

## **Struktur dan kinerja industri warung internet di kota Surakarta tahun 2004**

**Oleh:**

**Wisnu Yudananto**

**F.0100069**

### **BAB I PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini kebutuhan manusia tidak terbatas kepada pemenuhan fisiologisnya saja yaitu pangan, sandang dan perumahan tetapi lebih dari itu kebutuhan manusia terus meningkat seiring dengan perkembangan jaman yang terus berjalan. Salah satu kebutuhan yang dirasa penting bagi manusia saat ini adalah kebutuhan akan informasi. Informasi ini menjadi hal yang sangat penting dan berguna bagi manusia. Saat ini bahkan dalam setiap aspek kehidupan manusia, manusia membutuhkan informasi. Dalam abad globalisasi ini ada suatu pendapat umum yang mengatakan bahwa siapa yang menguasai informasi, dialah yang menguasai dunia.

Perkembangan kebutuhan informasi ini tidak dapat lepas dari sarana pendukungnya yaitu media informasi. Seiring dengan perkembangan jaman, media informasipun sudah semakin berkembang dengan teknologi yang semakin canggih pula. Dalam media informasipun umumnya terjadi pembaharuan teknologi, dimulai dengan adanya surat kabar, kemudian radio dan disusul televisi yang menghadirkan informasi yang lebih cepat serta lebih menarik karena

dikemas dalam bentuk audiovisual. Saat ini hadir suatu media terbaru, yang memberikan informasi yang tidak terbatas, melampaui segala batas-batas negara dan budaya, yang terbentuk dalam suatu jaringan yang menggunakan komputer sebagai sarannya yang disebut internet.

Dengan kemudahan dalam memperoleh informasi yang cepat di internet, semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan internet untuk mengaksesnya. Tabel 1.1 menunjukkan perkembangan jumlah pengguna internet dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2004 di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Pengguna Internet**  
**di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengguna Internet</b>
2001	2 juta
2002	4,2 juta
2003	5,5 juta
2004	7,5 juta*

\*: Jumlah perkiraan

Sumber: Kompas

Di Indonesia jumlah pengguna internet pada tahun 2001 mencapai kurang lebih berjumlah dua juta orang, sedang pada tahun 2002 mengalami peningkatan menjadi 4,2 juta orang dan meningkat menjadi 5,5 juta orang pengguna internet di tahun 2003. Sementara untuk tahun 2004 ini, jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 7,5 juta orang.

Sehubungan jumlah pengguna internet yang selalu meningkat setiap tahunnya memunculkan peluang usaha jasa layanan internet atau yang lebih dikenal dengan warung internet. Dari survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2001, 42 persen akses internet dilakukan melalui warung internet, 41 persen melalui kantor dan hanya 12 persen yang

dilakukan dari rumah sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan warung internet masih mendominasi dalam mengakses informasi di internet, dan kecilnya kesediaan orang mengeluarkan uang untuk membiayai sendiri akses internet. Alasan utama orang enggan adalah membutuhkan uang banyak untuk berlangganan dan tidak mempunyai komputer sendiri.

Bisnis warung internet kurang prospektif terutama di daerah-daerah yang penetrasi akses internetnya tinggi, seperti di kota-kota besar, tetapi masih sangat potensial di daerah-daerah miskin akses internet dalam jangka pendek. Kota Surakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia tak luput dari perkembangan industri warung internet. Selama tahun 2004, jumlah warung internet yang beroperasi di Kota Surakarta berjumlah 21 unit. Banyaknya jumlah warung internet yang beroperasi akan menimbulkan dampak persaingan usaha yang cukup ketat, terutama di lingkungan perguruan tinggi UNS dimana terdapat sembilan warung internet yang beroperasi. Bentuk persaingan usaha terlihat pada penetapan tarif jasa akses internet oleh warung internet. Tarif yang dikenakan terhadap konsumen ternyata berbeda antara warung internet satu dengan warung internet lainnya. Penetapan tarif yang berbeda-beda menunjukkan adanya usaha menarik jumlah konsumen yang banyak dan dapat meningkatkan keuntungan.

Keadaan bisnis warung internet saat ini ibarat mati suri karena jenis layanannya tidak berkembang, hanya memberikan layanan akses internet. Jasa layanan akses yang diberikan warung internet sudah tidak menarik lagi sehingga warung internet perlu mengembangkan usahanya ke layanan lain seperti penyedia aplikasi, *web hosting*, *web page development* atau sistem integrator. Salah satu contoh yang cukup berhasil adalah pengembangan warung internet menjadi

*Internet Service Provider* (ISP). Pengembangan usaha ke bentuk layanan lain perlu ditempuh agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya, apalagi di tengah persaingan usaha yang cukup ketat diantara warung internet itu sendiri.

Dengan berdasar latar belakang tersebut penulis tertarik untuk menganalisa struktur dan kinerja industri warung internet, sehingga judul penulisan skripsi adalah “STRUKTUR DAN KINERJA INDUSTRI WARUNG INTERNET DI KOTA SURAKARTA TAHUN 2004”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka pokok permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana struktur pasar dari industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 dilihat dari tingkat pendapatan ?
2. Bagaimana kinerja dari warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 dilihat dari tingkat Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin* ?
3. Bagaimana hubungan antara struktur pasar dengan kinerja dari industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian ini bertujuan antara lain sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis struktur pasar dari industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 dilihat dari tingkat pendapatan.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis kinerja dari warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 dilihat dari tingkat Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara struktur pasar dengan kinerja dari industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini dapat diharapkan memberikan manfaat antara lain:

1. Sebagai masukan bagi para pengusaha warung internet di Kota Surakarta untuk dapat merancang strategi yang tepat dalam suatu persaingan usaha.
2. Bagi calon investor dalam memutuskan untuk berinvestasi warung internet
3. Bagi pemerintah terutama dalam mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan persaingan usaha.
4. Sebagai sumbangan pemikiran untuk pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian dan Ruang Lingkup Ekonomi Industri

Pengertian industri dapat dalam lingkup mikro dan makro. Secara mikro, industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat. Namun demikian, dari segi pembentukan pendapatan, yakni yang cenderung bersifat makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah (Hasibuan, 1993:12).

Ekonomi industri maupun organisasi industri ini merupakan kelanjutan dari teori mikro yang membahas mengenai variabel-variabel seperti harga, upah, ongkos produksi, perilaku perusahaan atau industri dan perilaku konsumen. Ekonomi industri mempunyai subyek masalah tentang perilaku dari perusahaan dalam industri. Mempelajari mengenai kebijakan perusahaan mengikuti rival dan *customers* mereka (termasuk harga, iklan dan penelitian-pengembangan). Serta mempelajari mengenai kompetitif di dalam pasar (Martin, 1993 :1).

Di dalam Ekonomi Industri, dipelajari bagaimana pasar berproses secara langsung dalam aktivitas produsen untuk memenuhi permintaan konsumen, bagaimana proses ini kemungkinan mengalami kegagalan, dan bagaimana pasar dapat dipengaruhi ( contoh: intervensi pemerintah) agar diperoleh kinerja yang baik (F.M. Scherer, 1980:2).

Tujuan dari mempelajari ekonomi industri adalah untuk menerangkan cara-cara kekuatan ekonomi beroperasi di sektor industri. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan, dan menekan pada penelitian struktur pasar,

perilaku dan kinerja pasar (*Structure-Conduct-Performance*), dimana yang menjadi pokok bahasan adalah tentang tujuan perusahaan, bagaimana perusahaan menetapkan harga yang disebabkan oleh meningkatnya konsentrasi industri.

Terdapat beberapa alasan mengapa Ekonomi Industri penting untuk dipelajari. Pertama, praktek-praktek struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dalam kegiatan bisnis telah dikenal sejak lama. Praktek-praktek perilakunya mempunyai daftar kerugian bagi konsumen. Kedua, semakin tinggi konsentrasi industri cenderung mengurangi persaingan antar perusahaan yang kemudian membawa perilaku yang kurang efisien. Ketiga, konsentrasi industri menimbulkan

konsentrasi kekayaan yang berakibat tidak ada pemerataan berusaha, pemerataan pendapatan dan pemerataan kesempatan kerja. Keempat, kaitan struktur industri dengan penyelesaian masalah-masalah ekonomi membawa lebih jauh intervensi pemerintah. Kelima, kajian-kajian tentang struktur-perilaku dan kinerja industri tidak terlepas dari permasalahan dasar ekonomi yaitu apa yang diproduksi, bagaimana dan untuk siapa barang dan jasa tersebut diproduksi (Hasibuan, 1993:3).

Dalam skripsi Ayu (2000), pada organisasi industri terdapat beberapa pendapat mengenai hubungan struktur-perilaku-kinerja (*Structur-Conducte-Performance*) yaitu :

1. *Harvard Tradition*

Dalam hal ini mereka berpendapat bahwa kebijakan pemerintah diperlukan dalam perekonomian atau dalam mengatasi masalah ekonomi. Hubungan struktur-perilaku-kinerja merupakan hubungan yang sederhana, dimana struktur mempengaruhi perilaku kemudian mempengaruhi kinerja. Struktur

pasar antara lain mendeskripsikan aspek-aspek yaitu besarnya distribusi penjual dan pembeli, *differentiation*, *degree of vertical integration*, *cost structure*, *entry condition*.

Perilaku mempelajari bagaimana perilaku dari produsen, dimana tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan laba. Dan dapat dilakukan dengan *collusion*, *strategic behaviour*, *advertising* termasuk R &D dan investasi.

Kinerja merupakan kinerja dalam industri yang diukur oleh prestasi perusahaan tersebut dengan beberapa indikator, antara lain *profitability*, *efficiency*, *progressiveness (dynamic efficiency)*, *innovation rate*, *distribution* dan *ratio price to marginal cost*.

## 2. *The Chicago School (Chicago Tradition)*

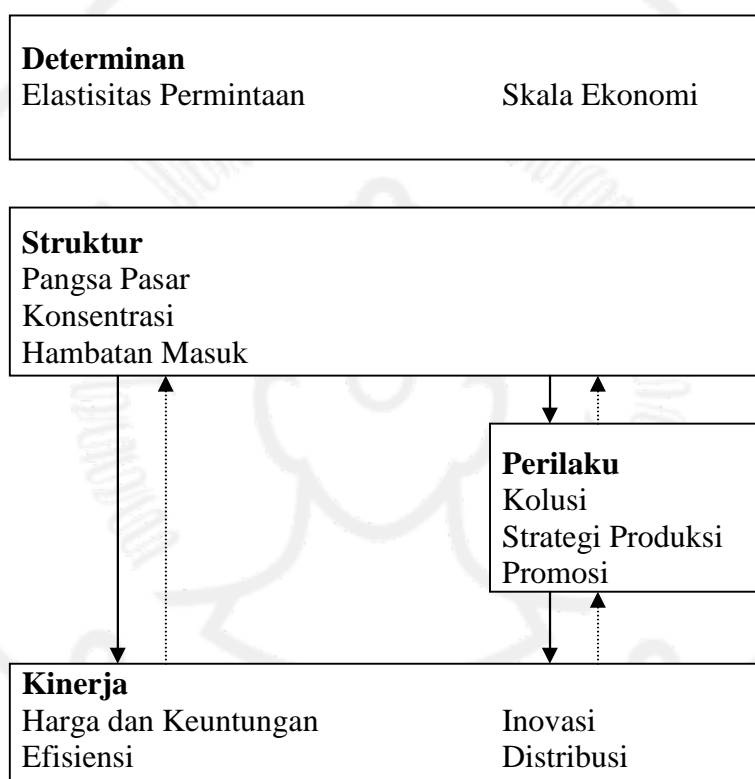
Mereka mempunyai pendapat bahwa mereka tidak setuju dengan adanya campur tangan pemerintah dalam menyelesaikan masalah ekonomi, sehingga sebaiknya pemerintah tidak perlu ikut campur dalam kebijakan industri. *Chicago Tradition* menganggap bahwa hubungan struktur-perilaku-kinerja bukan merupakan hubungan kausalitas, dimana struktur-perilaku-kinerja merupakan *endogenous variable*. Ini sekaligus kritikan terhadap pendapat dari *Harvard Tradition*.

Pendapat dari Damzey dalam buku *Industrial Economics* oleh Stephen Martin (Martin, 1993: 215-221) bahwa keuntungan (profit yang tinggi) tidak pasti atau harus disebabkan oleh tingkat konsentrasi (*concentration ratio*) yang tinggi, dimana keuntungan dapat meningkat karena efisiensi. Kondisi dan kemampuan industri berubah sehingga berpengaruh pada perolehan



keuntungan. Keuntungan ekonomis tidak mungkin dicari dari perusahaan satu persatu, untuk keperluan riset hanya dapat melihat dari laporan keuangan.

Analisa yang digunakan dalam Ekonomi Industri adalah pendekatan struktur-perilaku dan kinerja yang mana mempelajari hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja yang merupakan satu arah. Asumsi yang digunakan dalam pendekatan ini adalah struktur mempengaruhi perilaku dan perilaku mempengaruhi kinerja (Clarkson and Miller, 1983:5).



Gambar 2.1 : Hubungan Struktur, Perilaku dan Kinerja

Semenjak perkembangan ilmu organisasi industri dari dekade 1890 sampai dengan 1970, pandangan para ahli ekonomi dan pengalaman bisnis berasumsi bahwa struktur pasar mempengaruhi perilaku perusahaan dan bagaimana kinerja perusahaan tersebut. Perusahaan dalam pasar oligopoli akan melakukan kolusi dengan perusahaan lain. Struktur pasar juga dapat dipengaruhi kinerja sebagai

contoh perusahaan yang efisien akan memperoleh keuntungan yang tinggi sehingga meningkatkan pangsa pasar. *Mainstream* penelitian mengakui berlaku hubungan dari kinerja ke struktur namun dari logika dan pengalaman bisnis hubungan yang berlaku adalah dari struktur ke kinerja (Shepherd, 1997: 6-7).

## **B. Struktur Pasar**

### **1. Pengertian dan Bentuk Pasar**

Greer mendefinisikan pasar adalah suatu proses yang diatur oleh penjual dan pembeli untuk menukarkan barang dan jasa dengan menggunakan uang sebagai sarana pertukaran. Di dalam pasar terdapat dua sisi yaitu sisi permintaan (pembeli) dan sisi penawaran (penjual) (Greer, 1992: 4).

Pengertian struktur pasar pada hakekatnya penggolongan produsen ke beberapa bentuk pasar berdasarkan kepada ciri-ciri seperti: (i) jenis barang yang dihasilkan, (ii) banyak perusahaan dalam industri, (iii) mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam industri. dan (iv) peran iklan dalam kegiatan industri (Sukirno, 1985:181).

Analisa ekonomi membedakan struktur pasar dalam empat jenis pasar, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar persaingan monopolistik dan pasar oligopoli.

#### **a. Pasar Persaingan Sempurna**

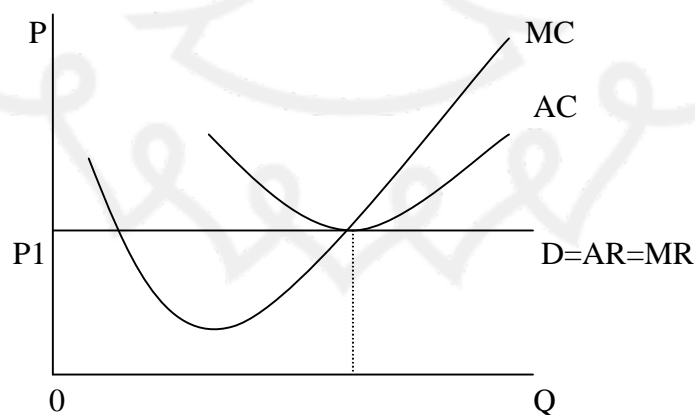
Pasar persaingan sempurna adalah pasar dimana terdapat banyak penjual dan pembeli, dan setiap penjual ataupun pembeli tidak dapat mempengaruhi keadaan di pasar (Sukirno, 1985:181-182). Pasar persaingan sempurna

merupakan struktur pasar yang paling cocok, karena menjamin terwujudnya kegiatan memproduksi barang dan jasa yang tinggi efisiensinya.

