

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 *Structure-Conduct-Performance* (SCP)

Paradigma *Structure-Conduct-Performance* (SCP) pertama kali dirumuskan oleh Edward S. Mason, seorang dosen di *University of Harvard* tahun 1939, yang kemudian dikembangkan oleh muridnya yang bernama Jason Bain. Mason dan Bain yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang langsung dan kuat antara struktur pasar sebuah industri (*market structure*), praktek bisnis dan perilaku pihak-pihak pembentuk pasar (*market conduct*) dan kinerja industri itu sendiri (*market performance*) (Rahmadi & Yasin 2024; Carlton & Perloff, 2000 dalam Amalia & Firmansyah, 2021).

Paradigma SCP menggunakan model-model mikro ekonomi untuk menjelaskan berbagai interaksi yang kompleks di antara komponen-komponennya. Berdasarkan paradigma SCP, struktur dari suatu pasar mempengaruhi perilaku perusahaan-perusahaan dalam pasar, yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan-perusahaan tersebut (Lipczynski et al., 2005 dalam Amalia & Firmansyah, 2021). Dalam penelitiannya Amalia & Firmansyah (2021) juga mengatakan bahwa hubungan ketiganya tidak hanya dapat digambarkan secara linier, namun juga secara timbal balik.

Salah satu kerangka dasar dalam analisis ekonomi industri adalah hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja atau *Structure-Conduct-Performance* (SCP).

Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier dimana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Dalam perkembangannya hubungan tersebut menjadi suatu kerangka yang timbal balik dan saling mempengaruhi, termasuk masuknya variabel-variabel baru dalam interaksi tersebut antara lain teknologi, progresivitas, strategi dan usaha-usaha untuk mendorong penjualan (Martin, 1993:2 dalam Aprilyanto, 2021).

Dalam teori organisasi industri, terdapat konsep SCP atau *Structure-Conduct-Performance* yaitu konsep ini menjelaskan bahwa kinerja suatu industri sangat dipengaruhi oleh bentuk struktur pasarnya. Struktur pasar sendiri adalah gambaran tentang kondisi pasar yang mempengaruhi cara perusahaan-perusahaan bersaing. Unsur struktur pasar meliputi seberapa besar konsentrasi perusahaan besar, seberapa beda produk yang ditawarkan, seberapa sulit pesaing baru masuk, bagaimana pola biaya, dan seberapa kuat aturan pemerintah di pasar tersebut. Struktur pasar ini penting karena akan membentuk perilaku dan strategi perusahaan dalam bersaing, dan pada akhirnya perilaku itu yang menentukan kinerja industrinya. Hubungan paling sederhana dari *Structure-Conduct-Performance* adalah hubungan linier di mana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Dalam SCP hubungan ketiga ini saling memengaruhi termasuk adanya faktor-faktor lain seperti teknologi, progresivitas, strategi dan usaha-usaha untuk mendorong penjualan (Kotler & Amstrong, 2008 & Martin, 2012 dalam Nurhasanah, 2019).

2.1.2 Struktur (*Structure*)

Struktur industri merupakan atribut pasar yang mempengaruhi sifat persaingan dan harga di dalam pasar tersebut. Pada dasarnya, struktur industri menggambarkan pengelolaan pasar yang mempengaruhi perilaku perusahaan dan kinerja industri melalui kerangka *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Menurut Firmansyah (2021), struktur industri ditentukan oleh beberapa unsur utama, yaitu jumlah pembeli dan penjual, hambatan masuk pasar (*barrier to entry*), serta tingkat diferensiasi produk. Semakin besar hambatan untuk masuk, semakin tinggi tingkat konsentrasi struktur pasar. Struktur pasar merupakan elemen strategis yang relatif tetap dari lingkungan perusahaan yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja di dalam pasar (Soliha et al., 2025).

