

ANALISIS STRUKTUR PASAR INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA TAHUN 2015

Leni Evangelista Marliani
E-Mail:¹lenievangalista02@gmail.com

Abstrak

Industri perbankan merupakan industri yang memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Di Indonesia terdapat banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam sektor industri perbankan. Supaya dapat terus bertahan, bank-bank syariah yang berada dalam industri ini tidak hanya dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sudah berada dalam pasar, tetapi juga dengan perusahaan potensial yang mungkin akan masuk ke dalam pasar industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui struktur pasar dari perbankan syariah di Indonesia selama tahun 2015. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari Badan Pusat Statistik dan Bank Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Instrumen yang digunakan untuk menganalisis struktur pasar pada industri perbankan syariah yaitu menggunakan konsentrasi rasio dari n perusahaan perbankan (CRn) dan Indeks Herfindahl-Hirschman (IHH). Hasil analisis menunjukkan bahwa industri perbankan syariah di Indonesia memiliki bentuk pasar oligopoli.

Kata Kunci : *Struktur Pasar, Konsentrasi Rasio, Indeks Herfindahl-Hirschman, Industri Perbankan syariah, Oligopoli*

1. PENDAHULUAN

Bagi suatu negara yang sedang berkembang, pembangunan ekonomi merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam mencapai tujuan dan cita-cita pembangunan nasionalnya. Terdapat beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan pembangunan, salah satu diantaranya adalah dari pertumbuhan ekonominya.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup tinggi ditunjang oleh sumbangan dari berbagai sektor ekonomi, termasuk sumbangan sektor keuangan dan perbankan.

Sumbangan sektor keuangan termasuk sektor perbankan terhadap pertumbuhan ekonomi cukup tinggi dari tahun ke tahun, hal ini dikarenakan meningkatnya keuntungan yang diperoleh sektor perbankan. Pertumbuhan yang tinggi dicapai oleh bank-bank konvensional, sedangkan pertumbuhan bank syariah lebih lambat dibanding bank konvensional.

Di tahun 2015 pangsa pasar industri perbankan syariah mengalami pertumbuhan yang sangat lambat, namun disisi lain terdapat ketimpangan struktural dimana 8 bank syariah menguasai lebih dari 67% dari asset perbankan syariah nasional. Dari sudut struktur pasar, konsentrasi yang tinggi cenderung memiliki potensi untuk menimbulkan berbagai perilaku persaingan usaha yang tidak sehat. Untuk itu perlu telaahan mengenai bentuk struktur pasar dari industri perbankan syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori- teori yang menunjang tulisan ini antara lain :

- Teori industri paradigma structure-conduct-performance (SCP)
- Teori struktur pasar, pasar persaingan sempurna, pasar monopoli, pasar monopolistik dan pasar oligopoli.

Teori SCP (Structure- Conduct- Performance)

Berdasarkan kerangka hubungan antara struktur, perilaku dan kinerja dinyatakan bahwa struktur dari suatu industri akan berpengaruh terhadap perilaku industri dan selanjutnya akan mempengaruhi kinerja industri yang bersangkutan. Variabel- variable yang berpengaruh terhadap struktur pasar dari suatu industry terdiri dari konsentrasi pasar, skala ekonomi, diferensiasi produk, intensitas modal, pangsa ekspor (rasio nilai ekspor terhadap total output), dan pangsa impor (rasio nilai impor terhadap total output). Sedangkan indikator dari perilaku industry dapat berupa strategi harga, strategi produk dan strategi promosi. Indikator kinerja industri meliputi produktivitas, efisiensi, keuntungan atau harga.

Struktur pasar

Struktur pasar menggambarkan keadaan pasar yang memberikan petunjuk tentang aspek- aspek yang memiliki pengaruh penting terhadap perilaku usaha dan kinerja pasar diantaranya jumlah penjual dan pembeli, hambatan untuk keluar atau masuk pasar, diferensiasi produk, sistem distribusi, dan penguasaan pasar

Berdasarkan pada ciri-cirinya, terdapat empat bentuk struktur pasar utama yaitu (1) persaingan sempurna, (2) Monopoli, (3) monopolistik dan (4) Oligopoli.

Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna ditandai dengan tidak adanya sama sekali persaingan yang bersifat pribadi (*rivalry*) diantara perusahaan- perusahaan individu yang ada didalamnya dan memiliki ciri- ciri sebagai berikut:

1. Terdiri dari banyak penjual dan pembeli, hal ini mengakibatkan bahwa masing-masing penjual hanya menawarkan barang yang relatif sedikit dibandingkan dengan seluruh barang yang ada di pasar. Demikian halnya dengan pembeli, masing- masing pembeli secara individu tidak dapat menguasai pasar. Dalam struktur pasar ini baik penjual maupun pembeli secara individual tidak dapat mempengaruhi harga yang berlaku.
2. Produk yang diperjualbelikan bersifat homogen. Secara fisik barang yang dijual adalah identik, sehingga barang tersebut memiliki substitusi sempurna, dengan demikian konsumen tidak memiliki alasan sedikitpun untuk lebih memilih barang yang satu terhadap barang yang lain. Berdasarkan ciri ke satu dan ke dua di atas maka masing- masing produsen di pasar persaingan sempurna bertindak sebagai pengambil harga (*price taker*).
3. Masing- masing produsen bebas untuk keluar dari/ masuk ke pasar. Dalam pasar persaingan sempurna dianggap tidak ada hambatan bagi produsen untuk keluar dari/ masuk ke pasar.
4. Adanya mobilitas faktor- faktor produksi secara sempurna. Dalam pasar persaingan sempurna faktor- faktor produksi bebas untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya.
5. Produsen dan konsumen memiliki informasi yang lengkap tentang pasar.
6. Tidak memerlukan promosi/ pengiklanan.

Berdasarkan ciri- ciri dari struktur pasar persaingan sempurna, maka kurva permintaan yang dihadapi oleh produsen pada struktur pasar persaingan sempurna bersifat elastis sempurna, hal ini menunjukkan bahwa produsen secara individual tidak memiliki kekuatan sama sekali untuk merubah harga pasar.

Pasar Monopoli

Pasar monopoli merupakan pasar yang ciri- cirinya sangat berlawanan dengan pasar persaingan sempurna. Ciri- ciri dari pasar monopoli adalah:

1. Hanya terdapat satu produsen dalam pasar (monopoli murni)
2. Tidak memiliki barang pengganti yang mirip (*close substitute*)
3. Terdapat hambatan bagi perusahaan lain untuk bias masuk ke dalam pasar
4. Produsen bertindak sebagai penentu harga (*price maker*)
5. Promosi tidak diperlukan.

Berdasarkan ciri- ciri tersebut, produsen pada pasar monopoli memiliki kekuatan untuk mengontrol harga dan kuantitas barang di pasar, sehingga dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang monopolis dapat memperoleh keuntungan diatas normal.

Pasar Persaingan Monopolistik

Berdasarkan ciri- cirinya, pasar ini berada diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, tetapi berdasarkan ciri- cirinya pasar ini dekat dengan pasar persaingan sempurna. Adapun ciri- ciri dari pasar monopolistik adalah :

1. Terdapat banyak perusahaan/ produsen di dalam pasar
2. Barang produksinya berbeda corak/ terdiferensiasi
3. Produsen memiliki sedikit kekuatan untuk menentukan harga
4. Di pasar terdapat kebebasan bagi perusahaan untuk masuk atau keluar dari pasar.

Dalam pasar ini diakui adanya suatu derajat kekuasaan monopoli yang timbul dari penggunaan merek dan tanda dagang (*bran names* dan *trademarks*), dan oleh karena itu kurva permintaan yang dihadapi oleh perusahaan memiliki kemiringan negatif dan permintaannya bersifat elastis, artinya produsen memiliki sedikit kekuatan untuk menentukan harga produknya.

