An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

ANALISIS STRUKTUR, PERILAKU, DAN KINERJA INDUSTRI MANUFAKTUR DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI INDUSTRI

Suci Rahmadani, Putra Oloan Sani Hasibuan

Abstrak

Industri manufaktur memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia karena berperan dalam pembentukan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, perdagangan, investasi, dan pengembangan teknologi. Namun, perkembangan industri manufaktur tidak hanya ditentukan oleh kemampuan produksi, tetapi juga oleh struktur pasar, perilaku perusahaan, tingkat persaingan, efisiensi, dan kebijakan pemerintah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur, perilaku, dan kinerja industri manufaktur Indonesia dalam perspektif ekonomi industri. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka. Data diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, publikasi Badan Pusat Statistik, serta berbagai sumber akademik yang relevan dengan ekonomi industri dan sektor manufaktur Indonesia. Analisis menggunakan paradigma Structure–Conduct–Performance (SCP) untuk melihat keterkaitan antara struktur pasar, perilaku pelaku industri, dan kinerja industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur industri manufaktur Indonesia memiliki tingkat konsentrasi yang beragam, dengan kajian terhadap 23 subsektor manufaktur menunjukkan konsentrasi pasar pada tingkat moderat. Struktur pasar tersebut memengaruhi perilaku perusahaan dalam menentukan harga, strategi produk, inovasi, efisiensi, dan persaingan. Dari sisi kinerja, industri manufaktur menghadapi tuntutan peningkatan produktivitas, efisiensi, inovasi teknologi, dan daya saing. Digitalisasi, perdagangan internasional, investasi asing, serta penguatan rantai pasok menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja industri. Oleh karena itu, kebijakan industri perlu diarahkan pada penciptaan persaingan yang sehat, peningkatan produktivitas, penguatan inovasi, serta pengembangan industri yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Ekonomi Industri, Industri Manufaktur, Struktur Pasar, Perilaku Perusahaan, Kinerja Industri, SCP.

Abstract

The manufacturing industry has a strategic position in the Indonesian economy because it contributes to value added, employment, trade, investment, and technological development. However, manufacturing development is not determined solely by production capacity but also by

market structure, firm behavior, competition, efficiency, and government policy. This study aims to analyze the structure, conduct, and performance of the Indonesian manufacturing industry from an industrial economics perspective. The study employs a qualitative approach using a literature review method. Data were obtained from academic journal articles, Statistics Indonesia publications, and relevant literature concerning industrial economics and the Indonesian manufacturing sector. The analysis applies the Structure–Conduct–Performance (SCP) paradigm to examine the relationship between market structure, firm conduct, and industrial performance. The findings indicate that the structure of the Indonesian manufacturing industry varies across subsectors, while a study covering 23 manufacturing subsectors found moderate market concentration. This market structure influences firm behavior in pricing, product strategies, innovation, efficiency, and competition. In terms of performance, the manufacturing industry faces increasing pressure to improve productivity, efficiency, technological innovation, and competitiveness. Digitalization, international trade, foreign investment, and supply-chain strengthening are important factors in improving industrial performance. Therefore, industrial policy should focus on promoting healthy competition, productivity enhancement, innovation, and inclusive and sustainable industrial development.

Keywords: Industrial Economics, Manufacturing Industry, Market Structure, Firm Conduct, Industrial Performance, SCP.

1. PENDAHULUAN

Industri manufaktur merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Keberadaan industri manufaktur tidak hanya berkaitan dengan kegiatan produksi barang, tetapi juga memiliki hubungan dengan sektor pertanian, perdagangan, transportasi, energi, jasa keuangan, teknologi, dan tenaga kerja. Perkembangan sektor manufaktur dapat menciptakan nilai tambah melalui proses pengolahan bahan baku menjadi barang dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, perkembangan industri manufaktur sering menjadi salah satu indikator penting dalam melihat kemampuan suatu negara melakukan transformasi struktural dari perekonomian berbasis sumber daya menuju perekonomian yang lebih produktif dan bernilai tambah.