Ciri-ciri dari Pasar persaingan sempurna adalah :

1. Setiap perusahaan adalah *price taker*, berarti setiap perusahaan yang ada di dalam pasar tidak dapat menentukan atau merubah harga pasar.
2. Terdapat banyak penjual dan pembeli di pasar.
3. Produk yang dihasilkan berbagai perusahaan adalah sama.
4. Terdapat kebebasan bagi perusahaan untuk keluar masuk pasar.
5. Para pembeli mempunyai pengetahuan yang sempurna tentang keadaan di pasar.

Di dalam pasar persaingan sempurna, kurva permintaan perusahaan adalah suatu garis horisontal yang sesuai dengan harga perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan tidak mampu merubah harga berapapun jumlah barang dan jasa yang diproduksi.



Gambar 2.2 : Kurva Permintaan pada Pasar Persaingan Sempurna

Untuk memaksimalkan keuntungan, perusahaan menentukan output pada kondisi dimana  $MR = MC$ . Mendatarnya kurva permintaan juga membuktikan

bahwa MR sama dengan AR yang dengan sendirinya juga merupakan harga. Dengan demikian harga sama dengan MC ( $P = MC$ ).

Setiap perusahaan di pasar mencapai kondisi output yang sama dalam jangka panjang yaitu pada saat harga sama dengan MC dan AC minimum ( $P = MC = AC$  minimum). Tingkat efisiensi produksi tercapai.

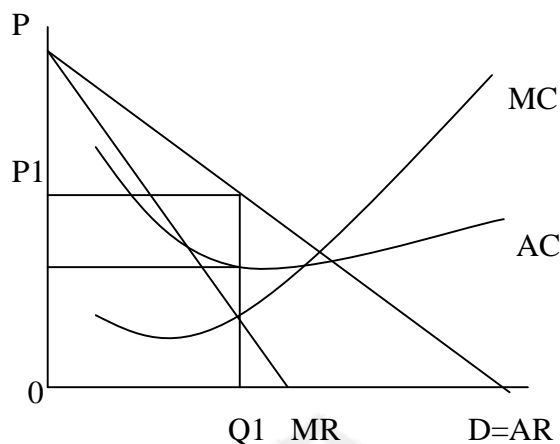
#### b. Pasar Monopoli

Struktur pasar yang sangat bertentangan dengan pasar persaingan sempurna adalah pasar monopoli. Pasar monopoli adalah pasar dimana terdapat hanya seorang penjual saja (Sukirno, 1985:183). Keuntungan yang dinikmati oleh perusahaan monopoli adalah keuntungan murni dan diperoleh karena terdapat hambatan yang sangat kuat terhadap perusahaan lain yang ingin memasuki industri tersebut.

Ciri-ciri dari pasar monopoli adalah:

1. Hanya terdapat satu penjual di pasar.
2. Dapat menentukan harga (*price maker*) karena hanya ada satu penjual.
3. Barang yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh barang lain.
4. Adanya hambatan bagi perusahaan baru untuk memasuki industri.
5. Usaha mempromosikan penjualan secara iklan kurang diperlukan.

Karena perusahaan monopoli adalah satu-satunya produsen dalam pasar, maka kurva permintaan yang dihadapinya adalah permintaan pasar. Kurva permintaan pasar biasanya menurun dari kiri atas ke kanan yang berarti bahwa produsen tersebut bisa mempengaruhi harga pasar dengan jalan merubah jumlah barang yang dijual.



Gambar 2.3 : Kurva Permintaan pada Pasar Monopoli

Terdapat tiga faktor yang dapat menyebabkan timbulnya pasar monopoli, yaitu: (i) perusahaan itu mempunyai suatu sumber daya tertentu yang unik dan tidak dimiliki perusahaan lain. (ii) karena terdapat skala ekonomi dalam kegiatan yang dilakukan monopoli. (iii) Pemerintah, melalui undang-undang, memberikan hak monopoli kepada perusahaan tertentu.

#### c. Pasar Persaingan Monopolistis

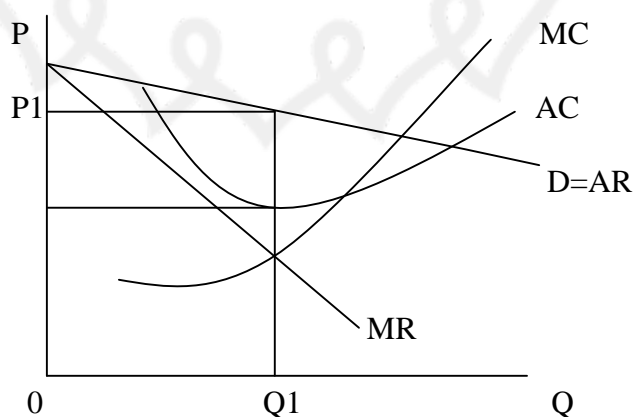
Pasar persaingan monopolistis adalah suatu pasar dimana terdapat banyak produsen yang menghasilkan barang yang berbeda corak (*differentiated product*). Pasar persaingan monopolistis pada dasarnya adalah pasar yang berada di antara dua jenis pasar yang ekstrim, yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, sehingga mempunyai unsur-unsur sifat pasar monopoli dan unsur-unsur sifat pasar persaingan sempurna (Sukirno, 1985:184).

Ciri-ciri dari pasar persaingan monopolistis adalah:

1. Terdapat cukup banyak penjual, namun tidak sebanyak seperti dalam pasar persaingan sempurna.

2. Barang produksinya berbeda corak (*differentiated product*), sehingga secara fisik mudah dibedakan dengan produksi perusahaan lainnya.
3. Perusahaan dalam pasar persaingan monopolistis dapat mempengaruhi harga, namun pengaruhnya relatif kecil kalau dibandingkan dengan perusahaan oligopoli dan monopoli.
4. Hambatan untuk memasuki pasar persaingan monopolistis adalah relatif mudah.
5. Karena produksi terdiferensiasi para pengusaha melakukan persaingan bukan harga, tetapi di dalam memperbaiki mutu dan desain barang, melakukan kegiatan iklan yang terus menerus.

Sifat-sifat ini menimbulkan pengaruh yang cukup penting ke atas corak permintaan yang dihadapi perusahaan dalam persaingan monopolistis. Kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan dalam persaingan monopolistis adalah lebih elastis daripada yang dihadapi perusahaan monopoli, tetapi elastisnya tidak sampai mencapai elastis sempurna (kurva permintaan adalah sejajar sumbu datar), yaitu kurva permintaan yang dihadapi suatu perusahaan dalam persaingan sempurna.



Gambar 2.4 : Kurva Permintaan pada Pasar Persaingan Monopolistis

#### d. Pasar Oligopoli

Pasar oligopoli adalah suatu pasar dimana terdapat beberapa produsen yang menghasilkan barang-barang yang saling bersaing. Di dalam pasar oligopoli, kegiatan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan lainnya di dalam industri yang sama (Sukirno, 1985:186).

Ciri-ciri dari pasar oligopoli adalah:

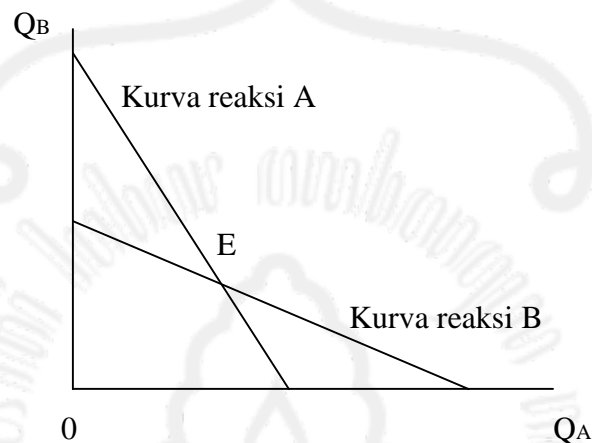
1. Jumlah perusahaan hanya terdiri dari sekelompok kecil perusahaan yang mendominasi pasar.
2. Barang yang diproduksi adalah barang standard atau barang yang terdiferensiasi.
3. Kekuasaan dalam menentukan harga ada kalanya lemah dan ada kalanya sangat kuat. Hal ini tergantung dari ada tidaknya kerjasama diantara perusahaan-perusahaan di pasar oligopoli.
4. Terdapat hambatan yang cukup kuat yang menghalangi perusahaan baru untuk memasud pasar oligopoli.
5. Iklan sangat penting dalam pasar oligopoli yang bertujuan untuk menarik pembeli baru dan mempertahankan pembeli lama.

Bentuk-bentuk dari pasar oligopoli adalah:

##### 1. Model Cournot

Asumsi utama dari model Cournot adalah jika sebuah perusahaan (A) telah menentukan tingkat produksinya, maka perusahaan tersebut tidak akan mengubahnya. Atas dasar asumsi inilah perusahaan pesaingnya (B) akan menentukan tingkat produksinya. Dalam pasar duopoli hanya terdapat dua perusahaan yang menjual produk yang homogen, dengan demikian

hanya terdapat satu harga pasar. Harga pasar ditentukan oleh kesesuaian harga antara jumlah total output yang dihasilkan oleh dua perusahaan para produsen. Dalam model ini dapat diketahui adanya kurva reaksi, kurva reaksi menunjukkan output dari perusahaan A yang diproduksi berdasar atas output dari Perusahaan B.

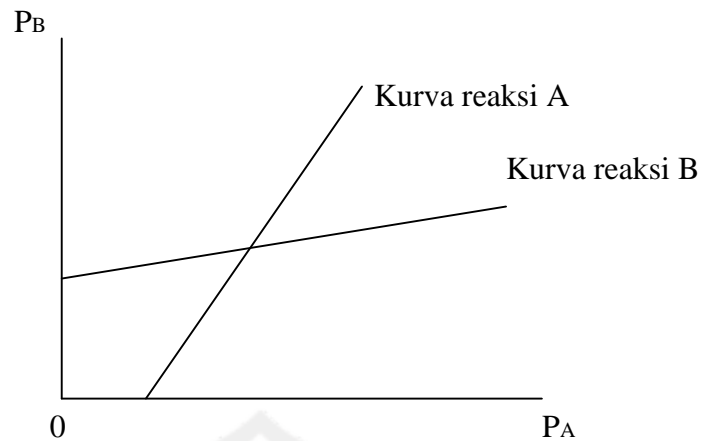


Gambar 2.5 : Keseimbangan Model Cournot

## 2. Model Bertrand

Model Bertrand merupakan model yang lebih realistis. Penetapan harga pada pasar duopoli ini akan sesuai dengan kurva reaksi dari masing-masing perusahaan. Asumsi dari Model Bertrand adalah produk dari dua perusahaan adalah berbeda, sehingga perbedaan harga akan membuat konsumen memilih barang dengan harga jual murah. Dua penjual diasumsikan akan memaksimalkan keuntungan mereka dengan memilih harga yang tepat, sementara harga perusahaan lain akan tetap.

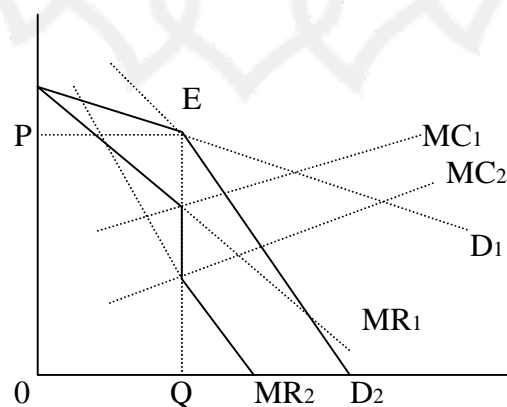




Gambar 2.6 : Keseimbangan Model Bertrand

### 3. Model Kinked Demand Curve

Model Kinked Demand Curve menjelaskan bahwa jika sebuah perusahaan dalam pasar oligopoli menaikkan harganya maka perusahaan lain dalam industri yang sama tidak akan menaikkan harga barang mereka. Oleh sebab itu, perusahaan ini akan mengalami kehilangan sebagian besar konsumennya. Di pihak lain, sebuah perusahaan oligopoli tidak dapat menaikkan pangsa pasarnya melalui penurunan harga karena perusahaan lain akan mengikuti penurunan harga tersebut. Permintaan yang dihadapi oleh suatu perusahaan oligopoli dalam model ini adalah suatu kurva bengkok.



Gambar 2.7 : Model Kinked Demand Curve

#### 4. Model Kepemimpinan Harga

Dalam Model Kepemimpinan Harga (*Price Leadership*) terdapat perusahaan yang dominan yang bertindak sebagai pemimpin pasar serta perusahaan lain sebagai pengikut. Perbedaannya adalah bahwa perusahaan pengikut tidak bereaksi mengikuti model Cournot, melainkan mereka bereaksi seolah-olah mereka berada dalam pasar persaingan sempurna. Dengan demikian perusahaan-perusahaan pengikut bertindak sebagai penerima harga (*Price Taker*), yaitu akan menerima berapapun harga yang ditetapkan oleh perusahaan pemimpin dan akan menghasilkan output pada kondisi dimana biaya marjinal sama dengan tingkat harga.

## 2. Unsur-Unsur Struktur Pasar

Unsur-unsur struktur pasar adalah:

### a. Jumlah dan Ukuran Distribusi Penjual

Dalam pasar persaingan sempurna terdapat banyak penjual dan pembeli yang tak satupun diantara mereka dapat mempengaruhi harga. Industri yang kompetitif akan mengalami efisiensi, sementara pasar monopoli hanya terdapat satu penjual yang dapat membatasi output dan mempengaruhi harga yang mengakibatkan beberapa konsumen tidak mampu membeli output tersebut.

### b. Jumlah dan Ukuran Distribusi Pembeli

Terdapat suatu teori yaitu teori *Countervailing Power*, inti dari teori ini adalah konsentrasi sebagian dari pasar akan menyeimbangkan konsentrasi dari sebagian pasar lain. Ketika jumlah penjual yang sedikit tawar-menawar dengan sejumlah kecil pembeli, akan terdapat kesulitan bagi penjual untuk menetapkan harga di

atas biaya. Jadi jumlah dan ukuran distribusi merupakan elemen dari struktur pasar yang mempengaruhi perilaku perusahaan dan kinerja pasar (Martin, 1994: 4).

### c. Pangsa Pasar

Pangsa pasar menunjukkan persentase dari pangsa suatu perusahaan dan seluruh total penjualan industri, dari pangsa pasar diurutkan dari nol sampai seratus persen. Pangsa pasar adalah suatu indikator penting untuk mengukur kekuatan monopoli dan sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Terdapat hubungan antara pangsa pasar masing-masing perusahaan dengan tingkat keuntungan. Hubungan ini dapat di rumuskan sebagai berikut:

$$\text{Rate of return} = a + b \text{ market share}$$

Dimana a adalah *rate of return*, yang berkompetisi dan b adalah kemiringan garis. Nilai a menunjukkan biaya modal perusahaan yang dibayar kepada investor sebagai ganti *opportunity cost*. Tingkat keuntungan di atas a, yang disebut *excess return*, diperoleh karena pangsa pasar meningkat ditunjukkan dengan kemiringan b yang tinggi, sehingga menguntungkan perusahaan (Shepherd, 1997:71-73).

### d. Konsentrasi

Konsentrasi adalah kombinasi dari pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan besar, biasanya diambil empat perusahaan terbesar. Konsentrasi secara langsung menunjukkan tingkat oligopoli (Shepherd, 1997:73). Terdapat beberapa cara dalam mengukur konsentrasi.

