Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia
Volume. 4 Nomor. 2 Mei 2026
e-ISSN: 3031-3406; p-ISSN: 3031-3414, Hal 95-107
DOI: https://doi.org/10.61132/jepi.v4i2.2276
Tersedia: https://journal.areai.or.id/index.php/jepi

Peran Struktur Pasar pada Strategi Industrialisasi dengan Sektor lain di Jawa Timur

Rizka Aulya R[1*], Muhammad Yasin[2]
[1-2]Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas, 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
Email:rizkarokhma@gmail.com[1],yasin@untag-sby.ac.id [2]*
**Penulis Korespondensi: rizkarokhma@gmail.com*

Abstract*. Industrialization is a crucial element in driving local economic growth by increasing product added value, expanding employment opportunities, and strengthening economic competitiveness, one of which is in East Java. Market structure plays a very important role in supporting industrialization strategies in a region. This study aims to determine the state of the market structure in the industrial sector, especially in East Java, and the contribution of market structure in supporting industrialization strategies by analyzing the relationship between the industrial sector and other economic sectors. This study uses a literature study method with a qualitative descriptive approach. The data used are secondary data obtained from scientific journals, research articles, and official publications. The results show that the market structure in East Java is dominated by monopolistic and oligopolistic competition markets. A competitive market structure can increase innovation, production efficiency, product quality, as well as attract investment and create jobs. In addition, the industrial sector has strong links with the agricultural, trade, transportation, service, and labor sectors through forward and backward connections.*

Keywords*: East Java; Economic Sector Interrelationship; Industrial Sector; Industrialization; Market Structure.*

Abstrak. *Industrialisasi merupakan elemen krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dengan meningkatkan nilai tambah produk, memperluas kesempatan kerja, dan memperkuat daya saing ekonomi salah satunya di Jawa Timur. Struktur pasar memegang peranan yang sangat penting dalam mendukung strategi industrialisasi di suatu wilayah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keadaan struktur pasar di sektor industri khususnya di Jawa Timur, dan kontribusi struktur pasar dalam mendukung strategi industrialisasi dengan menganalisis hubungan sektor industri dengan sektor ekonomi lainnya. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh dari jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan publikasi resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar di Jawa Timur didominasi oleh pasar persaingan monopolistik dan oligopoli. Struktur pasar yang kompetitif dapat meningkatkan inovasi, efisiensi produksi, kualitas produk, serta menarik investasi dan menciptakan pekerjaan. Di samping itu, sektor industri mempunyai keterkaitan yang kuat dengan sektor pertanian, perdagangan, transportasi, layanan, dan tenaga kerja melalui koneksi ke depan dan ke belakang.*

Kata kunci: *Industrialisasi; Jawa Timur; Keterkaitan Sektor Ekonomi; Sektor Industri; Struktur Pasar.*

1. LATAR BELAKANG

Strategi industrialisasi merupakan metode yang diterapkan oleh sebuah negara untuk merencanakan serta melaksanakan aktivitas ekonomi dengan penekanan khusus pada pengembangan sektor industri dengan harapan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan jumlah produksi, efisiensi, dan nilai tambah dalam sektor industri (Diana, 2024). Di Indonesia, terutamanya di Provinsi Jawa Timur, industri pengolahan memberikan sumbangan signifikan kepada Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan berperanan sebagai salah satu sektor utama dalam kemajuan ekonomi daerah.

Jawa Timur dikenal sebagai salah satu wilayah dengan aktivitas industri yang paling signifikan di Indonesia karena didukung oleh infrastruktur yang memadai, ketersediaan tenaga kerja yang melimpah, serta akses pasar yang luas. Beragam sektor industri tumbuh pesat di

Naskah Masuk: 27 Maret 2026; Revisi: 24 April 2026; Diterima: 22 Mei 2026; Terbit: 30 Mei 2026

daerah ini, termasuk industri makanan dan minuman, tekstil, manufaktur, hingga industri yang memanfaatkan sumber daya lokal. Pertumbuhan industri ini dipengaruhi oleh struktur pasar yang memengaruhi tingkat persaingan antara perusahaan dalam proses produksi serta distribusi barang dan jasa. Struktur pasar dapat dianalisis melalui jumlah pelaku usaha, tingkat konsentrasi pasar, hambatan untuk masuk ke industri, dan kemampuan perusahaan dalam menguasai pasar (Taufiqurrahman, 2020).