Dalam perspektif ekonomi industri, keberadaan perusahaan dalam suatu sektor tidak dapat dipahami hanya dari sisi jumlah produksi dan keuntungan. Ekonomi industri mempelajari bagaimana perusahaan berinteraksi dalam pasar, bagaimana struktur pasar terbentuk, bagaimana perusahaan mengambil keputusan, dan bagaimana keputusan tersebut menghasilkan dampak terhadap harga, output, efisiensi, inovasi, dan

kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, analisis ekonomi industri menjadi penting untuk memahami apakah suatu industri memiliki persaingan yang sehat atau justru menunjukkan kecenderungan konsentrasi pasar yang tinggi.

Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam ekonomi industri adalah paradigma Structure–Conduct–Performance (SCP). Paradigma ini menghubungkan struktur pasar dengan perilaku perusahaan dan kinerja industri. Struktur berkaitan dengan jumlah perusahaan, pangsa pasar, tingkat konsentrasi, hambatan masuk, dan karakteristik produk. Perilaku berkaitan dengan strategi harga, promosi, inovasi, investasi, kerja sama, serta strategi menghadapi pesaing. Sementara itu, kinerja berkaitan dengan produktivitas, efisiensi, profitabilitas, kualitas produk, pertumbuhan output, dan daya saing. Kajian terhadap industri manufaktur Indonesia pada periode 2017–2021 menggunakan SCP dan HHI untuk menganalisis 23 subsektor manufaktur dan menemukan konsentrasi pasar pada tingkat moderat (Yuliati et al., 2024).

Struktur pasar menjadi salah satu aspek penting karena tingkat konsentrasi dapat memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menentukan harga dan mengendalikan pasar. Dalam pasar yang sangat terkonsentrasi, beberapa perusahaan besar dapat memiliki kekuatan pasar yang relatif tinggi. Sebaliknya, pasar dengan banyak perusahaan dan tingkat konsentrasi rendah cenderung memberikan ruang persaingan yang lebih luas. Namun, konsentrasi pasar tidak selalu berarti bahwa persaingan pasti buruk. Konsentrasi tertentu dapat muncul karena perusahaan memiliki efisiensi, teknologi, skala ekonomi, atau kemampuan inovasi yang lebih baik. Oleh karena itu, konsentrasi harus dianalisis bersama dengan perilaku dan kinerja perusahaan.

Perkembangan industri manufaktur Indonesia juga menghadapi perubahan lingkungan ekonomi yang semakin kompleks. Perusahaan harus menghadapi perdagangan internasional, perubahan teknologi, perkembangan digitalisasi, perubahan preferensi konsumen, serta persaingan dari perusahaan domestik dan asing. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa Direktori Industri Manufaktur 2024 mencakup sekitar 30 ribu perusahaan industri manufaktur skala menengah dan besar di Indonesia. Data tersebut menunjukkan besarnya skala dan keragaman sektor manufaktur Indonesia.

Selain struktur pasar, produktivitas menjadi persoalan penting dalam kinerja industri. Penelitian Sugiharti et al. (2025) mengkaji hubungan antara konsentrasi pasar, perdagangan internasional, investasi asing langsung, dan total factor productivity pada sektor manufaktur Indonesia. Kajian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara struktur pasar dan produktivitas perlu dilihat bersama dengan faktor perdagangan dan

investasi. Hal ini menunjukkan bahwa analisis ekonomi industri tidak dapat hanya berfokus pada jumlah perusahaan, tetapi juga harus memperhatikan keterhubungan industri dengan pasar internasional dan sumber daya produktif.

