

## Analisis Struktur Kinerja Dan Konsep Keunggulan Komparatif Industri Di Indonesia

**Iqbal Maulana**

Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

Email: [iqbalmaulana56@gmail.com](mailto:iqbalmaulana56@gmail.com)

**Marcelly Cessa Manda Sari**

Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

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

**Muhammad Yasin**

Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

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

***Abstrak,** Prinsip keunggulan komparatif mengatakan bahwa setiap negara atau bangsa seperti halnya orang, akan memperoleh hasil dari perdagangannya dengan mengekspor barang-barang atau jasa yang merupakan keunggulan komparatif terbesarnya dan mengimpor barang-barang atau jasa yang bukan merupakan keunggulan komparatifnya. Menurut hukum keunggulan komparatif, meskipun sebuah negara kurang efisien (memiliki kerugian absolut terhadap) dibanding negara lain dalam memproduksi Struktur kinerja industri dapat dilihat pada analisa perilaku industri perilaku pada industri dapat dilihat dari Strategi Harga, Strategi Produk, Strategi promosi, Strategi promosi. Teori keunggulan komparatif penukaran barang berlaku selama barang yang ditukar masih dapat digunakan. Dengan demikian Kinerja merupakan hasil kerja yg dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri dimana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Secara lebih rinci, kinerja dapat pula tercermin melalui efisiensi, pertumbuhan (termasuk perluasan pasar), kesempatan kerja, kesejahteraan personalia, serta kebanggaan kelompok.*

***Kata Kunci :** keunggulan komparatif, Struktur kinerja, Industri*

### 1. LATAR BELAKANG

Teori perdagangan internasional menjelaskan komposisi perdagangan antar negara serta bagaimana pengaruhnya terhadap perekonomian suatu negara. Disamping itu, teori perdagangan internasional juga dapat menunjukkan adanya keuntungan yang timbul dari adanya keuntungan perdagangan (*gain from trade*). Negara-negara yang melakukan perdagangan internasional antara lain disebabkan dua alasan berikut. Pertama, negara-negara yang berdagang karena berbeda satu sama lain (berbeda dalam kepemilikan sumber daya, baik dalam jenis maupun kualitasnya.

Hal ini memungkinkan suatu individu, perusahaan, bahkan negara untuk menghasilkan lebih banyak barang dan jasa dengan lebih efisien serta memungkinkan untuk mendapatkan keuntungan lebih.

Prinsip keunggulan komparatif mengatakan bahwa setiap negara atau bangsa seperti halnya orang, akan memperoleh hasil dari perdagangannya dengan mengekspor barang-barang atau jasa yang merupakan keunggulan komparatif terbesarnya dan mengimpor barang-barang atau jasa yang

---

Received April 30, 2023; Revised Mei 2, 2023; Juni 02, 2023

\*Corresponding author, e-mail address

bukan merupakan keunggulan komparatifnya. Menurut hukum keunggulan komparatif, meskipun sebuah negara kurang efisien (memiliki kerugian absolut terhadap) dibanding negara lain dalam memproduksi kedua barang, namun masih tetap terdapat dasar untuk melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Negara pertama harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditi yang memiliki kerugian mutlak lebih kecil (ini merupakan komoditi dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian mutlak yang lebih besar (komoditi ini memiliki kerugian komparatif).

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1 Struktur Kinerja Industri**

Kinerja (Performance) merupakan hasil akhir dari keseluruhan bentuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan S-C-P. Kinerja perusahaan dalam industri berarti kemampuan produsen atau perusahaan dalam suatu industri dalam menciptakan tingkat keuntungan, efisiensi, pertumbuhan ekonomi, kemampuan dalam menciptakan peluang kerja, dan kemampuan dalam menciptakan pendapatan. Kemampuan dalam menciptakan keuntungan didasarkan pada hasil akhir dari interaksi antara harga yang ditetapkan dan biaya yang telah dikeluarkan (Shy, 1995).

Masing-masing bentuk struktur pasar memiliki bentuk penjelasan yang berbeda atas perilaku maupun kinerja terutama dalam menghadapi kondisi dalam suatu lingkungan industri (Shy, 1995). Pada pendekatan S-C-P (S-C-P paradigm), untuk bentuk struktur pasar tertentu, perusahaan memiliki cara yang berbeda dalam menetapkan strategi persaingannya. Perilaku ini berdampak pada tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan dan peningkatan efisiensi serta pertumbuhan perusahaan.

Dasar analisis industri adalah efisiensi. Kemudian, perspektif sebuah industri adalah Darwinisme yaitu, *survival for the fittest*: yang dapat menyesuaikan diri akan mampu bertahan, sedangkan yang tidak dapat akan mati. Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana hasil biasa diidentikkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Kinerja tercermin dalam efisiensi alokatif, efisiensi teknis, efek inflasi, pemerataan, kemajuan teknologi, kualitas produk, kesempatan kerja dan laba.