#### 1. Rasio Konsentrasi

Rasio konsentrasi merupakan suatu ukuran konsentrasi industri yang dilakukan dengan cara menjumlahkan pangsa pasar beberapa perusahaan terbesar. Rasio konsentrasi merupakan suatu indeks yang dapat mengukur

kekuatan pasar dari sisi produsen. Caranya dengan memilih ukuran dari  $m$  perusahaan relatif terbesar terhadap total pasar. Ukuran dapat diambil dari masukannya (kapital atau tenaga kerja) atau keluarannya (penjualannya). Ukuran yang sering digunakan adalah persentase dari total penjualan atau tenaga kerja dari empat atau delapan perusahaan terbesar dalam industri (Hasibuan, 1993: 109).

Rasio konsentrasi dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$CR = \sum_{i=1}^m P_i$$

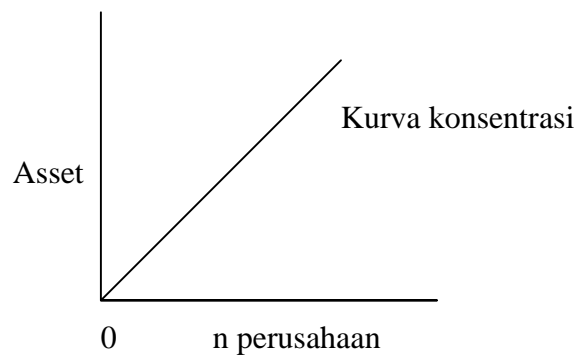
Keterangan:

$m$  = jumlah perusahaan terbesar

$P_i$  = pangsa pasar perusahaan ke- $i$

## 2. Kurva Konsentrasi

Kurva konsentrasi digunakan untuk menggambarkan konsentrasi industri yang diukur dengan menghitung persentase kumulatif dari total asset industri yang dikuasai oleh perusahaan-perusahaan yang memimpin dalam suatu industri. Atau kurva konsentrasi menunjukkan hubungan antara persentase jumlah perusahaan (diurutkan dari yang terbesar) dan persentase akumulasi asset dalam pasar.

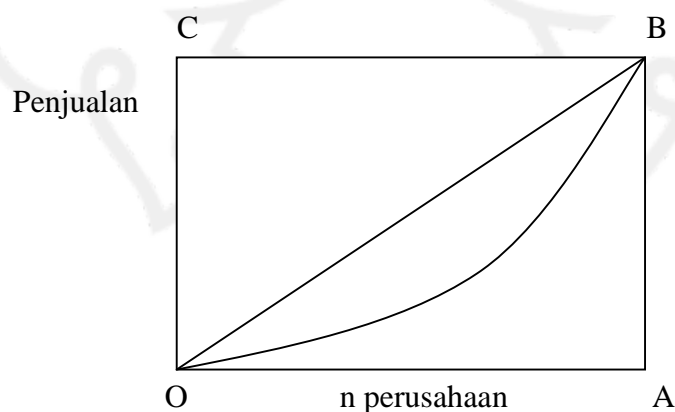


Gambar 2.8 : kurva konsentrasi

Sumbu horisontal menunjukkan jumlah perusahaan menurut urutan terbesar sampai terkecil. Sedangkan sumbu vertikal menunjukkan persentase asset industri yang perusahaan. Semakin curam kenaikan kurva konsentrasi, menunjukkan semakin tinggi konsentrasi perusahaan (Utton dalam Wahjudin, 1992: 28-29).

### 3. Kurva Lorentz

Tingkat konsentrasi dapat juga diukur dengan kurva Lorentz. Kurva Lorentz membandingkan antara persentase total penjualan dengan persentase jumlah perusahaan di pasar dari yang terkecil sampai yang terbesar.



Gambar 2.9 : Kurva Lorentz

Garis horisontal menunjukkan persentase jumlah perusahaan dan garis vertikal menunjukkan persentase jumlah penjualan di pasar. Daerah antara garis OB dengan kurva Lorentz disebut dengan area konsentrasi.

Dengan kurva Lorentz dapat diamati kesenjangan yang diwakili oleh bidang yang dibatasi oleh kurva Lorentz dengan garis diagonal (OB) dan sisi segi empat persegi panjang OB dan OC. Garis OB merupakan tempat kedudukan titik-titik dimana semua perusahaan dalam industri mempunyai pangsa pasar yang sama.

Ukuran ringkas dari kesenjangan yang diindikasikan oleh kurva Lorentz dapat dihitung dengan menggunakan koefisien Gini. Koefisien Gini diperoleh dengan membandingkan luas area konsentrasi dengan luas segitiga OAB, nilai koefisien Gini bervariasi antara nol sampai satu. Semakin tinggi nilai koefisien Gini, semakin tidak kompetitif struktur pasar yang terjadi. Kelemahan dari koefisien Gini adalah tidak memperhitungkan jumlah perusahaan dalam suatu industri (Greer, 1992: 173-175).

#### 4 Indeks Lerner

Indeks Lerner digunakan untuk mengukur kekuatan monopoli yang terdapat di pasar. Rumus dari indeks Lerner adalah:

$$IL = \frac{P - MC}{P}$$

P adalah tingkat harga produk yang dihasilkan, MC adalah biaya marginal dalam memproduksi barang. Nilai indeks Lerner adalah antara nol sampai dengan satu, apabila indeks Lerner semakin mendekati satu maka pasar akan berbentuk monopoli.

Kelemahan indeks Lerner adalah meskipun sama-sama perusahaan monopoli dengan skala perusahaan berbeda nilai indeks Lerner-nya sama (Hasibuan, 1993: 133).

## 5. Indek Bain

Dalam buku yang ditulisnya pada tahun 1956 (*Barrier to New Competition*). Joe S. Bain membuat suatu formula perhitungan laba. Bila dibandingkan konsep laba dengan perhitungan laba dalam akuntansi, tidak sama. Berdasarkan batasan teoritik, laba adalah kelebihan penghasilan dari ongkos total, yang merupakan bagian dari pendapatan perusahaan.

Perhitungan laba menurut konsep akuntansi adalah penghasilan dikurangi ongkos dan depresiasi, tetapi Bain menghitung lagi nilai investasi dari pemilik perusahaan (V), dan tingkat bunga yang berlaku. Jadi batasan laba secara ekonomis menurut Bain adalah  $R - C - D - iV$ . R adalah revenue; C adalah ongkos pada tahun berjalan dalam memproduksi; i adalah tingkat bunga yang berlaku, yang merupakan resiko dalam nilai investasi.

Bain mengukur tingkat keuntungan suatu industri. Tingkat keuntungan dapat dibandingkan antar industri. Dengan demikian, tingkat laba tidak hanya untuk satu perusahaan tetapi bersifat agregatif dalam suatu industri yang diamati.

$$IB = \frac{R - C - D - iV}{V}$$

Bain tidak sekedar mengukur kekuatan monopoli tetapi juga konsentrasi industri dengan menggunakan laba sebagai salah satu variabel kinerja. Diprediksikan oleh Bain bahwa apabila tingkat laba relatif tinggi, maka diperkirakan bahwa industri tersebut mempunyai struktur pasar monopoli (Hasibuan, 1993: 115-116).

## 6. Indeks Herfindahl

Orris C. Herfindahl mengukur konsentrasi industri dengan menggunakan formula:

$$IH = \sum_{i=1}^{n=k} \left( \frac{X}{T} \right)^2$$

Ini melengkapi kekurangan dan rasio konsentrasi yang hanya memberikan adalah jumlah perusahaan yang terdapat dalam suatu industri; X adalah besaran absolut dari variabel yang diamati pada perusahaan ke-i; T adalah jumlah keseluruhan dari nilai variabel yang diukur. Indeks Herfindahl mengukur konsentrasi industri dengan memperhatikan andil perusahaan terbesar dalam suatu industri. Nilai IH dinyatakan dalam persentase, maka nilai ini adalah andil perusahaan pertama sampai dengan ke-I yang terbesar dalam suatu industri. Jadi indeks informasi tentang pangsa pasar sedikit perusahaan dan terbesar dalam industri (Hasibuan, 1993: 116-118).

Untuk mengetahui jumlah ekuivalen perusahaan yang menguasai pasar, Horris A. Adelman menyarankan untuk mengubah indeks Herfindahl menjadi suatu ukuran jumlah yang ekuivalen,  $N=1/H$ , dimana N adalah jumlah dari perusahaan-perusahaan yang berukuran sama yang mewakili nilai observasi dari angka Herfindahl. Contohnya, bila  $H=10$ , lalu  $N=10$  nilai H sebesar 0,10 adalah sekaligus merupakan nilai ekuivalen sebuah pasar dari 10 perusahaan yang ekuivalen.

Bain (1962) mengklasifikasikan industri berdasarkan konsentrasi penjual. Berdasarkan klasifikasi tersebut dikenal struktur pasar oligopoli sebagai berikut:

1) Tipe I, yaitu tipe pasar oligopoli penuh

Tipe ini dibagi menjadi dua kelompok yaitu tipe Ia dimana tiga perusahaan terbesar menguasai sekitar 57% dari total output dan delapan perusahaan terbesar menguasai sekitar 99% dari total output, dan tipe Ib dimana empat perusahaan terbesar menguasai sekitar 78% dari total



output sementara delapan perusahaan terbesar menguasai sekitar 98% dari total output.

2) Tipe II

Pada tipe II, jumlah perusahaan yang ada dalam industri umumnya lebih banyak dan secara bersama mengontrol pasar. Delapan perusahaan terbesar menguasai 85-90% dari total output, sedangkan empat perusahaan terbesar menguasai 65-75% dari total output. Proporsi dari pasar yang dikontrol oleh beberapa perusahaan besar lebih kecil dibanding dengan tipe I.

3) Tipe III, disebut "*high moderate concentration*"

Ciri dari tipe ini adalah perusahaan terbesar menguasai 70-85% dari total output dan empat perusahaan terbesar menguasai 50-65% dari total output.

4) Tipe IV, disebut "*low moderate concentration*"

Pada tipe ini, delapan perusahaan terbesar menguasai 45-70% dari total output sedangkan empat perusahaan terbesar menguasai 35-50% dari total output.

5) Tipe V, disebut "*low grade oligopoly*"

Industri yang termasuk dalam kategori ini biasanya mempunyai sejumlah besar penjual skala kecil, ditandai dengan dikuasainya pangsa pasar kurang dari 45% oleh delapan perusahaan terbesar, sementara empat perusahaan terbesar menguasai kurang dari 35% dari total output.

Tinggi rendahnya tingkat konsentrasi disebabkan oleh beberapa faktor, menurut Greer ada empat faktor utama terjadinya tingkat konsentrasi, yaitu

pertama, mendapat nasib baik. Kedua, disebabkan faktor teknis seperti luas pangsa pasar, skala ekonomi, kelangkaan sumber daya dan tingkat pertumbuhan pasar. Ketiga, disebabkan oleh kebijakan pemerintah yang meliputi kebijakan tarif, *quota* dan *antitrust*. Keempat, adanya perilaku bisnis seperti melakukan merger dan diferensiasi produk (Greer, 1992: 190-200).

#### e. Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk terjadi ketika konsumen melihat bahwa produk berbeda diantara produk lain baik secara fisik maupun non fisik, termasuk harga (Greer, 1992: 107). Perusahaan dapat mencoba membedakan produknya dengan periklanan dan merubah desain. Diferensiasi produk membuat barang menjadi berbeda dan menarik konsumen. Perilaku konsumen itulah yang kemudian membentuk struktur pasar.

#### f. Kondisi *Entry*

Kondisi *Entry* membantu menjelaskan jumlah dan ukuran distribusi dari perusahaan-perusahaan yang beroperasi di pasar. Kondisi *Entry* membentuk kompetisi yang potensial dan alami antara perusahaan lama dengan perusahaan yang baru masuk. Kondisi *Entry* akan berakibat pada kinerja pasar dan struktur pasar (Martin, 1994: 4-5).

#### g. Skala Ekonomi

Skala ekonomi terjadi ketika biaya rata-rata turun sebesar kenaikan output. Jika biaya tetap kecil, biaya rata-rata akan mendekati biaya marjinal, dan berkurangnya biaya rata-rata relatif kecil. Ketika biaya tetap besar, biaya rata-rata

akan turun secara cepat. Dengan berbagai macam fungsi biaya, skala ekonomi tergantung pada besarnya biaya tetap.

#### h. Kebutuhan Modal

Dalam mencari kebutuhan modal akan terdapat suatu perbedaan antara perusahaan lama dengan baru. Karena debitur dan kreditur mempunyai perbedaan informasi mengenai prospek dari sukses atau tidaknya suatu usaha. Ketika perusahaan lama mencari dana pinjaman, kreditur akan dapat mencairkan pinjaman karena reputasi dari perusahaan tersebut. Tetapi untuk perusahaan baru belum mempunyai reputasi, beberapa perusahaan baru yang potensial dapat memasuki pasar dan sukses sementara lainnya tidak.

### C. Kinerja

Pengukuran kinerja dipandang sebagai pengukuran atas seberapa jauh perilaku pasar barang industri menyimpang dari tujuan ekonomi. Kinerja difokuskan pada tiga elemen pokok, yaitu efisiensi, perkembangan teknologi dan pemerataan distribusi (Shepherd, 1997: 33-37).

#### 1. Efisiensi

Pengertian efisiensi secara sederhana adalah menghasilkan nilai output yang maksimum dari sejumlah nilai input tertentu. Efisiensi digolongkan menjadi efisiensi internal dan efisiensi alokasi.

##### a. Efisiensi Internal

Efisiensi internal diperoleh dari pengelolaan yang baik dalam perusahaan. Para manager menggunakan segala macam cara untuk memacu para pekerja, menekan segala macam biaya dan mengawasi pelaksanaan-

pelaksanaan yang menyimpang. Masalah yang terjadi dalam efisiensi internal adalah inefisiensi-X, inefisiensi-X merupakan suatu kondisi dimana biaya produksi yang terjadi lebih besar dari biaya minimum yang masih mungkin dicapai oleh perusahaan.

$$\text{Tingkat Inefisiensi-X} = \frac{\text{Biaya kelebihan (Excess Cost)}}{\text{Biaya minimum (Minimum Cost)}}$$

#### b. Efisiensi Alokasi

Efisiensi alokasi menentukan kondisi ekuilibrium secara umum. Kondisi ini terjadi pada saat output berada pada saat tingkat dimana biaya marjinal (MC) sama dengan harga (P) dari masing-masing produksi setiap perusahaan di dalam perekonomian secara keseluruhan. Harga juga akan sama dengan tingkat biaya rata-rata (AC) minimum dalam jangka panjang.

## 2. Perkembangan Teknologi

Inovasi merupakan suatu yang dinamis, karena selalu membawa produk dan proses yang baru. Untuk mengembangkan inovasi dibutuhkan sumber daya yang tidak sedikit dan ditandai dengan keadaan ketidakpastian. Kriteria dasar dari perkembangan teknologi adalah sama dengan efisiensi alokasi yang statis. Efisiensi mensyaratkan bahwa sumber daya-sumber daya yang ada sekarang dicurahkan untuk mengembangkan teknologi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu pendapatan marjinal sama dengan biaya.

## 3. Pemerataan Distribusi

Pemerataan distribusi meliputi tiga unsur, yaitu kekayaan, pendapatan dan kesempatan. Kekuatan pasar menyebabkan ketidakadilan, khususnya distribusi kekayaan pada struktur pasar dengan konsentrasi tinggi. Dampak ketidakadilan

distribusi pendapatan tercermin dari perusahaan monopoli dan dari ukuran perusahaan.

Pendapatan dapat terlihat dari upah, gaji dan pembayaran bonus kepada pekerja. Dalam perusahaan yang mempunyai kekuatan pasar mampu membayar lebih kepada pekerja. Pembayaran yang lebih dapat diberikan pada waktu lembur.

Kekuatan monopoli biasanya mengurangi kesempatan berusaha dan menyebabkan pengurangan jumlah perusahaan hanya tinggal menjadi satu. Selain itu kekuatan monopoli mengurangi variasi dan tanggung jawab perusahaan sebagai penjual kepada konsumen dan kepada pekerja dalam hal memilih pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya (Shepherd, 1997: 130-134).