Selain itu, sektor industri memiliki hubungan yang erat dengan sektor ekonomi lainnya seperti pertanian, perdagangan, transportasi, jasa, dan tenaga kerja. Sektor pertanian menyediakan bahan baku penting bagi industri pengolahan, sementara sektor perdagangan dan transportasi memfasilitasi penyebaran produk industri kepada masyarakat. Keterhubungan di antara sektor-sektor ini menunjukkan bahwa kemajuan industri dapat memberikan pengaruh yang luas terhadap ekonomi lokal melalui efek multiplikasi. Zahroo (2022), menyatakan bahwa sektor industri pengolahan di Jawa Timur memiliki hubungan yang erat dengan sektor pertanian, perdagangan, dan jasa melalui keterkaitan maju (forward linkage) dan keterkaitan mundur (backward linkage).

Namun, dalam implementasinya masih terdapat sejumlah tantangan yang muncul disebabkan oleh ketidakseimbangan dalam struktur pasar, seperti penguasaan yang dilakukan oleh perusahaan besar, terbatasnya kesempatan bagi usaha kecil dan menengah, serta tidak optimalnya distribusi keuntungan ekonomi. Situasi ini dapat berpengaruh pada efektivitas proses industrialisasi dalam meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi wilayah. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mengenai fungsi struktur pasar dalam strategi industrialisasi serta dampaknya terhadap hubungan antara sektor industri dan sektor ekonomi lainnya di Jawa Timur.

2. KAJIAN TEORITIS

Struktur Pasar

Struktur pasar adalah penggolongan produsen atau perusahaan ke dalam bentuk bentuk pasar yang ditentukan oleh karakteristik tertentu, seperti jumlah pelaku dalam pasar, jenis barang, tingkat kompetisi, kemudahan untuk memasuki atau meninggalkan sektor industri, serta fungsi iklan dalam aktivitas industri (Hikmahyatun, 2019). Struktur pasar memiliki peranan yang penting, karena berkaitan langsung dengan harga yang bakal diterima oleh konsumen. Selain itu, struktur pasar juga akan mempengaruhi tingkat efisiensi, sehingga semakin banyaknya pelaku dalam pasar, maka tingkat persaingannya pun akan meningkat (Rizky, 2020).

Strategi Industrialisasi

Strategi industrialisasi adalah kebijakan yang diambil oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor industri. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat perekonomian negara. Industri biasanya dibangun dengan cara mendirikan pabrik, mengembangkan teknologi, meningkatkan kemampuan orang-orang yang bekerja, dan memperkuat hubungan antara sektor industri dengan sektor lain seperti pertanian, perdagangan, dan layanan.

Keterkaitan antar sektor

Keterkaitan antar sektor adalah hubungan di mana satu sektor ekonomi bergantung pada sektor ekonomi lainnya dan saling memengaruhi dalam melakukan produksi, distribusi, dan konsumsi. Hubungan ini terjadi karena setiap sektor memerlukan bantuan dari sektor lain agar kegiatan ekonomi dapat berjalan lancar dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dalam ekonomi, satu sektor tidak bisa berdiri sendiri. Contohnya, sektor industri membutuhkan bahan baku dari sektor pertanian atau pertambangan, sementara produk dari industri tersebut didistribusikan melalui sektor perdagangan dan transportasi. Selain itu, bidang jasa seperti bank, komunikasi, dan teknologi juga membantu dalam kegiatan produksi dan pemasaran.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan menerapkan metode studi literatur. Studi literatur ini dilakukan dengan mengevaluasi berbagai jurnal akademis, artikel penelitian, dan publikasi yang relevan yang membahas mengenai struktur pasar, industrialisasi, strategi industrialisasi, keterkaitan sektor industri dengan sektor ekonomi lainnya. Sumber informasi diperoleh dari jurnal baik nasional maupun internasional, buku referensi, dan laporan resmi dari lembaga yang berwenang.

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari dan memilih literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Setelah memilih, literatur tersebut diorganisasi berdasarkan tema-tema, seperti konsep tentang struktur pasar, industrialisasi, strategi industrialisasi, dan juga keterkaitan antar sektor industri dengan sektor ekonomi lainya khususnya di Jawa Timur. Selanjutnya, data dianalisis melalui perbandingan dan pengelompokan ulang temuan dari berbagai sumber untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh.

Proses analisis data dilakukan menggunakan metode analisis konten, yaitu dengan mempelajari dan menyelidiki konsep, teori, serta hasil penelitian yang relevan sebelumnya. Hasil dari analisis ini digunakan untuk mengeluarkan kesimpulan mengenai Peran Struktur Pasar Pada Strategi Industrialisasi Dengan Sektor Lain di Jawa Timur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur pasar pada sektor industri

Struktur pasar adalah gambaran tentang bagaimana sebuah pasar diatur dan bagaimana perusahaan berinteraksi dalam proses membuat dan mendistribusikan barang serta layanan. Aspek struktur pasar dapat dilihat dari jumlah bisnis yang ada, seberapa terkonsentrasi pasar tersebut, kesulitan untuk masuk ke industri, dan jenis produk yang dihasilkan. Di Jawa Timur, bagian industri pengolahan sangat penting dalam membantu ekonomi daerah. Dalam industri pengolahan di Jawa Timur, investasi dan tenaga kerja adalah dua hal yang sangat mempengaruhi cara industri tersebut terbentuk. Investasi membantu meningkatkan kapasitas produksi dengan cara memperbarui teknologi dan memperluas fasilitas, sedangkan tenaga kerja berfungsi untuk mendukung kegiatan operasional di industri. Menggunakan keduanya dengan efisien akan membuat kinerja industri secara keseluruhan menjadi lebih baik (Ilham & Yasin, 2026). Struktur pasar itu sendiri dapat dibedakan dalam berbagai kategori, di antaranya:

Pasar Persaingan Sempurna Menurut Mastura et al. (2024), Pasar Persaingan sempurna adalah pasar yang dimana setiap perusahaan dapat dengan bebas masuk dan keluar untuk berpartisipasi dalam persaingan dalamnya. Selain dapat masuk dan keluar dengan bebas di pasar persaingan sempurna, jumlah penjual juga ada dan banyak pembeli serta barang yang dijual memiliki jenis yang sama, sehingga perusahaan yang ada didalamnya diasumsikan sebagai price taker. Secara teori, persaingan sempurna dianggap sebagai situasi di mana sumber daya dialokasikan secara paling efisien.

Ini terjadi karena harga yang ditentukan mencerminkan biaya tambahan untuk produksi, sehingga orang mendapatkan manfaat yang maksimal dari setiap unit barang yang mereka konsumsi (Aprillia & Ratu Eliza, 2026). Menurut Taufiqurrahman (2020), ciri-ciri pasar persaingan sempurna yaitu perusahaan bertindak sebagai pengambil harga. Istilah pengambil harga menunjukkan bahwa perusahaan tidak bisa menentukan atau mengubah harga di pasar. Perusahaan itu tidak bisa mengubah harga pasar yang ada, tidak peduli apa pun tindakan yang diambil oleh perusahaan dalam pasar. Harga barang di pasar ditentukan oleh cara produsen dan konsumen saling berinteraksi. Selain itu, perusahaan bisa dengan mudah masuk atau keluar. Proses ini bisa dilakukan dengan mudah jika sebuah perusahaan mengalami kerugian dan ingin

keluar dari pasar. Jenis industri yang ada di pasar dengan persaingan sempurna biasanya terbatas pada sektor yang memiliki banyak penjual, produk yang serupa, dan harga yang ditentukan oleh keadaan pasar. Beberapa jenis industri ini antara lain sektor pertanian. Sektor pertanian adalah contoh yang paling mirip dengan kondisi persaingan sempurna. Banyak petani menjual produk yang sama, seperti padi, jagung, sayuran, dan buah-buahan. Dengan banyaknya pedagang, harga barang biasanya ditentukan oleh permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Selain itu terdapat sektor perikanan. Di bidang perikanan, ada banyak nelayan yang menjual hasil tangkapan mereka, seperti ikan, udang, dan berbagai produk laut lainnya. Barang yang mereka jual sangat serupa, jadi para nelayan biasanya mengikuti harga yang ada di pasar. Sektor perkebunan juga termasuk dalam jenis pasar yang memiliki persaingan sempurna yang terbatas, seperti kopi, teh, karet, dan kelapa. Banyak produsen yang membuat produk yang sama, jadi persaingan terjadi secara terbuka. Selanjutnya, sektor peternakan. Produk-produk yang dihasilkan dari peternakan, seperti telur, susu, dan daging, biasanya dijual oleh banyak produsen dengan kualitas yang hampir sama. Karena itu, harga yang ditetapkan sering kali dipengaruhi oleh keadaan pasar.

Dalam teori, persaingan sempurna dilihat sebagai situasi di mana sumber daya dibagi dan digunakan dengan cara yang paling efisien. Ini terjadi karena harga yang ditetapkan mencerminkan biaya produksi tambahan, sehingga masyarakat bisa mendapatkan manfaat maksimal dari setiap unit barang yang mereka konsumsi. Tidak adanya kekuatan monopoli memastikan bahwa produsen tidak bisa mendapatkan keuntungan yang terlalu besar di atas tingkat yang wajar yang seharusnya diterima dalam pasar yang bersaing (Anggun & Nugroho, n.d.).