### **2.2 Teori Konsep Keunggulan Koperatif**

Teori ini dikemukakan oleh David Ricardo untuk melengkapi teori Adam Smith yang tidak mempersoalkan kemungkinan adanya negara-negara yang sama sekali tidak mempunyai keuntungan mutlak dalam memproduksi suatu barang terhadap negara lain, misalnya negara yang sedang berkembang terhadap negara yang sudah maju. Keunggulan komparatif (Comparative Advantages) adalah keuntungan atau keunggulan yang diperoleh suatu negara dari melakukan spesialisasi produksi terhadap suatu barang yang memiliki harga relatif (*relative price*) yang lebih rendah dari produksi negara lain. Atau, dengan kata lain, suatu negara hanya akan mengekspor barang yang mempunyai keunggulan komparatif tinggi dan mengimpor barang yang mempunyai

keunggulan komparatif rendah. Menurutnya, perdagangan internasional terjadi bila ada perbedaan keunggulan komparatif antar negara. Ia berpendapat bahwa keunggulan komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya.

Teori Keunggulan Komparatif ini berlandaskan pada asumsi:

- a. Labor Theory of Value, yaitu bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk menghasilkan barang tersebut, dimana nilai barang yang ditukar seimbang dengan jumlah tenaga kerja yang dipergunakan untuk memproduksinya.
- b. Perdagangan internasional dilihat sebagai pertukaran barang dengan barang.
- c. Tidak diperhitungkannya biaya dari pengangkutan dan lain-lain dalam hal pemasaran
- d. Produksi dijalankan dengan biaya tetap, hal ini berarti skala produksi tidak berpengaruh.
- e. Faktor produksi sama sekali tidak mobile antar negara.

Oleh karena itu, suatu negara akan melakukan spesialisasi dalam produksi barang-barang dan mengekspornya bilamana negara tersebut mempunyai keuntungan dan akan mengimpor barang-barang yang dibutuhkan jika mempunyai kerugian dalam memproduksi

Berikut ini tabel berdasarkan keunggulan komparatif yang dikemukakan oleh David Ricardo :

Tabel Hasil Kerja Satu Orang Per Hari.

Negara	Produksi kain	Produksi anggur
Inggris	40 yard	30 botol
Portugal	50 yard	75 botol

Dari tabel di atas dapat dilihat ternyata Inggris tidak memiliki keunggulan mutlak baik dalam produksi kain maupun produksi anggur, tetapi menurut David Ricardo antara Inggris dan Portugal tetap bisa melakukan perdagangan yang saling menguntungkan dengan cara membandingkan biaya relatif masing-masing produk. Berdasarkan perhitungan efisiensi biaya relatif, terbukti bahwa :

- a. Inggris memiliki keunggulan komparatif pada produksi kain.
- b. Portugal memiliki keunggulan komparatif pada produksi anggur.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Struktur Kinerja Industri di Indonesia**

Struktur kinerja industri dapat dilihat pada analisa perilaku industri perilaku pada industri dapat dilihat dari Strategi Harga, Strategi Produk, Strategi promosi, Strategi promosi.

##### **a. Strategi Harga**

Industri di Indonesia tidak memiliki kesepakatan dalam menentukan harga. Setiap perusahaan dapat menetapkan harganya sendiri sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses

produksi mulai dari biaya untuk bahan baku, listrik, tenaga kerja, teknologi sampai pendistribusiannya. Penetapan harga pada juga berdasarkan dengan kualitas yang dihasilkan, semakin tinggi teknologi yang digunakan dan semakin tinggi kualitas yang dihasilkan maka harga jual ban juga akan berbeda.

### **b. Strategi Produk**

Strategi produk merupakan strategi yang dilakukan oleh setiap perusahaan di Indonesia. Perusahaan ban akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen

### **c. Strategi promosi**

yang dilakukan oleh perusahaan ban antara lain dengan cara penyebaran informasi melalui media massa baik dalam bentuk media cetak maupun media elektronik seperti, pemasangan iklan pada billboard ataupun signboard, iklan di televisi, radio, social network. Promosi juga dapat dilakukan dengan berpartisipasi dalam acara pameran yang dapat menarik minat konsumen dan berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Selain itu, promosi juga dapat dilakukan melalui retail. Retail dapat dilakukan dengan cara bekerjasama dengan independent owner yang sebelumnya sudah dilatih dan diberikan pengetahuan tentang produk dari perusahaan yang bersangkutan.

### **d. Strategi distribusi**

Strategi distribusi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah dengan mendistribusikan ban di setiap provinsi untuk memudahkan konsumen dalam pembelian ban. Industri ban di Indonesia belum bisa diserap 100 persen oleh permintaan dalam negeri tetapi yang bisa diserap oleh dalam negeri hanyalah 20 persen saja, sehingga saat pasar dalam negeri tidak dapat menampung sejumlah produk yang dihasilkan maka produsen akan mencari pasar alternatif. Dalam hal ini, produsen akan melakukan pengalihan.