#### **D. Hubungan Struktur dan Kinerja Pasar**

Seperti yang telah diterangkan pada penjelasan sebelumnya, dimana struktur pasar mempengaruhi perilaku seperti kebijakan-kebijakan yang diambil oleh perusahaan. Perilaku tersebut pada akhirnya mempengaruhi kinerja yang berupa tingkat keuntungan dan efisiensi.

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan tersebut, khususnya antara struktur pasar dengan kinerja.

##### **1. Konsentrasi Dengan Tingkat Keuntungan**

Berdasar penelitian Bain menemukan hubungan antara *rate of return* dengan tingkat konsentrasi. *Rate of return* rata-rata dari industri yang terkonsentrasi lebih tinggi dibandingkan industri yang tidak terkonsentrasi, sementara Leonard

Weiss mendapatkan hubungan positif antara keuntungan dengan produk dari industri dengan konsentrasi tinggi dan hambatan masuk yang tinggi (Clarkson and Miller, 1983: 88).

Penelitian lain yang dilakukan oleh Gale yang menyelidiki hubungan konsentrasi dengan *rate of profit*, Gale menemukan hubungan yang positif antara *rate of profit* dengan konsentrasi ketika pangsa pasar kurang lebih mencapai empat persen. Gale menguji data dari 106 perusahaan manufaktur antara tahun 1963 sampai dengan 1967 (Clarkson and Miller, 1983: 88).

Tahun 1973 Jones, Landadio dan Percy memperkirakan *rate of profit* dengan menggunakan indeks Hefindahl dan variabel-variabel rasio iklan-penjualan, *capital requirements* dan variabel Dummy bagi pasar regional dan impor. Mereka menemukan hubungan yang positif antara konsentrasi dengan *rate of profit* (Clarkson and Miller, 1983: 88).

## **2. Konsentrasi Dengan Tingkat Harga**

Stigler dan Chamberlin menyatakan bahwa kolusi yang efektif, yang diukur dari *price-cost margins*, akan meningkat dengan konsentrasi. Perbedaan antara harga dan biaya untuk rata-rata produksi akan tinggi di pasar monopoli daripada di pasar persaingan sempurna. Sejumlah peneliti melihat hubungan antara rasio konsentrasi dengan *price-cost margins* di pasar, dimana *price-cost margins* lebih tinggi di dalam industri yang terkonsentrasi daripada yang tidak terkonsentrasi.

Penelitian yang dilakukan John Kwoka menyatakan terdapat hubungan antara pangsa pasar dengan *price-cost margins* untuk 314 industri manufaktur. Kwoka menyimpulkan bahwa peningkatan pangsa pasar dari dua perusahaan puncak

meningkatkan *price-cost margins*, sementara peningkatan dalam pangsa pasar dari tiga perusahaan menyebabkan penurunan (Clarkson and Miller, 1983:93-94).

### **3. Konsentrasi Dengan Perubahan Teknologi**

Penelitian yang menyangkut hubungan konsentrasi dengan perubahan teknologi dilakukan oleh Stigler dan Philips. Stigler menunjukkan adanya hubungan yang berkebalikan antara konsentrasi dengan peningkatan produktivitas sementara Philips menemukan hubungan yang positif. Hal ini dikarenakan Stigler menggunakan metode *firm concentration ratio*, sedang Philips menggunakan metode *plant concentration ratio*. Metode *plant concentration ratio* secara statistik lebih akurat dalam kebanyakan pasar daripada metode *firm concentration ratio* (Clarkson and Miller, 1983: 93-94).

#### **E. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian Wahyuddin dan Farid (1992) mengenai konsentrasi dan efisiensi industri gula di Jawa Tengah. Analisis konsentrasi atas dasar pendapatan produksi menunjukkan struktur industri gula di Jawa Tengah adalah oligopoli. Keuntungan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dipengaruhi oleh pangsa pasar dari perusahaan tersebut dan akan menjadi lebih besar jika perusahaan tersebut mempunyai kekuatan pasar yang semakin besar pula. Semakin tinggi tingkat konsentrasi menunjukkan bahwa keuntungan sebagian besar perusahaan justru semakin turun. Hal ini antara lain karena perusahaan yang menguasai pasar hanya sebagian kecil jumlah perusahaan. Dengan demikian keuntungan industri gula di Jawa Tengah bisa lebih meningkat apabila pabrik gula dibatasi hanya pada beberapa pabrik yang menguasai pangsa pasar terbesar saja. Kenaikan tingkat

konsentrasi industri mengakibatkan tingkat efisiensi industri juga naik. Hal ini dapat diindikasikan bahwa jumlah pabrik gula di Jawa Tengah terlalu banyak dan sebagian besar tidak efisien.

Penelitian mengenai struktur dan kinerja pasar komoditi bunga potong dilakukan oleh Rini (1997). Hasil yang didapat bahwa aktivitas pemasaran antara petani dengan tengkulak bertendensi terjadinya pasar persaingan sempurna demikian juga antara pengumpul dengan pengecer. Lain halnya dengan aktivitas pemasaran antara tengkulak dengan pengumpul terdapat kecenderungan terjadinya penjualan monopoli dari tengkulak kepada pengumpul. Untuk pengukuran kinerja, petani bunga potong gladiol dapat menikmati harga yang dibayar oleh konsumen meskipun lebih rendah bila dibanding dengan petani bunga sedap malam. Pada bunga potong sedap malam terdapat tendensi bahwa petani produsen dapat menikmati harga yang dibayar oleh konsumen relatif tinggi. Berdasarkan hasil elastisitas harga transmisi secara umum diperoleh gambaran bahwa perolehan harga di tingkat konsumen mempengaruhi harga di tingkat produsen maupun di tingkat lembaga pemasaran yang terlibat.

Penelitian mengenai hubungan *entry*, *exit* dan tingkat konsentrasi industri manufaktur dilakukan oleh Elan dan Wigati (2002). Dari hasil penelitian diketahui bahwa jumlah perusahaan pesaing dan tingkat *entry* lebih tinggi dibanding jumlah yang keluar dari industri, meskipun tidak mencerminkan kemampuannya dalam merebut pangsa pasar menyaingi perusahaan pemimpin. Tingkat pangsa pasar perusahaan pesaing dan ukuran perusahaan pesaing berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan konsentrasi pasar.



Bambang dan Mudrajad (2003) mengadakan penelitian tentang struktur dan kinerja industri rokok kretek. Industri rokok kretek di Indonesia mempunyai struktur oligopoli dengan tingkat konsentrasi tinggi ini ditunjukkan oleh nilai konsentrasi rasio (CR-4/8) yang tinggi. Artinya, hambatan masuk dalam industri ini cukup besar sehingga tidak mudah bagi perusahaan baru yang masuk dalam industri ini. Kalau ada perusahaan baru biasanya adalah hasil akuisisi dari perusahaan besar. Kinerja industri rokok kretek mengalami pertumbuhan walaupun kondisi perekonomian Indonesia mengalami krisis. Indikasi pertumbuhan kinerja dapat dirasakan karena adanya pertumbuhan sumbangan nilai tambah dan tenaga kerja industri terhadap industri manufaktur di Indonesia. Keuntungan tiap perusahaan mempunyai hubungan yang positif dengan konsentrasi industri dengan indikator turunnya nilai CR4, sedangkan keuntungan tiap perusahaan mempunyai hubungan yang negatif terhadap jumlah perusahaan.

#### F. Kerangka Pemikiran

Untuk memperjelas arah dalam penelitian ini maka perlu diterangkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

Analisa yang digunakan dalam Ekonomi Industri adalah pendekatan struktur-perilaku dan kinerja. Hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja sangat berkaitan dimana saling mempengaruhi satu sama lain. Bentuk struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dari perusahaan dan selanjutnya perilaku akan mempengaruhi kinerja. Kinerja pada akhirnya pada akhirnya juga akan kembali mempengaruhi bentuk struktur pasar dan perilaku.

Struktur industri warung internet dihitung dengan menggunakan rasio konsentrasi dan indeks Herfindahl atas dasar variabel pendapatan warung internet. Untuk mengetahui kinerja industri warung internet dapat dilihat dari tingkat profitabilitas, dengan menggunakan perhitungan Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margins*.

#### **G. Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan Penelitian :

1. Bagaimana bentuk struktur pasar dari industri warung internet di Kota Surakarta dilihat dari pendapatan ?
2. Bagaimana kinerja dari industri warung internet di Kota Surakarta dilihat dari Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin* ?
3. Bagaimana hubungan antara bentuk struktur pasar dengan kinerja dari industri warung internet di Kota Surakarta ?

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah deskriptif analisis yang bertujuan untuk mengetahui struktur dan kinerja industri warung internet yang beroperasi di kota Surakarta tahun 2004.

#### **B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004: 72).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2004: 73).

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik pengambilan sampling yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode Sampling Jenuh. Sampling Jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 21. Sampel yang dipilih adalah seluruh pengusaha warung internet di Kota Surakarta yang beroperasi di tahun 2004 (Sugiyono, 2004: 78).

### C. Definisi Variabel

1. Modal usaha adalah seluruh dana yang ditanamkan ke dalam perusahaan baik berbentuk kas, gedung, komputer, selama satu tahun dan dinyatakan dalam rupiah.
2. Pendapatan adalah hasil dari kegiatan operasional yang diperoleh dari tarif dikali dengan jumlah rata-rata pengguna dan rata-rata pemakaian dalam satu tahun, dan dinyatakan dalam rupiah.
3. Biaya adalah jumlah seluruh pengeluaran operasional yang terdiri dari biaya ISP, biaya listrik, biaya tenaga kerja dan biaya operasional lainnya selama satu tahun, dan dinyatakan dalam rupiah
4. Laba adalah selisih antara pendapatan dengan biaya operasional selama satu tahun, dan dinyatakan dalam rupiah.
5. Rentabilitas Ekonomi yaitu perbandingan antara laba usaha dengan modal usaha yang dipergunakan dan dinyatakan dalam persentase.
6. *Profit Margin* yaitu perbandingan antara laba usaha dengan pendapatan yang diperoleh dan dinyatakan dalam persentase.

### D. Sumber Data

#### 1. Data Primer

Didapat dengan cara wawancara dan mengisi daftar pertanyaan dalam kuesioner oleh responden yaitu pengusaha warung internet.

#### 2. Data Sekunder

Diperoleh dengan membaca referensi-referensi yang berhubungan dengan masalah penelitian

## E. Metode Pengumpulan Data

### 1. Metode observasi

yaitu teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti.

### 2. Metode kuesioner

yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden dilakukan secara sistematis, teratur dan berdasarkan pada tujuan penelitian untuk dijawabnya.

## F. Metode Analisa Data

### 1. Pengukuran Struktur Pasar

Untuk mengetahui struktur pasar industri digunakan rasio konsentrasi empat dan delapan perusahaan terbesar dalam industri, dan Indeks Herfindahl. Yang dimaksud dengan rasio konsentrasi m perusahaan terbesar adalah berapa persen aset total dari industri yang dikuasai oleh m perusahaan terbesar yang terdapat dalam industri tersebut ( Hasibuan, 1993 : 109 ).

$$\text{Rasio Konsentrasi : CR} = \sum_{i=1}^m P_i$$

Keterangan :

CR = konsentrasi industri m perusahaan terbesar

Pi = pangsa pasar perusahaan ke-i

Nilai CR berkisar antara  $m/n$  sampai dengan 1. apabila CR mendekati 1, dikatakan struktur pasar mendekati bentuk monopoli. Sedangkan bila nilai CR mendekati  $m/n$  dikatakan struktur pasar mendekati bentuk persaingan

sempurna. Pangsa pasar yang akan dianalisis meliputi variabel pendapatan yang diperoleh warung internet di Kota Surakarta selama tahun 2004.

Indeks Herfindahl digunakan untuk menggambarkan kondisi pangsa pasar seluruh perusahaan dalam industri.

$$\text{Indeks Herfindahl : IH} = \sum_{i=1}^{n=k} \left( \frac{X}{T} \right)^2$$

Keterangan :

N = jumlah perusahaan dalam suatu industri

X = besaran absolut dari variabel yang diamati pada perusahaan ke-i

T = jumlah keseluruhan variabel yang diukur

Nilai Indeks Herfindahl berkisar antara  $0 \leq \text{IH} \leq 1$ . Nilai  $\text{IH} = 1$  apabila dalam industri hanya ada satu perusahaan yang menguasai pasar.

## 2. Pengukuran Kinerja

Untuk mengukur kinerja perusahaan warung internet dapat dilihat dari tingkat Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin*

$$\text{Rentabilitas Ekonomi} = \frac{\text{Laba}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

$$\text{Profit Margin} = \frac{\text{Laba}}{\text{Pendapatan}} \times 100\%$$

Setelah diketahui kinerja dari masing-masing warung internet, kemudian dihitung rata-rata tiap variabel untuk dianalisa apakah sudah cukup efisien. Apabila nilai Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin* bernilai positif maka dikatakan kinerja sudah efisien.

### G. Hubungan Struktur dan Kinerja

Hubungan struktur dengan kinerja dilihat dari hubungan rasio konsentrasi seluruh warung internet atas variabel pendapatan dengan kinerja warung internet yang diwakili oleh Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin*. Untuk menganalisa hubungan antara struktur dengan kinerja digunakan metode koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan ukuran besar kecilnya atau kuat lemahnya suatu hubungan antar variabel-variabel apabila bentuk hubungan tersebut linier. Dalam analisis korelasi, dua variabel diperlakukan secara simetris, tidak ada perbedaan antar variabel yang menjelaskan. Metode koefisien korelasi yang digunakan adalah Korelasi *Pearson Product Moment*:

$$r = \frac{\sum XiYi}{\sqrt{(\sum Xi^2) (\sum Yi^2)}}$$

$$r = \frac{N \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{[N \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2][N \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2]}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien korelasi sampel.
- X = Variabel struktur industri warung internet di kota Surakarta.
- Y = Variabel kinerja industri warung internet di kota Surakarta.
- N = Jumlah warung internet.

Apabila  $r$  mendekati 1 atau -1 berarti terdapat hubungan yang kuat, sebaliknya apabila mendekati 0 maka hubungan lemah atau tidak ada hubungan. Apabila  $r$  sama dengan 1 atau -1, berarti terdapat hubungan positif sempurna.

Beberapa sifat  $r$  adalah sebagai berikut (Gujarati, 1995 : 46-47) :

1.  $r$  dapat positif atau negatif, tandanya tergantung pada tanda faktor pembilang, yang mengukur kovariansi sampel kedua variabel.
2. Terletak antara batas  $-1$  dan  $+1$ ; yaitu  $-1 \leq r \leq +1$ .
3. Sifat dasarnya simetris, yaitu koefisien korelasi antara  $X$  dan  $Y$  ( $r_{xy}$ ) sama dengan koefisien korelasi antara  $Y$  dan  $X$  ( $r_{yx}$ ).
4. Tidak tergantung pada titik asal (origin) dan skala, yaitu kalau didefinisikan  $X_i^* = aX_i + c$  dan  $Y_i^* = bY_i + d$ , dimana  $a > 0$ ,  $b > 0$ , dan  $c$  dan  $d$  konstan, maka  $r$  antara  $X^*$  dan  $Y^*$  adalah sama dengan  $r$  antara variabel asli  $X$  dan  $Y$ .
5. Apabila  $X$  dan  $Y$  bebas secara statistik, koefisien korelasi antara keduanya adalah 0 (nol), tetapi kalau  $r = 0$ , ini tidak berarti bahwa kedua variabel adalah bebas. Dengan perkataan lain, korelasi nol tidak perlu berarti kebebasan.
6.  $r$  hanyalah suatu ukuran hubungan linier atau ketergantungan linier saja;  $r$  tidak mempunyai arti untuk menggambarkan hubungan non linier.
7. Meskipun  $r$  adalah ukuran hubungan linier antara dua variabel, tetapi tidak perlu berarti adanya hubungan sebab-akibat.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Kota Surakarta

##### 1. Kondisi Geografi

###### a. Kondisi Geografi

Kota Surakarta merupakan kota besar di propinsi Jawa Tengah yang lebih dikenal dengan “Kota Solo” secara administratif dibagi menjadi 5 kecamatan, yaitu Kecamatan Pasar Kliwon, Kecamatan Banjarsari, Kecamatan Laweyan, Kecamatan Serengan, Kecamatan Jebres, dan terdiri dari 51 kelurahan yang mencakup 529 RW dan 2.645 RT. Batas administratif Kota Surakarta adalah:

Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali.

Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Karanganyar.

Sebelah Selatan: Berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo

Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Karanganyar.

Letak wilayah Kota Surakarta yang diapit oleh wilayah lain menjadikan Surakarta menjadi strategis. Selain itu posisi Kota Surakarta berada dalam jalur strategis antara Yogyakarta dan Semarang. Hal itu menyebabkan sektor perdagangan mudah untuk dikembangkan didaerah ini selain pariwisata.

###### b. Luas Daerah

Luas wilayah Kota Surakarta 4.404,06 Ha. Luas wilayah ini dibagi menjadi 5 kecamatan: Laweyan dengan 863,86 Ha, Serengan dengan 319,40 Ha, Pasar

Kliwon dengan 481,52 Ha, Jebres dengan 1.258,18 Ha dan Banjarsari dengan 1.481,10 Ha.

c. Topografi

Kota Surakarta secara astronomis terletak antara  $110^{\circ}45'15''$  -  $110^{\circ}45'35''$  Bujur Timur dan  $7^{\circ}36'00''$  -  $7^{\circ}56'00''$  Lintang Selatan. Secara geografis Kota Surakarta terletak diantara gunung api, yaitu Gunung Merapi dan Gunung Lawu, bagian timur dan selatan dibatasi oleh Sungai Bengawan Sala. Wilayah Kota Surakarta berada pada cekungan diantara dua gunung sehingga topografinya rendah dengan ketinggian kurang lebih 92 meter diatas permukaan laut. Secara umum keadaannya datar, hanya bagian utara dan timur yang agak bergelombang.

Jenis tanah sebagian tanah liat berpasir termasuk regosol kelabu, Alluvial, diwilayah bagian utara tanah liat grumosol serta wilayah bagian timur laut litosol mediteran.

d. Keadaan Iklim

Kota Surakarta, seperti umumnya wilayah Indonesia merupakan daerah yang beriklim tropis dan memiliki dua musim, yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Beberapa hal yang menyangkut iklim adalah suhu udara maksimum  $28^{\circ}\text{C}$ , minimum  $26.6^{\circ}\text{C}$ , tekanan udara 1.010,8 MBS, Kelembapan udara 71 – 87 %, arah angin  $210^{\circ}$ . Curah hujan pada tahun 2003 sebesar 25.47 mm per hari hujan pada bulan Januari.

e. Sumber Daya Alam

Kota Surakarta berada diantara pertemuan sungai-sungai Pepe, Jenes dan Bengawan Sala. Kebutuhan akan air minum di Solo cukup terpenuhi, hanya

sebagian keluran yang airnya kurang lancar itupun telah dipenuhi oleh Perusahaan Daerah Air Minum.

Surakarta merupakan salah satu daerah perkotaan, sehingga sumber daya alam yang dimilikipun relatif terbatas. Seperti karakteristik perkotaan pada umumnya kontribusi sektor pertanian semakin lama semakin menurun dan konsumsi kota terhadap produk hasil pertanian, perkebunan, perikanan dan peternakan mengandalkan daerah sekitarnya.

## **2. Aspek Demografi**

### **a. Jumlah Penduduk Menurut Wilayah Kecamatan**

Jumlah penduduk Surakarta pada tahun 2003 mencapai 497.234. Kecamatan yang jumlah penduduknya paling banyak adalah Kecamatan Banjarsari sebesar 154.393 jiwa dengan 75.131 laki-laki dan 79.262 perempuan, kemudian Kecamatan Jebres sebesar 131.370 jiwa dengan 63.770 laki-laki dan 79.262 perempuan, Kecamatan Laweyan sebesar 88.373 jiwa dengan 43.117 laki-laki dan 45.256 perempuan, Kecamatan Pasar Kliwon sebesar 76.334 dengan 37.793 laki-laki dan 38.541 perempuan, dan kecamatan yang penduduknya paling sedikit adalah Kecamatan Serengan sebesar 46.764 dengan 22.780 laki-laki dan 23.984 perempuan.

**Tabel 4.1**  
**Jumlah Penduduk Kota Surakarta Menurut Jenis Kelamin pada**  
**Tiap Kecamatan pada Tahun 2003**

No	Kecamatan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah Penduduk
1	Laweyan	43.117	45.256	88.373
2	Serengan	22.780	23.984	46.764
3	Pasar Kliwon	37.793	38.541	76.334
4	Jebres	63.770	67.600	131.370
5	Banjarsari	75.131	79.262	154.393
	Jumlah	242.591	254.643	497.234

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003

b. Kepadatan Penduduk

Kepadatan penduduk Kota Surakarta pada tahun 2003 sebesar 12.594 jiwa per Km<sup>2</sup>. Secara terperinci kepadatan penduduk setiap kecamatan pada tahun 2003, dapat dilihat pada tabel 4.2

**Tabel 4.2**  
**Tingkat Kepadatan Penduduk Kota Surakarta di Tiap Kecamatan**  
**Tahun 2003**

No	Kecamatan	Luas Wilayah Km <sup>2</sup>	Jumlah Penduduk	Tingkat Kepadatan
1	Laweyan	8,63	542.832	10.240
2	Serengan	3,19	546.469	14.660
3	Pasar Kliwon	4,82	550.251	15.837
4	Jebres	12,58	553.580	10.425
5	Banjarsari	14,81	554.630	11.291
	Jumlah	44,04	497.234	11.291

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003

Pada tabel 4.2 tampak bahwa wilayah yang paling padat penduduknya adalah pertama, Kecamatan Pasar Kliwon sebesar 15.837 jiwa per kilometer persegi.

Kedua, Kecamatan Serengan sebesar 14.660 jiwa per kilometer. Ketiga, Banjarsari sebesar 11.291 jiwa per kilometer. Keempat, Jebres sebesar 10.425 jiwa per kilometer persegi. Kelima, Laweyan dengan 10.240 jiwa per kilometer persegi.

### 3. Aspek Sosial Ekonomi

#### a. Keadaan Pendidikan

Kepedulian masyarakat dan pemerintah untuk bidang pendidikan dari tahun ke tahun terus meningkat. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.3 :

**Tabel 4.3**  
**Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Pendidikan dan Tingkat Pertumbuhannya Tahun 2000-2003**

<b>Pendidikan</b>	<b>2000</b>	<b>%</b>	<b>2001</b>	<b>%</b>	<b>2002</b>	<b>%</b>	<b>2003</b>	<b>%</b>
Tamat Akademi/ PT	25.481	2,7	26.829	5,3	29.770	11,0	29.505	-0.9
Tamat SLTA	89.376	1,6	90.646	1,4	93.070	2,7	93.270	0.2
Tamat SLTP	96.267	-0,7	98.017	1,8	98.107	0,1	97.444	-0.7
Tamat SD	107.525	-2,7	105.686	-1,7	106.095	0,4	108.938	2.7
Tidak tamat SD	48.818	-8,0	54.226	11,1	52.740	-2,7	47.657	-9.6
Belum tamat SD	72.333	6,3	64.623	-10,7	68.127	5,4	71.198	4.5
Tidak Sekolah	28.723	10,0	31.429	9,4	24.523	-22,0	24.048	-1.9

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003, diolah

Untuk pertumbuhan masyarakat yang menamatkan pendidikan Akademi/ Perguruan Tinggi untuk tahun 2003 sebesar -0.9 %, pertumbuhan ini cukup memprihatinkan karena ini berarti bahwa jumlah penduduk yang menyelesaikan pendidikan Akademi/Perguruan Tinggi mengalami penurunan dibandingkan tahun sebelumnya. Begitu juga untuk masyarakat yang tamat SLTP, tidak tamat SD dan

tidak sekolah, juga mengalami penurunan pada tahun 2003 masing-masing sebesar 0.7 % 9.6 % dan 1.9. Namun keberhasilan pendidikan pada tahun 2003 masih dapat dilihat dari pertumbuhan yang bernilai positif atau peningkatan pada jumlah penduduk yang tamat SLTA, tamat SD dan belum tamat SD, masing-masing sebesar 0.2 %, dan 4.5 %.

Selain didukung kepedulian masyarakat, keberhasilan pendidikan Kota Surakarta juga didukung oleh sarana dan prasarana pendidikan tersebut salah satunya adalah keberadaan sekolah. Jumlah Perguruan Tinggi di Surakarta sebanyak 3 Universitas Negeri dan 29 Universitas Swasta pada tahun 2003. Jumlah Sekolah yang ada di Surakarta dapat dilihat pada tabel 4.4 :

**Tabel 4.4**  
**Jumlah Sekolah di Kota Surakarta pada Tiap Kecamatan**  
**Tahun 2003**

<b>Kecamatan</b>	<b>TK</b>	<b>SD</b>	<b>SLTP</b>	<b>SLTA</b>	<b>SMK</b>
Laweyan	56	56	18	12	13
Serengan	31	29	11	3	3
Pasar Kliwon	37	53	9	5	2
Jebres	68	56	17	6	6
Banjarsari	74	84	20	18	17
Jumlah	266	278	75	44	41

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003

Tabel 4.4 diatas menunjukkan jumlah Sekolah Negeri maupun swasta yang ada di Surakarta. Jumlah TK sebanyak 266 buah, SD sebanyak 278 buah, SLTP sebanyak 75 buah, SLTA sebanyak 44 buah dan SMK sebanyak 41 buah.

Di Surakarta masalah ketersediaan sarana pendidikan pada tahun ajaran 2002/2003 tersedia 1 guru untuk setiap 16 orang murid dan satu ruang kelas untuk setiap 33 orang murid. Untuk mengetahui rincian setiap tingkatan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Rasio Murid-Guru dan Rasio Murid-Kelas Kota Surakarta**

<b>Sekolah</b>	<b>Murid</b>	<b>Guru</b>	<b>Kelas</b>	<b>Rasio Murid-Guru</b>	<b>Rasio Murid-Kelas</b>
TK	13.859	854	580	16	24
SD	63.284	2.916	1.768	22	36
SLTP	33.064	2.413	880	14	38
SLTA	22.413	1.726	585	13	38
SMK	22.399	1.805	635	12	35
Total	155.019	9.714	4.448	16	35

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003, diolah

Untuk jenjang pendidikan Sekolah Taman Kanak-kanak setiap 16 murid tersedia 1 guru dan untuk 24 murid tersedia 1 ruang kelas. Jenjang pendidikan SD menyediakan 1 guru untuk 22 murid dan 1 ruang kelas untuk 36 murid. Jenjang pendidikan SLTP menyediakan 1 guru untuk 14 murid dan 1 ruang kelas untuk 38 murid. Jenjang pendidikan SLTA menyediakan 1 guru untuk 13 murid dan 1 ruang kelas untuk 38 murid, dan jenjang pendidikan SMK menyediakan 1 guru untuk 12 murid dan 1 ruang kelas untuk 35 murid.

**b. Kesehatan**

Dibidang kesehatan Surakarta mempunyai 3 Rumah Sakit Pemerintah dan 9 Rumah Sakit Swasta, 33 Balai pengobatan, 11 Rumah Bersalin, 15 Puskesmas, 27 Puskesmas pembantu, 22 Toko Obat, 7 Laboratorium dan 85 Apotik. Untuk pelayanan kesehatan mempunyai 358 dokter umum, 148 dokter spesialis, 78 dokter gigi umum, 8 dokter gigi spesialis, 102 apoteker, 1.235 perawat umum, 22 perawat gigi, 250 bidan, 27 ahli gizi, 90 asisten apoteker dan 37 kesehatan lingkungan.

c. Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Seperti wilayah perkotaan lainnya penduduk paling dominan bekerja di sektor industri seperti yang terlihat pada Tabel 4.6, sebanyak 71.663 penduduk yang bekerja sebagai buruh industri dan jumlah penduduk menurut mata pencaharian yang paling rendah adalah dalam bidang pertanian yaitu buruh tani dan petani sendiri sebesar 759 dan 686 di tahun 2003.

**Tabel 4.6**  
**Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian Kota Surakarta Tahun 1999-2003**

No	Mata Pencaharian	1999	2000	2001	2002	2003
1	Petani Sendiri	1.048	350	737	772	686
2	Petani Buruh	963	394	831	753	759
3	Pengusaha	9.419	6.679	9.232	9.550	9.826
4	Buruh Bangunan	61.973	60.764	59.613	64.970	64.473
5	Buruh Industri	72.043	69.571	69.546	73.406	71.633
6	Pedagang	1.048	22.079	24.736	30.673	30.535
7	Pengangkutan	963	15.858	17.301	18.535	19.373
8	PNS/ABRI	25.374	24.654	21.647	26.773	26.771
9	Pensiunan	9.419	16.235	18.769	22.857	20.495
10	Lain-lain	72.043	164.548	156.218	154.006	159.206
Jumlah		254.293	381.132	454.262	476.608	403.757

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003

Jumlah penduduk yang bekerja dalam bidang pertanian setiap tahun mengalami penurunan, dalam kurun waktu enam tahun (1998-2003) penurunan jumlah petani sendiri turun mencapai 35 %, sedangkan untuk buruh tani turun mencapai 15%. Kenyataan ini diakibatkan semakin meluasnya industrialisasi sehingga menggosok lahan pertanian dan pada akhirnya para petani berubah profesi bekerja didalam sektor industri.



#### d. Kondisi Perekonomian

Peningkatan PDRB merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan. Pada Tabel 4.7 disajikan besarnya dan pertumbuhan PDRB Kota Surakarta dalam 10 tahun terakhir (1993-2003). Pada umumnya PDRB Surakarta terus mengalami kenaikan hanya saja pada tahun 1998 mengalami penurunan sebesar 13,93% . Hal ini merupakan salah satu dampak dari krisis moneter yang berawal pada tahun 1997. Pada tahun 2001 PDRB juga sempat mengalami penurunan, tetapi cuma penurunan yang wajar hanya sebesar 4,2%.

**Tabel 4.7**  
**PDRB Kota Surakarta Berdasarkan Harga Konstan dan**  
**Pertumbuhannya Tahun 1994-2003**

No	Tahun	PDRB	Pertumbuhan (%)
1	1994	1.062.728,86	8.54
2	1995	1.258.960,51	8.65
3	1996	1.374.593,01	8.70
4	1997	1.432.582,37	4.44
5	1998	1.233.018,44	-13.93
6	1999	1.250.807,41	1.44
7	2000	1.413.259,67	4.15
8	2001	1.353.882,64	3.93
9	2002	1.426.961,17	5.32
10	2003	1.518.003,05	6.46

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka 2003 dan 1998, *diolah*

Dalam dua tahun (2001-2003) PDRB Kota Surakarta meningkat dari Rp 1.353.882.640.000 menjadi Rp 1.426.961.170.000 dan berikutnya Rp.518.003.050.000 jadi dalam dua tahun mengalami peningkatan sebesar 5,32 % dan 6.46 %. PDRB Surakarta pada tahun 2003 lebih besar dibandingkan PDRB rata-rata Provinsi Jawa Tengah. Dengan adanya kenyataan tersebut maka dapat dikatakan bahwa keberhasilan pembangunan Kota Surakarta diatas rata-rata dibanding kabupaten dan kota di Jawa Tengah lainnya.