Persaingan industri juga semakin berkaitan dengan kemampuan perusahaan melakukan inovasi. Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, perusahaan dituntut melakukan pembaruan produk, memperbaiki proses produksi, meningkatkan kualitas, mengendalikan biaya, dan memperkuat jaringan distribusi. Penelitian mengenai perusahaan manufaktur Indonesia menunjukkan bahwa strategi perusahaan yang berorientasi inovasi dapat memberikan keuntungan kinerja terutama dalam kondisi persaingan industri yang tinggi. Dengan demikian, persaingan tidak hanya menjadi tekanan bagi perusahaan, tetapi juga dapat menjadi pendorong inovasi dan peningkatan efisiensi.

Berdasarkan kondisi tersebut, analisis struktur, perilaku, dan kinerja industri manufaktur menjadi penting untuk memahami dinamika ekonomi industri Indonesia. Kajian ini tidak hanya melihat bagaimana struktur pasar terbentuk, tetapi juga bagaimana perusahaan merespons struktur tersebut dan bagaimana respons tersebut memengaruhi kinerja industri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur pasar, perilaku perusahaan, dan kinerja industri manufaktur Indonesia serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saing dan efisiensi industri.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ekonomi Industri

Ekonomi industri merupakan cabang ilmu ekonomi yang mempelajari struktur pasar, perilaku perusahaan, strategi persaingan, dan kinerja industri. Fokus utama ekonomi industri adalah memahami bagaimana perusahaan berinteraksi dalam suatu pasar dan bagaimana struktur pasar memengaruhi keputusan perusahaan.

Dalam ekonomi industri, pasar tidak hanya dipandang sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran, tetapi juga sebagai arena interaksi strategis antara perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan posisi pasar, seperti penetapan harga, diferensiasi produk, promosi, inovasi, peningkatan kualitas, investasi teknologi, dan penguatan jaringan distribusi.

2.2 Struktur Pasar

Struktur pasar menggambarkan karakteristik dasar suatu pasar yang memengaruhi perilaku perusahaan. Struktur pasar dapat dilihat melalui jumlah perusahaan, distribusi pangsa pasar, tingkat konsentrasi, diferensiasi produk, hambatan masuk, dan tingkat integrasi.

Secara umum, struktur pasar dapat dibedakan menjadi persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, dan monopoli. Dalam industri manufaktur, bentuk oligopoli sering menjadi perhatian karena beberapa perusahaan besar dapat menguasai bagian signifikan dari pasar.

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur konsentrasi pasar adalah Herfindahl–Hirschman Index (HHI). HHI dihitung dengan menjumlahkan kuadrat pangsa pasar masing-masing perusahaan. Semakin tinggi nilai HHI, semakin tinggi konsentrasi pasar. Penelitian Yuliati et al. (2024) menggunakan HHI dalam menganalisis 23 subsektor manufaktur Indonesia dan memperoleh hasil bahwa konsentrasi pasar manufaktur berada pada tingkat moderat.

2.3 Perilaku Perusahaan

Perilaku perusahaan berkaitan dengan tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai respons terhadap kondisi pasar. Perilaku tersebut mencakup penetapan harga, strategi produksi, promosi, diferensiasi produk, inovasi, investasi, merger, kerja sama, dan strategi menghadapi pesaing.

Dalam pasar yang kompetitif, perusahaan cenderung meningkatkan efisiensi untuk mempertahankan konsumen. Perusahaan harus menghasilkan produk dengan kualitas baik dan harga yang dapat diterima konsumen. Sebaliknya, ketika perusahaan memiliki kekuatan pasar yang tinggi, terdapat kemungkinan perusahaan memiliki ruang yang lebih besar untuk memengaruhi harga dan kondisi pasar.

2.4 Kinerja Industri

Kinerja industri dapat dilihat melalui berbagai indikator seperti produktivitas, efisiensi, profitabilitas, pertumbuhan output, kualitas produk, ekspor, inovasi, dan daya saing. Kinerja yang baik menunjukkan bahwa industri mampu menggunakan sumber daya secara produktif dan menghasilkan output yang bernilai bagi pasar.