Pasar Oligopoli

Berdasarkan ciri- cirinya, pasar oligopoli terletak diantara pasar persaingan sempurna dan pasar monopoli, tetapi lebih condong ke bentuk pasar monopoli. Di dalam perekonomian yang semakin maju, pasar yang bersifat oligopoli banyak ditemukan, karena teknologi sudah semakin moderen dan mencapai efisiensi yang optimum hanya

sesudah jumlah produksi besar sekali. Keadaan ini menimbulkan kecenderungan sedikitnya jumlah produsen dalam industri.

Selain sifat penting tersebut, pasar oligopoli memiliki ciri- ciri sebagai berikut:

1. Menghasilkan barang standar atau barang yang terdiferensiasi. Industri dalam pasar oligopoli yang menghasilkan barang standar pada umumnya dijumpai dalam industri yang menghasilkan bahan mentah seperti industri baja, aluminium dan lain- lain, sedangkan yang menghasilkan barang- barang yang terdiferensiasi banyak dijumpai pada industri yang menghasilkan produk akhir.
2. Pengambilan keputusan yang saling mempengaruhi
3. Kompetisi non harga.

Konsentrasi Pasar

Menurut Chamberlin (dalam Hasibuan 1993:106), konsentrasi pasar menggambarkan penguasaan output perusahaan terhadap total output industri. Konsentrasi pasar yang tinggi merupakan salah satu penyebab terjadinya perilaku anti persaingan, karena konsentrasi yang tinggi akan melahirkan banyak kolusi diantara sesama perusahaan, sehingga pada akhirnya bentuk pasar di sektor industri cenderung semakin oligopolistik.

Dalam mengukur tingkat konsentrasi, Bain (dalam Hasibuan:1993:109) memberikan beberapa kesimpulan tentang beberapa jenis oligopoli, yaitu:

1. Oligopoli tipe pertama merupakan oligopoli penuh, yaitu jika 3 perusahaan terbesar menguasai 87% dari total output
2. Oligopoli tipe kedua, yaitu jika 4 perusahaan terbesar menguasai 72% dari total output
3. Oligopoli tipe ketiga, yaitu jika 4 perusahaan terbesar menguasai 60% dari total output
4. Oligopoli tipe keempat, yaitu jika 4 perusahaan terbesar menguasai 38% dari total output
5. Oligopoli tipe kelima, yaitu jika 4 perusahaan terbesar menguasai 32% dari total output.

3. METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui struktur pasar pada perbankan syariah pada tahun 2015 dengan tahapan sebagai berikut:

- Memunculkan permasalahan yang akan dibahas
- Mempelajari teori yang menjelaskan tentang struktur pasar persaingan sempurna, struktur pasar monopoli, struktur pasar monopolistic, dan struktur pasar oligopoly.
- Mengumpulkan data dan menghitung pangsa pasar serta tingkat konsentrasi masing- masing bank.

Perhitungan menggunakan pangsa pasar dan konsentrasi rasio, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan menggunakan analisis kuantitatif.

Operasionalisasi Variabel

Variabel adalah konsep yang mempunyai nilai atau besaran yang merupakan objek bahan pengamatan dan penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi yang dapat ditarik kesimpulannya.

Operasional variable terdiri dari:

- a. Industri perbankan syariah terdiri dari perusahaan perbankan syariah di Indonesia
- b. Pangsa pasar menggambarkan prosentase output yang dapat dijual oleh suatu perusahaan dari seluruh jumlah output yang dijual oleh satu industri tertentu.
- c. Konsentrasi pasar, digunakan untuk mengukur derajat dominasi pasar. Konsentrasi pasar ditentukan oleh dua faktor yaitu jumlah perusahaan dalam industri dan ukuran relatif pasar.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan merupakan data sekunder periode tahun 2015. Data yang diperoleh bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan data yang bersumber dari Bank Indonesia.