#### e. Sarana Perekonomian

Dalam pelaksanaan pembangunan guna meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi dan untuk pemerataan pendapatan, maka sarana dan prasarana untuk memperlancar kegiatan ekonomi perlu ditingkatkan kualitas dan kuantitasnya. Adapun keadaan sarana dan prasarana ekonomi Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

##### a. Jumlah Pasar

- |                                     |           |
|-------------------------------------|-----------|
| 1) Umum                             | : 28 buah |
| 2) Dep.Store dan Pusat Perbelanjaan | : 9 buah  |
| 3) Hewan                            | : 2 buah  |
| 4) Buah                             | : 2 buah  |

##### b. Koperasi Primer, Pusat dan Gabungan : 492 buah

##### c. Industri

- |                                  |            |
|----------------------------------|------------|
| 1) Hasil pertanian dan kehutanan | : 296 buah |
| 2) Logam mesin kimia/aneka       | : 525 buah |

#### 4. Aspek Industri

Kota Surakarta merupakan kota niaga yang selanjutnya merambah atau menuju kepada kota industri. Hal ini dapat dilihat semakin berkembangnya sektor industri dan semakin menurunnya sektor pertanian. Hal ni dapat ditandai dengan semakin bertambahnya industri baik besar, menengah dan kecil serta menurunnya penduduk yang bekerja disektor ini dan semakin menyempitnya lahan pertanian di Kota Surakarta. Struktur Industri Kota Surakarta tahun 2003 didominasi oleh industri kecil formal dan informal. Pada tahun 2003 pengolahan hasil pertanian dan kehutanan hanya dilakukan oleh kelompok-kelompok usaha atau industri-

industri sentra dengan populasi sebanyak 20 kelompok usaha atau sentra, dan 296 usaha, serta tidak dilakukan oleh industri besar dan menengah.

**Tabel 4.8**  
**Banyaknya Industri Besar/Menengah Dan Kecil Menurut Kelompok Usaha Di Kota Surakarta Tahun 2003**

Cabang Industri / Bidang Usaha	Perusahaan	Tenaga Kerja
I. Industri Besar/Menengah		
1. Industri hasil pertanian & kehutanan	-	-
2. Industri logam mesin kimia/ANEKA		
a. Besar	3	1.172
b. Menengah	74	13.350
II. Industri Kecil	916	
a. Formal	3.844	21.531
b. Informal		11.153
	4.837	47.206

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta 2003

Industri logam mesin kimia/ANEKA selain dilakukan oleh industri besar dan menengah juga dilakukan oleh kelompok-kelompok usaha atau industri sentra dengan populasi 27 kelompok usaha atau sentra industri dan 525 unit usaha.

## **B. Gambaran Umum Industri Warung Internet Kota Surakarta**

### **1. Pengertian Internet**

Internet dapat diartikan sebagai jaringan komputer luas dan besar yang mendunia, yaitu menghubungkan pemakai komputer dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia, dimana di dalamnya terdapat berbagai sumber daya informasi dari mulai yang statis hingga yang dinamis dan interaktif.

## 2. Sejarah Internet di Dunia

Berikut sejarah kemunculan dan perkembangan internet. Sejarah internet dimulai pada 1969 ketika Departemen Pertahanan Amerika, *U.S. Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) memutuskan untuk mengadakan riset tentang bagaimana caranya menghubungkan sejumlah komputer sehingga membentuk jaringan organik. Program riset ini dikenal dengan nama ARPANET. Pada 1970, sudah lebih dari 10 komputer yang berhasil dihubungkan satu sama lain sehingga mereka bisa saling berkomunikasi dan membentuk sebuah jaringan.

Tahun 1972, Roy Tomlinson berhasil menyempurnakan program e-mail yang ia ciptakan setahun yang lalu untuk ARPANET. Program e-mail ini begitu mudah sehingga langsung menjadi populer. Pada tahun yang sama, icon @juga diperkenalkan sebagai lambang penting yang menunjukkan "at" atau "pada". Tahun 1973, jaringan komputer ARPANET mulai dikembangkan ke luar Amerika Serikat. Komputer University College di London merupakan komputer pertama yang ada di luar Amerika yang menjadi anggota jaringan Arpanet. Pada tahun yang sama, dua orang ahli komputer yakni Vinton Cerf dan Bob Kahn mempresentasikan sebuah gagasan yang lebih besar, yang menjadi cikal bakal pemikiran internet. Ide ini dipresentasikan untuk pertama kalinya di Universitas Sussex.

Hari bersejarah berikutnya adalah tanggal 26 Maret 1976, ketika Ratu Inggris berhasil mengirimkan e-mail dari *Royal Signals and Radar Establishment* di Malvern. Setahun kemudian, sudah lebih dari 100 komputer yang bergabung di ARPANET membentuk sebuah jaringan atau network. Pada 1979, Tom Truscott, Jim Ellis dan Steve Bellovin, menciptakan newsgroups pertama yang diberi nama

USENET. Tahun 1981 France Telecom menciptakan gebrakan dengan meluncurkan telpon televisi pertama, dimana orang bisa saling menelpon sambil berhubungan dengan video link.

Karena komputer yang membentuk jaringan semakin hari semakin banyak, maka dibutuhkan sebuah protokol resmi yang diakui oleh semua jaringan. Pada tahun 1982 dibentuk *Transmission Control Protocol* atau TCP dan Internet Protokol atau IP yang kita kenal semua. Sementara itu di Eropa muncul jaringan komputer tandingan yang dikenal dengan EUNET, yang menyediakan jasa jaringan komputer di negara-negara Belanda, Inggris, Denmark dan Swedia. Jaringan EUNET menyediakan jasa e-mail dan newsgroup USENET.

Untuk menyeragamkan alamat di jaringan komputer yang ada, maka pada tahun 1984 diperkenalkan sistem nama domain, yang kini kita kenal dengan DNS atau Domain Name System. Komputer yang tersambung dengan jaringan yang ada sudah melebihi 1000 komputer lebih. Pada 1987 jumlah komputer yang tersambung ke jaringan melonjak 10 kali lipat menjadi 10.000 lebih.

Tahun 1988, Jarkko Oikarinen dari Finland menemukan dan sekaligus memperkenalkan IRC atau *Internet Relay Chat*. Setahun kemudian, jumlah komputer yang saling berhubungan kembali melonjak 10 kali lipat dalam setahun. Tak kurang dari 100.000 komputer kini membentuk sebuah jaringan. Tahun 1990 adalah tahun yang paling bersejarah, ketika Tim Berners Lee menemukan program editor dan browser yang bisa menjelajah antara satu komputer dengan komputer yang lainnya, yang membentuk jaringan itu. Program inilah yang disebut www, atau *World Wide Web*.

Tahun 1992, komputer yang saling tersambung membentuk jaringan sudah melampaui sejuta komputer, dan di tahun yang sama muncul istilah surfing the internet. Tahun 1994, situs internet telah tumbuh menjadi 3000 alamat halaman, dan untuk pertama kalinya virtual-shopping atau e-retail muncul di internet. Dunia langsung berubah. Di tahun yang sama Yahoo! didirikan, yang juga sekaligus kelahiran *Netscape Navigator* 1.0.

### **3. Sejarah Internet di Indonesia**

Putu, Firman Siregar, Adi Indrayanto merupakan beberapa nama-nama legendaris di awal pembangunan Internet Indonesia yang mungkin kurang banyak dikenal oleh khalayak Internet Indonesia di tahun 2000 ini. Masing-masing personal telah berkontribusi keahlian dan dedikasinya dalam membangun cuplikan-cuplikan sejarah jaringan komputer di Indonesia. Pada waktu itu di awal tahun 1990-an jaringan Internet di Indonesia lebih dikenal sebagai paguyuban network. Semangat kerjasama, kekeluargaan dan gotong royong sangat hangat dan terasa diantara para pelakunya.

RMS Ibrahim motor dibalik operasional Internet di UI, Ibam pernah menjadi operator yang menjalankan gateway ke Internet dari UI yang merupakan bagian dari jaringan universitas di Indonesia UNINET. Protokol UUCP yang lebih sederhana daripada TCP/IP digunakan terutama digunakan untuk mentransfer e-mail & newsgroup. RMS Ibrahim juga merupakan pemegang pertama *Country Code Top Level Domain* (ccTLD) yang dikemudian hari dikenal sebagai IDNIC (<http://www.idnic.net.id>).

Muhammad Ihsan adalah staff peneliti di LAPAN Ranca Bungur tidak jauh dari Bogor yang di awal tahun 1990-an dalam kerjasama dengan DLR (NASA-

nya Jerman) mencoba mengembangkan jaringan komputer menggunakan teknologi packet radio pada band 70cm dan 2m. Jaringan tersebut dikenal sebagai JASIPAKTA dengan dukungan DLR Jerman. Protokol TCP/IP dioperasikan di atas protokol AX.25 pada infrastruktur packet radio. Pak Ihsan ini yang mengoperasikan relay penghubung antara ITB di Bandung dengan gateway Internet yang ada di BPPT.

Firman Siregar merupakan salah seorang motor di BPPT yang mengoperasikan *gateway packet radio* bekerja pada band 70cm. PC 386 sederhana menjalankan program NOS di atas sistem operasi DOS digunakan sebagai gateway packet radio TCP/IP. IPTEKNET masih berada di tahapan sangat awal perkembangannya saluran komunikasi ke internet masih menggunakan X.25 melalui jaringan SKDP terkait pada *gateway* di DLR Jerman.

Putu sebuah nama yang melekat dengan perkembangan PUSDATA DEPRIN waktu masa kepemimpinan Tungki Ariwibowo menjalankan BBS pusdata.dprin.go.id yang hingga saat ini masih beroperasi. Di masa awal perkembangannya BBS Putu sangat berjasa dalam membangun pengguna e-mail khususnya di Jakarta Putu sangat beruntung mempunyai menteri Pak Tungki yang "*maniac*" IT dan yang mengesankan dari Pak Tungki beliau akan menjawab e-mail sendiri. Barangkali Pak Tungki adalah menteri pertama di Indonesia yang menjawab e-mail sendiri

Suryono Adisoemarta N5SNN di akhir 1992 kembali ke Indonesia, kesempatan tersebut tidak dilewatkan oleh anggota Amatir Radio Club ARC ITB seperti Basuki Suhardiman, Aulia K. Arief, Arman Hazairin di dukung oleh Adi Indrayanto untuk mencoba mengembangkan gateway packet radio di ITB.



Berawal semangat dan bermodalkan PC 286 bekas barangkali ITB merupakan lembaga yang paling miskin yang nekad untuk berkiprah di jaringan PaguyubanNet. Rekan lainnya seperti UI, BPPT, LAPAN, PUSDATA DEPRIN merupakan lembaga yang lebih dahulu terkait ke jaringan di tahun 1990-an mereka mempunyai fasilitas yang jauh lebih baik daripada ITB. Di ITB modem packet radio berupa *Terminal Node Controller* (TNC) merupakan peralatan pinjaman dari Muhammad Ihsan dari LAPAN.

Berawal dari teknologi packet radio 1200bps di atas, ITB kemudian berkembang di tahun 1995-an memperoleh sambungan leased line 14.4Kbps ke RISTI Telkom sebagai bagian dari IPTEKNET akses Internet tetap diberikan secara cuma-cuma kepada rekan-rekan yang lain. September 1996 merupakan tahun peralihan bagi ITB, karena keterkaitan ITB dengan jaringan penelitian *Asia Internet Interconnection Initiatives* (AI3) sehingga memperoleh bandwidth 1.5Mbps (sekarang 2Mbps) ke Jepang yang terus ditambah dengan sambungan ke TelkomNet & IIX sebesar 2Mbps. ITB akhirnya menjadi salah satu bagian terpenting dalam jaringan pendidikan di Indonesia yang menamakan dirinya AI3 Indonesia yang mengkaitkan 25+ lembaga pendidikan di Indonesia.

Di tahun 1989-1990-an, teman-teman mahasiswa Indonesia di luar negeri mulai membangun tempat diskusi di Internet, salah satu tempat diskusi Indonesia di Internet yang pertama berada di `indonesians@janus.berkeley.edu`. Berawal dari *mailing list* pertama di Janus diskusi-diskusi antar teman-teman mahasiswa Indonesia diluar negeri pemikiran alternatif berserta kesadaran masyarakat ditumbuhkan. Pola *mailing list* ini ternyata terus berkembang dari sebuah *mailing list* legendaris di janus, akhirnya menjadi sangat banyak sekali mailing list



Indonesia terutama di host oleh server di ITB & egroups.com. Mailing list ini akhirnya menjadi salah satu sarana yang sangat strategis dalam pembangunan komunitas di Internet Indonesia.

Di tahun 1994-an mulai beroperasi IndoNet yang dipimpin oleh Sanjaya. IndoNet merupakan ISP komersial pertama Indonesia pada waktu itu pihak POSTEL belum mengetahui tentang celah-celah bisnis Internet & masih sedikit sekali pengguna Internet di Indonesia. Sambungan awal ke Internet dilakukan menggunakan dial-up oleh IndoNet, sebuah langkah yang cukup nekad barangkali. Lokasi IndoNet masih di daerah Rawamangun di kompleks dosen UI. Asosiasi ISP (APJII) terbentuk di motori oleh Sanjaya cs di tahun 1998-an. Effisiensi sambungan antar ISP terus dilakukan dengan membangun beberapa *Internet Exchange* (IX) di Indosat, Telkom, APJII (IIX) & beberapa ISP.

Perkembangan terakhir yang perlu diperhitungkan adalah trend ke arah e-commerce dan warung internet yang satu dan lainnya saling menunjang membuahakan masyarakat Indonesia yang lebih solid di dunia informasi. Rekan-rekan e-commerce membangun komunitasnya di beberapa mailing list utama seperti `warta-e-commerce@egroups.com`, `mastel-e-commerce@egroups.com`, `e-commerce@itb.ac.id` dan `i2bc@egroups.com`. Sedangkan rekan-rekan penyelenggara WARNET banyak berkumpul di `asosiasi-warnet@egroups.com`, pada tanggal 25 Mei 2000 merupakan hari bersejarah bagi rekan-rekan WARNET – karena telah lahir asosiasi warnet yang ada secara fisik dalam pertemuan di kantor DIKMENJUR.

#### 4. Gambaran Umum Industri Warung Internet Kota Surakarta

##### a. Jumlah Modal Warung Internet

Untuk mengetahui jumlah modal dapat dilihat pada tabel 4.9

**Tabel 4.9**

##### **Jumlah Modal Warung Internet**

<b>Jumlah Modal (Rupiah)</b>	<b>Jumlah Warung Internet</b>
< 100 juta	8
100 – < 500 juta	9
500 juta ke atas	4
Jumlah	21

Sumber : Hasil survei

Berdasarkan hasil survei dari 21 warung internet yang beroperasi selama tahun 2004 di Kota Surakarta, warung internet yang mempunyai modal di atas 500 juta rupiah sebanyak empat buah. Untuk warung internet yang memiliki modal antara 100 – < 500 juta rupiah adalah sebanyak sembilan buah, dan terdapat delapan warung internet yang mempunyai modal di bawah 100 juta rupiah.