Pasar Monopoli

Monopoli adalah sebuah pasar di mana hanya ada satu penjual, tetapi banyak pembeli. Dengan demikian, penawaran monopoli juga bisa dianggap sebagai penawaran dari industri, yang berarti bahwa permintaan produk dari perusahaan sama dengan permintaan dari industri secara keseluruhan. Pasar monopoli tidak memiliki pesaing karena hanya ada sedikit perusahaan yang bersaing di pasar tersebut (Ruth Yolanda & Ferinia Pintauli, 2026). Ciri-ciri pasar monopoli:

a. Hanya ada satu penjual,
b. Produk tidak memiliki substitusi dekat,
c. Perusahaan menjadi penentu harga (price maker),
d. Terdapat hambatan masuk bagi perusahaan lain,
e. Iklan promosi tidak begitu diperlukan karena ada sedikit pesaing.

Menurut Ramadhani et al. (2025), pasar monopoli adalah saat sebuah perusahaan menentukan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga di pasar yang bersaing dengan sempurna, dan biasanya juga memproduksi barang atau jasa dalam jumlah yang lebih sedikit. Ini menyebabkan gangguan di pasar, mengurangi keuntungan bagi konsumen, dan menurunkan efisiensi dalam penggunaan sumber daya. Walaupun perusahaan monopoli bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, konsumen biasanya dirugikan karena harga yang lebih tinggi dan kualitas produk yang mungkin tidak sebaik di pasar yang lebih bersaing.

Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli di Indonesia terlihat di beberapa sektor industri seperti telekomunikasi, mobil, perbankan, industri semen, dan sektor ritel modern. Ciri-ciri utama dari pasar oligopoli di Indonesia antara lain. Di pasar oligopoli, hanya ada beberapa perusahaan besar yang menguasai sebagian besar pangsa pasar (Hilwa et al., 2024). Menurut Nasution et al. (2025), ciri-ciri pasar oligopoli adalah membuat barang yang sama (homogen) dan juga barang yang berbeda-beda. Produk yang dihasilkan di pasar ini kadang-kadang berupa barang yang sama atau standar, seperti di sektor produksi barang mentah seperti baja dan aluminium, serta di industri bahan baku seperti semen dan material untuk pembangunan. Selain itu, pasar oligopoli juga menghasilkan produk dengan sifat yang berbeda-beda. Produk yang dihasilkan adalah barang jadi, seperti yang ada di industri mobil, motor, rokok, pesawat terbang, dan sebagainya. Biasanya, perusahaan yang berada dalam situasi oligopoli perlu melakukan pemasaran dengan cara beriklan. Iklan sangat penting bagi perusahaan oligopoli yang menjual berbagai macam produk. Kegiatan promosi melalui iklan yang sangat aktif ini memiliki dua tujuan, yaitu untuk menarik pelanggan baru dan juga untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Jumlah perusahaan yang sedikit dalam industri membuatnya sulit untuk menentukan berapa banyak perusahaan yang ada di pasar agar bisa disebut sebagai oligopoli. Namun, untuk analisis, biasanya jumlah perusahaan dianggap kurang dari sepuluh.

Kompetisi non harga (*non pricing competition*). Untuk mencapai kondisi yang terbaik, perusahaan tidak hanya bersaing dari segi harga, tetapi juga dalam hal-hal yang bukan harga. Kompetisi non harga mencakup layanan setelah penjualan dan iklan untuk memberikan informasi, membangun citra baik untuk perusahaan dan merek, serta mempengaruhi perilaku konsumen. Harga jual tidak mudah berubah. Dalam pasar oligopoli ini, harga tidak berubah dengan cepat; bisa dikatakan harga akan tetap stabil dan sulit untuk berubah, mungkin karena penjualan yang terus-menerus untuk suatu barang yang sudah diluncurkan. Perusahaan itu sudah mendapatkan keuntungan yang baik, tetapi jika harga tiba-tiba naik, pembeli mungkin akan berpikir dua kali untuk membeli produk tersebut. Mereka juga bisa saja beralih ke produk

dari perusahaan lain yang menawarkan pilihan serupa dengan harga yang lebih murah dan kualitas yang hampir sama. Sulit dimasuki perusahaan baru. Dalam pasar oligopoli ini, alasan mengapa perusahaan baru sulit masuk adalah karena reputasi perusahaan yang sudah ada lebih kuat di mata konsumen dibandingkan dengan perusahaan baru yang menawarkan produk serupa. Pelanggan tidak tahu seberapa baik kualitas barang yang dijual oleh perusahaan baru itu. Struktur pasar oligopoli biasanya terlihat di sektor industri besar yang membutuhkan investasi besar, teknologi canggih, dan produksi dalam jumlah yang besar. Karena itu, hanya beberapa perusahaan besar yang bisa bersaing di pasar tersebut. Beberapa bidang yang sering memiliki struktur pasar oligopoli adalah industri otomotif.