Kinerja industri juga berkaitan dengan kemampuan perusahaan beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan lingkungan ekonomi.

Industri yang mampu melakukan inovasi dan meningkatkan produktivitas cenderung memiliki kemampuan yang lebih besar untuk bertahan dalam persaingan.

2.5 Paradigma Structure–Conduct–Performance

Paradigma SCP menjelaskan bahwa struktur pasar memengaruhi perilaku perusahaan dan pada akhirnya memengaruhi kinerja industri. Hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

Structure → Conduct → Performance

Struktur mencakup konsentrasi pasar, jumlah perusahaan, hambatan masuk, dan karakteristik produk. Struktur tersebut menciptakan lingkungan bagi perusahaan untuk menentukan strategi. Strategi perusahaan kemudian memengaruhi hasil akhir berupa efisiensi, harga, keuntungan, produktivitas, inovasi, dan kesejahteraan konsumen.

Namun, hubungan SCP dalam perkembangan ekonomi industri modern tidak selalu bersifat satu arah. Efisiensi perusahaan dapat menyebabkan perusahaan memperoleh pangsa pasar lebih besar, sehingga struktur pasar juga dapat berubah. Penelitian pada industri air minum dalam kemasan Indonesia menunjukkan adanya hubungan simultan antara konsentrasi industri, efisiensi internal, dan price-cost margin (Dwiputra & Sihaloho, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini digunakan karena penelitian bertujuan menganalisis konsep dan dinamika struktur, perilaku, serta kinerja industri manufaktur berdasarkan berbagai sumber akademik dan data sekunder.

Sumber data penelitian terdiri atas artikel jurnal ilmiah, publikasi Badan Pusat Statistik, laporan dan dokumen lembaga pemerintah, serta literatur yang berkaitan dengan ekonomi industri, struktur pasar, konsentrasi industri, persaingan, produktivitas, dan industri manufaktur Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan melalui identifikasi literatur yang relevan, pembacaan kritis, pengelompokan informasi, dan interpretasi temuan. Literatur kemudian dikelompokkan berdasarkan tiga dimensi utama SCP, yaitu struktur, perilaku, dan kinerja.

Analisis dilakukan secara deskriptif-analitis. Informasi mengenai struktur industri digunakan untuk menjelaskan konsentrasi dan karakteristik pasar. Informasi mengenai perilaku digunakan untuk menganalisis strategi perusahaan. Selanjutnya, informasi mengenai produktivitas, efisiensi, inovasi, dan daya saing digunakan untuk menganalisis kinerja industri.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Struktur Industri Manufaktur Indonesia

Struktur industri manufaktur Indonesia memiliki karakteristik yang beragam. Setiap subsektor memiliki jumlah perusahaan, skala produksi, karakteristik produk, teknologi, dan tingkat konsentrasi yang berbeda. Keragaman tersebut menyebabkan kondisi persaingan tidak dapat digeneralisasi secara sederhana untuk seluruh industri manufaktur.

Data BPS menunjukkan bahwa industri manufaktur skala menengah dan besar di Indonesia mencapai sekitar 30 ribu perusahaan pada 2024. Jumlah tersebut memperlihatkan bahwa sektor manufaktur memiliki basis perusahaan yang luas. Namun, jumlah perusahaan yang besar tidak otomatis menunjukkan tingkat persaingan yang rendah atau tinggi karena distribusi pangsa pasar antarperusahaan juga harus diperhatikan.

Kajian Yuliati et al. (2024) menjadi salah satu bukti empiris penting. Dengan menggunakan 23 subsektor manufaktur dan indikator HHI, penelitian tersebut menemukan bahwa konsentrasi pasar manufaktur Indonesia berada pada tingkat moderat. Kondisi ini menunjukkan bahwa pasar tidak sepenuhnya didominasi oleh satu atau beberapa perusahaan saja, tetapi juga belum dapat dikategorikan sebagai pasar yang sangat terfragmentasi.

