

BAB 1

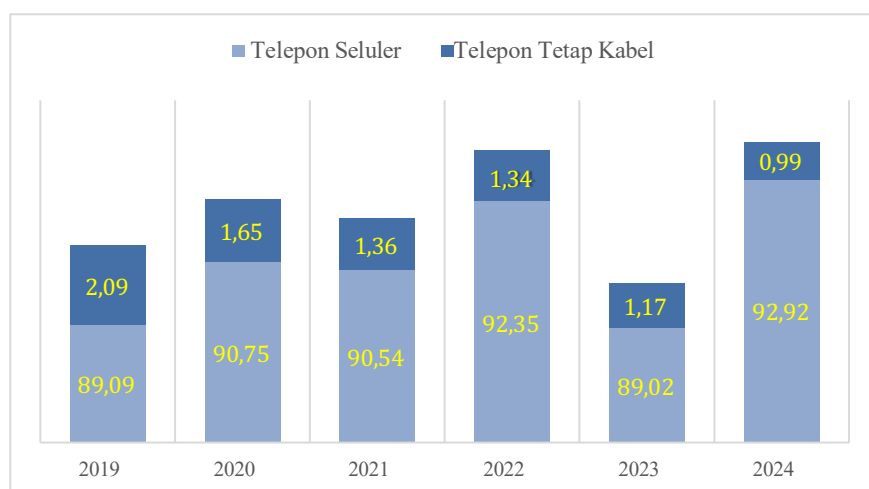
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kinerja perusahaan merupakan hasil akhir yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan, mencapai efisiensi operasional, serta memberikan kualitas layanan yang baik, sebagai pengaruh dari struktur pasar dan perilaku perusahaan dalam industri. Kinerja perusahaan umumnya diukur menggunakan indikator profitabilitas seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Price Cost Margin* (PCM), serta indikator efisiensi dan kondisi keuangan perusahaan lainnya (Mubarok et al., 2022). PCM menjadi salah satu indikator yang sering digunakan karena mampu menggambarkan kemampuan perusahaan memperoleh margin keuntungan melalui selisih antara penerimaan dan biaya produksi.

Disisi lain, tingginya kinerja perusahaan tidak selalu diikuti dengan peningkatan kualitas layanan pada konsumen. Pada industri telekomunikasi di Indonesia terdapat ketidakseimbangan antara harga layanan internet dan kualitas layanan yang diberikan. Fikri dan Firmansyah (2024) mengatakan bahwa dalam *Structure-Conduct-Performance* (SCP) hal ini disebut dengan inefisiensi alokatif, yaitu ketika konsumen membayar harga layanan yang relatif tinggi dibandingkan kualitas atau biaya sebenarnya yang disebabkan karena adanya kemampuan perusahaan dalam mempertahankan tingkat harga tertentu di pasar. Fenomena tersebut terlihat dari kondisi internet di Indonesia yang masih tergolong mahal

dibandingkan beberapa negara di Asia Tenggara, sementara kecepatan internet Indonesia masih berada pada peringkat ke-87 dunia. Kondisi tersebut berkaitan dengan perkembangan jumlah pengguna telepon seluler yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah pengguna menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat terhadap layanan komunikasi dan akses internet semakin tinggi. Pertumbuhan pengguna telepon seluler yang terus meningkat seharusnya dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi jaringan (Octasylya & Rurianto, 2020). Sejalan dengan itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga mendorong peningkatan signifikan dalam penggunaan layanan telekomunikasi di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada Gambar 1.1 di bawah ini.



Sumber: Badan Pusat Statistik Indonesia (data diolah)

Gambar 1.1 Persentase Rumah Tangga yang Memiliki/Menguasai Telepon Seluler dan Tetap Kabel di Indonesia tahun 2019-2024 (persen)

Jika dilihat jumlah pengguna telekomunikasi tanpa kabel terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sementara penggunaan telekomunikasi berbasis kabel mengalami penurunan yang cukup tajam. Kondisi ini menunjukkan adanya

pergeseran preferensi masyarakat menuju teknologi komunikasi berbasis *wireless* yang dinilai lebih fleksibel dan efisien. Peningkatan penggunaan layanan tanpa kabel tersebut sekaligus mencerminkan tingginya permintaan terhadap layanan telekomunikasi, khususnya layanan data internet, yang semakin menjadi kebutuhan utama dalam mendukung aktivitas ekonomi digital.

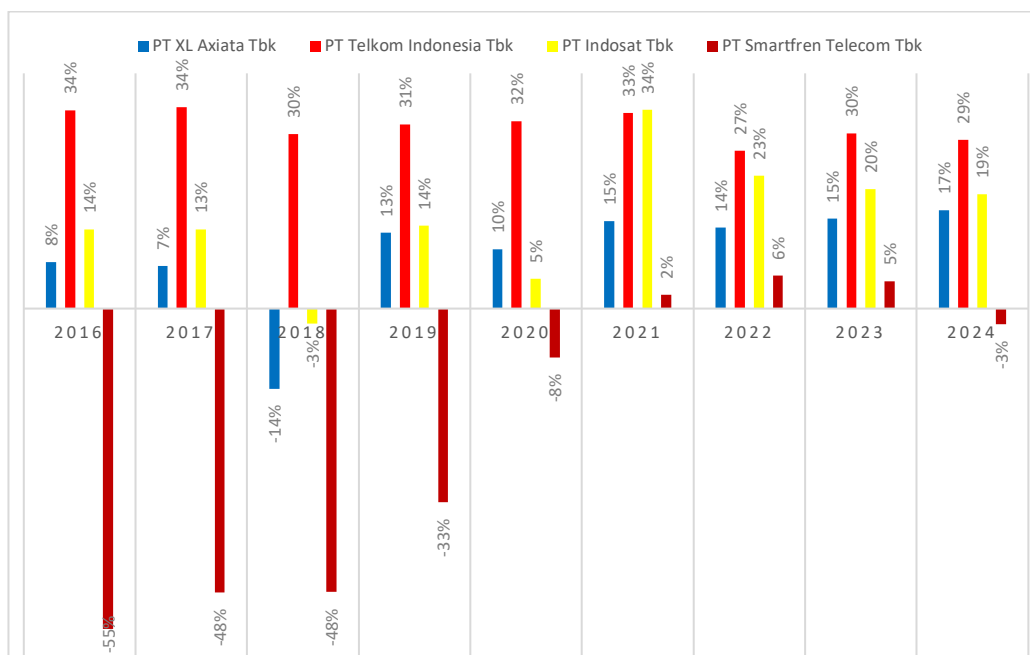
Namun, di tengah peningkatan permintaan tersebut, struktur industri telekomunikasi di Indonesia menunjukkan kecenderungan semakin terkonsentrasi. Jumlah perusahaan yang beroperasi dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Kondisi ini menyebabkan pasar dikuasai oleh beberapa perusahaan besar. Dalam perspektif ekonomi industri, struktur pasar yang terkonsentrasi dapat mengurangi intensitas persaingan karena perusahaan memiliki kekuatan pasar (*market power*) yang lebih besar dalam menentukan harga dan *output* (Mubarok et al., 2024).

Data dari Kementerian Komunikasi dan Digital menunjukkan bahwa jumlah perusahaan penyelenggara jaringan bergerak seluler di Indonesia terus menurun. Pada tahun 2019 terdapat tujuh perusahaan, namun jumlah tersebut berkurang seiring berhentinya operasi PT Sampoerna Telekomunikasi Indonesia pada 2021 serta terjadinya merger antara Smart Telecom dengan Smartfren dan Hutchison 3 dengan Indosat pada 2022. Hingga 2024 jumlah perusahaan tetap empat, lalu menurun menjadi tiga pada 2025 setelah penggabungan Smartfren dengan XL Axiata menjadi XLSmart. Kondisi ini mencerminkan meningkatnya konsentrasi pasar. Penelitian Nasution et al. (2025) menyebutkan bahwa struktur pasar oligopoli ditandai oleh hambatan masuk yang tinggi, sebagaimana terlihat pada industri ini, serta berpotensi menimbulkan eksploitasi terhadap konsumen dan

pemilik faktor produksi.

Peningkatan konsentrasi pasar juga memengaruhi perilaku perusahaan, terutama terkait potensi inefisiensi operasional. Hal ini sejalan dengan *Quiet Life Hypothesis* dari Hicks yang menyatakan bahwa perusahaan dengan kekuatan pasar besar cenderung kurang terdorong untuk meningkatkan efisiensi atau kualitas layanan akibat rendahnya tekanan persaingan (Hicks, 1935, dalam Le et al. 2024). Sejalan dengan penelitian Asongu dan Odhiambo (2019) menunjukkan bahwa kekuatan pasar yang tinggi berkaitan dengan meningkatnya *managerial slack*, yaitu kecenderungan manajemen untuk tidak mengoptimalkan efisiensi karena merasa nyaman dengan posisi pasar yang dimiliki.

Struktur pasar umumnya diukur melalui *Market Share* (MS) yang mencerminkan tingkat penguasaan pasar oleh masing-masing perusahaan, semakin besar *Market Share* (MS), semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam memengaruhi harga dan persaingan. Sementara itu, perilaku perusahaan dapat dianalisis menggunakan *Capital Labor Ratio* (CLR), yang menunjukkan efisiensi operasional dalam mengelola biaya terhadap pendapatan, di mana nilai yang lebih rendah menandakan efisiensi yang lebih tinggi (Hidayah et al., 2025). Selain itu, *Price Cost Margin* (PCM) digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola biaya. Menurut Setiawati dan Al Qoodir (2021) *Price Cost Margin* (PCM) yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional serta kapasitas finansial yang baik untuk investasi dan pengembangan usaha, sehingga mencerminkan respons perusahaan terhadap struktur pasar dan perilaku manajerial dalam mencapai kinerja optimal.



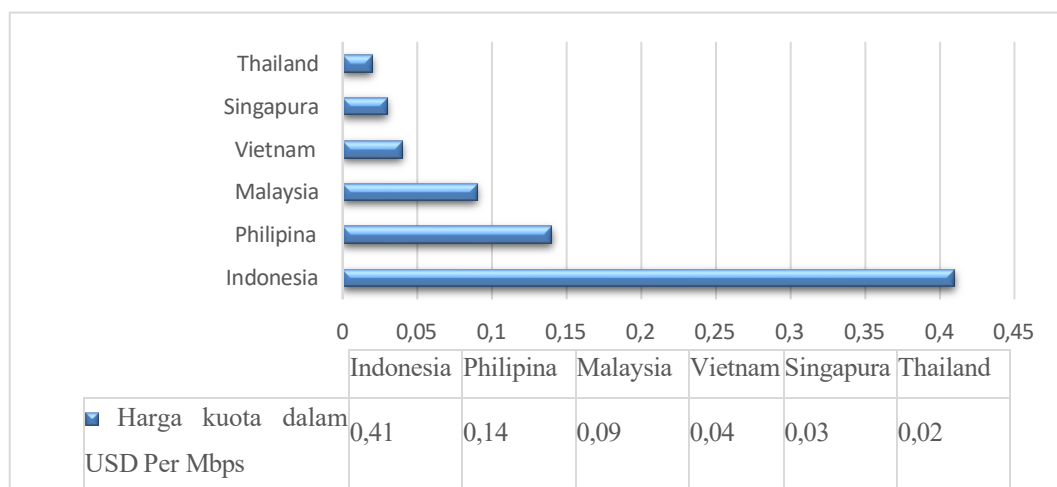
Sumber: Bursa Efek Indonesia (data diolah)

Gambar 1.2 Nilai Price Cost Margin perusahaan industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler (Persen)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat dilihat bahwa PT XL Axiata Tbk menunjukkan tren peningkatan *Price Cost Margin* (PCM) dari sekitar 10% hingga mencapai 17%. Sementara itu, PT Telkom Indonesia Tbk berkisar 27% - 34% yang relatif stabil. PT Indosat Tbk mengalami fluktuasi dengan nilai tertinggi sekitar 34%, sedangkan PT Smartfren Telecom Tbk mencatatkan *Price Cost Margin* (PCM) negatif pada awal periode sebelum mengalami perbaikan pada tahun-tahun berikutnya. Tingginya nilai *Price Cost Margin* (PCM) tersebut menandakan bahwa perusahaan mampu menetapkan harga di atas biaya produksi, yang mencerminkan adanya kekuatan pasar dalam industri telekomunikasi (Anu et al., 2024).

Nugroho dan Darwanto (2020) menjelaskan bahwa semakin terkonsentrasi sebuah struktur pasar maka akan semakin mudah bagi perusahaan untuk menetapkan harga di pasar. Ketidakefisienan yang diakibatkan oleh tingginya

Konsentrasi pasar tercermin melalui fenomena yang kompleks, berdasarkan laporan *We Are Social* yang menyebutkan bahwa Indonesia tercatat sebagai negara dengan biaya internet termahal di kawasan Asia Tenggara. Kondisi tersebut menandakan adanya permasalahan struktural dalam industri, sebagaimana disajikan pada Gambar 1.3 berikut.



Sumber: *We Are Social* diringkaskan dalam databoks, 2025

Gambar 1.3 Harga Internet Rata-Rata di Negara Asia Tenggara (Februari 2025)

Jika dilihat dari gambar di atas pada Februari 2025, harga internet rata-rata di Indonesia mencapai US\$ 0,41 per Mbps atau jika dirupiahkan sekitar 6.800 - 6.900 per Mbps nya. Kemudian, berdasarkan *Speedtest Global Index* yang dirilis oleh Ookla, kecepatan internet Indonesia berada pada peringkat ke-87 dari 180 negara, menempatkannya sebagai salah satu negara dengan konektivitas internet paling lambat di kawasan Asia Tenggara. Ketidakesesuaian ini dapat dikatakan sebagai tanda adanya ketidakefisienan dalam industri telekomunikasi jaringan bergerak seluler. Arthatiani et al. (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa struktur pasar yang diukur melalui *Market Share* berpengaruh

positif terhadap kinerja perusahaan yang diukur dengan *Price Cost Margin*, karena perusahaan dengan pangsa pasar yang lebih besar memiliki kekuatan dalam menentukan harga. Selain itu, dalam struktur pasar oligopoli, *Market Share* juga terbukti meningkatkan profit margin perusahaan (Ariyanto, 2024). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Amalia dan Firmansyah (2021), yang menunjukkan *Market Share* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Price Cost Margin* (PCM), karena produk kakao cenderung bersifat homogen sehingga perusahaan lebih sulit melakukan diferensiasi produk. Dalam kondisi tersebut, perusahaan akan bersaing melalui penurunan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar. Oleh karena itu, ketika *Market Share* meningkat, perusahaan belum tentu memperoleh margin keuntungan yang lebih besar karena profitabilitas tertekan oleh strategi harga bersaing. Kondisi ini menyebabkan hubungan *Market Share* terhadap *Price Cost Margin* (PCM) menjadi negatif signifikan.

Kemudian, Penelitian yang dilakukan Siahaan et al. (2025) menunjukkan bahwa *Capital Labor Ratio* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Price Cost Margin*. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang padat modal cenderung memiliki efisiensi produksi yang lebih tinggi sehingga bisa meningkatkan margin keuntungan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Lubis et al. (2022) pada industri tahu di Banda Aceh menemukan bahwa hubungan antara *Capital Labor Ratio* dan *Price Cost Margin* bersifat positif tetapi tidak signifikan, sehingga peningkatan penggunaan modal belum tentu dapat meningkatkan keuntungan perusahaan secara nyata. Hal tersebut dapat disebabkan karakteristik industri yang berbeda. Industri tahu merupakan industri berskala kecil