Sektor kendaraan umumnya dikuasai oleh beberapa perusahaan besar seperti Toyota, Honda, dan Suzuki. Industri smartphone atau elektronik. Pasar ini dikuasai oleh beberapa perusahaan besar seperti Samsung dan Apple. Industri penerbangan. Maskapai besar biasanya memiliki bagian besar dari pasar penerbangan, seperti Garuda Indonesia dan Lion Air. Industri semen. Produksi semen biasanya dikuasai oleh beberapa perusahaan besar, salah satunya adalah Semen Indonesia. Industri telekomunikasi. Dalam sektor ini, hanya ada beberapa perusahaan besar yang menguasai pasar, seperti Telkomsel dan Indosat Ooredoo Hutchison.

Pasar oligopoli adalah jenis pasar yang dikuasai oleh beberapa perusahaan besar. Karena itu, setiap perusahaan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi harga dan jumlah produksi di pasar. Pasar ini mempunyai keuntungan seperti produk yang lebih berkualitas, mendorong inovasi, dan proses produksi yang lebih efisien karena dilakukan dalam skala besar. Namun, pasar oligopoli juga memiliki beberapa kelemahan, seperti kemungkinan perusahaan bekerja sama untuk menaikkan harga, sulitnya bagi perusahaan baru untuk memasuki pasar, dan adanya persaingan yang kurang sehat.

Pasar monopolistik

Pasar adalah lokasi di mana penjual dan pembeli dapat melakukan kegiatan transaksi pembelian secara langsung. Istilah pasar sering dipahami oleh orang-orang sebagai area untuk berjualan dan membeli secara konvensional atau lokasi perdagangan yang belum memakai fasilitas modern seperti mall atau minimarket (Taufiqurrahman, 2020). Pasar dengan persaingan monopolistik terjadi ketika ada banyak produsen yang beroperasi dalam satu pasar, tetapi produk yang mereka hasilkan memiliki variasi (seperti perbedaan merek, kemasan, dan sebagainya). Jadi model pasar dengan persaingan monopolistik pada dasarnya mirip dengan model pasar persaingan sempurna. Namun, dalam pasar monopolistik, ada unsur perbedaan produk yang membuat barang yang ditawarkan bervariasi. Istilah diferensiasi produk di sini muncul karena dua barang mungkin tidak memiliki perbedaan yang besar, tetapi bisa dianggap

berbeda oleh konsumen. Pasar ini juga mengakui adanya kekuatan monopoli tertentu yang muncul karena penggunaan merek dan simbol dagang yang berbeda-beda (Nasution et al., 2025). Menurut (Nasution et al., 2025), ada beberapa ciri dari pasar monopolistik:

Terdapat sejumlah penjual. Sebenarnya, ada beberapa penjual di pasar ini, tetapi jumlahnya tidak sebanyak di pasar yang memiliki persaingan yang sempurna. Perusahaan-perusahaan yang ada di pasar monopoli biasanya memiliki ukuran yang hampir sama. Produk yang ditawarkan bervariasi. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan di pasar monopoli memiliki berbagai jenis, dan secara fisik, sangat mudah untuk membedakan produk dari satu perusahaan dengan produk dari perusahaan lainnya. Ciri-ciri ini sangat penting untuk membedakan pasar ini dari pasar yang memiliki persaingan sempurna. Perusahaan memiliki kekuatan sedikit dalam menetapkan harga. Pengaruh perusahaan dalam menentukan harga tidak sekuat seperti di pasar monopoli dan oligopoli. Pengaruh ini datang dari berbagai jenis produk yang tersedia. Perbedaan tersebut mengakibatkan tingginya preferensi pembeli. Mereka biasanya lebih suka produk dari satu perusahaan daripada dari perusahaan yang lain. Jadi, jika sebuah perusahaan menaikkan harga, masih mungkin untuk menarik beberapa pembeli, meskipun jumlahnya tidak sebanyak sebelum harga naik. Sebaliknya, jika suatu perusahaan menurunkan harga, tidak selalu berarti akan ada peningkatan permintaan untuk produk yang mereka buat. Produsen dapat berganti pasar. Ini dipengaruhi oleh keuntungan ekonomi; saat jumlah produsen di pasar masih sedikit, keuntungan ekonomi yang didapat masih cukup besar. Namun, ketika jumlah produsen meningkat dan keuntungan ekonomi menurun, pasar menjadi kurang menarik, sehingga produsen bisa meninggalkan pasar itu. Persaingan dalam promosi penjualan sangat hidup. Di pasar dengan persaingan monopolistik, harga bukanlah satu-satunya tanda keberhasilan pasar. Sebuah perusahaan bisa menjual produknya dengan harga yang cukup tinggi, tetapi masih bisa menarik banyak pelanggan. Di sisi lain, ada juga perusahaan yang menawarkan produk mereka dengan harga rendah, tetapi tetap tidak mendapatkan banyak pembeli. Agar bisa menarik pelanggan, perusahaan perlu rajin melakukan promosi, memperbaiki layanan, meningkatkan desain produk, dan juga meningkatkan kualitas barang yang dijual.