##### b. Jumlah Komputer yang Dimiliki Warung Internet

**Tabel 4.10**

##### **Perbandingan Jumlah Komputer Dengan Warung Internet**

<b>Jumlah komputer (unit)</b>	<b>Jumlah Warung internet</b>
< 10	3
10 – < 50	14
50 ke atas	4
Jumlah	21

Sumber : Hasil survei

Tabel 4.10 menunjukkan jumlah komputer yang digunakan oleh warung internet dalam menjalankan operasinya selama tahun 2004. Jumlah warung internet yang memiliki kurang dari 10 unit komputer adalah sebanyak tiga warung internet. Warung internet yang memiliki 10 – < 50 unit komputer sejumlah 14

warung internet, sedangkan yang memiliki lebih dari 50 unit komputer terdapat empat warung internet.

c. Jumlah rata-rata pengguna internet

**Tabel 4.11**  
**Jumlah Rata-Rata Pengguna Internet/Hari**

<b>Rata-Rata Pengguna /Hari (Orang)</b>	<b>Jumlah Warung internet</b>
< 100	11
100 – < 150	5
150 ke atas	5
<b>Jumlah</b>	<b>21</b>

Sumber : Hasil survei

Dari tabel 4.11 dapat diketahui perbandingan jumlah warung internet dengan jumlah rata-rata pengguna internet. Selama tahun 2004, terdapat 11 warung internet yang dikunjungi rata-rata kurang dari 100 orang setiap harinya. Sebanyak lima warung internet dikunjungi antara 100 – < 150 orang dalam tiap harinya, sementara lima warung internet lainnya dikunjungi lebih dari 150 orang perharinya.

d. Tarif Akses Internet

**Tabel 4.12**  
**Perbandingan Tarif Dengan Jumlah Warung Internet**

<b>Tarif (Rupiah / Jam)</b>	<b>Jumlah Warung Internet</b>
4.000	5
3.500	5
3.000	8
2.500	2
2.000	1
<b>Jumlah</b>	<b>21</b>

Sumber : Hasil survei

Berdasarkan hasil survei ditemukan adanya perbedaan pengenaan tarif antara warung internet yang satu dengan yang lainnya. Tabel 4.12 menunjukkan

pengenaan tarif yang ditetapkan oleh warung internet. Untuk warung internet yang mengenakan tarif sebesar Rp. 4.000,-/jam terdapat lima buah , sedangkan yang mengenakan tarif Rp. 3.500,-/jam terdapat lima warung internet. Delapan warung internet mengenakan tarif Rp. 3.000,-/jam, dan dua warung internet yang mengenakan tarif sebesar Rp. 2.500,-/jam. Hanya terdapat satu warung internet yang mengenakan tarif sebesar Rp. 2.000,-/jam kepada penggunanya.

#### e. Kendala-Kendala Dalam Pengelolaan Warung Internet

Dalam pengelolaan warung internet di Kota Surakarta tidak jarang ditemui adanya kendala-kendala. Berdasarkan hasil survei ditemui adanya kesamaan kendala-kendala yang dihadapi. Kendala-kendala itu meliputi adanya hambatan koneksi atau akses jaringan yang lambat pada jam-jam sibuk akibat adanya peningkatan jumlah pengguna. Adanya kerusakan pada komputer karena terlalu lama dipakai untuk beroperasi dalam sehari dan kurang pengetahuan dari pengguna warung internet dalam menggunakan komputer, sehingga menyebabkan biaya perawatan komputer yang tinggi. Faktor lain adalah berupa gangguan listrik berupa padamnya jaringan listrik yang dapat juga menyebabkan kerusakan komputer, dan dapat juga mengurangi kenyamanan dari pengguna warung internet.

#### f. Fasilitas-Fasilitas Yang Diberikan Kepada Pengguna Internet

Fasilitas-fasilitas yang dimaksud hal ini adalah sarana yang diberikan oleh pengusaha warung internet, para pengusaha warung internet menyediakan berbagai fasilitas kepada pengguna agar lebih nyaman sewaktu mengakses internet. Fasilitas-fasilitas ini berupa ruangan tertutup yang dapat menjaga *privacy* pengguna pada waktu mengakses internet. Terdapat pemisahan antara

ruangan bagi perokok dengan yang tidak merokok sehingga dapat memberikan rasa nyaman. Fasilitas lain berupa penyediaan *headset* di masing-masing computer, pengguna dapat mendengarkan musik tanpa mengganggu. Fasilitas *printing* untuk pengguna yang ingin langsung mencetak informasi yang didapatnya. Selain penyediaan akses internet, warung internet juga menyediakan makanan kecil dan minuman ringan.

#### g. Upaya – Upaya Dalam Meningkatkan Penjualan Jasa

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, para pengusaha warung internet berusaha mempertahankan keuntungan usahanya dengan meningkatkan penjualan jasa. Untuk meningkatkan penjualan jasa berbagai cara telah ditempuh. Salah satunya dengan beroperasi selama 24 jam penuh, hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan pendapatan. Cara ini biasa dilakukan oleh warung-warung internet di sekitar lingkungan perguruan tinggi. Pemberlakuan sistem *Membership* dengan tariff yang lebih murah daripada pengguna non-*Membership*. System ini diberlakukan untuk menjaga loyalitas dari anggota dari salah satu warung internet. Cara yang paling efektif adalah melakukan diversifikasi usaha yang masih berhubungan dengan internet. Diversifikasi usaha dilakukan dalam bentuk sebagai *Internet Service Provider*.

### C. Analisis Struktur Industri Warung Internet

Untuk mengetahui rasio konsentrasi berdasarkan pendapatan yang diperoleh warung internet dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Konsentrasi Industri Warung Internet**  
**Variabel Pendapatan**

Konsentrasi	Nilai
CR – 4	0,4604
CR – 8	0,6780
IH	0,0755
1/IH	13,2511

Sumber : Hasil pengolahan data

Tahun 2004 rasio konsentrasi empat warung internet berdasar variabel pendapatan yang diperoleh adalah sebesar 0,4604. Yang berarti 46,04 % pendapatan seluruh warung internet dikuasai oleh empat warung internet yaitu Solonet sebesar 13,87%, Yahoo dengan 11,09%, sementara Speednet 10,68% dan Hawaiiinet 10,40%, dan rasio konsentrasi dari delapan warung internet terbesar adalah 0,678 atau 67,8 %.

Dengan nilai rasio konsentrasi empat warung internet sebesar 0,4604 atau 46,04 %, maka struktur industri warung internet termasuk dalam kelompok tipe 4 atau *Low Moderate Concentration* berdasarkan variabel pendapatan dan kriteria dari Joe S. Bain. Nilai dari indeks herfindahl dari industri warung internet tahun 2004 menunjukkan 0,075. Ini berarti pangsa pasar industri warung internet berdasarkan variabel pendapatan dikuasai oleh 13 (1/IH) warung internet di kota Surakarta.

Dari perhitungan di atas, struktur industri warung internet kota surakarta selama tahun 2004 terkonsentrasi pada empat warung internet yaitu Solonet, Yahoo, Speednet dan Hawaiiinet. Terkonsentrasinya pada empat warung internet disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, jumlah komputer yang dimiliki keempat warung internet tersebut lebih banyak dibanding dengan warung internet lainnya. Komputer yang dimiliki oleh solonet adalah sebanyak 55 unit, Yahoo 50

unit, Speednet 54 unit dan Hawaiinet 62 unit. Banyaknya komputer yang dimiliki memungkinkan warung internet untuk memperoleh pendapatan yang lebih banyak dibanding lainnya.

Kedua, besarnya modal yang diinvestasikan warung internet berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima. Semakin besar modal yang dimiliki akan semakin besar pula jumlah pendapatan yang diterima. Jumlah modal terbesar dimiliki oleh Speednet dengan Rp. 740 juta, disusul Solonet Rp. 700 juta kemudian Hawaiinet Rp. 650 juta dan terakhir Yahoo Rp. 500 juta.

Ketiga, keempat warung internet tersebut rata-rata dalam sehari dikunjungi lebih dari 200 orang. Solonet dikunjungi 250 orang perhari, Speednet 220 orang perhari, Yahoo dan Hawaiinet sama-sama dikunjungi 200 orang perhari. Untuk warung internet lain dikunjungi kurang dari 200 orang perhari.

Keempat, tarif yang dikenakan kepada pengunjung yang cukup beragam. Dari empat warung internet tersebut, dua warung internet, solonet dan Yahoo menetapkan tarif sebesar Rp. 4.000,-/jam, Speednet Rp. 3.500,-/jam dan Hawaiinet Rp. 3.000,-/jam. Faktor yang terakhir adalah rata-rata jumlah pemakaian komputer dari keempat warung internet adalah sama yaitu dua jam per orang.

#### **D. Analisis Kinerja Warung Internet**

Perhitungan analisis kinerja dilihat dari sisi profitabilitas dengan menggunakan dua perhitungan yaitu rentabilitas ekonomi dan *Profit Margin*. Suatu kinerja perusahaan dikatakan efisien apabila nilai Rentabilitas Ekonomi dan *Profit Margin* bernilai positif.

### 1. Analisis Kinerja Rentabilitas Ekonomi Warung Internet

Rentabilitas Ekonomi diperoleh dari perbandingan antara laba usaha dengan modal dan dinyatakan dalam persentase.

**Tabel 4.14**  
**Rentabilitas Ekonomi Warung Internet**

No	Nama Warung Internet	Rentabilitas Ekonomi (%)
1	TURBO	134,4000
2	ADS NET	84,0000
3	GRACIA	81,8182
4	MITOS	72,0000
5	YAHOO	70,8000
6	SITUS	69,6000
7	NEW PLANET	69,0000
8	SOLONET	68,4000
9	MASXUN	63,6000
10	SPEED NET	47,3514
11	HAWAIINET	47,0769
12	PUSLINET	46,8000
13	MESENET	43,2000
14	STICKY	41,6571
15	TELESAT	41,6291
16	BUMI-NET	32,8302
17	PRIMANET	24,9231
18	CAFÉ INTERNET	29,4000
19	SORELANET	24,1935
20	VISKANET	-10,0000
21	JURUG	-18,0000
Rata – rata		50,6990

Sumber : Hasil pengolahan data

Pada tabel 4.14 dapat diketahui masing–masing Rentabilitas Ekonomi dari seluruh warung internet di Kota Surakarta tahun 2004. Dari tabel 4.14 di atas dapat diketahui selama tahun 2004 terdapat dua warung internet yang nilai Rentabiliats Ekonominya tidak efisien karena negatif, yaitu warung internet Jurug (-18%) dan Viskanet (-10%). Untuk warung internet–warung internet lainnya



mengalami efisien. Di tahun 2004 rata-rata nilai Rentabilitas Ekonomi warung internet adalah 50,69%. Warung internet yang memiliki nilai Rentabilitas Ekonomi tertinggi adalah Turbo sebesar 134,4%, sementara yang terendah adalah Jurug sebesar -18 %.

Di tahun 2004, rata-rata nilai Rentabilitas Ekonomi industri warung internet Kota Surakarta adalah sebesar 50,69%. Hal ini mengindikasikan berapapun jumlah modal yang diinvestasikan dalam warung internet akan menghasilkan laba rata-rata sebesar 50,69% dari modal. Tabel 4.14 menunjukkan bahwa pada peringkat atas didominasi oleh warung internet-warung internet yang tidak termasuk dalam CR-4. Ini berarti pengelolaan modal dari warung internet yang berpendapatan menengah atau kecil ternyata lebih efisien dibanding dengan warung internet yang berpendapatan besar.

## **2. Analisis Kinerja *Profit Margin* Warung Internet**

Nilai *Profit Margin* didapat dari perbandingan antara laba usaha dengan pendapatan yang diperoleh warung internet. Untuk mengetahui nilai *Profit Margin* dari industri warung internet dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini. Selama tahun 2004 terdapat dua warung internet yang kinerjanya tidak efisien karena nilai *Profit Margin* di bawah nol atau negatif. Kedua warung internet tersebut adalah warung internet Jurug (-26,67%) dan Viskanet (--7,94%). Untuk nilai *Profit Margin* tertinggi diperoleh warung internet Solonet sebesar 66,5% dan terendah adalah Jurug sebesar -26,67%.

**Tabel 4.15**  
***Profit Margin* Warung Internet**

No	Nama Warung Internet	<i>Profit Margin</i> (%)
1	SOLONET	66,5000
2	MESENET	64,2857
3	SPEED NET	63,2035
4	YAHOO	61,4583
5	ADS NET	58,3333
6	HAWAIINET	56,6667
7	STICKY	56,2500
8	BUMI-NET	53,7037
9	TURBO	51,8519
10	NEW PLANET	51,1111
11	GRACIA	51,0204
12	MASXUN	49,0741
13	SITUS	45,3125
14	MITOS	40,0000
15	TELESAT	39,8496
16	CAFÉ INTERNET	30,2469
17	PUSLINET	27,0833
18	PRIMANET	20,0000
19	SORELANET	18,5185
20	VISKANET	-7,9365
21	JURUG	-26,6667
Rata – rata		41,4222

Sumber : Hasil pengolahan data

Rata-rata tingkat *Profit Margin* industri warung internet Kota Surakarta tahun 2004 adalah sebesar 41,42%, berarti berapapun jumlah pendapatan yang diterima warung internet akan menghasilkan keuntungan atau laba rata-rata sebesar 41,42%. Dari hasil tabel 4.15 diketahui hampir separuh warung internet di Kota Surakarta nilai *Profit Margin* di atas rata-rata. Untuk peringkat atas didominasi oleh warung internet yang termasuk dalam kelompok CR-4.

## E. Analisis Korelasi Struktur Pasar Dengan Kinerja

Untuk menganalisa korelasi struktur pasar dengan kinerja industri warung internet digunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* :

### 1. Analisis Korelasi Pendapatan Dengan Rentabilitas Ekonomi

**Tabel 4.16**

**Hasil Korelasi Pendapatan Dengan Rentabilitas Ekonomi**

		PNDPTN	RNTBLTS
PNDPTN	Pearson Correlation	1	0,205
	Sig. (2-tailed)	,	0,373
	N	21	21
RNTBLTS	Pearson Correlation	0,205	1
	Sig. (2-tailed)	0,373	,
	N	21	21

Sumber : Hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 10.0

Berdasarkan tabel 4.16 yang mengukur korelasi antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan hubungan yang tidak signifikan karena nilai  $r$  bernilai 0,205 dan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 (0,373). Hasil ini tidak bisa digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel struktur pasar (pendapatan) dengan kinerja industri warung internet (Rentabilitas Ekonomi). Jadi variabel pendapatan tidak dapat mempengaruhi besar kecilnya rentabilitas ekonomi, begitu juga sebaliknya. Berdasarkan tingkat Rentabilitas Ekonomi bahwa tingkat efisiensi warung internet tidak dipengaruhi besar kecilnya jumlah pendapatan yang diterima warung internet.

## 2. Analisis Korelasi Pendapatan Dengan *Profit Margin*

**Tabel 4.17**

**Hasil Korelasi Pendapatan Dengan *Profit Margin***

		PNDPTN	PM
PNDPTN	Pearson Correlation	1	0,630**
	Sig. (2-tailed)	,	0,002
	N	21	21
PM	Pearson Correlation	0,630**	1
	Sig. (2-tailed)	0,002	,
	N	21	21

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber : Hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 10.0

Berdasarkan pada tabel 4.17 hasil *print out* program SPSS versi 10.0 terdapat hubungan yang kuat antara pendapatan dengan *Profit Margin*, dimana nilai  $r$  sebesar 0,630 dan signifikan pada tingkat 99%, serta nilai probabilitas yang kurang dari 0,05. Hubungan antara pendapatan dengan *Profit Margin* adalah searah, apabila pendapatan warung internet meningkat maka nilai *Profit Margin* akan meningkat pula. Begitu juga dengan sebaliknya apabila pendapatan warung internet menurun maka nilai *Profit Margin* akan menurun pula. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel struktur pasar (pendapatan) dengan variabel kinerja (*Profit Margin*). Kenaikan pendapatan warung internet akan membuat kinerja operasional akan semakin efisien.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah memperoleh data-data yang berkaitan dengan struktur dan kinerja industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004, maka dilakukan pengolahan data tersebut. Dari pengolahan data itu didapat suatu hasil yang kemudian dapat diambil suatu kesimpulan dan saran-saran.

#### A. Kesimpulan

1. Dengan menggunakan perhitungan rasio konsentrasi dan indeks Herfindahl untuk mengetahui struktur industri warung internet di Kota Surakarta tahun 2004. Struktur industri warung internet Kota Surakarta tahun 2004 atas dasar variabel pendapatan adalah berbentuk oligopoli *Low Moderate Concentration* dengan CR-4 sebesar 46,04%, nilai CR-8 sebesar 67,8% dan indeks Herfindahl 0,0755 dan pangsa pasar dikuasai sebanyak 13 warung internet. Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur industri warung internet adalah jumlah komputer, besarnya modal, tarif yang dikenakan, jumlah pengguna perhari dan rata-rata penggunaan oleh empat warung internet terbesar.
2. Untuk kinerja warung internet di Kota Surakarta tahun 2004 diukur dengan rentabilitas ekonomi dan *Profit Margin*. Selama tahun 2004, kinerja warung internet dengan perhitungan rentabilitas ekonomi rata-rata mengalami efisiensi, tingkat efisiensi sebesar 50,69%. Jumlah modal yang diinvestasikan warung internet di Kota Surakarta akan menghasilkan keuntungan sebesar 50,69% dari modal. Dengan menggunakan

perhitungan *Profit Margin*, rata-rata kinerja warung internet adalah sebesar 41,42%. Ini berarti dari perhitungan *Profit Margin* mengalami kegiatan operasional warung internet efisiensi. Berapapun jumlah pendapatan yang diterima hampir 41,4% adalah keuntungan atau laba.

3. Metode *Pearson Product Moment* digunakan dalam mencari hubungan antara struktur dan kinerja industri warung internet. Berdasarkan hasil analisa data diketahui bahwa hubungan antara variabel pendapatan dengan Rentabilitas Ekonomi menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan karena nilai  $r$  adalah 0,205, dan antara variabel pendapatan dengan *Profit Margin* terdapat suatu hubungan yang signifikan dimana nilai  $r$  adalah 0,630. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa antara struktur pasar dengan kinerja terdapat suatu hubungan yang saling mempengaruhi

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, maka saran-saran yang dapat dibuat adalah sebagai berikut :

1. Adanya perbaikan kualitas jasa yang diberikan oleh warung internet kepada konsumen. Kualitas itu berupa penyempurnaan akses internet yang jauh lebih cepat daripada sebelumnya.
2. Untuk menjaga loyalitas konsumen, warung internet diharapkan memberi perlakuan yang istimewa kepada pelanggannya. Bentuk perlakuan itu dapat berupa pengenaan tarif yang berbeda pengguna lainnya, dengan kata lain sistem *Membership*.

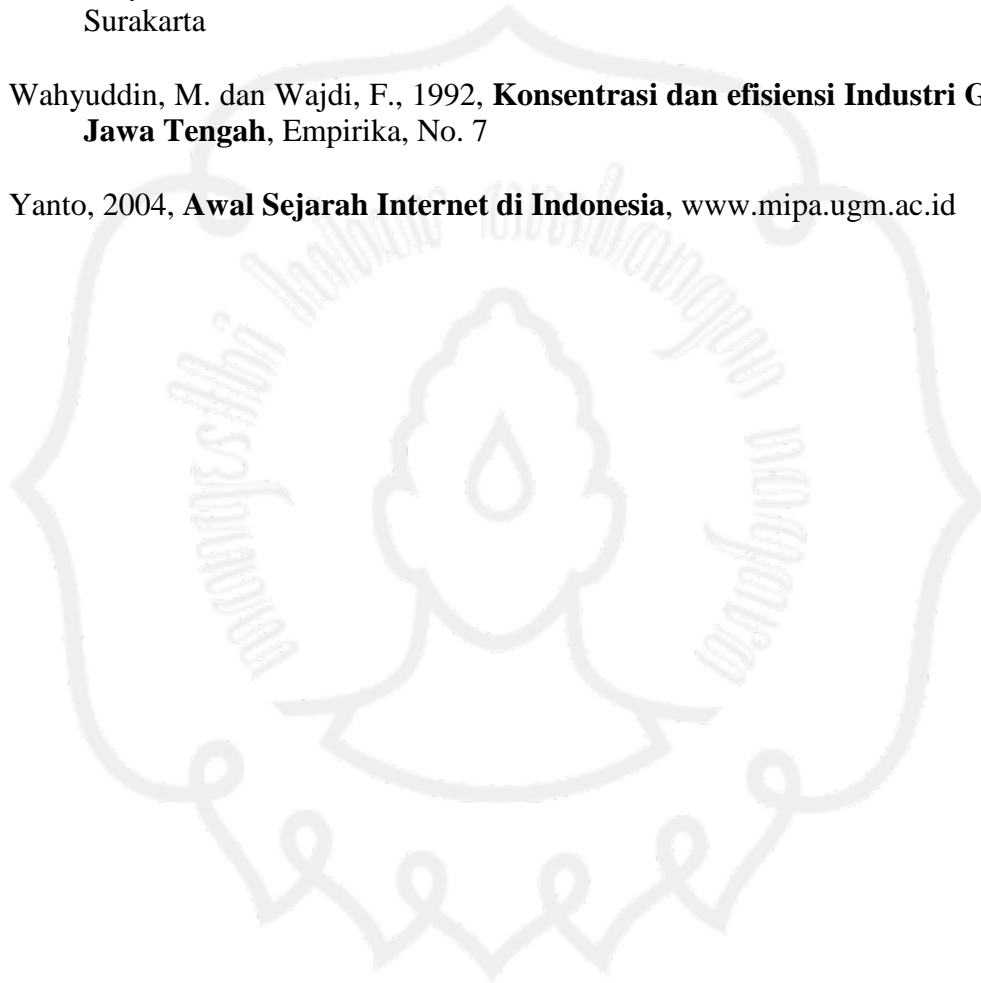
3. Selain jasa akses internet, warung internet juga diharapkan dapat melakukan diversifikasi usaha yang masih berkaitan dengan internet. Diversifikasi usaha dapat dilakukan dengan cara menyediakan jasa *Web hosting*, *web page development* dan yang cukup berhasil adalah pengembangan warung internet menjadi *Internet Service Provider* (ISP).
4. Dalam menjalankan operasinya diharapkan para pengusaha dapat mengoptimalkan efisiensi operasional warung internetnya. Cara yang ditempuh dengan melakukan menekan biaya-biaya operasional yang dirasa tidak penting. Hal ini ditempuh agar tercapai kinerja yang baik.
5. Industri warung internet di Kota Surakarta ternyata masih prospektif dilihat dari kinerjanya, sehingga masih dimungkinkan untuk penambahan jumlah warung internet baik oleh investor lama atau baru.

## Daftar Pustaka

- BPS, 2003, **Kota Surakarta Dalam Angka**
- Carlion, D.W., and Parloff, J.M., 1996, **Modern Industrial Organization**, Foresman and Company, Illionis
- Clarkson and Miller, 1983, **Industrial Organization Theory, Evidence and Public policy**, Mcgraw-hill, Tokyo
- Dwiastuti, Rini, 1997, **Struktur dan Kinerja Pasar Komoditi Bunga Potong**, Habitat, Vol. 8, No.98
- Greer, F.D., 1992, **Industrial Organization and Public Policy**, Macmillan, London
- Hasibuan, N., 1993, **Ekonomi Industri Persaingan, Monopoli dan Regulasi**, LP3ES, Jakarta
- Jaya, Wihana K., 2001, **Ekonomi Industri**, BPFE, Yogyakarta
- Kompas, 28 Agustus 2004, **Tahun ini Pengguna Internet Bisa Mencapai 5,5 Juta Orang**
- Kuncoro, M. dan Sumarno, S.B., 2003, **Struktur, Kinerja dan Kluster Industri Rokok Kretek Indonesia 1996-1999**, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 18, No.1
- Martin, S., 1994, **Industrial Economics: Economics Analysis and Public Policy**, Prentice Hall, New Jersey
- PS, Djarwanto, 1998, **Statistik Induktif**, BPFE, Yogyakarta
- Riyanto, Bambang, 1999, **Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan**, BPFE, Yogyakarta
- Satriawan, E. dan Wigati, H., 2002, **Entry, Exit dan Tingkat Konsentrasi Pada Industri Manufaktur di Indonesia 1995-1997**, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 17, No.1
- Scherer, F.M., 1980, **Industrial Market Structure and Economic Performance**, Houghton Mifflin, Boston
- Sheperd, W.G., 1997, **The Economic of Industrial Organization Analysis, Market, and Policies**, Prentice Hall, New Jersey



- Sugiarto, 2002, **Ekonomi Mikro : Sebuah Kajian Komprehensif**, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono, 2004, **Metode Penelitian Bisnis**, Alfabeta, Bandung
- Sukirno, Sadono, 1985, **Pengantar Teori Mikroekonomi**, LPFE UI, Jakarta
- Sulistyowati, Ayu, 2000, **Struktur dan Kinerja Industri Bank Asing di Indonesia Tahun 1993-1997**, Skripsi tidak Dipublikasikan, FE UNS
- Tim Penyusun, 2001, **Modul Laboratorium Statistik Ekonomi**, FE UNS, Surakarta
- Wahyuddin, M. dan Wajdi, F., 1992, **Konsentrasi dan efisiensi Industri Gula di Jawa Tengah**, Empirika, No. 7
- Yanto, 2004, **Awal Sejarah Internet di Indonesia**, [www.mipa.ugm.ac.id](http://www.mipa.ugm.ac.id)



Lampiran 1.

**Daftar Pertanyaan (kuesioner) Penelitian**  
**Struktur dan Kinerja Industri Warung Internet**  
**di Kota Surakarta Tahun 2004**

**A. Identitas Responden**

1. Nama Pemilik : .....
2. Jenis Kelamin : .....
3. Umur : .....
4. Nama Usaha : .....
5. Alamat Usaha : .....
6. Berdiri Tahun : .....

**B. Permodalan**

1. Berapa jumlah modal (baik berbentuk uang, bangunan, komputer dan lain-lain) dalam menjalankan usaha warung internet pada tahun ini?  
Jawab : Rp. ....
2. Berasal dari manakah sumber modal tersebut?  
Jawab : a. Modal sendiri  
b. Modal pinjaman  
c. Lain-lain: .....
- (jawaban boleh lebih dari satu)
3. Jika berasal dari pinjaman, dari manakah asal pinjaman tersebut?  
Jawab : a. Bank  
b. Koperasi  
c. Saudara  
d. Teman  
e. Lain-lain : .....
4. Berapa jumlah unit komputer yang dipakai?  
Jawab : ..... unit

5. Bagaimana status kepemilikan tempat usaha tersebut?

Jawab : a. Milik sendiri

b. Menyewa selama .....tahun

c. Lain-lain : .....

### C. Pendapatan

1. Berapa lama warung internet beroperasi dalam sehari?

Jawab : ..... jam

2. Berapa rata-rata jumlah pengguna internet dalam sehari?

Jawab : ..... orang/hari

3. Berapa tarif yang dikenakan terhadap pengguna internet?

Jawab : Rp. .... /jam

4. Berapa jam rata-rata penggunaan oleh setiap konsumen?

Jawab : .....jam/orang

### D. Biaya Operasional

1. Berapa rata-rata biaya yang dibayar kepada jasa penyelenggara ISP setiap bulan?

Jawab : Rp. .... /bulan

2. Berapa rata-rata biaya listrik yang harus dibayar setiap bulan?

Jawab : Rp. .... /bulan

3. Berapa jumlah karyawan yang diperkerjakan?

Jawab : ..... orang

4. Berapa rata-rata biaya tenaga kerja yang dikeluarkan setiap bulan?

Jawab : Rp. .... /bulan

5. Selain biaya-biaya, masih adakah biaya operasional lainnya?

Jawab : a. Ya b. Tidak

6. Jika ya, berapa jumlah rata-rata yang dikeluarkan setiap bulan?

Jawab : Rp. .... /bulan

**E. Tambahan**

1. Kendala-kendala apa saja yang dihadapi dalam mengelola warung internet ?

- Jawab : a. ....  
b. ....  
c. ....  
d. ....

2. Fasilitas-fasilitas apa saja yang diberikan kepada pengguna akses internet ?

- Jawab : a. ....  
b. ....  
c. ....  
d. ....

3. upaya-upaya apa yang ditempuh dalam meningkatkan penjualan jasa?

- Jawab : a. ....  
b. ....  
c. ....  
d. ....

Responden

Surakarta,

(.....)

## Lampiran 3.

## Struktur Industri Warung Internet Tahun 2004

## Variabel pendapatan

NO	NAMA WARNET	PENDAPATAN RP/TAHUN	MS	MS2
1	SOLONET	720.000.000	0,1387	0,0192
2	YAHOO	576.000.000	0,1109	0,0123
3	SPEED NET	554.400.000	0,1068	0,0114
4	HAWAII NET	540.000.000	0,1040	0,0108
5	BUMI-NET	324.000.000	0,0624	0,0039
6	TELESAT	287.280.000	0,0553	0,0031
7	STICKY	259.200.000	0,0499	0,0025
8	MASXUN	259.200.000	0,0499	0,0025
9	SITUS	230.400.000	0,0444	0,0020
10	ADS NET	216.000.000	0,0416	0,0017
11	MESENET	201.600.000	0,0388	0,0015
12	CAFÉ INTERNET	194.400.000	0,0374	0,0014
13	NEW PLANET	135.000.000	0,0260	0,0007
14	TURBO	129.600.000	0,0250	0,0006
15	MITOS	108.000.000	0,0208	0,0004
16	PUSLINET	103.680.000	0,0200	0,0004
17	GRACIA	88.200.000	0,0170	0,0003
18	SORELANET	81.000.000	0,0156	0,0002
19	PRIMANET	81.000.000	0,0156	0,0002
20	VISKANET	75.600.000	0,0146	0,0002
21	JURUG	27.000.000	0,0052	0,0000
JUMLAH		5.191.560.000		

CR-4(PENDAPATAN)	0,4604
CR-8(PENDAPATAN)	0,6780
IHH	0,0755
1/IHH	13,2511

PNDPTN	RE	PM
129600000	134.4000	51.8519
88200000	81.8182	51.0204
201600000	43.2000	64.2857
27000000	-18.0000	-26.6667
75600000	-10.0000	-7.9365
554400000	47.3514	63.2035
540000000	47.0769	56.6667
324000000	32.8302	53.7037
103680000	46.8000	27.0833
287280000	41.6291	39.8496
135000000	69.0000	51.1111
194400000	29.4000	30.2469
81000000	24.1935	18.5185
108000000	72.0000	40.0000
230400000	69.6000	45.3125
216000000	84.0000	58.3333
259200000	63.6000	49.0741
81000000	24.9231	20.0000
720000000	68.4000	66.5000
576000000	70.8000	61.4583
259200000	41.6571	56.2500

## Correlations

		PNDPTN	RE	PM
PNDPTN	Pearson Correlation	1	.205	.630**
	Sig. (2-tailed)	.	.373	.002
	N	21	21	21
RE	Pearson Correlation	.205	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.373	.	.000
	N	21	21	21
PM	Pearson Correlation	.630**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.
	N	21	21	21

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

NAMA WARNET	JUMLAH KOMPUTER (UNIT)	MODAL (Rp.)	LAMA BEROPERASI JAM/HARI	RATA-RATA PENGGUNA/HARI	TARIF (Rp./JAM)
TURBO	10	50000000	20	40	3000
GRACIA	8	55000000	14	35	3500
MESENET	20	300000000	16	80	3500
JURUG	5	40000000	24	15	2500
VISKANET	10	60000000	24	30	3500
SPEED NET	54	740000000	24	220	3500
HAWAIINET	62	650000000	24	200	3000
BUMI-NET	60	530000000	16	100	3000
PUSLINET	16	60000000	10	72	2000
TELESAT	20	275000000	22	152	3500
NEW PLANET	15	100000000	16	100	2500
CAFÉ INTERNET	20	200000000	24	120	3000
SORELANET	8	62000000	15	50	3000
MITOS	10	60000000	20	50	3000
SITUS	16	150000000	20	80	4000
ADS NET	17	150000000	12	100	3000
MASXUN	19	200000000	24	90	4000
PRIMANET	12	65000000	12	50	3000
SOLONET	55	700000000	16	250	4000
YAHOO	50	500000000	18	200	4000
STICKY	25	350000000	17	120	4000
JMLAH		5297000000			