yang masih didominasi oleh penggunaan tenaga kerja dan teknologi sederhana, sehingga tambahan modal yang digunakan belum mampu menghasilkan peningkatan produktivitas. Tujuan penelitian ini yaitu menguji dan menganalisis struktur pasar, perilaku perusahaan, dan kinerja perusahaan pada Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler Indonesia. Selain itu, penelitian ini menganalisis pengaruh *Market Share* (MS) dan *Capital Labor Ratio* (CLR) terhadap *Price Cost Margin* (PCM) perusahaan di industri ini. Perbedaan mendasar dari penelitian ini yaitu periodisasi penelitian menggunakan tahun terbaru yaitu 2016-2024, kemudian penelitian terdahulu umumnya hanya menganalisis hubungan struktur pasar terhadap kinerja industri tanpa memasukkan variabel perilaku perusahaan sebagai bagian dari pendekatan SCP secara utuh. Selain itu, hasil penelitian terkait pengaruh *Capital Labor Ratio* dan *Market Share* terhadap *Price Cost Margin* masih menunjukkan inkonsistensi. Beberapa penelitian menemukan pengaruh positif signifikan, sementara penelitian lain menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menganalisis hubungan *Market Share*, *Capital Labor Ratio*, dan *Market Share* (MS), *Capital Labor Ratio* (CLR) dan *Price Cost Margin* secara parsial dan bersama-sama pada industri telekomunikasi jaringan bergerak seluler di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Struktur Pasar, Perilaku Perusahaan, Dan Kinerja Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler Di Indonesia: Bukti Data Panel Periode 2016-2024.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah sebagai dasar kajian dalam penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* secara parsial terhadap *Price Cost Margin* pada Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia tahun 2016-2024?
2. Bagaimana pengaruh *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* secara bersama-sama terhadap *Price Cost Margin* pada Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia tahun 2016-2024?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari identifikasi masalah diatas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* secara parsial terhadap *Price Cost Margin* pada Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* secara bersama-sama terhadap *Price Cost Margin* pada Industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu.

1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini memiliki potensi untuk melengkapi ilmu pengetahuan,

terutama dalam lingkup ekonomi, seperti ekonomi industri yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengayaan kajian ekonomi industri, khususnya terkait penerapan paradigma *Structure-Conduct-Performance* (SCP) pada industri telekomunikasi jaringan bergerak seluler di Indonesia. Penelitian mengenai hubungan antara *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* terhadap *Price Cost Margin* perusahaan diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengembangan model analisis maupun penelitian lanjutan pada sektor jaringan dan industri strategis lainnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dalam perumusan maupun evaluasi kebijakan terkait perizinan dan pengawasan persaingan usaha, bukti empiris mengenai dampak konsentrasi pasar dan aktivitas merger terhadap kinerja industri diharapkan dapat membantu pemerintah merancang intervensi kebijakan yang lebih tepat sasaran untuk mendorong efisiensi sekaligus melindungi kepentingan konsumen.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang lebih transparan mengenai kondisi struktur pasar, pola persaingan, dan indikasi kekuatan pasar. Peningkatan pemahaman ini diharapkan dapat memperkuat literasi konsumen, sehingga masyarakat lebih kritis dalam memilih layanan dan mampu menyuarakan kepentingan mereka terkait akses telekomunikasi yang terjangkau dan berkualitas.

3. Bagi Pihak Swasta Lokal, Asing, dan Pengembang

Penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan dalam penyusunan strategi bisnis, penentuan posisi pasar, dan pengambilan keputusan investasi. Informasi mengenai tingkat konsentrasi, dinamika perilaku persaingan, dan kinerja industri diharapkan membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang dan risiko, termasuk dalam merancang kolaborasi atau inovasi layanan yang lebih kompetitif.

4. Bagi peneliti

Sebagai salah satu syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan jenjang Sarjana (S1), penelitian ini disusun sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan dan pengalaman, khususnya dalam menganalisis struktur dan kinerja suatu industri. Serta dapat menerapkan pengetahuan yang didapat selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Indonesia, dengan data diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan telekomunikasi jaringan bergerak seluler yang diperoleh dari *website* resmi masing-masing perusahaan.

1.5.2 Jadwal Penelitian