Pada tahun 2025–2026 di Jawa Timur, terdapat banyak pasar monopolistik dalam bidang UMKM, antara lain makanan, busana, kafe, layanan laundry, dan jasa kecantikan. Hal ini terjadi karena banyaknya penjual yang menyediakan barang serupa namun memiliki variasi dalam merek, cita rasa, kualitas, atau pelayanan. Persaingan di antara para pelaku usaha sangat ketat, sehingga masing-masing berupaya menggugah minat konsumen melalui inovasi serta strategi promosi. Sebagai contoh, industri makanan khas lokal yang berkembang di beragam

kabupaten di Jawa Timur (Hopid, Sudiyarto, 2021). Ini menunjukkan bahwa meskipun tersedia banyak produsen, sebagian besar pangsa pasar masih didominasi oleh beberapa produsen utama.

Keterkaitan sektor industri dengan sektor ekonomi lainnya

Industrialisasi, dalam pengertian yang lain, adalah proses modernisasi ekonomi yang melibatkan semua sektor ekonomi yang saling berhubungan dengan industri pengolahan. Artinya, industri bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah di semua sektor ekonomi, dengan sektor industri pengolahan sebagai sektor utama. Ini berarti bahwa dengan perkembangan industri, akan mendorong dan meningkatkan pembangunan di sektor-sektor lainnya (Bramantyo et al., 2024). Pemerintah meminta Provinsi Jawa Timur untuk memperhatikan tiga sektor utama. yang mendukung ekonomi daerahnya, yaitu sektor industri pengolahan, perdagangan dan jasa, serta sektor pertanian (Junari et al., 2020). Menurut Setiawan (2013), keterkaitan antar sektor terutama untuk menentukan strategi kebijakan pembangunan dibagi menjadi 2 yaitu keterkaitan ke belakang (backward linkages) dan keterkaitan ke depan (forward linkages). Keterkaitan sektor industri dengan sektor ekonomi lainnya seperti:

Sektor pertanian

Sektor industri sangat berkaitan dengan sektor pertanian dalam ekonomi Indonesia. Menurut penelitian Widyawati (2017), tentang analisis input-output, sektor industri pengolahan adalah salah satu sektor yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan pertanian. Hal ini karena industri ini memerlukan hasil pertanian sebagai bahan baku utama, contohnya dalam industri makanan, minuman, dan produk olahan lainnya. Seiring dengan pertumbuhan sektor industri pengolahan, permintaan terhadap hasil pertanian juga semakin meningkat. Selain itu, sektor pertanian juga sangat bergantung pada sektor industri untuk mendapatkan pupuk, mesin pertanian, teknologi, dan alat produksi lainnya yang bisa membantu meningkatkan hasil pertanian. Hubungan ini menunjukkan bahwa kedua sektor saling membantu dan tidak bisa dipisahkan. Perkembangan industri bisa membantu memodernisasi pertanian dengan cara menggunakan teknologi dan mengolah hasil panen menjadi produk yang memiliki nilai lebih tinggi. Di sisi lain, sektor pertanian masih memegang peranan penting dalam membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Karena itu, pembangunan di sektor industri dan pertanian harus dilakukan secara seimbang supaya bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dengan cara yang berkelanjutan.

Sektor perdagangan

Sektor perdagangan, hotel, dan restoran memiliki hubungan ke depan cukup kuat dengan sektor industri. Pengolahan; konstruksi; pengangkutan dan komunikasi, dan jasa-jasa. Keterkaitan ke depan relatif kuat tersebut berarti bahwa hasil dari sektor perdagangan, perhotelan, dan Restoran sering kali digunakan sebagai sumber informasi oleh berbagai sektor tersebut.