Struktur dengan konsentrasi moderat memiliki dua implikasi. Pertama, perusahaan besar memiliki kemampuan tertentu dalam memengaruhi pasar. Kedua, masih terdapat ruang bagi perusahaan lain untuk masuk dan bersaing. Oleh karena itu, kebijakan persaingan perlu memastikan bahwa konsentrasi tidak berkembang menjadi kekuatan pasar yang menghambat kompetisi.

4.2 Hambatan Masuk dalam Industri

Hambatan masuk merupakan salah satu aspek penting dalam struktur pasar. Hambatan dapat berupa kebutuhan modal yang besar, teknologi, akses bahan baku, jaringan distribusi, merek, regulasi, dan skala ekonomi.

Dalam industri manufaktur tertentu, perusahaan baru mungkin menghadapi kebutuhan investasi yang tinggi. Perusahaan yang sudah lama beroperasi

juga dapat memiliki keunggulan berupa jaringan pemasok, distributor, merek, pengalaman, dan teknologi. Kondisi tersebut dapat membuat perusahaan baru membutuhkan waktu dan biaya lebih besar untuk memperoleh posisi pasar.

Namun, perkembangan teknologi digital dapat menurunkan sebagian hambatan masuk. Perusahaan baru dapat menggunakan platform digital untuk pemasaran, distribusi, dan komunikasi dengan konsumen. Dengan demikian, teknologi dapat membuka peluang persaingan baru meskipun hambatan struktural seperti modal, teknologi produksi, dan regulasi tetap penting.

4.3 Perilaku Perusahaan dalam Persaingan

Perusahaan manufaktur menggunakan berbagai strategi untuk menghadapi persaingan. Strategi tersebut meliputi efisiensi biaya, diferensiasi produk, inovasi, pengembangan kualitas, promosi, ekspansi pasar, dan pemanfaatan teknologi.

Dalam pasar dengan tingkat persaingan tinggi, perusahaan tidak dapat hanya mengandalkan harga. Perusahaan harus menciptakan nilai melalui kualitas, desain, kecepatan pelayanan, keandalan produk, dan inovasi. Strategi ini menjadi semakin penting karena konsumen memiliki akses informasi yang semakin luas.

Penelitian Abdusyakur et al. (2025) menunjukkan bahwa persaingan pasar, inovasi teknologi, efisiensi rantai pasok, dan subsidi pemerintah berkaitan positif dengan produktivitas dan kinerja ekspor perusahaan manufaktur Indonesia. Penelitian tersebut menggunakan data 175 perusahaan manufaktur dan SEM-PLS.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa perilaku perusahaan tidak berdiri sendiri. Strategi persaingan akan lebih efektif apabila didukung oleh teknologi, rantai pasok yang efisien, dan lingkungan kebijakan yang mendukung.

4.4 Inovasi sebagai Strategi Persaingan

Inovasi merupakan salah satu instrumen penting dalam ekonomi industri. Perusahaan yang mampu melakukan inovasi dapat menciptakan produk baru, meningkatkan kualitas, mengurangi biaya, dan meningkatkan produktivitas.

Persaingan dapat mendorong perusahaan melakukan inovasi karena perusahaan harus mempertahankan konsumen. Ketika pesaing

memperkenalkan teknologi atau produk baru, perusahaan lain akan menghadapi tekanan untuk melakukan respons.

Kajian mengenai strategi perusahaan manufaktur Indonesia menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi prospector yang berorientasi pada inovasi dapat memiliki kinerja lebih baik, terutama ketika menghadapi tingkat persaingan industri yang tinggi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan tidak selalu memberikan dampak negatif. Dalam kondisi tertentu, persaingan dapat menjadi mekanisme yang mendorong perusahaan melakukan inovasi dan memperbaiki kinerja.