## **3.2 Teori Konsep Keunggulan Komparatif di Indonesia**

Teori keunggulan komparatif adalah teori yang menyatakan bahwa barang yang memiliki nilai kegunaan pasti juga memiliki nilai penukaran. Pencetus teori ini adalah David Ricardo. Melalui teori ini, penukaran barang berlaku selama barang yang ditukar masih dapat digunakan. Perpaduan antara teori keunggulan komparatif dan teori kuantitas ruang kemudian dimanfaatkan untuk mengembangkan teori perdagangan internasional. Teori ini menyatakan bahwa keunggulan komparatif dapat diciptakan oleh suatu negara melalui kerja keras dalam melakukan penguasaan teknologi. Melalui perdagangan bebas, maka negara yang memanfaatkan teknologi akan lebih diuntungkan dalam persaingan mancanegara dibandingkan dengan negara yang hanya mengandalkan sumber daya alam saja. Selain itu, penerapan teori keunggulan komparatif yang dilakukan melalui perdagangan internasional akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi suatu negara.

## **3.3 Pola**

Perbedaan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu negara ditentukan oleh faktor keunggulan suatu negara dibandingkan negara lainnya. Dua faktor keunggulan yang umum yaitu sumber daya alam dan sumber daya manusia. Negara dengan keunggulan sumber daya alam akan memiliki keunggulan komparatif pada produk primer dan produk padat sumber daya alam. Sedangkan negara dengan keunggulan komparatif sumber daya manusia akan memiliki keunggulan dalam produk padat teknologi dan produk padat modal sumber daya manusia. Pola keunggulan komparatif yang menyebar antarnegara anggota perdagangan akan memperbesar peluang perdagangan bebas. Sebaliknya, pola keunggulan komparatif yang serupa antarnegara anggota akan memperbesar peluang terjadinya hambatan dalam perdagangan.

### **3.4 Penerapan**

#### **Pengembangan teori perdagangan internasional**

Teori keunggulan komparatif telah menjadi dasar bagi teori perdagangan internasional. Penekanan utamanya adalah pada keunggulan komparatif absolut dan relatif dalam produksi komoditas dibandingkan dengan negara lain. Proses ekspor dilakukan oleh negara terhadap komoditas dengan keunggulan komparatif yang tinggi. Komoditas dengan keunggulan komparatif yang rendah diperoleh melalui impor. Perdagangan internasional dengan model perdagangan bebas akan membuat sumber daya yang langka dapat dimanfaatkan secara tepat guna. Setiap negara juga dapat melakukan perdagangan sesuai dengan keunggulan komparatif yang dimilikinya pada bagian spesifikasi produksi. Keunggulan komparatif akan memberikan peluang dalam meraih keuntungan untuk perusahaan yang menjadi spesialis jika biaya yang ditetapkan berbeda. Keuntungan diperoleh ketika efisiensi produksi ditingkatkan. Spesialisasi membuat keuntungan tetap ada meski tidak terjadi peningkatan produktivitas pekerja secara individu.

## **4. KESIMPULAN**

Prinsip keunggulan komparatif mengatakan bahwa setiap negara atau bangsa seperti halnya orang, akan memperoleh hasil dari perdagangannya dengan mengekspor barang-barang atau jasa yang merupakan keunggulan komparatif terbesarnya dan mengimpor barang-barang atau jasa yang bukan merupakan keunggulan komparatifnya.

Negara pertama harus melakukan spesialisasi dalam memproduksi dan mengekspor komoditi yang memiliki kerugian mutlak lebih kecil (ini merupakan komoditi dengan keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian mutlak yang lebih besar (komoditi ini memiliki kerugian komparatif).

Teori Konsep Keunggulan Koperatif di Indonesia Teori keunggulan komparatif adalah teori yang menyatakan bahwa barang yang memiliki nilai kegunaan pasti juga memiliki nilai penukaran. Melalui perdagangan bebas, maka negara yang memanfaatkan teknologi akan lebih diuntungkan dalam persaingan mancanegara dibandingkan dengan negara yang hanya

mengandalkan sumber daya alam saja. Pola Perbedaan keunggulan komparatif yang dimiliki oleh suatu negara ditentukan oleh faktor keunggulan suatu negara dibandingkan negara lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Ditjenhort. 2001. Kebijakan Strategi dan Pengembangan Produksi Hortikultura: Rencana Strategis dan Program Kerja Tahun 2001-2004. Direktorat Jenderal Bina Produksi Hortikultura. Departemen Pertanian.

Erwidodo. 1995. Transformasi Struktural dan Industrialisasi Pertanian dalam Prosiding Agribisnis; Peluang dan Tantangan Agribisnis Perkebunan, Peternakan dan Perikanan. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.

Hayami, Y. dan M. Kikuchi. 1987. Dilema Ekonomi Desa : Suatu Pendekatan Ekonomi Terhadap Perubahan Kelembagaan di Asia. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta. Kadariah, Lien Karlina dan Clive Gray. 1978. Pengantar Evaluasi Proyek. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi,

Saptana, Sumaryanto, M. Siregar, H. Mayrowani, I. Sadikin, dan S. Friyatno. 2001. Analisis Keunggulan Kompetitif Komoditas Unggulan Hortikultura. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.

Saptana, Tri Pranadji, Syahyuti, dan Roosandha E. M. 2003. Transformasi Kelembagaan Tradisional Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan di Pedesaan. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Bogor.