Sektor transportasi dan logistik

Sektor industri terutama industri transportasi dan bagian-bagiannya memiliki nilai tarik yang kuat dan besar dibandingkan dengan sektor yang lain. Hal ini dimungkinkan oleh Sebagian Transportasi yang besar di Jawa Timur digunakan untuk perdagangan barang dan juga untuk keperluan lainnya. Transportasi untuk mobilitas manusia sehari-hari masih menggunakan angkutan yang dilakukan secara. Transportasi massal di darat terutama menggunakan bus, angkot, angdes, dan truk, baik untuk pengiriman barang impor. Maupun ekspor, keberadaan sektor industri alat pengangkutan lainnya ini dapat membantu. menghubungkan aliran distribusi barang dan jasa di seluruh provinsi Jawa Timur (Setiawan, 2013).

Sektor jasa

Sektor jasa seperti bank, teknologi informasi, dan layanan konsultasi bisnis sangat penting dalam mendukung kegiatan industri. Interaksi antara sektor-sektor ini menunjukkan bahwa sektor industri memiliki peran penting sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi di daerah (Suharjo & Santoso, 2014).

Pengaruh struktur pasar terhadap hubungan antara sektor industri dengan sektor lain dalam perekonomian

Struktur pasar sangat penting dalam menentukan bagaimana sektor industri berinteraksi dengan sektor ekonomi lainnya. Menurut Sari et al. (2024), Jika struktur pasar industri sangat kompetitif, perusahaan akan termotivasi untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan kualitas produksi. Hal ini akan menyebabkan permintaan di sektor lain, seperti pertanian, transportasi, dan jasa, juga meningkat. Sebaliknya, jika pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar (oligopoli atau monopoli), maka keuntungan dan kekuatan ekonomi akan lebih terkumpul di tangan sedikit orang. Hal ini membuat sektor lainnya lebih bergantung pada industri tersebut.

Dalam penelitian itu dijelaskan bahwa sektor industri pengolahan memiliki hubungan yang kuat baik ke depan maupun ke belakang. Ini berarti bahwa kemajuan di industri ini bisa mendorong pertumbuhan sektor lainnya, dan pada saat yang sama, industri ini juga bergantung pada pasokan bahan dari sektor-sektor lain. Karena itu, struktur pasar di industri sangat

mempengaruhi stabilitas dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan, karena menentukan seberapa kuat atau lemahnya hubungan antara sektor-sektor dalam perekonomian. Namun perusahaan besar juga bisa memberi pengaruh besar pada ekonomi daerah dengan cara berinvestasi, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan permintaan untuk bahan baku lokal. Sektor manufaktur di Jawa Timur diketahui memberikan kontribusi yang besar terhadap PDRB daerah dan menjadi salah satu penggerak utama dalam pembangunan ekonomi. Karena itu, sebuah struktur pasar yang seimbang antara perusahaan besar dan kecil akan menciptakan hubungan ekonomi yang lebih baik antara sektor industri dan sektor lainnya. Struktur pasar dalam suatu industri akan mempengaruhi bagaimana industri itu berhubungan dengan sektor-sektor lain dalam perekonomian secara keseluruhan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Struktur pasar memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan proses industrialisasi. struktur pasar seperti persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, dan monopoli menunjukkan cara interaksi antara produsen dan pembeli serta bagaimana persaingan berlangsung dalam suatu aktivitas ekonomi. Di Jawa Timur, beragam jenis pasar dapat ditemukan dalam berbagai sektor industri. Pasar monopolistik banyak hadir di usaha kecil dan menengah, seperti industri makanan, pakaian, dan layanan. Sementara itu, pasar oligopoli biasanya muncul di sektor industri besar seperti telekomunikasi, transportasi, dan bahan konstruksi. jenis pasar ini memengaruhi cara perusahaan bersaing, menetapkan harga, dan berinovasi dalam produk mereka. Di samping itu, sektor industri juga sangat terkait dengan sektor-sektor ekonomi lain seperti pertanian, perdagangan, transportasi, jasa, dan tenaga kerja. Industri membutuhkan bahan mentah dari sektor pertanian, membutuhkan sektor perdagangan untuk mendistribusikan produknya, dan sangat bergantung pada transportasi serta jasa untuk mendukung aktivitas produksi dan distribusi. Interaksi antar sektor ini mengindikasikan bahwa kemajuan industri dapat memberi dampak yang luas terhadap perekonomian daerah.

