh terhadap struktur pasar. Pada industri mebel jumlah pembeli cukup besar sehingga kecil kemungkinan pembeli dapat mengatur harga, namun pada produk yang dibuat atas dasar pesanan (by order) dalam kuantitas yang besar dan berkelanjutan, pembeli dapat menekan harga penjual.

### 3. Diferensiasi Produk

Pada pasar persaingan sempurna, produk yang dijual adalah homogen, sehingga tidak mengenal diferensiasi. Diferensiasi produk terjadi pada struktur pasar persaingan monopolistik, pasar oligopoli dan pasar monopoli. Diferensiasi bisa terjadi pada kualitas produk yang sama tetapi berbeda warna, rasa dan lainnya, atau jenis produk yang sama tetapi kualitasnya yang berbeda. Diferensiasi produk dapat menciptakan market power, sehingga dapat menurunkan intensitas persaingan dan dapat

menciptakan hambatan dengan cara memaksa pendatang baru untuk menghabiskan biaya yang besar guna memenangkan loyalitas konsumen.

Pendatang baru harus memastikan distribusi dari produk atau jasa yang ditawarkan. Produk makanan baru misalnya, harus menggantikan produk-produk lama di rak-rak supermarket melalui potongan harga, promosi, upaya penjualan yang intens atau melalui sarana-sarana lain. Semakin terbatasnya saluran distribusi grosir atau ritel dan semakin terikatnya saluran-saluran ini dengan pesaing yang ada, akan semakin sulit untuk masuk ke industri ini. Apabila hambatan ini sangat besar sehingga menuntut pendatang baru untuk menciptakan saluran distribusi sendiri (Nurseto, 2012).

#### **4. Halangan Memasuki Pasar**

Hambatan pasar dapat diartikan sebagai hambatan masuk industri, yaitu kondisi dimana perusahaan potensial yang akan atau baru masuk ke dalam suatu industri (new entrants) mengalami kesulitan karena tidak memiliki banyak keunggulan kompetitif sebagaimana dimiliki perusahaan yang sudah ada sebelumnya dalam industri tersebut (existing firms). Fenomena ini dapat terjadi karena faktor alamiah (seperti perbedaan akses teknologi yang digunakan dalam proses produksi atau perbedaan struktur biaya antar perusahaan dalam industri) maupun faktor non-alamiah (seperti berbagai tindakan existing firms yang dirancang untuk mencegah atau menghalangi new entrant untuk bisa masuk ke dalam industri dan kebijakan pemerintah).

#### **5. Struktur Biaya**

Struktur biaya ini berhubungan dengan bagaimana perusahaan dapat menciptakan skala ekonomi (economies of scale), lingkup ekonomi (scope economies), maupun perubahan teknologi (technological change) yang dapat memenangkan persaingan akibat operasi perusahaan efisien.

#### **6. Integrasi vertikal**

Tujuan dari integrasi vertikal adalah untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan supplier maupun pembeli dalam rangka penguasaan pasar melalui kekuatan penggabungan ataupun kerja sama yang intensif. Hasil dari integrasi vertikal adalah perusahaan mendapatkan minimasi biaya atau maksimalisasi profit.

#### **7. Konglomerasi**

Konglomerasi bagi perusahaan menunjukkan apakah perusahaan berkonsentrasi pada satu jenis produk ataukah memproduksi berbagai macam produk yang berlainan.

## **Dampak Pola Industri terhadap Perusahaan**

Pola industri merujuk pada tren dan karakteristik yang terdapat dalam dalam suatu sektor industri secara keseluruhan, bukan hanya pada perusahaan. Namun perusahaan menjelaskan strategi internal terkait produksi, distribusi, maka pola industri tidak hanya mencerminkan evolusi pasar, kebutuhan pelanggan, dan teknologi, namun juga membantu membentuk pandangan bisnis perusahaan. Perusahaan yang dapat mengidentifikasi dan berhasil beradaptasi dengan pola industri (pasar) sering kali menghasilkan peningkatan pangsa pasar, profitabilitas, dan stabilitas jangka panjang. Namun, perusahaan yang kesulitan mengikuti pola industri (paasar) mungkin akan menghadapi pertumbuhan yang tidak aktif, berkurangnya relevansi, dan semakin cepatnya resiko kegagalan. Dalam hal ini dampak pola industri akan berpengaruh terhadap strategi bisbis perusahaan (Mike, n.d.).

Pola industri memiliki dampak yang signifikan terhadap perusahaan dalam berbagai aspek, entah itu dari segi positif ataupun negatif. Berikut merupakan beberapa contoh dari hal tersebut:

- Dampak Positif
  - a. Persaingan dalam industri dapat mendorong perusahaan agar terus berinovasi dalam meningkatkan produk dan layanan mereka.
  - b. Perusahaan dapat berkolaborasi dengan perusahaan satu lainnya, sehingga industri berperan membantu perusahaan untuk mengembangkan produk dan layanan barunya agar lebih inovatif dan kreatif.
- Dampak Negatif
  - a. Persaingan di dalam industri juga akan memberikan dampak negatif, karena persaingan akan sangat menjadi ketat dalam penjualan produk, sehingga perusahaan harus bisa semaksimal mungkin untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi untuk dapat bertahan dalam persaingan pasar.

Perusahaan perlu memahi dampak-dampak pola industri terhadap perusahaan dan mengembangkan strategi yang matang untuk bertahan dan berkembang

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Industri dan perusahaan berperan penting dalam pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi dengan tujuan mendapatkan nilai tambah dan keuntungan. Perusahaan, yang didefinisikan sebagai badan usaha yang menjalankan kegiatan bisnis untuk mencari keuntungan, perlu memperhatikan struktur modal, strategi pengelolaan dana, dan konsep pola industri untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan dalam menghadapi persaingan global. Struktur industri, yang terdiri dari pemasok, pembeli, pendatang baru, dan produk pengganti, mempengaruhi perilaku perusahaan dan kinerja pasar melalui aspek-aspek seperti distribusi penjual dan pembeli, diferensiasi produk, hambatan memasuki pasar, struktur biaya, integrasi vertikal, dan konglomerasi. Efektifitas perusahaan dalam menghadapi struktur dan dinamika pasar ini akan menentukan keberhasilan mereka dalam mencapai efisiensi, inovasi, dan akhirnya, keuntungan maksimal.

Pola industri dan perusahaan saling terkait dengan struktur industri dan pasar, yang memengaruhi kinerja perusahaan melalui elemen seperti pemasok, pembeli, pendatang baru, dan produk pengganti. Dampak pola industri terhadap perusahaan dapat bersifat positif (mendorong inovasi dan kolaborasi) maupun negatif (persaingan ketat dan peningkatan efisiensi). Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dampak-dampak tersebut dan merancang strategi yang tepat untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif.

### **Saran**

1. Perusahaan-perusahaan perlu melakukan analisis mendalam terkait struktur industri dan pasar tempat mereka beroperasi untuk memahami dampaknya terhadap kinerja perusahaan.
2. Mengembangkan strategi inovasi dan kolaborasi antar perusahaan dapat menjadi langkah yang positif untuk memanfaatkan dampak positif dari pola industri.
3. Perusahaan juga perlu mempersiapkan diri untuk persaingan yang ketat dan peningkatan efisiensi yang diperlukan untuk tetap bersaing dalam pasar yang dipengaruhi oleh pola industri.
4. Menyusun rencana bisnis yang matang dan fleksibel untuk dapat menyesuaikan diri dengan perubahan dalam pola industri yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.
5. Membangun jaringan dan hubungan yang kuat dengan pemasok, pembeli, dan perusahaan lain dalam industri dapat membantu dalam menghadapi tantangan yang muncul akibat perubahan dalam struktur industri.

---

Dengan memperhatikan dan mengimplementasikan saran-saran di atas, diharapkan perusahaan dapat lebih siap dan mampu untuk menghadapi dampak dari pola industri yang berubah-ubah dan meningkatkan kinerja serta daya saing mereka di pasar.

## DAFTAR REFERENSI

- Fernandes Moniaga. (2013). Struktur Modal, Profitabilitas Dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porcelen Dan Kaca Periode 2007 - 2011. *Jurnal EMBA, Vol.1 No 4(4)*, Hal. 433-442.
- Kemhan. (2019). *Revolusi Industri 4.0 dan Pengaruhnya Bagi Industri di Indonesia*.
- Kuncoro, M. (2007). *Ekonomika Industri Indonesia Maju: menuju negara industri baru 2030?* Andi.
- Mike, V. (n.d.). *A Beginner's Guide To Understanding Industry Trends*. <https://www.mikevestil.com/entrepreneurship/business-planning/market-research/a-beginners-guide-to-understanding-industry-trends/>
- Novera, M. (2018). *Pasar Persaingan Sempurna, Monopoli, Monopolistik, dan Oligopoli*.
- Nurseto, S. (2012). Pemasaran dan Dampaknya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Kecil Kerajinan Kulit Tanggulangin). *Jurnal Administrasi Bisnis, 1(1)*, 72–83.