4.5 Konsentrasi Pasar dan Efisiensi

Hubungan antara konsentrasi pasar dan efisiensi merupakan salah satu isu penting dalam ekonomi industri. Konsentrasi yang tinggi dapat memberikan peluang bagi perusahaan memperoleh skala ekonomi. Perusahaan besar dapat menyebarkan biaya tetap ke volume produksi yang lebih besar sehingga biaya rata-rata dapat menurun.

Namun, konsentrasi yang terlalu tinggi juga dapat meningkatkan kekuatan pasar. Jika perusahaan tidak menghadapi tekanan kompetitif yang memadai, perusahaan dapat memiliki insentif lebih rendah untuk melakukan efisiensi dan inovasi.

Penelitian Sugiharti et al. (2025) menunjukkan bahwa market concentration, perdagangan internasional, dan FDI perlu dianalisis bersama dalam memahami total factor productivity sektor manufaktur Indonesia. Oleh karena itu, konsentrasi pasar tidak dapat dinilai hanya sebagai kondisi positif atau negatif. Dampaknya bergantung pada karakteristik industri dan perilaku perusahaan.

4.6 Kinerja Industri Manufaktur

Kinerja industri manufaktur dapat dilihat dari produktivitas, pertumbuhan produksi, ekspor, efisiensi, inovasi, dan kemampuan bersaing. BPS secara khusus menerbitkan perkembangan indeks produksi industri manufaktur yang menyajikan data produksi industri manufaktur skala menengah dan besar berdasarkan klasifikasi KBLI.

Dari perspektif ekonomi industri, kinerja tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan output. Industri dikatakan memiliki kinerja baik apabila mampu menghasilkan barang secara efisien, meningkatkan

kualitas, mengembangkan teknologi, membuka pasar, dan menghasilkan manfaat ekonomi yang lebih luas.

Produktivitas menjadi salah satu indikator utama karena menunjukkan kemampuan industri menghasilkan output dengan menggunakan input tertentu. Industri dengan produktivitas tinggi memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dalam pasar domestik maupun internasional.

4.7 Perdagangan Internasional dan Daya Saing Industri

Perdagangan internasional memberikan peluang sekaligus tekanan terhadap industri manufaktur. Di satu sisi, ekspor membuka pasar yang lebih luas bagi produk domestik. Di sisi lain, impor menciptakan tekanan kompetitif karena konsumen memiliki alternatif produk dari luar negeri.

Persaingan internasional dapat mendorong perusahaan domestik meningkatkan efisiensi dan kualitas. Perusahaan yang tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi dan standar kualitas global dapat kehilangan pangsa pasar.

Dalam konteks ini, daya saing industri perlu dibangun melalui peningkatan produktivitas, inovasi, efisiensi logistik, kualitas sumber daya manusia, dan penguatan rantai pasok.

4.8 Investasi Asing dan Perkembangan Industri

Investasi asing langsung atau FDI dapat memberikan modal, teknologi, pengetahuan manajerial, dan akses pasar internasional. Kehadiran perusahaan asing juga dapat meningkatkan tekanan kompetitif terhadap perusahaan domestik.

Namun, manfaat FDI tidak otomatis muncul. Dampaknya tergantung pada kemampuan industri domestik menyerap teknologi dan membangun hubungan dengan perusahaan asing. Kebijakan industri perlu mendorong transfer pengetahuan dan penguatan keterkaitan antara perusahaan asing dengan pemasok domestik.

Penelitian Sugiharti et al. (2025) menempatkan FDI bersama perdagangan dan konsentrasi pasar sebagai faktor yang berkaitan dengan produktivitas total faktor sektor manufaktur Indonesia.

4.9 Digitalisasi dan Transformasi Industri

Transformasi digital telah mengubah cara perusahaan melakukan produksi, pemasaran, distribusi, dan hubungan dengan konsumen. Digitalisasi dapat

meningkatkan efisiensi informasi, mempercepat koordinasi rantai pasok, dan memperluas akses pasar.

Dalam ekonomi industri, digitalisasi juga dapat mengubah struktur persaingan. Perusahaan yang mampu menguasai teknologi dapat memperoleh keunggulan dalam pengumpulan informasi, pemasaran, dan efisiensi produksi.