Dalam penelitiannya Nurhasanah (2025) mengatakan bahwa struktur pasar merupakan karakter suatu pasar yang mempengaruhi strategi persaingan dan penentuan harga pasar. Struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan dan untuk memperluas pangsa pasar, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Setiap struktur pasar berada diantara monopoli yaitu pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi (*entry*) serta persaingan murni yaitu pangsa pasar kecil dan rintangan masuk, rendah. Terdapat empat bentuk struktur pasar utama, yaitu:

- 1) persaingan sempurna;
- 2) monopoli;
- 3) persaingan monopolistik; dan
- 4) oligopoli.

Dari keempat struktur pasar tersebut ketiga struktur yang terakhir sering dikatakan sebagai pasar persaingan (Steph Subanidja, 2005 dalam Nurhasanah, 2025). Konsentrasi pasar merupakan indikator kunci dalam mengukur kedudukan penguasaan pasar oleh beberapa perusahaan dominan. Tingkat konsentrasi yang tinggi menunjukkan adanya kekuatan pasar (*market power*) yang terpusat, yang sering kali mengarah pada efisiensi yang rendah namun profitabilitas yang tinggi bagi perusahaan besar (Fadhilah & Santoso, 2022).

2.1.2.1 Pangsa Pasar (*Market Share*)

Pangsa pasar atau *Market Share* adalah persentase total penjualan atau *output* suatu perusahaan dibandingkan dengan total penjualan dalam industri secara keseluruhan pada periode tertentu. Dengan pengukuran sebagai berikut:

$$Ms_i = \frac{Output_i}{Output_{tot}}$$

Pangsa pasar merupakan cerminan dari keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan dengan pangsa pasar besar cenderung memiliki efisiensi biaya melalui skala ekonomi. Dalam analisis kinerja, *Market Share* sering digunakan sebagai proksi untuk menilai posisi tawar perusahaan di hadapan konsumen dan pemasok (Putri et al., 2023). Semakin rendah konsentrasi pasar maka akan semakin rendah tingkat kolusi yang terjadi, semakin tinggi tingkat persaingan/kompetisi maka akan semakin rendah *market power* nya. Pada akhirnya, struktur pasar mempengaruhi kinerja perusahaan dalam suatu industri (Asngari, 2015).

2.1.2.2 *Market Power Hypothesis* (MPH)

Market Power Theory pertama kali dikemukakan pada tahun 1992 pada tulisan Douglas F. Greer. Menurut Greer (1992) dalam penelitian Hanafi dan Imelda

(2020), *Market power* merupakan suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marginal. *Market power* merupakan suatu ukuran kinerja yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga di atas biaya marginal (Church & Ware, 2000 dalam Lubis, 2012). Dalam penelitiannya Lubis (2012) juga mengatakan bahwa pada struktur pasar, perusahaan yang beroperasi pada pasar persaingan sempurna tidak memiliki kemampuan untuk mengendalikan harga (*market power*), sementara perusahaan monopoli memiliki tingkat *market power* yang maksimal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat kompetisi pasar berbanding terbalik dengan tingkat *market power*: semakin tinggi tingkat persaingan, semakin rendah *market power*, dan sebaliknya.

Kekuatan pasar (*market power*) merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk mempengaruhi harga produknya di pasar. Perusahaan yang memiliki kekuatan pasar dapat menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga keseimbangan yang tercapai dalam pasar yang kompetitif. Perusahaan yang memiliki kekuatan pasar sering kali disebut sebagai penentu harga (*price maker*), sementara perusahaan yang tidak memiliki kekuatan tersebut dikenal sebagai *price taker*. Kekuatan pasar ini erat kaitannya dengan struktur pasar tempat perusahaan beroperasi, dan hanya muncul dalam kondisi pasar yang tidak sempurna, seperti dalam pasar monopoli dan oligopoli (Cerdasco, 2022 dalam Putri et al., 2025).

2.1.3 Perilaku (*Conduct*)

Perilaku perusahaan merupakan bentuk strategi dan penyesuaian perusahaan dalam menghadapi persaingan untuk mempertahankan maupun

meningkatkan penguasaan pasar. Dalam menghadapi kondisi persaingan, produsen akan menggunakan sejumlah kekuatan sumber daya ekonomi untuk mempertahankan atau memperluas kapasitas persaingannya dalam suatu industri (Nurhasanah, 2019). Menurut Pratama (2017) Perilaku dapat terlihat dalam bagaimana perusahaan menentukan harga jual, promosi produk atau periklanan, koordinasi kegiatan dalam pasar seperti dengan berkolusi, kartel, dan lain sebagainya, serta penelitian dan pengembangan.

Perilaku pasar dipengaruhi oleh struktur pasar, yang kemudian akan mempengaruhi kinerja Perusahaan. Analisis terhadap perilaku perusahaan dalam pasar dapat dilakukan baik secara deskriptif maupun kuantitatif. Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan menganalisis Strategi produk, strategi harga, strategi promosi, strategi distribusi, strategi pemasaran, dan lainnya. Beberapa variabel lain yang dapat menjelaskan perilaku perusahaan adalah sasaran perusahaan, kebijakan harga, karakteristik produk, *advertising*, pengembangan produk, kolusi, dan merger (Amalia & Firmansyah, 2021).

2.1.3.1 *Capital Labor Ratio (CLR)*

Rasio ini menggambarkan seberapa besar penggunaan modal dibandingkan dengan tenaga kerja dalam aktivitas operasional perusahaan. *Capital Labor Ratio* (CLR) digunakan untuk menunjukkan tingkat intensitas modal dan penerapan teknologi, yang mencerminkan keputusan perusahaan dalam menentukan kombinasi faktor produksi yang paling sesuai untuk menjalankan proses produksinya (Suciati et al., 2022). Dirumuskan:

$$CLR = \frac{\text{Capital Cost Share}}{\text{Labor Cost Share}}$$

Capital Labor Ratio (CLR) berfungsi sebagai parameter untuk mengukur intensitas modal suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai *Capital Labor Ratio*, maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai industri padat modal (*capital intensive*). Di sektor telekomunikasi, nilai *Capital Labor Ratio* cenderung sangat tinggi karena penggunaan teknologi canggih dan infrastruktur jaringan yang masif dibandingkan dengan jumlah tenaga kerja administratif (Hidayat & Purnomo, 2024).

Capital Labor Ratio juga mencerminkan tingkat modernisasi teknologi. Peningkatan *Capital Labor Ratio* menunjukkan adanya substitusi tenaga kerja oleh mesin atau teknologi otomatisasi. Dalam sudut ekonomi, hal ini menunjukkan upaya perusahaan untuk mencapai efisiensi teknis untuk menurunkan biaya marginal dalam jangka panjang (Pratama, 2022).

2.1.3.2 Efficiency Structure Hypothesis (ESH)

Efficiency Structure Hypothesis (ESH) pertama kali dikemukakan oleh Demsetz (1973), untuk menjelaskan bahwa dominasi pasar juga disebabkan oleh efisiensi internal perusahaan daripada kekuatan pasar. Berdasarkan teori ini menurut Harold Demsetz (1973) dalam penelitian Musytari (2025), bahwa keunggulan kompetitif dan profitabilitas suatu perusahaan terutama yang bersumber dari efisiensi operasional internal, bukan dari penggunaan kekuatan pasar. Perusahaan yang mencapai tingkat efisiensi lebih tinggi akan menurunkan biaya produksinya, sehingga mampu meraih pangsa pasar yang lebih tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Pencapaian ini merupakan dampak langsung dari kinerja efisiensi, di luar dari perusahaan bergantung atau tidak pada faktor-faktor yang berkaitan dengan konsentrasi pasar.

Hipotesis efisiensi (ESH) menyatakan bahwa efisiensi dapat mendorong kinerja keuntungan yang tinggi, bukan kolusi atau konsentrasi tinggi. Efisiensi dicapai oleh perusahaan dengan struktur berbiaya rendah, yang dapat meningkatkan keuntungan dengan menurunkan harga dan memperluas pangsa pasar (Asngari, 2024). Oleh karena itu, *Capital Labor Ratio (CLR)* mengukur intensitas modal relatif terhadap tenaga kerja dalam proses produksi. Semakin tinggi *Capital Labor Ratio* menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan modal teknologi, seperti mesin otomatis, lebih intensif dibandingkan tenaga kerja. Hal ini berkaitan dengan peningkatan efisiensi produksi, di mana *output* dapat dihasilkan dengan biaya yang lebih rendah per unit. Dalam *Efficiency Structure Hypothesis* (ESH), *Capital Labor Ratio* dapat menjadi salah satu nilai ukur efisiensi internal perusahaan karena penggunaan modal yang lebih efisien dapat menurunkan biaya total produksi sehingga berdampak positif pada kinerja profitabilitas (PCM).

2.1.4 Kinerja (*Performance*)

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri di mana biasanya dikaitkan dengan besarnya penguasaan pasar atau besarnya keuntungan suatu perusahaan di dalam suatu industri. Secara detail, kinerja dapat juga dicerminkan melalui efisiensi, pertumbuhan termasuk perluasan pasar, kesempatan kerja, prestise profesional, kesejahteraan personalia, serta perkembangan kelompok. Kinerja (*Performance*) merupakan hasil akhir dari keseluruhan bentuk struktur pasar dan dampak dari perilaku industri berdasarkan pendekatan SCP. 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. masing-masing bentuk struktur pasar memiliki bentuk penjelasan yang berbeda. Atas perilaku maupun kinerja terutama dalam menghadapi kondisi dalam suatu lingkungan industri (Kotler & Armstrong, 2008 dalam Nurhasanah, 2019). Salah satu ukuran yang dapat menggambarkan kinerja perusahaan dalam suatu industri adalah *Price Cost Margin*. *Price cost margin* dapat menggambarkan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga di atas biaya produksi.

Kinerja industri merupakan hasil akhir dari aktivitas ekonomi yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku perusahaan di dalam pasar. Kinerja mencakup aspek-aspek seperti profitabilitas, efisiensi, inovasi, dan pertumbuhan *output*. Secara ilmiah, ukuran kinerja keuangan dalam organisasi industri sering kali menggunakan rasio-rasio seperti *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan PCM. Pengukuran ini penting untuk mengevaluasi apakah struktur pasar yang ada telah memberikan insentif bagi perusahaan untuk beroperasi secara optimal (Wulandari & Cahyono, 2023).

2.1.4.1 *Price Cost Margin* (PCM)

Kinerja perusahaan yang menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan margin keuntungan melalui selisih antara penerimaan total dan biaya total relatif terhadap penerimaan total (Bahtiar et al., 2020). Dengan persamaan:

$$PCM = \frac{TR - TC}{TR}$$

Dalam industri telekomunikasi, *Price Cost Margin* yang tinggi mengindikasikan adanya kekuatan pasar yang besar untuk menetapkan harga di atas biaya marginal. Jika *Price Cost Margin* tinggi dibarengi dengan efisiensi yang tinggi, maka hal tersebut menunjukkan kinerja industri yang sehat. Namun, jika *Price Cost Margin* tinggi terjadi karena kurangnya kompetisi, hal ini dapat merugikan kesejahteraan konsumen (Saraswati & Utama, 2024).

2.1.4.2 *Quite Life Hypothesis* (QLH)

Quiet Life Hypothesis pertama kali diperkenalkan oleh John R. Hicks pada tahun 1935 sebagai bagian dari kritik terhadap hubungan antara struktur pasar dan efisiensi perusahaan dalam ekonomi industri. Konsep ini menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki kekuatan pasar yang tinggi, kompetisi yang rendah menyebabkan tekanan kompetitif berkurang dan manajemen perusahaan tidak memiliki motivasi kuat untuk meningkatkan efisiensi biaya atau inovasi operasional. Dalam kondisi tersebut, perusahaan cenderung “*Quite Life*”, karena perusahaan dapat menikmati profit tanpa adanya tekanan kompetitif yang mengharuskan untuk melakukan efisiensi yang optimal. Pendekatan ini berlawanan dengan pandangan bahwa tingkat profitabilitas tinggi harus selalu diikuti dengan efisiensi internal yang baik (Hicks, 1935 dalam Lelissa & Kuhil, 2018). *Price Cost Margin* juga rentan terhadap efek inefisiensi. Maka, *Quiet Life Hypothesis* berfungsi sebagai penyeimbang, yang memperkirakan bahwa perusahaan dengan *market power* yang terlindungi justru dapat mengalami penurunan insentif untuk meminimalkan biaya, sehingga berpotensi menekan margin keuntungan meskipun memiliki kekuatan harga (Asongu & Odhiambo, 2019).

2.1.4.3 *Mark-up Pricing*

Mark-Up Pricing Theory berasal dari literatur Organisasi Industri dan Ekonomi Mikro, menurut Kotler & Keller (2021) dalam Maulani & Nursolihah (2022) metode *mark-up pricing* yaitu menambahkan biaya per unit dengan laba yang diharapkan. Metode ini umum digunakan oleh pedagang pengecer karena mudah diterapkan dan dapat menjamin perolehan laba. Secara sederhana, harga jual ditentukan dengan menambahkan persentase keuntungan tertentu pada harga beli atau biaya barang. Dalam ekonomi industri, *mark-up pricing* mencerminkan perilaku perusahaan di pasar yang tidak kompetitif, di mana perusahaan memiliki kemampuan untuk menetapkan harga di atas biaya produksi.

Dalam pasar yang persaingan tidak sempurna, seperti oligopoli atau monopolistik, *mark-up* ini sering terjadi dan terlihat dari selisih antara harga jual dan biaya produksi (Farm, 2020). Farm juga mengatakan hal menunjukkan bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan pasar untuk meningkatkan profitabilitas, walaupun harga jual tidak selalu menggambarkan biaya produksi yang sebenarnya.

Dalam analisis ekonomi industri, kinerja suatu industri dapat dinilai dari kemampuan perusahaan-perusahaan untuk menghasilkan laba. Salah satu ukuran yang umum digunakan yaitu *Price Cost Margin* (PCM), yang menghitung selisih antara harga jual dengan biaya produksi. Angka *Price Cost Margin* yang tinggi menggambarkan keberhasilan perusahaan dalam menerapkan strategi penetapan harga (*mark-up*) dan juga menunjukkan efisiensi operasional yang baik. Dalam kerangka teori organisasi industri, kemampuan untuk mempertahankan *mark-up*

yang baik dapat dikaitkan dengan adanya kekuatan pasar (*market power*) yaitu, perusahaan yang mampu menetapkan harga jauh di atas biaya produksi biasanya memiliki posisi yang kuat di pasar, sehingga dapat mengendalikan harga tanpa takut kehilangan pelanggan (Adhiya & Adiaksa, 2025).

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Peneliti dan Tahun	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Analisis Kinerja Industri Minyak Kelapa Sawit di Indonesia Menggunakan Pradigma <i>Structure Conduct Performance</i> : Studi kasus Pada 10 Perusahaan Minyak Kelapa Sawit (Mubarok et al., 2022).	Variabel penelitian CR4, <i>price cost share margin</i> , <i>Capital Labor Ratio</i>	XEF, market	<i>Concentration Ratio</i> 4 berpengaruh negative dan signifikan terhadap <i>Price Cost Margin</i> , sedangkan <i>Capital Labor Ratio</i> dan Efisiensi Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Price Cost Margin</i>	SINOMIKA JOURNAL, Vol 1 no.4 (2022) di DOI: https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.474
2	Analisis Kinerja Industri Kakao Di Indonesia: Pendekatan <i>Structure-Conduct-Performance</i> (SCP). (Amalia & Firmansyah, 2021)	<i>Market share</i> , <i>capital labor ratio</i> , dan PCM	Efisien si (XEF) dan pertum buhan nilai <i>output</i>	<i>Market share</i> berpengaruh negative signifikan terhadap PCM, sedangkan CLR, XEF, dan <i>GROWTH</i> berpengaruh positif signifikan terhadap PCM	Journal of Economics and Business Vol. 3(2)(2021)
3	Analisis Struktur Pasar, Perilaku Perusahaan, dan Kinerja Perusahaan dalam Industri Telekomunikasi Indonesia (Nugroho & Darwanto, 2020).	<i>Market Share</i>	<i>Capital Labor Ratio</i> dan <i>Price Cost Margin Prices</i>	<i>variabel Advertisin to Sales Ratio</i> (ADV) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pengembalian aset (ROA). Sementara <i>Market Share</i> (MS) dan X-efficiency (XEF) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>Return on Asset</i> (ROA).	MediaTrend Vol. 15 No. 1, 2020. DOI: http://dx.doi.org/10.21107/mediatrend.v15i1.6137
4	Analisis Struktur, Perilaku, dan Kinerja Industri Makanan dan Minuman di Indonesia. (Yuliawati, 2017)	<i>Price Cost Margin</i>	CR4, MES, Xeff, <i>Growth</i>	Struktur pasar berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku dan kinerja; perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja, struktur dan perilaku secara simultan signifikan terhadap kinerja.	Jurnal Ecodemica Vol. 1 No. 2, 2017.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
5	<i>Market Structure, Conduct, and Performance in Indonesia's Cellular Telecom Industry.</i> (Fikri Firmansyah, 2024)	<i>Market share,</i> efisisensi	ROA, DEA	Kinerja Perusahaan sebagian besar didorong oleh kekuatan pasar daripada efesiensi, pangsa pasar secara signifikan meningkatkan kinerja, sedangkan efesiensi teknis dab skala tampaknya memiliki dampak minimal	Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Vol 17 (2) (2024): 1-18 DOI: https://doi.org/10.15294/jek.v17i2.14358
6	<i>Alisis Structure-Conduct-Performance pada PT Telekomunikasi Indonesia Tbk.</i> (Azizah & Adawia, 2017)	Struktur, perilaku terhadap kinerja	MS, CLR terhadap PCM	Struktur pasar (<i>CR4</i>) dan tingkat pertumbuhan (<i>growth</i>) baik secara simultan maupun parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja perusaan (ROA)	Jurnal Perspektif Vol. XV No. 1, 2017.
7	<i>Analisis structure, conduct, dan performance (scp) industri tekstil dan produk tekstil di indonesia</i> (Siregar lubis, 2025)	<i>Price cost margin</i>	<i>Market share, CLR</i>	XEF tidak berpengaruh terhadapPCM, CR4, dan MES tidak berpengaruh negative dan positif. Tetapi secara simultan berpengaruh	<i>Jurnal Ekonomi dan Keuangan</i> , vol. 3, no. 2, 2015.
8	Struktur Pasar Industri Pengelolaan Jalan Tol di Indonesia: Analisis <i>Structure-Conduct-Performance</i> (SCP). (Nugroho & Puspitarini, 2022)	Indikator SCP yaitu CR4, HHI, <i>market share,</i> MES	ROA, GPM, NPM, MSR, MSA	Struktur pasarnya monopoli efektif 4 perusahaan menguasai lebih dari 90% pangsa pasar, dengan 1 perusahaan sangat dominan. Namun penguasaan pangsa pasar berbanding terbalik dengan kinerja	Jurnal Indonesia RICH, Vol 3., No.2, (2022), 91-99
9	Analisis Industri Telekomunikasi Seluler di Indonesia: Pendekatan SCP (<i>Structure Conduct Perfoemance</i>). (Octasylya Rurinto 2020)	Model SCP dengan indikator HHI, CR, MES	ROA	Struktur pasar pada industry INOBIS: Jurnal telekomunikasi dalam hal ini adalah provider telepon selular di Indonesia adalah jenis pasar oligopoli ketat	Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Vol.03, No.03, Juni 2020
10	Sebuah Studi Empirik <i>Structure Conduct Performance</i> Industri Tempe Kecamatan Grujugan Kabupaten Bondowoso. (Dewi et al., 2021)	Market share, CLR, PCM	CR4, HHI	Struktur pasar industry kecil tempe di Kecamatan Grujugan termasuk golongan pasar dengan persaingan monopolistik. Adapun industri tempe di Kecamatan Grujugan tergolong sebagai industri padat modal.	<i>Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology</i> Magelang, 28 Juli 2021

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
11	<i>Network Tower Sharing Analysis in Greece: A Structure-Conduct-Performance Approach</i> (Argyroulis et al., 2025)	Mode SCP dengan indikator <i>Market Share</i>	PCM, CLR	Konsentrasi tinggi dan regulasi yang longgar mendorong market power operator, memengaruhi tarif dan profitabilitas.	MDPI JOURNAL; https://doi.org/10.3390/jarings5010007
12	Analisis struktur pasar industri karet dan barang karet periode tahun 2009. (Rizkyanti, Adisty 2010)	Model SCP indikator market share, <i>concentration ratio</i>	CLR, PCM	Analisis struktur pasar indutsri karet dan barang karet periode tahun 2009. (Rizkyanti, Adisty 2010)	Media Ekonomi Vol. 18, No.2, Agustus 2010
13	Strategi Pemasaran Kelapa Sawit Melalui Pendekatan Analisis <i>Structure Conduct and Performance</i> (SCP) di Kabupaten Simalungun. (Apriyanti & Ramadhani, 2018)	Model SCP dengan indikator <i>concentration ratio</i>	MES, margin	Struktur pasar oligopoli ketat (konsentrasi rata-rata 83%); hambatan masuk rata-rata 9% (relatif rendah); perilaku harga melibatkan kolusi (biaya produksi tertinggi sebagai acuan harga)	Jurnal agribisnis (Okt 2018 Vol. 2 No. 1).
14	Struktur Pasar Dan Kinerja Industri Tekstil Dan Produk Tekstil (Tpt) Indonesia Tahun 2007-2010	<i>Market share</i>	<i>Economic value added</i>	Variabel pangsa pasar sebagai indikator struktur berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel kinerja	KINERJA Volume16, No.2,Th. 2012 Hal. 195-211
15	<i>Analysis of the effect of market structure and firm's conduct on the financial performance of cigarette companies in indonesia 2010-2019 period (case study on cigarette companies listed on the indonesia stock exchange)</i> (Pramono, R.I, 2022)	<i>Market Share, Capital labor ratio</i>	<i>Return on asset</i>	<i>Market Share</i> (MS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA, CR4 berpengaruh negative dan signifikan terhadap ROA, sementara perilaku perusahaan dengan variabel ASR dan <i>Capital to Labor Ratio</i> (CLR) berpengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel <i>Return on Asset</i> (ROA)	JIET (Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan) Vol.7 No.1 (2022): 101-115

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran merupakan landasan konseptual dalam suatu penelitian yang disusun melalui sintesis fakta, hasil observasi, serta kajian literatur. Oleh sebab itu, kerangka berpikir memuat teori,

dalil, dan konsep yang dijadikan dasar dalam pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, kerangka ini mengarahkan pada pengujian hipotesis yang berujung pada penerimaan atau penolakan (Syahputri, A. Z et al., 2023).

2.2.1 Hubungan *Market Share* (MS) dengan *Price Cost Margin* (PCM)

Market Share (MS) menggambarkan tingkat penguasaan pasar oleh suatu perusahaan dan sering digunakan sebagai industri kekuatan pasar individual. Secara teori, perusahaan dengan pangsa pasar yang besar memiliki potensi yang dapat mempengaruhi *Price Cost Margin*. Melalui *market power effect*, perusahaan bisa memanfaatkan posisinya untuk menetapkan harga yang lebih tinggi sehingga margin meningkat. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Kusoy et al. (2023), menunjukkan bahwa *Market Share* positif dan signifikan terhadap profitabilitas, artinya pangsa pasar (*market share*) menunjukkan kekuatan suatu perusahaan terhadap para pesaingnya.