Metode Analisis Data

Metode yang akan digunakan untuk melihat struktur pasar industri perbankan yaitu:

- a. Analisis pangsa pasar (*Market Share*)

Pangsa pasar merupakan persentase output yang dapat dijual oleh suatu perusahaan dari seluruh jumlah output yang dijual oleh satu industri tertentu. Pangsa pasar yang tinggi akan mendorong terjadinya kekuatan monopoli. Pangsa pasar sebesar 15% atau kurang menunjukkan tidak terjadinya kekuatan monopoli. Antara 25-30% cukup signifikan terjadinya kekuatan monopoli, dan pangsa pasar lebih dari 40% menunjukkan terjadinya kekuatan monopoli yang besar.

b. **Konsentrasi Rasio (*Concentration Ratio/ CR*)**

Rasio konsentrasi merefleksikan jumlah perusahaan dan ketidakmerataan dalam pangsa pasarnya. Rasio konsentrasi yang dinyatakan dengan simbol CR_m merupakan suatu jumlah tak tertimbang dari pangsa pasar berdasarkan perusahaan terbesar dalam suatu pasar atau industri tertentu. Nilai CR_m dinyatakan dalam bentuk persentase dimana interval nilainya terletak antara nol dan seratus ($0 < CR_m < 100$).

Bila nilai konsentrasi mendekati 0 maka struktur industri bersifat persaingan, dan jika mendekati 100 maka struktur industri semakin bersifat monopoli (Burgess, 1998)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis struktur pasar dari industri perbankan dapat diketahui dengan melihat pangsa pasar dan konsentrasi rasio dari perusahaan tersebut.

Pangsa pasar merupakan persentase output yang dapat dijual oleh suatu perusahaan dari seluruh jumlah output yang dijual oleh satu industri tertentu. Pangsa pasar dari satu perbankan syariah menunjukkan besarnya asset yang dimiliki suatu bank dibandingkan total asset industri bank syariah tersebut.

Pangsa pasar yang tinggi akan mendorong terjadinya kekuatan monopoli. Pangsa pasar sebesar 15% atau kurang menunjukkan tidak terjadinya kekuatan monopoli. Antara 25-30% cukup signifikan terjadinya kekuatan monopoli, dan pangsa pasar lebih dari 40% menunjukkan terjadinya kekuatan monopoli yang besar.

Pangsa pasar perbankan berdasarkan pangsa asset bank terhadap total asset dari seluruh perbankan syariah dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Pangsa Pasar Bank Umum Syariah Tahun 2015

Bank Umum Syariah	Pangsa Pasar Aset
Mandiri Syariah	0.23977
Muamalat	0.20004
BRI Syariah	0.07745
BNI Syariah	0.07468
Panin Syariah	0.02403
Syariah Mega	0.01928
BJB Syariah	0.02244
Syariah Bukopin	0.01868

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan data di atas, pangsa pasar dari masing- masing bank syariah berada dibawah 25%, artinya tidak terjadinya kekuatan monopoli pada perusahaan perbankan syariah. Walaupun demikian bila kita lihat pangsa pasar dari Bank Mandiri Syariah dan Bank Muamalat nilainya masing- masing 23.98% dan 20% ini menunjukkan hampir adanya kekuatan monopoli dari kedua perbankan pada industri perbankan syariah Indonesia.

Sedangkan rasio konsentrasi merefleksikan jumlah perusahaan dan ketidakmerataan dalam pangsa pasarnya dimana interval nilainya terletak antara nol dan seratus ($0 < CR_m < 100$).

Berdasarkan data pada tabel 1 dapat diketahui nilai konsentrasi rasio dari 4 bank syariah (CR_4) sebesar 59,19% . Ini menunjukkan adanya kekuatan oligopoli tingkat tiga atau oligopoli moderat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan pangsa pasar perbankan syariah, tidak terjadi kekuatan monopoli (masih terdapat persaingan antar bank syariah)

Berdasarkan nilai konsentrasi rasio dari 4 perbankan syariah, menunjukkan adanya kekuatan oligopoli tingkat tiga (moderat)

Berdasarkan hal tersebut di atas maka struktur pasar bank syariah mengarah pada struktur pasar oligopoli.