Namun, digitalisasi juga dapat menciptakan kesenjangan antara perusahaan yang memiliki kemampuan teknologi tinggi dengan perusahaan yang memiliki keterbatasan modal dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, transformasi digital perlu disertai kebijakan peningkatan kemampuan teknologi industri kecil dan menengah.

4.10 Kebijakan Persaingan dan Peran Pemerintah

Pemerintah memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan persaingan yang sehat. Kebijakan tidak seharusnya hanya berorientasi pada peningkatan jumlah produksi, tetapi juga perlu memperhatikan struktur pasar, hambatan masuk, konsentrasi, inovasi, produktivitas, dan kesejahteraan konsumen.

Kajian Yuliati et al. (2024) menekankan pentingnya pengawasan dan strategi peningkatan daya saing karena konsentrasi pasar pada tingkat tertentu dapat menimbulkan perhatian terhadap potensi anti-persaingan, terutama apabila konsentrasi meningkat akibat merger dan akuisisi.

Pemerintah juga perlu menghindari intervensi yang justru menciptakan hambatan bagi perusahaan baru. Kebijakan industri harus diarahkan pada penciptaan *level playing field*, sehingga perusahaan memiliki kesempatan bersaing berdasarkan efisiensi, inovasi, kualitas, dan produktivitas.

4.11 Sintesis Structure–Conduct–Performance

Berdasarkan kajian, hubungan struktur, perilaku, dan kinerja industri manufaktur Indonesia dapat digambarkan sebagai berikut:

STRUKTUR
→ Konsentrasi pasar
→ Jumlah perusahaan
→ Pangsa pasar
→ Hambatan masuk
→ Diferensiasi produk

↓

PERILAKU

→ Penetapan harga
→ Inovasi
→ Promosi
→ Efisiensi
→ Investasi
→ Strategi produk

↓

KINERJA

→ Produktivitas
→ Efisiensi
→ Profitabilitas
→ Pertumbuhan output
→ Ekspor
→ Daya saing

Namun, hubungan tersebut bersifat dinamis. Perusahaan yang semakin efisien dapat memperoleh pangsa pasar lebih besar, kemudian meningkatkan konsentrasi pasar. Sebaliknya, persaingan yang semakin tinggi dapat mendorong perusahaan melakukan inovasi dan meningkatkan produktivitas. Bukti empiris pada industri air minum dalam kemasan Indonesia juga menunjukkan adanya hubungan simultan antara konsentrasi, efisiensi, dan price-cost margin.

Dengan demikian, SCP sebaiknya tidak dipahami sebagai hubungan linier yang sederhana. Dalam industri modern, struktur, perilaku, dan kinerja saling memengaruhi dalam suatu proses yang dinamis.

5. IMPLIKASI KEBIJAKAN

Berdasarkan hasil kajian, terdapat beberapa implikasi kebijakan.

Pertama, pemerintah perlu melakukan pemantauan terhadap konsentrasi pasar pada subsektor manufaktur yang memiliki tingkat konsentrasi tinggi. Pemantauan penting untuk mencegah penyalahgunaan kekuatan pasar dan praktik anti-persaingan.

Kedua, kebijakan industri perlu meningkatkan produktivitas perusahaan melalui dukungan teknologi, riset, pengembangan sumber daya manusia, dan infrastruktur.

Ketiga, pemerintah perlu memperkuat perusahaan domestik agar mampu bersaing dengan perusahaan asing melalui peningkatan kualitas, inovasi, dan efisiensi.

Keempat, pengembangan industri harus memperkuat rantai pasok domestik. Keterhubungan antara perusahaan besar, industri menengah, industri kecil, dan pemasok lokal dapat meningkatkan nilai tambah domestik.