Namun, hubungan *Market Share* dan *Price Cost Margin* tidak selalu searah. Amalia dan Firmansyah (2021), dalam analisis SCP industri kakao di Indonesia, menemukan bahwa *Market Share* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap PCM. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan pangsa pasar besar tidak selalu mengalami margin yang lebih tinggi, karena bisa saja menerapkan strategi harga yang lebih agresif atau menghadapi tekanan biaya yang lebih besar akibat skala produksi.

Secara teoritis *Market Share* berkemungkinan meningkatkan *Price Cost Margin* melalui *market power*, namun dari hasil penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa pengaruh tersebut dapat negatif atau tidak signifikan

tergantung pada strategi perusahaan dan karakteristik industri, hal tersebut dapat terjadi karena walaupun perusahaan memiliki pangsa pasar besar, tetapi perusahaan belum tentu mampu memiliki *Price Cost Margin* yang tinggi.

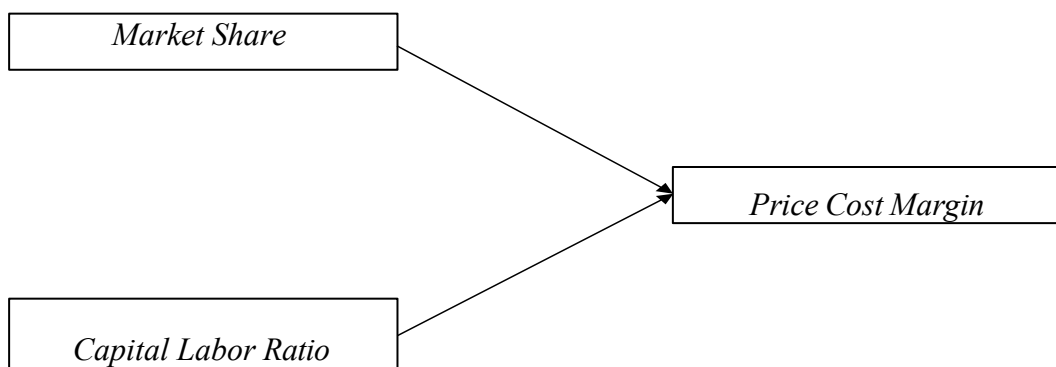
2.2.2 Hubungan *Capital Labor Ratio* (CLR) dengan *Price Cost Margin* (PCM)

Capital Labor Ratio mencerminkan perbandingan penggunaan modal terhadap tenaga kerja dan sering digunakan dalam penelitian dengan metode *Structure-Conduct-Performance* sebagai gambaran perilaku perusahaan terkait peningkatan modal dan teknologi. Dalam lingkup industri padat modal, peningkatan *Capital Labor Ratio* menunjukkan pergeseran teknik produksi menuju penggunaan teknologi dan modal yang lebih maksimal, yang secara teoritis dapat meningkatkan produktivitas dan menurunkan biaya per unit. Penelitian 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.

Berdasarkan kerangka teori *Structure-Conduct-Performance* (SCP) serta didukung hasil dari penelitian terdahulu, penelitian ini berasumsi bahwa hubungan antara *Capital Labor Ratio* (CLR) dan *Price Cost Margin* (PCM) bersifat positif. Hal ini disebabkan karena *Capital Labor Ratio* dipahami sebagai representasi dari keputusan teknis dan operasional perusahaan dalam menentukan perpaduan faktor produksi yang optimal, khususnya melalui intensifikasi penggunaan modal dan teknologi, yang pada akhirnya berpotensi

meningkatkan efisiensi biaya dan mendorong peningkatan margin keuntungan perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* berpengaruh positif terhadap *Price Cost Margin* perusahaan di industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia tahun 2016-2024.
2. Diduga secara bersama-sama *Market Share* dan *Capital Labor Ratio* berpengaruh terhadap *Price Cost Margin* perusahaan di industri Telekomunikasi Jaringan Bergerak Seluler di Indonesia tahun 2016-2024.