Struktur pasar juga berperan dalam hubungan antara sektor industri dan sektor lainnya dalam perekonomian. Struktur pasar yang efisien dan kompetitif dapat mendorong peningkatan produksi, inovasi, efisiensi operasional, dan menciptakan lebih banyak peluang kerja bagi masyarakat. Dengan demikian, pertumbuhan sektor industri yang ditopang oleh struktur pasar yang baik dapat berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di Jawa Timur.

DAFTAR REFERENSI

Anggun, S., Nugroho, F. A., & rekan penulis. (n.d.). *Analisis pengaruh daya beli konsumen terhadap pajak pertambahan nilai dan pajak penjualan atas barang mewah pada sektor kendaraan bermotor*.

Aprillia, C., & Eliza, W. R. (2026). Analisis struktur pasar dalam pasar persaingan sempurna: Tinjauan systematic literature review. *Eskalasi, 1*(1), 11–24. https://paramarta-ai.or.id/index.php/Eskalasi/article/view/17/2

Bramantyo, D., Kumala, D. W., & Yasin, M. (2024). Strategi industrialisasi: Hubungan dengan sektor lain. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia, 2*(3), 65–75. https://doi.org/10.61132/jepi.v2i3.654

Diana, S. R. (2024). *Strategi industrialisasi: Analisis struktur industri unggulan pada pembangunan negara*.

Hikmahyatun, S. F. (2019). Struktur pasar dalam perspektif. *Labatila, 3*, 131–156. https://doi.org/10.33507/labatila.v3i02.230

Hilwa, L., Ngutfah, U., Laela, N., Rais, M. I., & Aprianto, N. E. K. (2024). Persaingan pasar oligopoli di Indonesia. *JAEM, 1*(4), 193–202. https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3321

Hopid, H., Sudiyarto, S., & H. H. (2021). Analisis struktur, perilaku dan kinerja pasar pada sentra industri rengginang lorjuk di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 5*, 787–797. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.03.16

Ilham, M., & Yasin, M. (2026). Pengaruh investasi dan penyerapan tenaga kerja terhadap sektor industri pengolahan di Provinsi Jawa Timur. *JNSI, 5*(2), 259–272. https://doi.org/10.61412/jnsi.v5i2.352

Junari, T., Rustiadi, E., & Mulatsih, S. (2020). Identifikasi sektor industri pengolahan unggulan Provinsi Jawa Timur (analisis input-output). *Tataloka, 22*(3), 308–320. https://doi.org/10.14710/tataloka.22.3.308-320

Mastura, M., Suhana, S., & Hendra K, J. (2024). Struktur pasar dan penentuan dan persaingan harga. *1*(2), 682–692.

Nasution, A., Hasibuan, W. H., Saldi, N. S., & Daulay, S. C. P. (2025). Struktur pasar persaingan tidak sempurna. *2*, 184–190. https://www.journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/472/337

Ramadhani, S., Manullang, R. M. V., & Purba, T. K. A. B. (2025). Keseimbangan pasar monopoli dalam teori permintaan dan penawaran serta dampaknya terhadap kesejahteraan sosial. *JUMIA, 3*, 90–94. https://doi.org/10.55606/jumia.v3i1.3564

Rizky, N. (2020). *Struktur pasar persaingan sempurna*.

Yolanda, E. R., & Pintauli, R. F. (2026). Model peran berbagai jenis pasar terhadap pertumbuhan ekonomi. *19*(1), 1–13. https://doi.org/10.58303/rp93aq78

Sari, S. I., Hadi, T., Lada, S., & Taek, E. (2024). Keterkaitan sektor pertanian dalam perekonomian Provinsi Kalimantan Selatan (analisis input-output). *26*(1), 5101–5111.

Setiawan, W. (2013). Analisis keterkaitan antar sektor pada industri, perdagangan dan jasa angkutan di Jawa Timur.

Suharjo, O. D. M., & Santoso, E. B. (2014). Keterkaitan sektor ekonomi di Provinsi Jawa. *3*(2).

Taufiqurrahman, M. (2020). *Struktur pasar monopolistik*.

Widyawati, R. F. (2017). Analisis keterkaitan sektor pertanian dan pengaruhnya terhadap perekonomian Indonesia (analisis input-output). *13*, 189–202.

Zahroo, A. F. (2022). Analisis keterkaitan sektor industri pengolahan terhadap perekonomian di Provinsi Jawa Timur (pendekatan input-output). *Jurnal Ilmu Ekonomi*, *6*(2), 189–202. https://doi.org/10.22219/jie.v6i2.20459