Kelima, transformasi digital perlu diperluas agar tidak hanya dinikmati perusahaan besar. Industri kecil dan menengah perlu mendapatkan akses terhadap teknologi, pelatihan, pembiayaan, dan infrastruktur digital.

Keenam, kebijakan perdagangan dan investasi perlu dirancang agar mendorong transfer teknologi, peningkatan produktivitas, dan penguatan daya saing industri domestik.

6. KESIMPULAN

Industri manufaktur memiliki posisi strategis dalam perekonomian Indonesia dan perlu dianalisis melalui perspektif ekonomi industri yang mempertimbangkan struktur pasar, perilaku perusahaan, dan kinerja industri. Pendekatan Structure–Conduct–Performance memberikan kerangka yang relevan untuk memahami hubungan ketiga aspek tersebut.

Dari sisi struktur, industri manufaktur Indonesia menunjukkan tingkat konsentrasi yang beragam. Kajian terhadap 23 subsektor manufaktur Indonesia menunjukkan konsentrasi pasar pada tingkat moderat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri manufaktur memiliki struktur pasar yang tidak sepenuhnya terfragmentasi, tetapi juga tidak seluruhnya dikuasai oleh segelintir perusahaan.

Dari sisi perilaku, perusahaan merespons kondisi pasar melalui strategi harga, diferensiasi produk, inovasi, investasi teknologi, efisiensi, dan pengembangan pasar. Persaingan yang semakin tinggi dapat mendorong perusahaan melakukan inovasi dan memperbaiki produktivitas.

Dari sisi kinerja, produktivitas dan efisiensi menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing industri manufaktur. Perdagangan internasional, FDI, teknologi, efisiensi rantai pasok, dan inovasi memiliki peran penting dalam menentukan kemampuan perusahaan dan industri untuk bertahan serta berkembang.

Oleh karena itu, pengembangan industri manufaktur Indonesia membutuhkan kebijakan yang tidak hanya meningkatkan kapasitas

produksi, tetapi juga menciptakan persaingan yang sehat, mengurangi hambatan masuk yang tidak diperlukan, meningkatkan produktivitas, memperkuat inovasi, dan memperluas akses teknologi. Dengan pendekatan tersebut, industri manufaktur diharapkan mampu meningkatkan daya saing sekaligus memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Abdusyakur, M. Z., Rakhmasari, A. A., & Endrawati, T. (2025). The impact of market competition, technological innovation, supply chain efficiency, and government subsidies on company productivity and export performance in the manufacturing industry. *The ES Economics and Entrepreneurship, 4*(2), 291–307. https://doi.org/10.58812/esee.v4i02.893

Dwiputra, M. F. A., & Sihaloho, E. D. (2023). Evidence on Structure Conduct Performance paradigm in the Indonesian bottled water industry: A longitudinal case study. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 31*(1). https://doi.org/10.55981/jep.2023.1015

Setiawan, M. (2023). Measuring the competition index in the Indonesian manufacturing industry: The Structure–Conduct–Performance paradigm. *Sustainability, 15*(15), 11726. https://doi.org/10.3390/su151511726

Sugiharti, L., Purwono, R., Esquivias, M. A., Sambodo, L. A. A. T., & Harianto, S. K. (2025). The effects of market concentration, trade, and FDI on total factor productivity: Evidence from Indonesian manufacturing sector. *Malaysian Journal of Economics*.

Wibisono, S., Yuliati, L., Adenan, M., Prianto, F. W., & Komariyah, S. (2024). The Structure-Conduct-Performance paradigm in the Indonesian manufacturing industry. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi dan Pembangunan, 25*(1), 69–83. https://doi.org/10.23917/jep.v25i1.20483

Badan Pusat Statistik. (2024). *Direktori industri manufaktur 2024*. Badan Pusat Statistik.

Badan Pusat Statistik. (2025). *Perkembangan indeks produksi industri manufaktur 2024*. Badan Pusat Statistik.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). *Kebijakan dan perkembangan industri manufaktur Indonesia*. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia.