



Edy Suandi Hamid

Kajian Ringkas

Bentuk Pasar Industri Rokok dan Tembakau di Indonesia

Secara umum pasar oligopoli diartikan sebagai suatu bentuk pasar di mana hanya ada beberapa penjual yang menguasai pasar. Karakteristik pasar oligopoli yang sederhana adalah sebagai berikut : (1) Hanya ada sejumlah kecil atau beberapa industri yang menguasai pasar produk tertentu; (2) Bentuk produk dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu yang bersifat standar (terutama untuk bahan baku) dan yang bersifat differensiasi (khususnya barang konsumsi); (3) Harga sangat tergantung dari perusahaan-perusahaan yang ada. Dengan kata lain ada saling ketergantungan antar-oligopolist dalam menetapkan harga, sehingga dapat menghindari perang harga, oligopolist berkecenderungan ke arah kolusi dalam mengendalikan harga; (4) Ada persaingan bukan harga, khususnya untuk produk yang bersifat differensiasi, seperti menggunakan iklan secara besar-besaran untuk menimbulkan bahwa produknya berbeda dengan yang lain; dan (5) Masih ada kemungkinan masuknya industri

baru ke pasar, walaupun ini cukup sulit.

Bentuk pasar oligopoli ini mengandung variasi yang relatif luas dibandingkan bentuk pasar monopoli, persaingan sempurna ataupun persaingan monopolistik. Oleh karena itu perilaku pasar yang oligopolistik tersebut relatif lebih sukar untuk diperkirakan. Misalnya, kita tidak dengan mudah menganalisis perilaku satu oligopolist sebagai reaksinya atas penurunan harga dari oligopolist yang lain yang ada di pasar.

Pasar Industri Rokok

Bagaimana dengan industri rokok Indonesia, yang merupakan konsumen utama tembakau di Indonesia ?

Jumlah perusahaan rokok di Indonesia yang menjadi anggota GAPPRI (Gabungan Perserikatan Pabrik Rokok Indonesia) saat ini mencapai sekitar 120 perusahaan. Di luar itu, masih ada lagi sejumlah perusahaan rokok kecil yang tidak bergabung dalam wadah tersebut. Namun demikian dalam kenyataannya hanya

8 industri rokok yang dominan dalam pasar rokok ini. Dan dari "8 besar" ini bisa dikecilkan lagi menjadi "3 besar" bahkan yang bersaing di pasar. Oleh karena itulah industri rokok di Indonesia dari sisi penawaran, dapat dikategorikan sebagai suatu industri oligopoli. Segelintir oligopolist ini berperan sebagai "price leader", sementara pabrik rokok kecil hanya menyesuaikan dengan industri rokok besar tersebut.

Jadi penentuan pasar oligopolist ini tidaklah semata-mata melihat dari jumlah industri atau perusahaan yang ada di pasar, melainkan lebih ditekankan pada "market share" atau "penguasaan pasar" dari industri yang ada. Jika ada segelintir yang dominan, atau hanya segelintir industri yang terlibat dalam persaingan — walaupun jumlah industri banyak — maka pasar yang demikian dapat dikategorikan sebagai pasar oligopoli, seperti halnya pasar rokok ini. Namun demikian beberapa perusahaan ini dapat melakukan suatu kolusi untuk menghindari persaingan yang dapat merugikannya. Apakah perusahaan rokok di Indonesia melakukan kolusi? Ini merupakan salah satu pertanyaan yang cukup menarik untuk didiskusikan!

Bagaimana hubungan antara industri rokok dengan tembakau? Bagaimana pula bentuk pasar tembakau yang dihadapi oleh industri rokok ini?

Sebagaimana diketahui, tembakau merupakan komponen atau bahan baku utama dari rokok. Tembakau merupakan **ingredient inputs** bagi

industri rokok. Pertambahan rokok yang akan diproduksi, akan menambah pula secara proporsional permintaan akan tembakau tersebut. Jika tadi kita melihat dari sisi penawaran output, industri rokok ini adalah oligopolist, maka dari sisi permintaannya akan tembakau maka industri rokok ini juga berperan sebagai oligopsonist. Hal ini terjadi karena permintaan akan tembakau ini memang hanya didominasi oleh industri rokok tersebut. Karena tidak banyak alternatif penggunaan tembakau untuk produk lainnya selain untuk membuat rokok, maka jelas kita bisa menderivasikan "pasar penawaran" rokok yang oligopolist tersebut ke "pasar permintaan" oligopolist tersebut ke pasar inputnya sehingga menjadi pasar oligopsonist. Karena hanya beberapa oligopolist (pabrik rokok besar) inilah yang menjadi konsumen utama tembakau dari para petani tersebut.

Dua kekuatan industri rokok.

Jika dari sisi permintaan inputnya para pabrik rokok berperan sebagai oligopsonist, maka bagaimana pasar penawaran tembakau tersebut? Tembakau memang bukanlah tanaman pangan yang menyebar di setiap daerah pertanian. Tembakau ini merupakan tanaman perkebunan yang hanya tumbuh di daerah tertentu yang secara agronomi sesuai untuk tembakau tersebut, seperti di daerah Temanggung, Muntilan atau Deli di Sumatera Utara. Namun di setiap daerah perkebunan tembakau tersebut, terutama di Jawa, jumlah petaninya banyak sekali. Menurut

data yang ada, diperkirakan ada sekitar 331 552 petani pemilik tembakau (1987) di Indonesia ini. Petani yang demikian banyak ini dapat dikatakan tidak terorganisir, dan belum pula bisa dihimpun dalam wadah koperasi produksi yang handal. Akibatnya, petani ini berjalan sendiri-sendiri, atau dalam *terms* ekonomi diistilahkan bersaing antara satu dengan lainnya. Jadi jumlah penjual (petani) tembakau yang banyak dan bersaing ini dapat dikategorikan sebagai bentuk pasar **persaingan murni**.

Dengan posisi yang demikian, maka industri rokok mempunyai dua kekuatan yang cukup kokoh dalam pengendalian pasar/harga, terlebih lagi jika mereka mengadakan suatu **collusion** atau untuk persekongkolan. Di pasar outputnya ia mempunyai kemampuan menetapkan harga, walaupun tidak sehebat monopolist. Sementara berapa harga yang ia bersedia membeli, mengingat mereka berada pada posisi oligopsonist yang berhadapan dengan penjual yang jumlahnya banyak sekali dan bersaing satu dengan lainnya.

Industri rokok ini bisa memunculkan kekuatannya di pasar input, khususnya dalam pembelian tembakau, mengingat pemerintah tidak mengatur mengenai tentang harga dasar ataupun harga standar tembakau ini. Lebih dari itu, untuk melakukan kolusi bagi industri rokok

juga sangat mudah. Wadah Gappri justru memberikan jalan yang mudah dan membuka kesempatan untuk melakukan kolusi tersebut, walaupun tidak melibatkan semua industri yang ada.

Dengan demikian secara singkat gambaran mengenai perkiraan bentuk pasar dari pasar tembakau, dan juga pasar rokok, di tanah air kita. Yang jelas uraian ringkas di atas memberikan petunjuk kepada kita bahwa posisi petani tembakau di tanah air saat ini masih dalam kedudukan yang lemah, dan terpaksa bersifat "nrimo" dalam berhadapan dengan industri rokok yang merupakan konsumen utamanya. Uraian di atas memang tidak secara detail dan merujuk pada analisis teknis-mikro ekonomi yang dalam (*advances micro economics*), melainkan hanya merujuk pada analisis **intermediate micro economics** untuk memberikan gambaran sederhana dalam menguak kondisi pasar tembakau ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hirshleifer, Jack, *Price Theory and Applications*, Prentice Hal International, fourth edition, 1988.
- Padmo, Soegijanto dan Djatmiko, Edhi, *Tembakau*, Andhita—P3PK UGM, 1990.
- Miller, Roger Le Roy dan Meiners, Roger E., *Intermediate Microeconomics : Theory, Issues and Application*, McGraw Hill International editions, second printing, 1987.
- Widjaya, Faried, *Ekonomika Mikro*, BPFE Yogyakarta, 1990.